

1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN

El tema de investigación que se trata a lo largo de los capítulos que se desarrollan a continuación abarca la situación de la creación de las empresas en la Región de Murcia de una manera integral, realizando un diagnóstico global de las actuaciones que se llevan a cabo desde entidades públicas y privadas para fomentar y ayudar a la iniciativa emprendedora, fijando una especial atención a la cuestión relativa a la tramitación de su creación desde un punto de vista administrativo y formal.

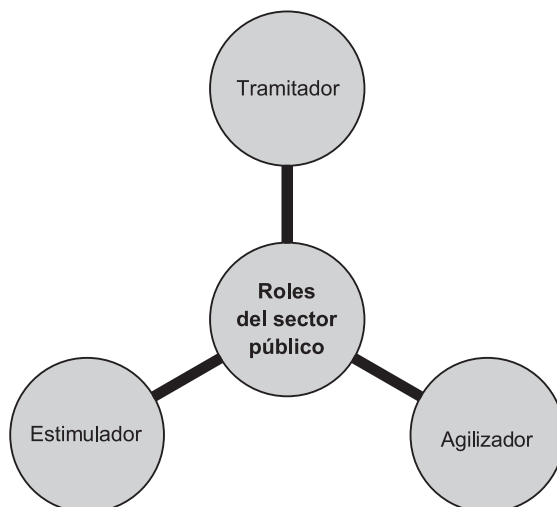
1.1. LA PARTICIPACIÓN DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS EN LA CREACIÓN DE EMPRESAS

Por este motivo, uno de los aspectos fundamentales que se refleja en el estudio es la intervención de las Administraciones Públicas en la puesta en marcha de empresas, las cuáles podemos establecer que juegan un triple papel según la entidad pública concreta que analicemos. Por un lado como **tramitadora** de las diferentes tareas administrativas y gestiones necesarias, también como **agilizadora** cuando procura establecer mecanismos de simplificación administrativa y cooperación interadministrativa para evitar demoras y desplazamientos, así como para permitir la puesta en marcha de empresas de una manera más dinámica. Por último, destacamos una labor **incentivadora** de la actuación pública al fomentar la creación de empresas a través de campañas sociales y puesta a disposición de los emprendedores de servicios de información y asesoramiento, que en muchos casos también actúan como ejes de esa función de centralización de trámites para ayudar al nacimiento de nuevas empresas.

En estos tres roles o posiciones de las Administraciones Públicas vamos a basar el análisis de la creación de empresas en la Región de Murcia que se desarrolla en los capítulos siguientes:

- a. **Tramitador:** cumple las funciones establecidas en la normativa correspondiente para la creación de empresas.
- b. **Estimulador:** se dedica a actuaciones de fomento de la iniciativa emprendedora para la creación de empresas, concienciando sobre las posibilidades del

Gráfico 1.1.
Roles de las administraciones públicas



Cuadro 1.1.
Roles de las administraciones públicas en materia de creación de empresas

Tramitador

- Gestiona los trámites necesarios para la constitución.
- Burocratiza el proceso de creación de empresas.

Estimulador/incentivador

- Fomenta la creación de empresas a través de la concienciación y la difusión del espíritu empresarial.
- Establece ayudas para los primeros pasos de las empresas.
- Ofrece información y asesoramiento, así como acompañamiento para la creación de empresas.
- Estimula redes para que repliquen las actuaciones anteriores.

Agilizador/facilitador

- Simplificación de trámites.
- Realización de trámites por vía telemática.
- Centralización de trámites a través de la cooperación.

espíritu emprendedor, otorgando ayudas, facilitando recursos y ofreciendo orientación.

- c. Agilizador:** actúa con la filosofía de facilitar la creación de empresas bien a través de la simplificación administrativa, la incorporación de medios telemáticos o cooperación entre Administraciones Públicas.

Los roles, aunque están claramente diferenciados, pueden ser llevados a cabo simultáneamente por un mismo organismo público, de modo que sea tramitador, estimulador y agilizador, situación que es la ideal para el apoyo a la creación de las empresas, ya que en caso contrario por las funciones que cumplen o por no formar parte de la esfera de sus competencias, se puede producir una descoordinación por desconocimiento de los diferentes procedimientos que se precisan para actuar de cada una de las formas.

Cabe hacer la reflexión de que la no actuación de un organismo tramitador o estimulador con los otros dos roles considerados, puede llevar al entorpecimiento o anulación de la eficacia de las acciones de fomento, ya que el avance normativo y regulatorio conlleva habitualmente al establecimiento de nuevas fórmulas de burocratización que requieren un tratamiento y atenuación constante, incluso cuando estamos hablando de acciones de fomento cuya tramitación como es el caso de las ayudas por las rigideces de la normativa asociada (Ley de Subvenciones) convierten en ineficaces las mismas o evitan que se maximicen los beneficios que teóricamente suponen.

En el ámbito de la **Región de Murcia** y en materia de tramitación de empresas observamos que los tres principales niveles de Administración Pública están implicados. Por un lado la estatal que es necesaria sobre todo a efectos tributarios y de seguridad social, por otro lado la autonómica que también tiene que ver para el pago de algunos tributos de sociedades nuevas y registros públicos (cooperativas y sociedades laborales) y la administración local que interviene principalmente sobre los espacios donde se van a desarrollar las actividades económicas en materia de licencias. Además, si consideramos otras entidades del sistema de seguridad jurídica preventiva, incorporamos a los notarios y a los registros mercantiles.

Esta primera visión ya nos dibuja un panorama con una fragmentación de responsabilidades y funciones muy amplia, que conlleva a incrementar las dificultades de la creación de una empresa y sobre todo, a la comprensión del mismo por parte de los emprendedores.

En materia de estímulo de la actividad emprendedora ocurre exactamente lo mismo, si bien, existe un mayor protagonismo de la Administración Autonómica. Esto se debe a que los esfuerzos que se realizan por la Administración General del Estado (AGE), especialmente en lo relativo al espíritu emprendedor se implementan en cooperación con las entidades regionales que son más visibles en el ámbito de

nuestra Comunidad. Además, los Ayuntamientos tienen un papel estimulador tenue, que se basa principalmente en las acciones que llevan a cabo los Centros Locales de Empleo y las Agencias de Desarrollo Local, quienes dependen en su mayoría de las actuaciones subvencionadas por organismos autonómicos.

Cuadro 1.2.
Caracterización de los actores que intervienen
en la puesta en marcha de empresas¹

Tramitador:

- Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT).
- Tesorería General de la Seguridad Social.
- Fedatarios públicos: notarios.
- Registros mercantiles. Estatal y Regional.
- D.G. Tributos (CARM).
- D.G. Trabajo (CARM).
- Entidades Locales.
- Otros registros administrativos.

Estimulador:

- Instituto de Fomento de la Región de Murcia (INFO).
- Servicio de Empleo y Formación (SEFCARM).
- D.G. PYME. Ministerio de Turismo, Industria y Comercio.
- Instituto de Crédito Oficial (ICO).
- Redes: Cámaras de Comercio, organizaciones empresariales (OO.EE.), sindicatos, Red PuntoPyme, etc.
- Ayuntamientos (Agentes de Desarrollo Local, Centros Locales de Empleo, etc.).
- Otros organismos públicos regionales con programas de autoempleo o de apoyo a la creación de empresas.

Agilizador:

- Cámaras de Comercio.
- Iniciativas en cooperación: PAIT, Ventanillas Únicas y Ventanillas Únicas Empresariales.
- AGE y CARM (de forma general).

¹ La clasificación realizada en el cuadro refleja los principales organismos sin pretender ser exhaustiva.

Respecto a la agilización, la visibilidad de los actores que intervienen es todavía más confusa porque la mayoría de los esfuerzos, aparte de los generales que puedan llevarse a cabo por la AGE o la CARM, se ponen en marcha en cooperación con las diferentes entidades que participan en las tramitaciones, de modo que los sistemas resultantes son productos específicos como las Ventanillas Únicas Empresariales o los Puntos de Asesoramiento e Inicio de Tramitación (PAIT).

Como acabamos de analizar, son muchas administraciones las que participan en el proceso de creación de las empresas con diferentes papeles y a su vez, intervienen departamentos distintos en cada una de las fases de creación de las mismas, por lo que se plantea un reto inicial al estudio que requiere analizar multitud de actores para hacer propuestas que doten con algo de coherencia al sistema establecido para la creación de empresas.

1.2. CONCEPTOS Y PUNTOS DE PARTIDA PARA EL EMPRENDIZAJE

Una vez realizada la contextualización de los temas que se tratan en este estudio, conviene hacer una conceptualización de los términos que se utilizan en relación a los emprendedores, ya que existe cierta confusión al respecto y su delimitación nos ayudará a caminar por el resto de capítulos del estudio.

Del mismo modo, haremos una referencia a los distintos puntos de partida teóricos de la actividad emprendedora, ya que aparentemente no afectan al cumplimiento de los trámites de creación de empresas, pero en la práctica los distintos puntos de partida y contexto personal de los emprendedores, afectan al proceso de creación de las empresas, tanto en el tiempo necesario como en el itinerario que se escoja.

1.2.1. Conceptos

El concepto de emprendedor tiene sus orígenes comúnmente aceptados por la doctrina académica en el vocablo francés *entrepreneur* en el Siglo XVI haciendo referencia a los militares franceses que se hacían cargo de las expediciones militares. A partir de esa acepción, han nacido nuevas referencias y aplicaciones del concepto a los campos económicos, sociales y políticos.

A Richard Cantillon (S.XVIII) se le asigna la aplicación del concepto en el mundo empresarial al asociarlo a la función de un empresario, reforzando el mismo por autores posteriores como Jean Baptiste Say².

No obstante, el concepto evolucionó con Weber y Josep Shumpeter a principios del Siglo XX, quienes le dieron el matiz como actores de los procesos de cambio,

² *Trite d'économie politique: ou, simple exposition de la maniere don't se forment, distribuent et se consomment les richesses / Tratado de economía Política, cómo se forma, distribuye y se consume la riqueza* (1803).

o lo que es lo mismo como personas innovadoras. La diferencia entre Weber y Shumpeter era que el primero mantenía que el emprendedor era fruto de la sociedad y el segundo superaba por motivaciones propias la sociedad establecida.

A partir de ahí, han existido una multitud de actores que dan al concepto una orientación u otra y que nos lleva a la acepción actual, que por la dispersión de connotaciones definiremos bajo nuestra propia formulación. Por **emprendedor** entendemos a aquella persona que sola o en compañía de otros asume un riesgo para cambiar el status quo e innovar. Esta intención de cambio se puede aplicar para el ámbito empresarial para la comercialización/producción de bienes y servicios en una nueva empresa, el cambio a partir de empresas ya creadas³ o a ámbitos sociales (emprendedor social) y políticos (emprendedor político).

El **emprededurismo** como hemos visto no siempre implica la creación de una organización nueva, sino elementos nuevos o innovadores, hacer las cosas de modo diferente. De ahí la importancia de la distinción porque hoy en día encontramos multitud de referencias al fomento de la cultura emprendedora y no necesariamente hablamos de creación de empresas, sino de otros ámbitos como sucede con la incorporación de I+D+i⁴ o similares.

Cuadro 1.3. Características y valores del emprendedor

<ul style="list-style-type: none"> • Autodisciplina. • Autonomía. • Exactitud. • Confianza. • Perseverancia. • Rigor. • Independencia. • Eficacia. • Ambición. • Espíritu práctico. • Resistencia.

Fuente: Guía La Aventura de Aprender a Emprender. AJE Murcia 2007

3 Es lo que se denomina emprendedor corporativo (corporate entrepreneurship). Para una mayor profundización sobre el fenómeno emprendedor corporativo se puede consultar la ponencia de Samuel Gómez y María Dolores Vidal titulada «*El fenómeno emprendedor corporativo: análisis histórico y desarrollo actual*», Congreso Building in a Global Economy, Salamanca 18, 19 y 20 de junio de 2008. Disponible en: dialnet.unirioja.es

4 De hecho, el Plan de Ciencia y Tecnología de la Región de Murcia tiene entre sus líneas de actuación una serie de actividades englobadas bajo el epígrafe «*fomento de la cultura emprendedora*» y que se relaciona con la I+D+i y no directamente con la creación de empresas.

Por último en esta parte relativa a los conceptos, nos parece interesante incorporar una referencia al **espíritu empresarial**, para lo que transcribimos la definición que nos ofrece la Comisión Europea en el Libro Verde «*El espíritu empresarial en Europa*» presentado en 2003⁵:

«El espíritu empresarial es, sobre todo, una actitud en la que se refleja la motivación y la capacidad del individuo, independiente o dentro de una organización, a la hora de identificar una oportunidad y luchar por ella para producir nuevo valor o éxito económico. Hace que la creatividad o la innovación se introduzcan en un mercado ya existente y compitan en él y lo cambien, o den lugar, incluso, a la creación de nuevos mercados. Para que una idea empresarial sea un éxito es necesaria una capacidad de combinar la creatividad o la innovación con una gestión sólida y de adaptar el negocio de modo que su desarrollo se vea optimizado durante todas las fases de su ciclo de vida. Esto va más allá de la gestión diaria: afecta a la estrategia y las ambiciones de la empresa».

1.2.2. Puntos de partida

Una vez delimitados de manera preliminar los conceptos a usar, hemos de concretar los diferentes puntos de partida en los que una persona se encuentra a la hora de iniciar una aventura empresarial y que condicionan la necesidad de apoyos externos que ralentizan o agilizan el proceso de creación de una empresa.

Los más habituales o prototípicos son los siguientes:

- **Recién titulados.** Entendiendo por tales aquellas personas que han terminado su etapa formativa en cualquiera de los niveles de formación y deciden la puesta en marcha de una empresa.
- **Parados.** Que observan en el autoempleo una alternativa a su situación. En este caso es conveniente distinguir entre los parados que reciben prestaciones al desempleo y que tienen posibilidad de capitalizar las mismas⁶ y aquellos que no reciben ningún tipo de prestación.
- **Trabajadores en activo.** Personas en activo laboralmente que deciden iniciar por su cuenta o bajo la tutela y/o apoyo de su actual empresa una iniciativa empresarial. En la segunda situación la creación de empresas es

5 COM/2003/0027 (no publicado en el Diario Oficial).

6 En la actualidad existe la posibilidad de obtener por adelantado las prestaciones por desempleo o canjearlas por el valor de las cuotas de autónomos si un parado con derecho a la recepción de prestaciones decide iniciar una actividad de autoempleo. Se llama capitalizar la prestación del desempleo porque supone convertirla en capital para invertirla en nuestro propio negocio.

habitualmente menos traumática por existir un *know how* que guía la actividad de los nuevos emprendedores.

- **Empresarios e inversores que buscan nuevas vías.** Personas que actualmente desempeñan una actividad empresarial y deciden poner en marcha nuevas vías de negocio. Este itinerario es el que genera habitualmente la creación de Sociedades Anónimas, ya que este tipo de forma jurídica por el capital social a desembolsar no es la vía natural de las personas que tienen su primer contacto con la actividad emprendedora.

Cuadro 1.4.
Puntos de partida «típicos» a la hora de crear una empresa

<ul style="list-style-type: none"> • Recién titulados. • Desempleados. • Trabajadores en activo. • Empresarios e inversores que buscan nuevas vías.

1.3. CONDICIONANTES PARA EMPRENDER

Continuando con el desarrollo de este capítulo inicial, es necesario reflexionar sobre los principales problemas que se observan a la hora de emprender una iniciativa empresarial, los cuáles deben ser objeto de tratamiento e intervención por parte de todas las Administraciones Públicas que deseen con un mínimo de eficacia fomentar la creación de empresas en la Región de Murcia.

En una investigación reciente de la Asociación de Jóvenes Empresarios de la Región de Murcia⁷ realizada a través de la opinión de los técnicos de asesoramiento a emprendedores, se establecían como factores condicionantes de la actividad emprendedora por orden de importancia la intervención pública, los valores y cultura social, la existencia de oportunidades de negocio, las actitudes de los propios emprendedores, las posibilidades de financiación y la educación.

No obstante, hemos aislado los principales condicionantes para emprender que van más allá de las situaciones personales del emprendedor como sus propias actitudes, las que dependen de factores relacionados con el enclave o sector por la existencia de oportunidades de negocio y las relativas a la intervención pública de fomento que serán tratados ampliamente en este estudio. De esta manera obtenemos una clasificación con cinco tipologías de condicionantes de carácter financiero, administrativo, formativo, sociocultural, así como el acceso a la información.

⁷ Investigación sobre la eficacia de las políticas de apoyo a emprendedores y empresarios, Asociación de Jóvenes Empresarios de la Región de Murcia, 2009.

Cuadro 1.5.
Principales condicionantes para emprender

- Financieros.
- Administrativos.
- Formativos.
- Socioculturales.
- Acceso a la información.

1.3.1. Condicionantes financieros

La falta de financiación es una de las principales barreras para el emprendizaje que señalan las personas entrevistadas y cuyo razonamiento no precisa excesiva justificación, aunque es cierto que las barreras de carácter financiero a la hora de iniciar un negocio son de mayor o menor envergadura dependiendo del punto de partida del emprendedor, el tipo de negocio a montar y sus aspiraciones iniciales.

Esta variación de la trascendencia de una posible falta de financiación se justifica en que se precisa mayor o menor liquidez externa en función de las tres variables anteriores. Por un lado del **punto de partida** del emprendedor porque no supone el mismo esfuerzo financiero para una persona que acaba de finalizar sus estudios que para un trabajador en activo, un parado o una persona con cargas familiares. Además el punto de partida abarca la situación del entorno cercano del emprendedor y que tiene relación con la disposición de «ayuda financiera» por parte de familiares y amistades.

En lo que respecta al **tipo de negocio a montar**, obviamente las necesidades financieras varían según se precise de unas instalaciones y la adaptación de las mismas, compra de maquinaria, contratación de personal y un largo etcétera. Por último, las **aspiraciones iniciales del emprendedor** modulan el tipo de negocio a montar, ya que se puede optar por una inversión reducida y el aprovechamiento de los recursos existentes (móvil personal, inicio con el propio trabajo, etc.) o bien tener la ambición y el proyecto de empezar con todo⁸.

⁸ Algunos emprendedores entrevistados en el contexto de esta investigación comentaban que iniciaron sus negocios desde casa y con sus propios ordenadores y teléfonos móviles. Si bien es cierto que estos emprendedores habían iniciado su proyecto en el ámbito de los servicios a empresas, la necesidad de financiación depende de la amplitud de gasto previsto, la cual si no se realiza con una previsión y coherencia adecuada puede llevar al fracaso a cualquier iniciativa empresarial.

Cuadro 1.6.**Variables que inciden en la envergadura de la financiación como barrera**

- Punto de partida del emprendedor.
- Tipo de negocio a montar.
- Aspiraciones iniciales del emprendedor.

Al margen de la consideración de la oportunidad o acierto de las aspiraciones iniciales que tenga el emprendedor, en la mayoría de los casos no se posee la financiación necesaria, por lo que tradicionalmente se recurre a fórmulas informales basadas en las aportaciones de uno mismo, la familia y las amistades⁹. No obstante, hay muchos métodos de financiación externa, pero el hándicap que tienen es que obligan a buscarlas y conseguirlas.

- ✓ *«Hay iniciativas que no llegan porque la gente se ve tan atada ... hay miedo escénico con el tema financiero».*
- ✓ *«Conseguir la financiación es un trabajo en sí mismo».*
- ✓ *«Hay un principio de igualdad de oportunidades, que debería materializarse más en la creación de empresas ... se puede estudiar igual que cualquier persona, pero luego no hay oportunidad de igualdad porque el sistema financiero español no apuesta por los proyectos, solo por las garantías».*

Nota: las referencias entrecomilladas y en cursiva que aparecerán a lo largo de este estudio son discursos literales obtenidos de las entrevistas realizadas a profesionales del sector y expertos en el contexto de esta investigación.

En relación a la financiación externa habitual a través de **bancos y cajas de ahorro**, se plantea el problema de la falta de apoyos para proyectos empresariales. Algunas entidades si poseen programas de apoyo específicos¹⁰ u otros en colaboración con entidades públicas¹¹, pero los mismos requieren a priori la preparación de un plan de negocio y el cumplimiento de una serie de requisitos que suponen un

9 En numerosos artículos encontramos la referencia a este tipo de financiación basada en las tres efes (FFF) procedentes de los términos anglosajones Family, Friends and Fools, añadiendo con este último (Fools) a aquellas personas que se ha «*engañado*» para que aporten su dinero.

10 Sin ánimo de ser exhaustivos, citaremos a modo de ejemplo la iniciativa MicroBank de La Caixa, la cual ofrece la posibilidad de obtener dos tipos de microcréditos. Por un lado los «*Microcréditos financieros*» son préstamos personales de un máximo de 25.000 euros para personas con recursos limitados que desean obtener autonomía laboral, la otra tipología son «*Microcréditos sociales*» concebidos como préstamos personales de hasta 15.000 euros para financiar proyectos de autoempleo de personas en exclusión social.

11 Microcréditos para emprendedores ICO-INFO.

factor desmotivador por el esfuerzo y tiempo que es necesario llevar a cabo para prepararlo.

- ✓ *«No hay tendencia de las entidades financieras a apoyar estos proyectos, en otros países la banca apoya las iniciativas fácilmente y más cuando la financiación necesaria suele ser de poco montante, en España sin embargo no se estimula».*
- ✓ *«Se debería llegar a un acuerdo auspiciado por la Administración Pública para que las cajas den 12, 15 o 20.000 euros por proyecto sin poner demasiadas pegas».*
- ✓ *«Apoyar realmente al emprendedor es asumir el riesgo de que fracase».*

Además en muchos casos la preparación de un Plan de Negocio no resulta fácil a los emprendedores porque tienen que aprender la metodología de su realización, lo que supone otra barrera más a la rápida puesta en marcha de un negocio. Como se observará más adelante, existe una carencia de metodologías unificadas en lo que a elaboración de Planes de Empresa se refiere y la complejidad de la materia por su pluridisciplinariedad¹² y la idiosincrasia propia del sector en el que se vaya a desarrollar la actividad empresarial hacen difícil encontrar un buen asesoramiento, lo que lleva a muchos emprendedores con un nivel formativo reducido a desistir de su realización o contratarla con alguna empresa. En el caso de personas con niveles culturales medio-altos y formación universitaria también se observa la necesidad de realizar cursos de formación para poder realizarlo, salvo que se tengan conocimientos específicos, extremo que no es habitual por los contenidos de las asignaturas universitarias y de bachillerato o lo escaso de su tratamiento en la Formación Profesional regional.

- ✓ *«Es que hay mucha gente que vive de la realización de Planes de Negocio y por eso se fomenta sin que sea estrictamente necesario».*
- ✓ *«(Emprendedor) He tenido que hacer un curso en la Politécnica porque no se cómo se hace».*
- ✓ *«La triste reflexión es que nuestros emprendedores tengan que hacer un curso de especialista para poder hacer un Business Plan y conseguir financiación».*

¹² En un Plan de Negocio que tenga unos mínimos de calidad en su realización, se mezclan disciplinas como los conocimientos jurídicos (legislación, formas jurídicas empresariales, etc.), tributarios y contables (impuestos, presupuesto de actividad), investigación de mercados, marketing, entre otros. Además si nos referimos a proyectos tecnológicamente avanzados o en sectores muy especializados, la obtención de información es ciertamente complicada, lo que impide la realización de un Plan de Negocio completo, salvo que se recurra a ayuda externa para la obtención de la misma.

1.3.2. Condicionantes administrativos

Con las barreras administrativas sucede exactamente lo mismo que ocurría con la financiación, el conocimiento o mero rumor sobre lo complicado de las mismas es ya un factor desmotivador. Hoy en día existen vías alejadas de burocracia para crear empresas en un corto periodo de tiempo y sin apenas «papeleo», el problema fundamental es acertar con la vía adecuada y que el emprendedor no haga un trabajo innecesario, a ello deben contribuir especialmente los técnicos de entidades públicas y organismos intermedios que asesoran en la materia siempre que deriven las consultas adecuadamente.

El principal problema que se detecta a priori y que se tratará en capítulos sucesivos son las fases finales de la puesta en marcha de la empresa, una vez ya creada cuando se deben realizar los trámites específicos para iniciar la actividad en un sector determinado, bien por los condicionantes de los Ayuntamientos en materia de Licencias o por la normativa sectorial en actividades sensibles.

- ✓ *«En general la gente no tiene grandes problemas, el mayor de ellos está en los Ayuntamientos con los permisos de obras y la Licencia de apertura».*
- ✓ *«Las demoras en los Ayuntamientos son algo realmente grave, estás parando a un tío que se ha endeudado y que no puede funcionar, al menos legalmente, mientras no se termine el trámite».*
- ✓ *«Quien no está acostumbrado ve mucha burocracia».*

1.3.3. Condicionantes formativos

Como barrera se señala que el sistema educativo, al margen del fracaso escolar, está excesivamente especializado sin dotar de conocimientos generales de la vida diaria en algunos casos o es especialmente teórico en otros como sucede en las Universidades. Con las reformas de Bolonia existen expectativas al respecto de mejorar la formación en este sentido, de modo que se incorporen habilidades de gestión empresarial.

El tratamiento de la gestión empresarial se reduce hoy en día a algunos módulos de Formación Profesional¹³ y a las carreras troncales del ramo como las Ciencias Económicas, Administración y Dirección de Empresas y Ciencias Empresariales principalmente, lo que es insuficiente para posibilitar que una persona sin experiencia empresarial pueda dar sus primeros pasos sin necesidad de formación adicional.

- ✓ *«Esto lleva a los jóvenes que quieren montar un negocio a estudiar un master o hacer un curso para conocer».*

13 Formación y Orientación Laboral.

- ✓ *«En comparación con el bachiller o la universidad, la formación profesional si educa en la realidad y que si se explican estas cosas».*
- ✓ *«Es necesaria la preparación en gestión empresarial, no saben que es ser emprendedor».*

En lo referente al fracaso escolar o al abandono de los estudios, en el caso de la Región de Murcia se plantea un reto especial, debido a la cantidad de jóvenes que abandonaron sus estudios en una edad temprana atraídos por los altos salarios de la construcción en los que no se requería cualificación.

Algunos testigos entrevistados comentan los problemas estructurales que pueden generar las situaciones de abandono escolar porque se crea una generación de jóvenes que no tienen cualificación y por regla general se ven limitados en el mercado laboral y más aun a la hora de plantearse la iniciativa empresarial. Además esta reflexión adquiere una mayor importancia por cuanto la productividad a través de la innovación y el aterrizaje en sectores emergentes y nuevos se percibe como una prioridad para atajar los problemas de la competencia internacional.

- ✓ *«Alguien que no sabe, ni tiene formación, difícilmente se va a adaptar rápido o va a crear una empresa en algo que no sea más de lo mismo».*
- ✓ *«Hay un atraso educativo en la Región de Murcia, hace falta un gran pacto social para superar esa desigualdad educativa ... es inaceptable que haya una actitud conformista sobre la cuestión de la formación afecta a todo y es transversal ... no puede ser que socialmente no se prestigie el conocimiento y el esfuerzo y con ello la capacidad para emprender, el riesgo ...».*

1.3.4. Condicionantes socioculturales

El contexto sociocultural es uno de los principales condicionantes que se señalan y afectan a la iniciativa emprendedora. En el proceso de conformación de la personalidad del individuo tienen influencia multitud de instancias socializadoras como la familia, la escuela, las amistades, etc. cuya orientación de manera generalizada tiende hacia el trabajo por cuenta ajena.

Cuadro 1.7. Principales agentes socializadores que influyen las actitudes ante la iniciativa empresarial

- La Familia.
- La Escuela.
- Los Medios de Comunicación.

Las administraciones públicas de la Región de Murcia, bajo el paraguas e impulso de la Unión Europea, son cada vez más conscientes de esta necesidad de orientar y educar en la cultura de la iniciativa emprendedora en todos sus sentidos y así se van plasmando estas referencias en las diferentes herramientas de planificación regional como el Plan de Ciencia y Tecnología o el Plan Industrial. No obstante se percibe que por ahora se logra más la intención formal que la real como iremos viendo en los próximos capítulos.

Es interesante plantear y recalcar la importancia de generar esta cultura emprendedora y la asunción de riesgo en ese amplio espectro que se proyecta no sólo sobre la creación de empresas, sino sobre otros muchos campos de la actividad social y económica. Haciendo un paralelismo o contemplando que la vocación por innovar se incardina en esa cultura del riesgo y del emprendizaje, Herminio Picazo (2008:122)¹⁴ mantiene que la difusión de una *«mentalidad investigadora e innovadora en el mundo de las PYMES sigue siendo la gran asignatura pendiente»*, situación que se reproduce en el ámbito específico de la creación de empresas respecto al espíritu emprendedor.

La familia. El primero de los agentes socializadores a analizar es la familia, cuna de la transmisión de valores, actitudes y expectativas durante la etapa de conformación de la personalidad del individuo. La influencia de la familia es crucial a la hora de posibilitar que con el paso de los años un joven en edad adulta pueda llevar a cabo una actividad empresarial, aunque la mayoría de las familias poseen alguno de sus miembros o la totalidad de sus miembros en el trabajo por cuenta ajena y ello lleva a la transmisión de una cultura laboral del trabajo para otros.

✓ *«Es habitual que los hijos imiten la trayectoria profesional de los padres».*

✓ *«Me he encontrado casos en lo que los padres desincentivan a los hijos: ¡Tú tienes que trabajar en una empresa o hacer unas oposiciones!».*

En el ámbito empresarial, hay multitud de estudios que mantienen que existe una amplia influencia del entorno, por lo que tener un ambiente familiar donde haya un carácter emprendedor como descender de familia de empresarios y similares, es una ventaja que va más allá de las posibilidades económicas, porque tiene su impronta en el carácter y en el conocimiento de gestión, siendo muchas veces un patrón a imitar por los hijos. En uno de estos estudios García-Nieto (2008:121)¹⁵ expone sus conclusiones tras el estudio riguroso de la experiencia de vida de un empresario de Caravaca de la Cruz.

14 Picazo, Herminio (et al.), Investigación e Innovación Ambiental en la Región de Murcia, Consejo Económico y Social de la Región de Murcia, Murcia, 2008, 128 págs.

15 García-Nieto Gómez-Guillamón, Antonio, Aspiraciones empresariales. Historia de vida de un pequeño empresario, Papers: revista de sociología núm. 87, 2008, págs. 101-125.

«El futuro creador de empresas interioriza sus experiencias vitales y las influencias que recibe del ámbito familiar y social; configura un universo íntimo con una escala de valores y de aspiraciones que propicia la creación de la empresa; constituye una guía para la trayectoria y la evolución de la empresa (...) el aprendizaje se recibe de una forma viva y directa de la familia, del trabajo, del grupo de amigos, de las interacciones sociales ...»

La escuela. Bajo este término genérico nos referimos a todas las entidades formativas por las que una persona transcurre desde su infancia y que, salvo interrupciones, pasa por los jardines de infancia, el colegio, el instituto y dado el caso, la universidad. Se apunta por muchos testigos entrevistados que precisamente en los centros de enseñanza siempre se orienta la actividad formativa o las expectativas de futuro hacia el trabajo por cuenta ajena, ya sea en la empresa privada o en el sector público.

- ✓ *«Existe un problema de cultura educacional, en la Universidad los profesores educamos a trabajar por cuenta ajena, sólo habrá un 1 o 2 % del profesorado que educan en la cuenta propia».*
- ✓ *«No hay una cultura de iniciativa privada en la empresa, siempre se orienta a trabajar, pero no a emprender, hay casos, pero son una minoría».*
- ✓ *«Todos hablan el mismo lenguaje, su primera idea es buscar el trabajo».*
- ✓ *«Estoy convencida de que educación nos lleva al trabajo por cuenta ajena. No se inculca el espíritu emprendedor, ni siquiera en las universidades».*

Un factor que no debe dejarse de lado en esta influencia es el hecho de que los docentes en su gran mayoría son personal que trabaja para las Administraciones Públicas o bien por cuenta ajena en el caso de instituciones de enseñanza privada, lo que supone una barrera a la hora de transmitir los conocimientos e ilustrar ejemplos desde un punto de vista siempre del trabajador o de la persona cuya finalidad en la vida es trabajar por cuenta de otras personas.

Este factor es importante porque el empresariado, normalmente absorto en su vida empresarial, no suele tener una dedicación a la docencia¹⁶. Por poner un ejemplo, en la vida universitaria en la que existe la figura de los profesores asociados como nexo entre la experiencia de la vida real y la universidad, la mayoría de los profesores

¹⁶ Generalizando las situaciones, se observa que la figura de los profesores asociados tiene un amplio potencial pendiente de maximizar. Se podrían atraer más empresarios para la docencia universitaria si se incrementasen las percepciones salariales, se ajustasen a la realidad los créditos a impartir por el profesorado asociado y los procesos de selección fuesen más cómodos.

asociados son del ámbito público (funcionarios, etc.), cuyo horario y dedicación les permite acceder a la docencia sin excesivas perturbaciones¹⁷.

Los medios de comunicación. Los medios de comunicación de masas tienen un papel fundamental a la hora de construir la imagen social del empresariado y de la iniciativa emprendedora, que es asumida por los individuos en el proceso de conformación de la personalidad y puede originar que sea una alternativa más o menos atractiva.

Como se puede percibir según lo descrito en otras partes de este estudio, hay un esfuerzo importante por hacer una puesta en valor del concepto de «*emprendedor*» y de la actividad empresarial, aunque todavía oímos discursos basados en casos no generalizados que presentan al empresario como «*explotador*» o «*especulador*». En este sentido, el tratamiento de las noticias, contenidos y discursos por parte de los medios de comunicación debe realizarse de forma consciente respecto a los posibles efectos sociales que pueden generar, siempre y cuando se quiera contribuir a la promoción de la iniciativa empresarial¹⁸.

En referencia a estos discursos, hoy en día hemos avanzado en la responsabilidad por parte de todos los agentes sociales de no mantener unos mensajes que sean excesivamente perjudiciales a la imagen del empresario, gracias en su mayoría al tratamiento coherente de los mismos por parte de las entidades sindicales y la iniciativa pública. No obstante, hoy en día todavía acudimos a algún episodio en el que se da un tratamiento a la información de una manera irresponsable porque se achaca a todos los empresarios las conductas singulares de unos pocos, lo cual no tendría importancia si viene de círculos radicales cuya solvencia es prácticamente nula¹⁹, aunque no siempre es así.

También en relación a los escenarios de coyuntura económica, observamos que en épocas de detractamiento como la que vivimos, la transmisión de la imagen que los medios de comunicación ofrecen sobre la iniciativa emprendedora es absolutamente desmotivadora. La realidad no se puede cambiar y es cierto que hay muchas empresas con problemas económicos e historias personales muy negativas, pero

17 Esta observación también es recogida por las Cámaras de Comercio y el Ministerio de Educación y Ciencia en su informe de 2007 titulado «*Fomento del espíritu emprendedor en la escuela*», haciendo alusión al alejamiento entre el profesorado y las empresas debido a la progresiva exigencia de dedicación plena y no facilitar que se compaginen las actividades educativas con el desempeño profesional (pág. 40).

18 Posturas similares nos encontramos en cuestiones como la igualdad de género, en la que se observa que un tratamiento de las noticias y contenidos de la información desde una visión exclusivamente masculina no hacen sino abrir más aun la brecha de la desigualdad. Podemos hacer un paralelismo con la denominada «*mirada androcéntrica*» en el ámbito de la igualdad, que supone la transmisión de las cosas desde un punto de vista masculino y a lo que se achaca la invisibilidad de las mujeres en la sociedad, situación que puede suceder por la perspectiva y posición desde una visión eminentemente «*laboralista*» sin contemplar de igual forma la realidad del trabajo por cuenta propia.

19 En la actualidad algunos sindicatos minoritarios de sesgo radical siguen utilizando propaganda en la que se representa al empresario como una persona obesa, vestida con traje, puro y chistera.

por otro lado las coyunturas de crisis no están exentas de grandes oportunidades, que aun siendo menos llamativas, deberían plantearse y tratarse de forma más extensa y visible.

1.3.5. Acceso a la información

El quinto problema principal que se deduce de la información obtenida y las entrevistas realizadas es el que tiene relación con el acceso a la información. Desde el punto de vista de los emprendedores no existe una información clara y de fácil acceso sobre la creación de empresas y la que hay, es parcial o por el contrario su principal problema es que no está seleccionada y se produce un exceso de la misma.

Existe una dispersión muy amplia de información emanada por los diferentes niveles de la Administración Pública y en el seno de estos entre sus departamentos. También ofrecen información los organismos intermedios y la que cada uno da es diferente o bien es incompleta porque solo se trata la materia en la parcela, sector o tipo de destinatario que atañe al organismo en cuestión. Un problema fundamental que condiciona la actividad emprendedora es que se ahoga por exceso de información y además no existe una entidad de referencia clara y generalmente aceptada a la que derivar a los emprendedores.

Desde otro punto de vista, se observa que los canales de difusión ciertamente aprovechan los cauces más habituales de centros públicos, asociaciones y otras entidades, pero los expertos consultados plantean que es necesario acercarla a las aulas o al colectivo que es realmente potencial emprendedor.

- ✓ *«La información no está bien difundida, no llega a quien tiene que llegar, a la Formación Profesional, las Universidades y los desempleados.»*
- ✓ *«Estamos hablando de personas que acaban de terminar sus estudios y que no saben donde acudir».*
- ✓ *«Hay tanta información que uno tiene que leer y leer y documentarse durante muchas horas complicándose la existencia, para que luego todo sea más sencillo de lo que pone en la información y se pueda hacer en una Ventanilla Única».*

1.3.6. Otros factores

Otro tipo de factores que condicionan la iniciativa emprendedora pero que se escapan del objeto de nuestro estudio son los relacionados con la existencia clara de oportunidades de negocio y los condicionamientos del territorio y de la existencia de una economía que permita el aprovechamiento de los nichos de mercado o la conversión de la coyuntura existente en una oportunidad. Por último, cabe hacer

mención a la intervención pública en el apoyo a los emprendedores y que no se trata en este apartado por ser un componente del resto de capítulos.

1.4. IMPULSO EUROPEO A LA CREACIÓN DE EMPRESAS Y LA SIMPLIFICACIÓN ADMINISTRATIVA

La Unión Europea ha ido impregnando durante los últimos años y cada vez con mayor intensidad la materia que tratamos en este estudio. A continuación procedemos a realizar un análisis sistemático de las principales actuaciones, declaraciones y normas impulsadas por la Unión Europea, las cuáles suelen utilizar como justificación de esta necesidad la situación Europea en relación a la de otros países como Estados Unidos, en el que la predisposición a la actividad empresarial por parte de sus ciudadanos es más acusada y además el crecimiento del tamaño de plantilla en las empresas desde su constitución se produce a un mayor ritmo²⁰. Además otra realidad expuesta de relieve por la Unión es que el previsible envejecimiento de la población en toda Europa conlleve a aumentar el déficit empresarial existente²¹.

De manera preliminar y con una visión restrictiva respecto a la cantidad de iniciativas de diversas tipologías emanadas de la Unión Europea, podemos establecer que los campos de actuación principales relacionados con la creación de empresas en los que ha estado trabajando la Unión Europea son los relacionados con el fomento del espíritu emprendedor y la reducción de cargas de carácter público en la creación de empresas, aparte de otras actuaciones que, en general, benefician al mundo empresarial para la obtención de un mayor dinamismo.

Cuadro 1.8.

Ejes principales de la política europea en materia de apoyo al emprendedurismo (Visión restrictiva)

- **Fomento del espíritu emprendedor:** en la educación y en la sociedad.
- **Reducción de cargas públicas para la creación de las empresas:** simplificación administrativa, reducción de trámites y cargas tributarias, inteligencia normativa, cooperación interadministrativa y administración electrónica.

Uno de principales antecedentes de las actuaciones de la Unión se producía en 1995 al presentar la Comisión un informe al Consejo Europeo de Madrid, con

²⁰ El Eurobarómetro sobre mentalidad empresarial de 2007 mostraba que el 45% de los europeos prefería trabajar por cuenta propia, mientras que en los Estados Unidos este porcentaje se eleva al 61%.

²¹ Según la Small Business Act para el periodo que se extiende hasta el 2018 se jubilarán diez millones de propietarios de pequeñas empresas.

un paquete de medidas en favor de las PYMEs y entre ellas el fomento del espíritu empresarial.

Seguidamente la Recomendación del Consejo Europeo sobre la mejora y simplificación de las condiciones para la creación de empresas (97/344/CEE) presentada el 22 de abril de 1997, insistía a los Estados miembros sobre la necesidad de simplificación de los trámites de creación de empresas.

A partir de ese momento se produjeron otras iniciativas como la creación por la Comisión Europea del Grupo BEST que por mandato del Consejo Europeo de Ámsterdam de 1997, iniciaría trabajos tendentes a la simplificación de los procedimientos en la materia, dando como resultado la elaboración en 1999 del *Plan de acción para promover el espíritu empresarial y la competitividad* (Plan de acción BEST).

1.4.1. La Carta Europea de la Pequeña Empresa

El Consejo Europeo de Santa María de Feira de 2000 adoptó la **Carta Europea de la Pequeña Empresa** (Carta de Feira) como instrumento destinado a que los Estados miembros reforzasen su actuación en diez líneas estratégicas²².

Cabe reflexionar que las diez líneas de actuación que establece la Carta, todas ellas, afectan de uno u otro modo en la actividad empresarial. Aunque no se centren en la creación de las empresas, influyen en la percepción de la actividad empresarial y por tanto en el estímulo de nuevas vocaciones empresariales. No obstante las dos líneas de actuación que poseen una incidencia más directa sobre la creación de empresas son:

«1. Educación y formación en el espíritu empresarial: *Europa educará el espíritu empresarial y las nuevas habilidades desde una edad temprana. Debe transmitirse en todos los niveles escolares un conocimiento general sobre la actividad y el espíritu empresariales. Deben crearse módulos específicos sobre temas empresariales, que constituyan un elemento fundamental de los programas educativos de la enseñanza secundaria y superior. Alentaremos y fomentaremos los empeños empresariales de los jóvenes y desarrollaremos programas de formación adecuados para directivos de pequeñas empresas.*

2. Puesta en marcha menos costosa y más rápida. *Los costes de puesta en marcha de una empresa deberán evolucionar hasta situarse entre los más competitivos del mundo. A los países que apliquen los plazos más largos y los procedimientos más onerosos para aprobar nuevas empresas*

²² Dicha Carta fue aprobada por el Consejo Europeo de Feira celebrado el 19 y 20 de junio de 2000.

se les ha de animar a que se pongan al nivel de los más rápidos. Deberán ampliarse las posibilidades de inscripción en línea en los registros».

De los contenidos de la Carta Europea de la Pequeña Empresa también se deducen otros objetivos como el análisis de la normativa nueva para evaluar su repercusión en las empresas, la mejora de la comunicación telemática y la disposición de información online, la adaptación de los regímenes fiscales para estimular las empresas debutantes, la creación de nuevas empresas y la sucesión de las empresas, así como el acceso a financiación.

En el **Consejo Europeo de Estocolmo** celebrado en 2001 se realizaban de nuevo provisiones sobre el fomento del espíritu empresarial, proclamando el mismo como pilar de la Estrategia Europea para el Empleo citando como instrumentos la Carta de la Pequeña Empresa, el intercambio de buenas prácticas y los microcréditos, entre otros. También hacía una referencia a la necesidad de refundir la legislación europea, realizar evaluaciones de impacto de la normativa y limitar los trámites administrativos.

Referencias similares encontramos tras el **Consejo Europeo de Barcelona** en 2002, en el que se reitera la necesidad de profundizar en la maximización de las posibilidades de Internet para la creación de nuevas empresas, insta a los Estados miembros a la aplicación de la Carta Europea de la Pequeña Empresa e insiste en la necesidad de redoblar los esfuerzos para simplificar y modernizar la legislación que afecte a la actividad empresarial.

En dicho Consejo se manifestó la intención de elaborar un documento sobre el espíritu empresarial que vio la luz como **Libro Verde de la Comisión**, de 21 de enero de 2003, titulado «El espíritu empresarial en Europa», el cual recordaba algunos aspectos tratados en documentos anteriores, apostando por la coordinación de las políticas de fomento, el aprendizaje de los modelos establecidos como buenas prácticas, la eliminación de barreras, el equilibramiento entre riesgos y recompensas de la actividad empresarial y la puesta en valor de la iniciativa empresarial.

En el **Consejo Europeo de Primavera** celebrado en Bruselas los días 20 y 21 de marzo de 2003 se volvieron a reiterar muchos mensajes con algunas adiciones como *fomentar la empresa y el espíritu empresarial*, reducir los trámites administrativos, mejorar la normativa y el entorno empresarial, facilitar la creación de empresas, y promover la cultura empresarial y la confianza pública en la empresa. En dicho Consejo se solicitó a la Comisión que presentara un Plan de Acción para el siguiente Consejo de Primavera, de modo que al año siguiente se presentó el Plan de acción: El programa europeo en favor del espíritu empresarial²³, el cual suponía

²³ Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones - Plan de acción: El programa europeo en favor del espíritu empresarial. COM/2004/0070.

un complemento a las acciones del Programa Plurianual a favor de la empresa y el espíritu empresarial (2001-2005) aprobado en diciembre de 2000²⁴.

En 2005 se produjo la Comunicación que adoptaría la denominación «*Una Política moderna de la PYME para el crecimiento y el empleo*»²⁵ que establecía cinco pilares básicos de esa política:

- Promover el espíritu empresarial y las capacidades.
- Mejorar el acceso de las PYME a los mercados.
- Simplificar la legislación.
- Mejorar el potencial de crecimiento de las PYME.
- Consolidar el diálogo y la consulta con las partes interesadas en el ámbito de las PYME.

De nuevo en el **Consejo Europeo de Primavera de 2006** se reforzaron los ejes básicos de la política moderna de la PYME establecidos el año anterior mediante cinco acciones prioritarias cuyo cumplimiento se instaba a los Estados miembros:

- El establecimiento de una ventanilla única para crear empresas de manera rápida y simple y reduciendo a una semana la media del tiempo necesario.
- La promoción del espíritu empresarial en la educación y mediante la formación específica.
- La simplificación administrativa para la contratación del primer empleado.
- La adopción del principio de «*pensar primero a pequeña escala*» a la hora de legislar.
- La promoción y simplificación del acceso de las PYME a la contratación pública.

Paralelamente la **Decisión 1639/2006/CE** del Parlamento Europeo y del Consejo, de 24 de octubre de 2006, por la que se establece un programa marco para la innovación y la competitividad 2007 a 2013 (CIP), incorporaba acciones que recogían parcialmente los objetivos expresados en los distintos Consejos Europeos.

En 2007 la Comunicación al Consejo «***Pequeñas y medianas empresas: la clave para lograr más crecimiento y empleo***»²⁶ suponía una revisión intermedia de

²⁴ Decisión 2000/819/CE del Consejo de 20 de diciembre de 2000.

²⁵ Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones, de 10 de noviembre de 2005, «Implementación del programa comunitario de Lisboa - Una política moderna de la PYME para el crecimiento y el empleo». COM/2005/551.

²⁶ Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones, de 4 de octubre de 2007, «Pequeñas y medianas empresas: la clave para lograr más crecimiento y empleo. Revisión intermedia de la Política Moderna de la PYME». COM/2007/592.

la Política Moderna de la PYME aprobada en 2005 y reforzaba los ejes de actuación en las siguientes materias:

- Reducción de los trámites burocráticos.
- Mejora del acceso de las PYMEs a los mercados.
- Promoción el espíritu empresarial.
- Mejora del potencial de crecimiento de las PYME de forma sostenible.
- Refuerzo de la comunicación de políticas a las PYMEs y las consultas con las partes interesadas.

Como acabamos de analizar, las cuestiones en relación con la creación de empresas y el espíritu emprendedor han ido sufriendo una evolución constante desde 1995, marcando el año 2000 con la nueva estrategia global de Lisboa y la Carta Europea de la Pequeña Empresa como uno de sus hitos fundamentales a partir de los cuáles se han ido realizando modificaciones legislativas y de las políticas públicas en los Estados miembros, actualizando y evaluando anualmente los resultados que se conseguían y extrayendo un repertorio de las buenas prácticas adoptadas tendentes a la simplificación y reducción de barreras administrativas para la creación de empresas.

1.4.2. Small Business Act

El siguiente hito importante se produce ya en épocas recientes con la **Small Business Act** de 2008²⁷, que venía a sustituir a la anterior Carta y ampliaba el elenco de las líneas estratégicas para profundizar en el fomento de la creación de empresas.

La Small Business Act recoge diez principios para abordar bajo la filosofía de basar las políticas y la iniciativa normativa desde la situación real de las empresas y no al contrario: «*pensar primero a pequeña escala*».

Para la traducción práctica de estos objetivos la *Small Business Act*, distingue entre las actuaciones que se plantea acometer por la propia **Comisión Europea** y las que invita a los Estados miembros a adoptar. Las principales medidas que asume como propias la Comisión son:

- Estimular la cultura empresarial y los intercambios de buenas prácticas en materia de formación empresarial.

²⁷ Comunicación de la Comisión Europea al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones de 25 de junio de 2008 denominada «*Pensar primero a pequeña escala*», «*Small Business Act para Europa: iniciativa en favor de las pequeñas empresas*». COM/2008/394.

Cuadro 1.9.
Principios de la Small Business Act

1. Establecer un marco en el que los empresarios y las empresas familiares puedan prosperar y en el que se recompense el espíritu empresarial.
2. Garantizar que los empresarios honestos que hayan hecho frente a una quiebra tengan rápidamente una segunda oportunidad.
3. Elaborar normas conforme al principio de «*Pensar primero a pequeña escala*».
4. Hacer a las Administraciones Públicas permeables a las necesidades de las PYMEs.
5. Adaptar los instrumentos de los poderes públicos a las necesidades de las PYME: facilitar la participación de las PYME en la contratación pública y utilizar mejor las posibilidades de ayuda estatal ofrecidas por las PYME.
6. Facilitar el acceso de las PYME a beneficiarse más de las oportunidades que ofrece el mercado único.
7. Ayudar a las PYME a beneficiarse más de las oportunidades que ofrece el mercado único.
8. Promover la actualización de las cualificaciones en las PYME y de toda forma de innovación.
9. Permitir que las PYME conviertan los desafíos medioambientales en oportunidades.
10. Animar y ayudar a las PYME a beneficiarse del crecimiento de los mercados.

- Poner en marcha o mantener las iniciativas de la Semana Europea de las PYME, Erasmus para Jóvenes Empresarios y Red de empresarias-embajadoras.
- Promover políticas de «*segunda oportunidad*» a través de intercambio de buenas prácticas.
- Adoptar la normativa futura bajo la filosofía «*pensar primero a pequeña escala*»: mayor proporcionalidad y seguridad jurídica, análisis previo de impacto sobre las PYMEs, estudio de trámites y legislación a simplificar, etc.

Por otra parte a los **Estados miembros** les invita a adoptar medidas tendentes, entre otras, a los siguientes objetivos y resultados:

- Estimular el espíritu empresarial entre los jóvenes a través de las instituciones educativas, cuidando la pertinente formación del profesorado.
- Intensificar la cooperación con la comunidad empresarial para el fomento del espíritu emprendedor.

- Evitar que la fiscalidad obstaculice la transmisión de impuestos.
- Facilitar el contacto entre potenciales emprendedores y empresas susceptibles de ser transferidas.
- Proporcional tutoría y apoyo para la transmisión de empresas y a emprendedores (mujeres e inmigrantes).
- Establecer medidas que permitan la «segunda oportunidad» a empresarios honestos: rápida liquidación de sociedades, promoción de una actitud socialmente positiva hacia las «segundas aventuras empresariales» y procurar el acceso en las mismas condiciones a los sistemas de apoyo.
- Adaptar la normativa futura bajo la filosofía «pensar primero a pequeña escala»: reducción de la carga administrativa a las empresas un 25% antes de 2012, mayor proporcionalidad y seguridad jurídica, fechas de entrada en vigor coincidentes, análisis previo de impacto sobre las PYMEs, estudio de trámites y legislación a simplificar, etc.
- Hacer las AA.PP. permeables a las necesidades de las PYME: reducción de las tasas para registrar empresas y del tiempo necesario para su creación y obtención de licencias y permisos (plazo máximo de 1 mes), no duplicar las solicitudes de información a las PYMEs, evitar a las micropymes la participación en encuestas, disposición de ventanillas únicas (Directiva de Servicios).
- Fomento del acceso a microcréditos.

Con el resto de contenidos que recoge la *Small Business Act*, se contempla una verdadera transformación del panorama de la empresa que tiene sus consecuencias, no sólo en unas mayores posibilidades de creación de empresas, sino además de que el mundo empresarial sea más atractivo por conllevar menor problemática que la existente en la actualidad por la intervención de los poderes públicos.

1.4.3. Programas de la Unión Europea con incidencia en la creación de empresas

Hoy en día, la Comisión Europea a través de la Dirección General de Empresa e Industria y otros organismos, dispone de un amplio elenco de programas de apoyo a las PYMEs²⁸, los cuáles se pueden agrupar en cuatro bloques según

²⁸ Para más ampliar información se puede acceder al documento «Programas de apoyo a las PYME de la Unión Europea», Comisión Europea, DG Empresa e Industria, noviembre de 2009. Disponible en: europa.eu

sean oportunidades temáticas de financiación, Fondos Estructurales, Instrumentos Financieros, Ayudas a la Internacionalización de la PYME o pertenecientes a la Enterprise European Network.

Sin ánimo de ser exhaustivos, en el ámbito de la creación de empresas tienen una trascendencia importante aquellos programas de financiación relacionados con la innovación e investigación por cuanto acogen las iniciativas de apoyo financiero a empresas de base tecnológica y experiencias ligadas a la investigación y la universidad (Spin-Offs), así como el fomento de la política en materia TIC y otras relacionadas (simplificación administrativa, legislación y acceso telemático), que tienen su traducción directa en la simplificación de los procedimientos de los servicios públicos.

Los programas en educación y formación afectan directamente a las acciones que se incorporen en los ámbitos educativos para promover el espíritu emprendedor, haciendo una especial referencia al programa **Erasmus jóvenes emprendedores**, el cual permite a jóvenes que tengan un proyecto de negocio el aprendizaje de empresarios de otros países con experiencia en PYMEs.

Respecto a los Fondos Estructurales, más que ayudas directas a las PYMEs, los principales beneficios y acciones con repercusión en el ámbito del emprendedurismo son la financiación de acciones de formación orientadas al espíritu empresarial, construcción de viveros de empresas, servicios de apoyo y redes, entre otras, mientras que los instrumentos financieros tienen su repercusión en los microcréditos. Los programas de internacionalización se observan como integrantes de la oferta que puede hacer más fácil a los emprendedores el desarrollo de su iniciativa, así como la existencia de la Red Europea de Innovación y Apoyo a Empresas (Enterprise Europe Network) por cuanto sirve a la finalidad de la difusión de información, promoción de la cooperación, transferencia de innovación y tecnología y ayuda a la PYME.

Entre otras actividades que se realizan e impulsan desde la Comisión Europea podemos citar la Semana europea de las PYME, Premios Europeos de la Empresa, Estudios sobre el espíritu empresarial, Programas de formación de futuros empresarios (a través de los Estados), Programas de simplificación de la contratación del primer empleado (simplificación de trámites), Promoción del espíritu empresarial entre las mujeres y las minorías étnicas, fomento de las empresas de economía social, oficios y sucesión de empresas familiares o no, entre otras.

Cuadro 1.10.
Principales programas comunitarios de apoyo a las PYME

1. Oportunidades temáticas de financiación.

Medio ambiente, energía y transporte:

- Life+.
- Marco Polo II (2007-2013).

Innovación e Investigación:

- Programa Marco para la Innovación y la Competitividad (PMCI).
- VII Programa Marco de Investigación y Desarrollo Tecnológico (2007-2013).
- EUREKA – Una red para la I+D orientada al mercado.

Educación y formación:

- Programa de Acción Integrada en el Área de Aprendizaje Permanente.
- Erasmus Jóvenes Emprendedores.

Cultura y Medios de Comunicación:

- CULTURE 2007-2013.
- MEDIA 2007-2013.

Temas de empleo:

- Información, consulta y diálogo social.
- Salud y seguridad en el trabajo.

2. Fondos estructurales.

- Fondo Europeo de Desarrollo Regional.
- Fondo Social Europeo.
- Fondo de Desarrollo Rural.

3. Instrumentos financieros.

- JEREMIE
- JASMINE
- Inversiones propias del Fondo Europeo de Inversiones (FEI)
- Préstamos del Banco Europeo de Inversiones (BEI)
- Herramientas específicas de otros programas (PMCI)

4. Ayuda a la internacionalización de las PYME.

5. Enterprise Europe Network (Red de Innovación y Apoyo a Empresas).