

FOMENTO DEL ESPÍRITU EMPRESARIAL Y NUEVOS PROYECTOS EMPRESARIALES: CLAVES DE DESARROLLO FUTURO

JAVIER GARCÍA DÍEZ¹

El artículo centra su atención en las estrategias de fomento del espíritu empresarial y las posibles actuaciones de mejora que permitan alcanzar una mayor tasa de creación de pequeñas empresas. Para ello se realiza un análisis de las encuestas a emprendedores realizadas por la ADE a través de la línea Emprendedores y el CES de Castilla y León, a la luz de las recomendaciones señaladas por la Comisión de la Unión Europea sobre actuaciones promovidas desde las Administraciones Públicas, de las que se ofrecen algunos ejemplos europeos de mejores prácticas. Finalmente, se plantean las líneas de actuación bajo las que orientar la política de fomento de emprendedores en Castilla y León.

Palabras Clave: CREACIÓN DE EMPRESAS, POLÍTICA INDUSTRIAL, EMPRESA

¹ Agencia de Desarrollo Económico de Castilla y León y León. C/ Duque de la Victoria, nº 23. 47001 Valladolid
e-mail: Jvier.Garcia@st.ade.cict.jcyl.es

I.- INTRODUCCIÓN

La base del crecimiento económico de cualquier economía de mercado que se precie se fundamenta en su capacidad de crear y mantener pequeñas y medianas empresas competitivas.

En este sentido, el desarrollo de Castilla y León depende, en gran medida, de sus futuros empresarios y de la competitividad de sus empresas. La Pyme continuará siendo fuente principal de empleo, cimiento del desarrollo económico de la comunidad, elemento de innovación en la creación de nuevos productos y agente principal en el desarrollo del sector servicios. Estas razones hacen imprescindible la existencia de una población emprendedora que arriesgue e invierta en la creación de nuevas pymes y empleo.

Sin duda, los buenos resultados macroeconómicos son un elemento fundamental a la hora de fomentar el espíritu empresarial, ya que resulta mucho más fácil hacer negocios en un entorno de estabilidad económica y baja inflación. Así, el mercado único tendrá, una repercusión positiva en el crecimiento de la economía, siendo una buena oportunidad para las empresas europeas; reducirá costes y proporcionará un marco estable para los negocios en el extranjero. Además, la libre circulación de mercados, servicios y personas ha abierto a las empresas un mercado de 370 millones de consumidores.

En este marco, los agentes políticos y económicos son cada vez más conscientes de que una de las claves para permitir el aumento del empleo y la competitividad en este favorable entorno macroeconómico en Europa es emprender una actuación general para fomentar el espíritu empresarial, y por tanto la creación de nuevas empresas. En 1995 ya la Comisión presentó un informe al Consejo Europeo de Madrid que contenía un paquete de medidas en favor de las PYME. Desde entonces, las actividades de fomento del espíritu empresarial y asistencia a jóvenes empresarios figuran habitualmente entre las prioridades europeas de las Agencias de Desarrollo más avanzadas.

En esta línea de trabajo, para la Comisión Europea, el fomento de la cultura de empresa exige una doble estrategia: por una parte, supone tomar medidas para que las personas se animen a hacerse empresarios y dotarles de la cualificación necesaria para salir airoso, lo que entraña reformas en los sistemas de educación y formación, cambios culturales y otras tendentes a eliminar los obstáculos a la creación de nuevas empresas. Por otra parte, fomentar el espíritu empresarial implica también la creación de un entorno favorable a la generación, el crecimiento y la transmisión de empresas, lo que entraña una radical simplificación administrativa, la mejora del entorno normativo y financiero y la adopción de medidas de acompañamiento y tutorización.

La estructura del artículo que se presenta en estas páginas incluye el análisis de posibles estrategias de fomento del espíritu empresarial y de la mejora del entorno empresarial.

A continuación, se hace un repaso a aquellos sectores donde se están creando más empresas y de las experiencias puestas en marcha en otros países.

II.- ESTRATEGIAS DE FOMENTO DEL ESPÍRITU EMPRESARIAL

Como punto de partida, se ha de introducir la definición del concepto de espíritu empresarial. Así, según la Comisión Europea es *“un proceso dinámico por el que las personas descubren continuamente las ocasiones de negocio y actúan en consecuencia, inventando, produciendo y vendiendo bienes y servicios con confianza en sí mismo, capacidad de asumir riesgos y dedicación”*.²

Para crear una comunidad empresarial activa y vigorosa hay que empezar por generar un espíritu de empresa y de asunción de riesgos. Es preciso superar muchos prejuicios en el ámbito social, educacional e institucional. Por otra parte, aunque el espíritu empresarial es un componente fundamental del tejido socioeconómico, la sociedad no considera todavía que la actividad empresarial sea una auténtica profesión. Urge, por tanto, la necesidad de una sensibilización de la sociedad.

En este sentido, el Comité Económico y Social de las Comunidades Europeas establece en su dictamen de 27 de mayo de 1998, (COM/1998)222 final) entre las recomendaciones dirigidas a los Estados miembros *“la necesidad de una educación temprana de los jóvenes que les muestre la contribución del espíritu empresarial al desarrollo personal y la función social de los empresarios”*. La Comisión Europea señala que, si deseamos instaurar una cultura y un espíritu empresarial, se debe comenzar en nuestros sistemas primarios de educación y formación.

Partiendo de estas recomendaciones, la Agencia de Desarrollo Económico ha incorporado en su Programa de Creación de Empresas la realización de Seminarios y Cursos en Centros de Enseñanza Secundaria y Universidades, así como jornadas de Creación de Empresas.

Estos seminarios, cursos y jornadas tienen como principal objetivo motivar y preparar a los potenciales emprendedores procedentes de Centros de Formación Profesional, Universidades de la Comunidad y desempleados para crear su propia empresa y fomentar el debate, mostrando experiencias prácticas de empresarios que han conseguido llevar a cabo con éxito su idea de negocio.

Los seminarios impartidos se han tomado como base para la realización de una encuesta³ sobre motivaciones para la creación de empresas para los asistentes a los mismos, cuyos resultados se han comparado sucintamente con los resultados obtenidos por la encuesta llevada a cabo por el Consejo Económico y Social de la Comunidad de Castilla y León a jóvenes empresarios. Nuestro objetivo es comparar el perfil de motivaciones existente entre estos dos colectivos, por un lado, el colectivo de jóvenes potenciales emprendedores y por otro lado, el de los nuevos empresarios.

² Comisión de las Comunidades Europeas: *“Fomento del Espíritu Empresarial en Europa: Prioridades para el futuro”*, COM (1998) 222 final.

³ Para la realización de esta encuesta, se diseñó un cuestionario propio que se cumplimentó por los alumnos de los ciclos formativos asistentes a los Seminarios de Ideas Empresariales (Enseñanza Secundaria, FP y Universidad). El número de encuestados asciende a 378 (sobre un total de 7.063 alumnos asistentes, en esta primera fase) lo que implica un nivel de confianza del 95,5% y un margen de error de +/- 5%.

Para completar esta aproximación, vamos a realizar un análisis de la percepción del autoempleo como salida profesional, de las principales motivaciones para crear una empresa y de las principales dificultades percibidas en orden a la citada creación. Finalmente, expondremos unas conclusiones destacando aquellas actividades prioritarias para fomentar la cultura de empresa.

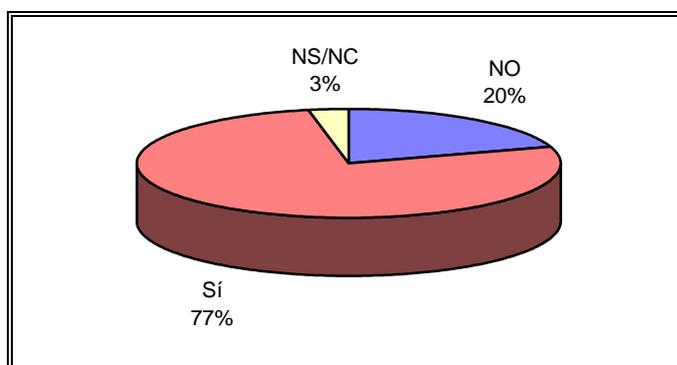
A) Autoempleo como salida profesional

En la Comunidad de Castilla y León

En cuanto al autoempleo como salida profesional en el conjunto de la Comunidad, el 77 % de los encuestados han contestado que contemplan la posibilidad de trabajar por cuenta propia y tan sólo un 20 % no considera esta posibilidad del autoempleo, frente a un 3 % que NS/NC (Véase gráfico 1):

Por tanto, en relación con estos datos podemos decir que, **más del 75 %** de los alumnos de Formación Profesional (Ciclos Formativos) encuestados **consideran esta opción** de iniciar una actividad empresarial.

GRÁFICO 1: CONSIDERACIÓN DEL AUTOEMPLEO EN LA COMUNIDAD



Por provincias

La valoración positiva de la posibilidad de trabajar por cuenta propia, no varía de unas provincias a otras de nuestra Comunidad, obteniéndose los siguientes resultados (Ver cuadro 1)

CUADRO 1: CONTEMPLACIÓN DEL AUTOEMPLEO POR PROVINCIAS

PROVINCIAS	Sí contempla el autoempleo	No contempla el autoempleo	NS/NC
Ávila	74 %	24 %	2 %
Burgos	75 %	21 %	4 %
León	72 %	25 %	3 %
Palencia	68 %	28 %	4 %
Salamanca	82 %	15,5 %	2,5 %
Segovia	80 %	18,5 %	1,5 %
Soria	82 %	15 %	3 %
Valladolid	84 %	14 %	2 %
Zamora	77 %	19,5 %	3,5 %

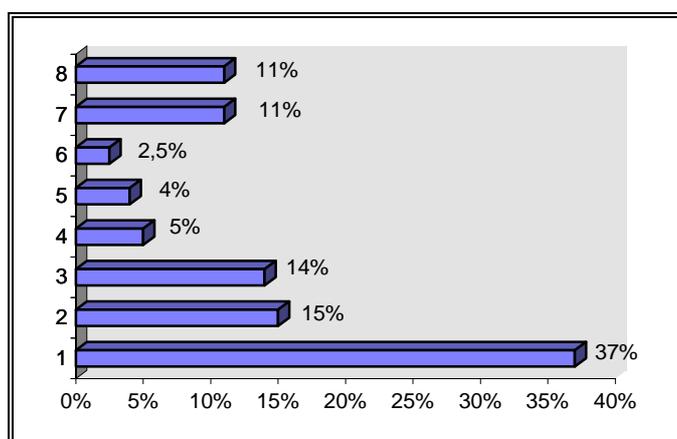
En términos generales, de la observación de estos datos, se puede afirmar que en todas las provincias de la Comunidad **casi un 70 %** de los alumnos encuestados **consideran la posibilidad** de crear su propia empresa.

B).- Principales motivaciones para el autoempleo

En la Comunidad de Castilla y León:

Del análisis del 77 % de los estudiantes encuestados que han contemplado esta posibilidad en nuestra Comunidad, obtenemos como principales motivaciones para crear su propia empresa las siguientes (Ver gráfico 2).

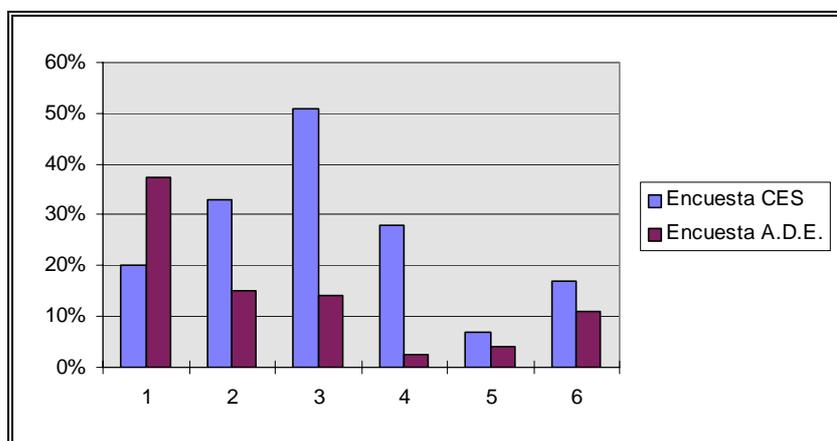
GRÁFICO 2: PRINCIPALES MOTIVACIONES PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS



- | | |
|---------------------------|------------------------------------|
| 1.- Salida Profesional | 5.- Ingresos superiores al trabajo |
| 2.- Independencia laboral | 6.- Antecedentes empresariales |
| 3.- Tener una buena idea | 7.- Otros |
| 4.- Satisfacción personal | 8.- NS/NC |

A continuación, en el gráfico 3 se comparan los resultados obtenidos en la encuesta a estudiantes con los resultados de la encuesta realizada a empresarios por el CES⁴.

GRÁFICO 3. PRINCIPALES MOTIVACIONES PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN EL ESTUDIO DEL CES



- | | |
|-------------------------------------|---|
| 1.- Situación general de desempleo | 4.- Antecedentes empresariales |
| 2.- Independencia laboral | 5.- Ingresos superiores al trabajo por cuenta ajena |
| 3.- Tener una buena idea de negocio | 6.- Otros. |

Del análisis comparativo de ambas encuestas, podemos sacar las siguientes conclusiones:

1.- La motivación principal de los nuevos empresarios para montar su empresa es la *creencia de tener una buena idea de negocio*. Esta motivación es también recogida, aunque en tercer lugar de importancia, por los estudiantes de Enseñanza Secundaria y Universitarios.

Por lo tanto, una de las maneras de identificar e incrementar a los potenciales empresarios dentro de los estudiantes, es el desarrollo de Concursos de ideas dentro de los mismos, posteriormente analizaremos el ejemplo Irlandés que mantiene esa línea de trabajo, así como el proyecto Idea de Ervet - Emilia Romagna, Italia.

2.- *La situación de la necesidad de búsqueda de empleo*- es una de las motivaciones más importantes de los potenciales empresarios, que en bastantes casos se plasma en la creación efectiva de empresas.

3.- *Los antecedentes empresariales en la familia, para los empresarios ya constituidos*, es un importante yacimiento de nuevas vocaciones empresariales. Ello demuestra la importancia de programas de facilitación de la sucesión de la empresa familiar, más si cabe si tenemos en cuenta el número de empresas de este tipo existentes en nuestra región.

⁴ “La Creación de Empresas en Castilla y León y León”. Informe a Iniciativa Propia del Consejo Económico y Social de Castilla y León, aprobado en febrero de 1997.

C) Dificultades o barreras para la creación de empresas

Las barreras o dificultades a la creación de empresas indicadas como más importantes, coinciden en ambos grupos de encuestados, destacando, por un lado, las barreras financieras y por otro lado, la falta de conocimientos o experiencia (formación). Además, los nuevos empresarios resaltan también las barreras administrativas.

CUADRO 2. BARRERAS A LA CREACIÓN DE EMPRESAS

Encuesta del Ces a nuevos empresarios	Encuesta de la Agencia de Desarrollo Económico a estudiantes de enseñanza secundaria y universitaria
1/ Miedo al riesgo	1/ Falta de financiación
2/ Falta de financiación	2/ Administrativas
3/ Falta de conocimientos o Know -How del sector	3/ Falta de conocimientos e información

Por lo tanto, medidas tendentes, por un lado a mejorar la financiación de las nuevas empresas como su mayor capitalización, favorecen la situación de partida de los nuevos empresarios en el mercado y la aparición de nuevas vocaciones empresariales, motivadas por una percepción de menores barreras a la hora de instalarse como empresarios.

D) Estrategias para fomentar el espíritu empresarial

Del análisis de ambas encuestas (encuesta del CES a nuevos empresarios y encuesta de la ADE a potenciales empresarios), así como del análisis de diversos documentos e informes de la Comisión Europea y el Consejo Económico y Social Europeo, podemos concluir las siguientes estrategias:

1.- La sociedad no considera todavía que la actividad empresarial sea una auténtica profesión. Urge la necesidad de una educación y una formación eficaces, basadas en la idea de la posibilidad del autoempleo como posible medio de inserción laboral, fomentado en este sentido los seminarios y acciones de motivación. Paralelamente, se deben establecer campañas para que el espíritu empresarial adquiera un papel social más prominente y positivo.

2.- El potencial empresario puede también renunciar a crear una nueva empresa o trabajar por libre si ello entraña una pérdida de sus beneficios de seguridad social, además de un posible riesgo de quiebra contra el que quizá no tenga protección (así lo pone de manifiesto la encuesta realizada al considerar como una dificultad el “miedo al riesgo”). En este sentido, en Irlanda se ha adoptado como medida la subvención del 50% del salario que percibían para aquellos que abandonen su empleo para crear su propia empresa.

3.- Introducir conocimientos sobre el espíritu empresarial en los programas de los sistemas nacionales de educación y formación. En este sentido, se debería introducir la asignatura de creación de empresas en los planes de estudio de las Universidades, y módulos específicos de cómo realizar un plan de empresas dentro de la asignatura de enseñanza secundaria de Formación y Orientación laboral.

4.- La creación de nuevas empresas en muchas ocasiones se produce con fundamento en una tecnología. En este sentido, resultaría de gran importancia, enlazar los avances tecnológicos de centros de investigación y universidades, con la creación de nuevas empresas. Para ello, se debería fomentar la participación de los centros de investigación como tutores tecnológicos de las nuevas empresas.

5.- Una de las principales barreras para la creación de empresas es la falta de conocimientos y know how del sector. En este sentido, el fomento de la formación a nuevos empresarios y tutoría de empresas de nueva creación, recurriendo a profesionales y redes de empresarios jubilados especializados sectorialmente (programa Mentor), fomenta la aparición de nuevas vocaciones empresariales a través de una percepción de menores barreras para su creación.

III.- ESTRATEGIAS PARA MEJORAR EL ENTORNO EMPRESARIAL.

Como hemos señalado anteriormente, impulsar la creación de empresas implica además de fomentar la cultura de empresa, la creación de un entorno favorable a la generación, el crecimiento y la transmisión de empresas. Ello entraña la necesidad de una simplificación administrativa, la mejora del entorno administrativo y financiero, el acceso a nuevas innovaciones

La Comisión⁵, en este sentido, recoge una serie de actuaciones necesarias a implementar para conseguir una mejora del entorno de los negocios:

A) Simplificación del entorno administrativo

Destaca en este punto la necesidad de adoptar medidas para aligerar las cargas de carácter administrativo, fiscal, social, medioambiental y estadístico que recaen sobre la creación de empresas.

⁵ COM (98) 222 final

B) Lucha contra la morosidad

En este aspecto, la Comisión ha adoptado una propuesta de directiva del Parlamento Europeo y del Consejo⁶ para reducir la demora de los pagos de las empresas y administraciones públicas en Europa.

C) Mejora de la transmisión de empresas

Dentro de este punto, se ha urgido a los Estados miembros para que apliquen las medidas descritas en la Comunicación de la Comisión sobre mejora de la transmisión de empresas⁷. Será preciso prestar especial atención a la mejora del entorno jurídico y fiscal. Los Estados miembros deberán asimismo concentrarse en las medidas de carácter práctico, de modo que las empresas preparen las transmisiones con suficiente antelación y reciban el asesoramiento profesional durante todas las fases del proceso.

D) Mejora de la financiación

Las dificultades de financiación son uno de los obstáculos principales al desarrollo del espíritu empresarial. Los peores problemas obedecen a una excesiva dependencia de los descubiertos bancarios, más incluso que de los préstamos a tipos de interés razonables, la excesiva supeditación al endeudamiento patrimonial y la dificultad de obtener recursos de cualquier género. Como consecuencia de este déficit patrimonial se crean en Europa muy pocas empresas de tecnología y sus perspectivas de crecimiento son limitadas. Asimismo, en comparación con los Estados Unidos, el capital de riesgo está infradesarrollado en muchos países europeos, especialmente en el campo de la financiación inicial.

E) Creación de empresas vinculadas a la innovación y mejora del acceso a nuevas tecnologías

Es necesario aumentar el número y la calidad de las empresas competitivas a escala internacional en los sectores económicos de mayor valor añadido para la economía, como la biotecnología, la informática, el comercio electrónico, la micromecánica y las tecnologías medioambientales y energéticas.

Uno de los obstáculos más frecuentes que sufren las pequeñas empresas y las nuevas empresas es la falta de información tanto sobre las nuevas ideas que surgen en universidades e institutos de investigación, como sobre las posibilidades de transferencia de tecnología y de acceso a los programas de ayuda. Por otra parte, aunque estas industrias son un campo con un elevado potencial económico, en algunas de ellas (biotecnología, comercio electrónico...) existe un desconocimiento total de las oportunidades que ofrecen.

⁶ COM(98) 126 final.

⁷ C(98) 726 DE 24.03.1998.

F) Fomento del espíritu empresarial en la economía social (cooperativas, Sociedades Anónimas Laborales...).

En Europa, la economía social supone el 5% del empleo total y uno de cada cinco de los nuevos puestos de trabajo que se crean corresponde a este campo.

En este campo, la Comisión invita a los Estados miembros a mejorar el entorno jurídico, fiscal y administrativo de la economía social, así como a la creación de redes y de programas especiales de formación en gestión dirigidas a jóvenes empresarios de la economía social.

En Castilla y León, este fomento de la economía social ofrece importantes posibilidades en la transformación de productos agrícolas, que podrá constituir una importante fuente de riqueza y empleo.

IV.- CREACIÓN DE EMPRESAS A PARTIR DE LA LÍNEA DE AYUDA DE EMPRENDEDORES. ANALISIS POR SECTORES

La Agencia de Desarrollo Económico facilita a las nuevas empresas de Castilla y León un apoyo integral, a través de incentivos y ayudas a la inversión, así como servicios para favorecer nuevas iniciativas empresariales e impulsar la modernización, innovación y competitividad del tejido empresarial de la Comunidad, tratando de instrumentar una política económica activa que dé respuesta a las necesidades de las empresas para competir en el mercado mundial.

Estos incentivos y ayudas se estructuran en cuatro programas: Programa de Competitividad, Programa de Desarrollo Tecnológico, Programa de Creación de Empresas y Programa de Internacionalización.

En principio, cualquier nueva empresa puede ser beneficiaria directamente de las líneas de ayuda de los Programas de Competitividad, de Desarrollo Tecnológico y de Internacionalización. Si bien, lo normal es que las nuevas vocaciones empresariales soliciten previamente para su puesta en funcionamiento la línea de ayuda de emprendedores. Por esta razón, es a partir de la misma donde vamos a analizar aquellos sectores a partir de los cuales desarrollan sus actividades los nuevos empresarios.

El objeto de la línea de emprendedores es incentivar el asesoramiento y tutorización de emprendedores dirigido al mejor conocimiento del negocio, la planificación de la empresa a crear y su capacitación para la gestión de la misma, con el fin de favorecer la creación de nuevas empresas.

Hemos de resaltar que serán promocionables dentro de la línea de emprendedores de la Agencia de Desarrollo Económico todos los sectores, a excepción de los incluidos en el ámbito de aplicación del Tratado CECA, construcción y reparación naval, transporte, pesca, los de producción, transformación y comercialización

de productos agrícolas en los que se aplica la normativa 96/C 29/03 de la Comisión Europea. Por lo tanto, no entra como sector subvencionable uno de los principales sectores económicos de nuestra Comunidad, es decir, el sector agroalimentario.

La línea de Emprendedores subvenciona las siguientes actuaciones:

1.- Asesoramiento previo y redacción del Plan de Empresa. El Plan irá dirigido al mejor conocimiento del negocio y a la planificación de la empresa a crear, así como a la capacitación para la gestión de la misma, y debería presentarse con el contenido y alcance que se establezca en la Memoria Técnica facilitada por la Agencia de Desarrollo.

2.- Gastos de constitución y de primer establecimiento, entendiéndose por éstos, los gastos de notaría, registro y liquidación del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados (operaciones societarias).

3.- Tutorización posterior a la creación de la empresa: gastos correspondientes al asesoramiento externo prestado por la Entidad Tutora del Plan de Empresa por un plazo máximo de doce meses, a contar desde la fecha de constitución de la empresa, a petición del solicitante.

El **análisis de los sectores** elegidos por las nuevas vocaciones empresariales, solicitantes de la línea de ayuda de emprendedores, nos muestra los siguientes sectores canalizadores de la inversión de las nuevas vocaciones empresariales:

sectores	%
comercio de proximidad	40'9%
turismo	17'27%
resto sector servicios	8'8%
industria	33,6%

Destaca como fuente de generación de nuevas vocaciones empresariales, el subsector de comercio de proximidad, el turismo (sobre todo el turismo rural) y el subsector de tecnologías de la información (proceso de datos, informática, diseño de páginas web...).

Asimismo, podemos señalar que la cuantía media de inversión en cada sector varía sustancialmente, desde 60.714263 en el subsector turístico a 7.710.911 en el subsector de comercio de proximidad.

sector	inversión media
comercio	7.710.911
resto sector servicios	8.544.908

turismo	60.714.263
industria	14.808.349

Si comparamos los resultados alcanzados, con los nuevos yacimientos de empleo de Castilla y León⁸, observamos como de los principales subsectores receptores de nuevas vocaciones empresariales, a través de la Línea de Emprendedores (comercio de proximidad, turismo y tecnologías de la información y comunicación) todos ellos están incluidos dentro de los nuevos yacimientos de empleo.

Otro ejercicio de gran utilidad, es el análisis de aquéllos sectores donde se concentran aquellas empresas que crecen desde su creación más rápidamente. Con este objetivo, vamos a partir del trabajo “ las empresas gacela de Galicia”, realizado por el Consorcio de la Zona Franca de Vigo, al no existir ningún trabajo realizado en esta línea en nuestra Comunidad.

Como primer inciso, debemos señalar que el término “gacela”⁹ se emplea en el vocabulario empresarial para designar a las empresas que crecen excepcionalmente rápido. En el estudio se consideran empresas gacela a todas aquellas cuyo ritmo de crecimiento ha sido durante los últimos cuatro años superior al 15% anual, lo que significa en desarrollo alto y sostenido durante un período de recesión económica, entre 1990 y 1993, así como las empresas que duplican su volumen de actividad en el citado periodo, aún cuando el incremento en algún año no alcance el 15%, siempre que éste no sea nunca negativo.

Este estudio detecta como sectores donde existen más empresas de alto crecimiento o gacela, los siguientes:

sectores	% total de empresas	% gacelas identificadas
industrias alimentarias	2,8	5,6
mayoristas perecederos	10,2	13,5
servicios comerciales	4,9	8,1

Las razones de la desigual distribución sectorial de las empresas de mayor crecimiento pueden ser estructurales: el carácter de la actividad desarrollada en algunos sectores no facilita la innovación radical o la aventura empresarial sino todo lo contrario; las circunstancias específicas de algunos mercados inhiben la aparición de gacelas y priman la estabilidad y la prudencia. Esto ocurre probablemente en mercados de carácter predominantemente local como los existentes en los sectores de concesionarios de automóviles y gasolineras, o mayoristas de mercancías no perecederas, en los que escasean las gacelas. Puede haber también razones

⁸ “Nuevos Yacimientos de Empleo en Castilla y León”, Junta de Castilla y León, 1999.

⁹ Según un informe publicado en 1994 por Cognetics -una empresa dedicada a la realización de estudios económicos radicada en Cambridge (Massachusetts)- existen aproximadamente 250000 gacelas en USA.. Consideran gacelas a las empresas que han duplicado su tamaño, considerando como variable de dimensión el volumen de ingresos, en los últimos cuatro años.

Dado que su característica principal es el rápido crecimiento, las gacelas han causado en Estados Unidos el 70% del incremento del empleo en los últimos años, aunque su nómina agregada es solamente el 3% del total. Este efecto sobre el empleo es notable, especialmente si se considera que hasta 1993 la economía Norteamericana experimentó como el resto de los países occidentales, un difícil período de recesión.

coyunturales para explicar las diferencias en la distribución sectorial, ya que la crisis económica atravesada en el período de análisis no ha afectado por igual a los diferentes sectores.

V.- MEJORES PRACTICAS EN MATERIA DE CREACION DE EMPRESAS Y GENERACION DE IDEAS DE NEGOCIO EN LA UNION EUROPEA

El estudio de benchmarking realizado por la consultora Netherlands Economic Institute para el gobierno holandés establece, como uno de los principales programas de los organismos de promoción económica de la Unión Europea, el apoyo a la creación de nuevas empresas y al surgimiento de nuevos emprendedores.

Del citado análisis y de diversos estudios comparativo de los servicios prestados por los organismos de promoción económica de la Unión Europea¹⁰ vamos a resaltar como ejemplos de mejores prácticas las siguientes; por un lado, los programas empresarial para titulados y mentor de Enterprise Ireland (Irlanda) y ,por otro lado, el proyecto Idea (Ervet- Emilia Romagna).

A) Irlanda

Enterprise Ireland tiene, asimismo, diversos programas especializados de apoyo, centrados en las necesidades de las empresas de nueva creación, dentro de los cuales vamos a destacar, por un lado, el programa empresarial para titulados y, por otro, el programa Mentor.

Enterprise Ireland reúne las iniciativas claves de marketing, desarrollo empresarial y formación empresarial, a través de las cuales el Gobierno irlandés promueve el crecimiento de la industria y servicios exportables.

Su misión es ayudar a las empresas de Irlanda a desarrollar una Ventaja Competitiva Sostenible, dando lugar a un aumento en las ventas rentables, exportaciones y empleo.

Como ejemplos de buenas prácticas de Irlanda, tenemos, el programa empresarial para titulados y el programa mentor.

• Programa Empresarial para Titulados

Esta iniciativa Regional ofrece un extenso desarrollo empresarial, y ayudas financieras a titulados de Estudios Superiores que en la actualidad estén empleados y deseen crear su propia empresa.

Tienen derecho a solicitar las ayudas:

- Personas con una buena idea de negocios.

¹⁰ "Agencias de Desarrollo en la Unión Europea , y Centro de Empresa e Innovación,1998".

- Personas con al menos 2 - 3 años de experiencia laboral. Estas personas deben estar en posesión de una licenciatura o diploma de cualquier disciplina.
- Las personas que vuelven a Irlanda después de haber trabajado fuera.

Las características del Programa son:

- 50 % del salario para aquellos que abandonan el empleo (hasta un máximo de 15.000 libras).
- Financiación disponible para apoyar el desarrollo de prototipos, investigación de mercado, etc.
- Mentor individual para el 1º año.
- Espacio para la mesa de despacho, uso del ordenador, teléfono y otros servicios de apoyo.
- Formación en grupo en todas las áreas de desarrollo empresarial como el marketing, las finanzas, etc.
- Acceso a servicios profesionales como contables, asesoramiento legal y empresarios de capital-riesgo.
- Acceso a instalaciones de Escuelas Superiores y a conocimientos especializados.

Como complemento a este programa se establece un Premio Empresarial de estudiantes, con el que Enterprise Ireland quiere potenciar que los estudiantes desarrollen ideas de negocio.

- **Programa Mentor**

Este programa proporciona a las pequeñas y medianas empresas (especialmente a las de nueva constitución) acceso a los conocimientos especializados, experiencia y contactos con altos cargos directivos que se han jubilado, están a punto de jubilarse o que por cualquier otra razón disponen de tiempo para ayudar a tales empresas a desarrollarse .

B) Emilia Romagna (Italia)

ERVET, constituido en 1974, es el instrumento que se ocupa de actuar la política económica e industrial de la Región de Emilia Romagna y traduce la programación regional en acciones operativas, elaborando y realizando, junto a las fuerzas económicas, proyectos innovativos.

El panorama de sus actividades, bastante amplio y variado, se puede resumir en tres grupos de proyectos:

- 1.- Valorización del tejido empresarial.
- 2.- Valorización económica y social del territorio.
- 3.- Asistencia técnica a la Región Emilia-Romagna.

Dentro de estas actividades se enmarca el programa IDEA, ejemplo de la plasmación de ideas en proyectos concretos.

- **Proyecto IDEA**

El Proyecto Idea - Ideas Innovativas para Minusválidos y Ancianos, es una iniciativa diseñada y realizada por ERVET Polotiche per le Imprese Spa, con el patrocinio del Ministerio para la familia y los Asuntos Sociales y la participación de entes públicos y sujetos privados.

El objetivo del proyecto es estimular la ideación, el diseño y la comercialización de instrumentos y auxilios capaces de mejorar la calidad de vida de personas minusválidas y personas ancianas, solicitando el cruce entre demanda y oferta de tecnologías innovativas y acercando de este modo, el mundo del usuario al mundo de la producción.

La iniciativa, a partir de las necesidades de personas ancianas y minusválidas, tiene por objetivo estimular soluciones que se transformen en productos a introducir en el mercado.

El proyecto se desarrolla en tres fases sucesivas:

- La primera fase, el sondeo de las necesidades que las personas ancianas y minusválidas encuentran en su vida cotidiana.

- La segunda fase, actualmente en curso, se dirige a los ciudadanos inventores, al mundo de la investigación, y a las empresas, sobre todo pequeñas y medianas, de la región de Emilia-Romagna.

Por medio de dos bandos de participación distintos (uno dirigido a los ciudadanos, inventores, y profesionales , y otro a las empresas) se invita a los interesados a diseñar, producir y comercializar productos y soluciones innovativas. El objetivo de la Fase primera de IDEA era efectuar un seguimiento sobre las necesidades que las personas ancianas y minusválidas encuentran en su vida diaria. El objetivo de la segunda Fase es estimular la realización de proyectos y la producción de instrumentos y/o sistemas que ayuden a resolver las dificultades de vivir cotidianamente.

VI.- CONCLUSIONES

El desarrollo económico y social de Castilla y León depende de sus futuros empresarios y de la competitividad de sus empresas.

La creación y desarrollo de nuevas Pymes continuarán siendo fuente principal de empleo, cimiento de la economía de Castilla y León, y elemento de innovación en la creación de nuevos productos y en el desarrollo de nuevos servicios.

Para, la consecución de estos objetivos, hay que empezar por generar un espíritu de empresa y de asunción de riesgos, y un entorno favorable a la creación de empresas.

En este sentido, es necesario establecer las siguientes estrategias:

1.- Instaurar una cultura y un espíritu empresarial en los sistemas primarios de educación y formación.

2.- Dado que una gran parte de la población estudiantil (Enseñanza Secundaria y Universidad) contempla la posibilidad del autoempleo como salida profesional, es necesario estimular el proceso de obtención de ideas empresariales y su plasmación práctica. En este sentido, un ejemplo de “ buena práctica” es el proyecto IDEA (Emilia-Romagna-Italia) y los Premios Empresariales de estudiantes.

3.- Es necesario continuar potenciando, por todos los estamentos implicados, la obtención de conocimientos necesarios y Know-How del sector para facilitar la creación de empresas.

En este sentido, sería necesario compatibilizar la impartición de cursos generalistas de creación de empresas, con cursos especializados: comercio de proximidad, turismo y nuevas tecnologías de la información.

Asimismo, una buena práctica de transmisión de Know-How del sector, es el programa Mentor (Irlanda), donde se aprovechan los conocimientos sectoriales de directivos retirados.

Tampoco podemos olvidar, la necesidad de introducir una tutorización tecnológica a determinados proyectos del programa emprendedores, porque su correcta elección condiciona la viabilidad de la empresa.

4.- Una fuente importante de vocaciones empresariales, son los antecedentes empresariales en la familia. Por ello, una estrategia favorable hacia la sucesión de la empresa familiar y el relevo generacional, es fuente de continuidad en la generación de riqueza y empleo para la comunidad. Por lo tanto, se debería fomentar el desarrollo por las empresas familiares de protocolos de sucesión.

5.- Las dificultades financieras en orden a la creación de empresas destacadas como más importantes, coinciden tanto para los nuevos empresarios como para los estudiantes de enseñanza secundaria y Universidad.

En este sentido, el fomento del capital semilla y de los avales a nuevas empresas deben ser un elemento clave en la mejora de la estructura financiera de las nuevas empresas.

6.- Tras la fase de creación, es importante continuar con un seguimiento y tutorización posterior para garantizar la continuidad de la empresa(Programa Mentor-Irlanda) y un programa de mejora tras un año de su creación, en la estructura organizativa de la pyme (Programa de continuidad).

7.- Sería necesario crear un programa específico de creación de empresas en la industria agroalimentaria, que serviría para valorizar materias primas rurales, fomentando el desarrollo económico de zonas rurales.

8.- Una importante fuente de creación de empresas son las subcontrataciones de grandes empresas.Por lo tanto, debía fomentarse esta actuación en planes concertados con las grandes empresas.