



COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS

Bruselas, 19.10.2003

INFORME DE SÍNTESIS

El debate público suscitado por el Libro Verde sobre el espíritu empresarial en Europa

INFORME DE SÍNTESIS

El debate público suscitado por el Libro Verde sobre el espíritu empresarial en Europa

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN.....	3
1.1.	Principales características de las respuestas.....	4
2.	PRINCIPALES TENDENCIAS DE LAS RESPUESTAS A LAS DIEZ PREGUNTAS	5
2.1.	Objetivos más importantes de la política de fomento del espíritu empresarial.....	5
2.2.	Disponibilidad de financiación	7
2.3.	Factores que influyen en el crecimiento.....	9
2.4.	Formación y apoyo.....	11
2.5.	Condiciones en los países en vías de adhesión y candidatos.....	12
2.6.	Equilibrar los riesgos y las recompensas	13
2.7.	Adquisición de una empresa	14
2.8.	Empresas semilla	16
2.9.	Educación en el espíritu empresarial	17
2.10.	Promoción del espíritu empresarial	19
3.	CONCLUSIONES.....	20
3.1.	Conclusiones generales.....	20
3.2.	Retos principales	21
3.3.	Sugerencias sobre el enfoque y la aplicación	23

Anexo

1. INTRODUCCIÓN

El **espíritu empresarial** es el motor de la innovación, la competitividad, la creación de empleo y el crecimiento. Es capaz de convertir nuevas ideas innovadoras en empresas de éxito de los sectores de la alta tecnología y sacar partido del potencial personal de los grupos más desfavorecidos para que creen sus propios puestos de trabajo y encuentren un lugar mejor en la sociedad.

Sin embargo, datos recientes señalan que Europa no aprovecha suficientemente su **potencial empresarial**. Según una encuesta Eurobarómetro realizada en 2002¹, los estadounidenses son tres veces más emprendedores que los europeos. Las empresas europeas crecen a un ritmo más lento y en la década de los noventa sólo una de cada veinte PYME podía recibir el calificativo de «gacela», frente a una de cada cinco estadounidenses.

Tras reconocer la necesidad de transformar radicalmente la economía, el **Consejo Europeo** de Lisboa (2000) fijó unos ambiciosos objetivos con el fin de mejorar los resultados en materia de empleo, reforma económica y cohesión social. Ese mismo año, el Consejo adoptó la Carta europea de la pequeña empresa, en la que se insta a los Estados miembros y a la Comisión a adoptar medidas de apoyo a la pequeña empresa².

En este contexto de cambios dinámicos, la Comisión lanzó un **debate** sobre la política de fomento del espíritu empresarial, con el fin de garantizar que el enfoque político continúa siendo el adecuado. El primer paso de este proceso consistió en la publicación del **Libro Verde** sobre el espíritu empresarial, con el que se pretendía exponer a consulta pública una serie de cuestiones importantes. El **Libro Verde** planteó a la gama más amplia posible de interesados dos preguntas: **cómo hacer que surjan más empresarios** y **cómo orientar más empresas hacia el crecimiento**. Al enfocar el espíritu empresarial como una actitud, el Libro Verde amplió el alcance de la política empresarial, yendo más allá de la eliminación de las barreras que impiden el desarrollo y el crecimiento empresarial, con el objetivo de lograr que más personas deseen convertirse en empresarios y se preparen para ello.

El Libro Verde planteó diez **preguntas** en el marco de tres **pilares** de acción:

- Derribar las barreras que obstaculizan el crecimiento y el desarrollo empresarial.

¹ Flash Eurobarómetro 134, «Entrepreneurship», noviembre de 2002.

² La *Carta europea de las pequeñas empresas*, refrendada en el Consejo Europeo de Feira de los días 19 y 20 de junio de 2000, cubre diez áreas clave: educación y formación en el espíritu empresarial; aceleración y abaratamiento de la puesta en marcha de empresas; mejora de la legislación y la reglamentación; disponibilidad de habilidades; mejora del acceso en línea; mejor aprovechamiento del mercado único; fiscalidad y cuestiones financieras; promoción de la capacidad tecnológica de las pequeñas empresas; uso de modelos de empresa electrónica próspera y apoyo de alto nivel a la pequeña empresa, y desarrollo de una representación más fuerte y eficaz de los intereses de las pequeñas empresas a escala comunitaria y nacional.

- Equilibrar los riesgos y las recompensas de la iniciativa empresarial.
- Una sociedad que valora la iniciativa empresarial.

El Libro propuso un **enfoque coordinado** entre los responsables políticos europeos, nacionales y regionales, con el fin de ofrecer una respuesta coherente a las necesidades de los empresarios.

En la actualidad, la Comisión está elaborando un **Plan de acción** basado tanto en los resultados del presente informe como en la gran diversidad de las respuestas dadas a las preguntas del Libro Verde y en los frutos de su trabajo actual.

El Plan de acción, que se presentará a finales de 2003, servirá de base para continuar con los programas de apoyo de la Comisión en favor de la PYME y el espíritu empresarial y orientará la elaboración de futuras políticas en colaboración con los Estados miembros, las regiones y las organizaciones empresariales y profesionales.

1.1. Principales características de las respuestas

El Libro Verde consiguió estimular el debate entre un amplio grupo de interesados. El Libro se incluyó en el programa de un gran número de conferencias, seminarios y reuniones, muchos de los cuales se organizaron expresamente para tratar este asunto. Se recibieron contribuciones escritas de autoridades públicas nacionales, regionales y locales, organizaciones empresariales, proveedores de servicios de apoyo a las empresas, particulares, universidades y círculos académicos. Se han recibido unas **240 respuestas** de 25 países (europeos y asiáticos, así como de los Estados Unidos). En conjunto, en las respuestas hubo un buen equilibrio geográfico y entre los distintos grupos de interesados³.

Los resultados de la **consulta pública** desempeñarán un papel crucial en el futuro establecimiento de un programa político en favor del espíritu empresarial. Además de destacar prioridades, las respuestas ofrecieron información abundante sobre espíritu empresarial y buenas prácticas políticas. Los participantes en el debate compartieron sus prácticas y aportaron nuevas ideas, propuestas concretas y experiencias políticas. Este informe resume las aportaciones recibidas en respuesta a cada pregunta, si bien pueden consultarse en línea⁴ todas las respuestas recibidas en formato electrónico.

El presente informe ofrece una visión general concisa de los resultados del debate público suscitado por el Libro Verde sobre el espíritu empresarial. No recoge las reacciones de la Comisión a las respuestas.

³ Más datos en el anexo.

⁴ http://europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/green_paper/index.htm.

2. PRINCIPALES TENDENCIAS DE LAS RESPUESTAS A LAS DIEZ PREGUNTAS

2.1. Objetivos más importantes de la política de fomento del espíritu empresarial

¿Cuáles deberían ser los objetivos más importantes de un programa en favor del espíritu empresarial en la Unión Europea y qué relación deberían tener con otras ambiciones políticas? ¿Cómo se podría construir un modelo del espíritu empresarial en una Europa ampliada?

La cuestión política que más repetida en las respuestas a esta pregunta fue la necesidad de **reducir las cargas administrativas y normativas**. Éstas afectan de manera desproporcionada a las PYME, que no pueden costear la contratación de personal especializado para encargarse de normas y procedimientos complejos. Se comentó, entre otras cosas, la necesidad de mejorar la calidad de la legislación mediante evaluaciones de impacto y la participación de las PYME en el proceso de elaboración de las políticas. Un mayor uso de las TIC mejoraría la comunicación con las administraciones públicas y simplificaría procedimientos tales como la inscripción de las empresas en el registro.

Convendría facilitar a las empresas el **acceso a la financiación** en las diferentes etapas de desarrollo (fase previa a la creación, puesta en marcha, traspaso, crecimiento, etc.) y en distintos sectores. En particular, el mercado europeo de capital riesgo precisa un mayor desarrollo.

Las respuestas confirmaron el efecto desmoralizador que ejercen los **impuestos** en el crecimiento empresarial. Muchos de los que han participado en la consulta propusieron incentivos o recortes fiscales para apoyar la creación y expansión de las empresas, como, por ejemplo, en caso de reinversión de beneficios. Sería conveniente eliminar las distorsiones fiscales del mercado interior y simplificar la recuperación del IVA dentro de la Unión Europea.

El **mercado de trabajo** se considera problemático. La política ha de abordar la escasez de determinadas competencias en el mercado y aumentar la flexibilidad del Derecho laboral, de manera que las empresas puedan adaptarse a las circunstancias cambiantes.

La formación y el apoyo, especialmente de los nuevos empresarios, se consideraron requisitos indispensables para que éstos posean los conocimientos y habilidades adecuadas para dirigir sus empresas. Se reconoció la importancia de los viveros para las nuevas empresas durante ese difícil primer periodo. Sería conveniente aumentar la disponibilidad de mentores/guías que apoyaran a los empresarios durante el desarrollo de sus empresas.

Otras prioridades también importantes son el fomento de la **innovación** y la **internacionalización** de las empresas. Asimismo, convendría facilitar el acceso de las empresas a la investigación y el desarrollo a través, por ejemplo, de la simplificación del acceso a los programas de investigación de la UE y la reducción de los costes para la obtención y protección de los derechos de propiedad intelectual. Las agrupaciones podrían facilitar tanto el intercambio de conocimientos entre investigadores y empresarios como la exploración de mercados extranjeros mediante la realización de esfuerzos conjuntos.

Los participantes señalaron que la **protección social** tiende a ser más generosa con los empleados que con los empresarios independientes, lo que merma el atractivo de la carrera empresarial. Convendría reducir la discriminación existente en cuanto a derechos sociales y simplificar el paso de un estado a otro (de empleado a empresario y viceversa). Aunque el miedo al fracaso empresarial explica la reticencia de muchos a convertirse en empresarios, la política puede mitigar las consecuencias negativas de las situaciones concursales y permitir la reanudación de la actividad empresarial.

Muchos de los participantes percibieron la necesidad de estimular en la opinión pública **actitudes más favorables** al espíritu empresarial. Para ello se sugirió presentar una **imagen del espíritu empresarial** más realista, por ejemplo, con una muestra de sus distintas formas. Gracias a esta iniciativa se puede incitar a más personas de entornos y aspiraciones distintas a crear una empresa que se ajuste a sus competencias y expectativas. Los participantes sugirieron que se reflejara ese elevado número de empresarios responsables que se toma en serio las necesidades de la sociedad. Además de difundir los casos de éxito y proponerlos como modelo, se podría ofrecer una visión equilibrada de los empresarios en situación concursal, con el fin de abordar la estigmatización asociada a ésta.

La **educación en el espíritu empresarial** debería formar parte de los programas escolares, de modo que los más jóvenes tengan la oportunidad de aprender sobre el tema, adquirir competencias empresariales y plantearse la carrera empresarial como una opción interesante. Por otra parte, muchos participantes consideran que las competencias empresariales constituyen unas aptitudes personales valiosas y beneficiosas incluso cuando se opta por otra carrera.

En general, los participantes resaltaron la necesidad de tener en cuenta la **diversidad** de necesidades de los distintos tipos de empresarios (por ejemplo, las mujeres, las minorías étnicas), en los distintos sectores (el de las empresas innovadoras, tradicionales, gacelas, microempresas, empresas de la economía social, etc.). Además, la divergencia de la infraestructura económica obedece a las fuertes diferencias existentes entre las necesidades de las distintas regiones (por ejemplo, regiones remotas, zonas urbanas).

Para aumentar la **eficacia de la política**, se debería consultar a las PYME durante la elaboración de la legislación y las políticas que les afectan. Convendría reforzar el papel del Representante de la Comisión para las PYME (the Commission SME Envoy) y de la herramienta para la Elaboración Interactiva de las Políticas (IPM – Interactive Policy Making tool).

La mayoría de los participantes confirmaron las opiniones de la Comisión sobre el valor añadido de un **enfoque coordinado**, en el que cada nivel político desempeña un papel determinado. La Comisión Europea está bien situada para crear una plataforma de intercambio de buenas prácticas en Europa, pero el apoyo y el asesoramiento se prestan mejor a escala nacional e incluso regional, pues es ahí donde se pueden conocer mejor las necesidades y retos específicos de los empresarios.

Se plantearon otras medidas, tales como la celebración de reuniones del Consejo Europeo sobre PYME, la creación de la figura de Comisario o Ministro encargado

del espíritu empresarial, el establecimiento de un grupo operativo para la constitución de sinergias y la racionalización de los distintos ámbitos políticos y una evaluación del impacto de las políticas y programas de fomento del espíritu empresarial. El método abierto de coordinación podría mejorarse con un seguimiento más coherente de las recomendaciones basado en el uso de objetivos y cuadros de indicadores. Convendría garantizar una flexibilidad suficiente para, así, establecer prioridades adecuadas a cada Estado miembro o región. Los informes sobre los progresos alcanzados en la aplicación del Plan de acción deberían integrarse en el mecanismo, que ya existe, cuyo objetivo es informar sobre la ejecución de la Carta europea de la pequeña empresa. La Unión Europea sólo tendría que tomar medidas cuando el principio de subsidiariedad lo justificase.

2.2. Disponibilidad de financiación

¿Cómo se puede mejorar la disponibilidad de financiación (medidas fiscales, asociaciones entre el sector público y el privado, mejores balances, garantías) y qué alternativas a los préstamos bancarios convendría promover (inversores informales arrendamientos financieros, gestión y compra de deudas y microcréditos de prestamistas ajenos al sector bancario)? ¿Cómo pueden los empresarios recibir apoyo para obtener financiación externa?

La mayoría de los comentarios versaba sobre la **fiscalidad** de empresas e inversores, el **refuerzo de la base del capital propio de las empresas** y la promoción de **garantías sobre préstamos**. Habría que permitir que las **fuerzas del mercado** funcionaran y la política debería garantizar la no discriminación entre las distintas formas de financiación mediante impuestos, cargas o condiciones burocráticas. Se apoyó de manera generalizada la aplicación de una **fiscalidad más favorable** a las empresas incipientes y jóvenes. La necesidad de simplificar el **acceso de las PYME a la asistencia financiera** fue ampliamente respaldada. Los problemas específicos con los que se enfrentan los grupos de empresarios desfavorecidos también son motivo de preocupación.

Se mencionó con frecuencia la necesidad de **reforzar la base del capital propio de las empresas**. Algunos participantes destacaron que las empresas de crecimiento rápido contribuirían al crecimiento y a la creación de empleo, por lo que sus necesidades deberían ocupar un primer plano. No obstante, existe una necesidad general de aumentar el capital propio de todas las PYME. Contar con un capital de base más fuerte ayuda a impulsar el crecimiento y a mejorar la posición de una empresa en los sistemas bancarios de clasificación. Para aumentar el capital propio puede recurrirse a los beneficios no distribuidos, a inversores individuales informales o a fondos de capital riesgo. Son muchos los que optan por los beneficios no distribuidos, cuyo régimen fiscal se puso en repetidas ocasiones como ejemplo de obstáculo a la autofinanciación.

La promoción de la inversión individual, en particular la de **inversores informales** (business angels), fue ampliamente respaldada, sobre todo si va acompañada de desgravaciones fiscales. Los amigos o la familia suelen invertir en las empresas, sean del tipo que sean, pero el resto de los inversores informales se interesan sobre todo por las empresas de crecimiento rápido. También es preciso abordar la falta de información acerca de la financiación que pueden ofrecer los inversores informales.

Se destacó la necesidad de seguir desarrollando los **mercados de capital riesgo** europeos, en particular la **financiación de siembra**. En los comentarios se señaló que para obtener financiación a través de fondos de capital riesgo se necesita un mercado único plenamente operativo en el que haya distintos inversores institucionales, como los fondos de pensiones, que no estén sujetos a restricciones arbitrarias. Las garantías de capital y una estructura de fondos paneuropea podrían facilitar la obtención de fondos y las inversiones.

La **falta de información y sensibilización** sobre alternativas de financiación supone un gran problema para las PYME. Otro es la asimetría de la información entre los inversores y los empresarios. La clasificación general y la tecnológica en particular se citaron como herramientas que pueden ayudar a las empresas en este sentido. La información general sobre la financiación que impulsan, por ejemplo, las redes empresariales y de financiación se debería organizar en torno a ventanillas únicas. Una mayor información y preparación en materia de financiación podría también ayudar a algunos empresarios a superar su reticencia a dejar en manos de inversores externos el control de su empresa.

Para obtener capital inicial se puede hacer uso de **garantías y garantías mutuas** que faciliten el acceso a los préstamos bancarios. No obstante, una de las cuestiones que más se comentó fue la necesidad de simplificar el acceso de los empresarios a los instrumentos de garantía. En general, se consideró que los mecanismos para la distribución del riesgo entre los sectores público y privado constituían una buena medida de apoyo a la obtención de capital inicial.

Los **micropréstamos** con garantías públicas se consideraron muy adecuados en las fases iniciales del desarrollo empresarial. En este sentido, también se hizo referencia a los préstamos subordinados, como una alternativa a la financiación de capital propio y a las bonificaciones de intereses de los préstamos para las PYME. Asimismo, se propuso el uso de las garantías para respaldar los préstamos bancarios a PYME.

Si bien no se consideró aconsejable que las PYME dependieran excesivamente de los préstamos bancarios, se propusieron muchas soluciones al vacío de información existente entre bancos y PYME. En muchos países convendría **mejorar la formación de los empleados de banca encargados de los préstamos** que han de tratar con las PYME. Los empresarios han de estar mejor preparados para presentar sus proyectos de una manera que responda a las necesidades de los bancos e inversores.

Los esfuerzos de la Unión Europea por crear un **mercado único de capital riesgo y servicios financieros** recibieron un apoyo unánime, al igual que el uso de los casos de mejores prácticas para promover el cambio en los Estados miembros. Se sugirió que los futuros proyectos Best abordaran los obstáculos fiscales y normativos más importantes para las PYME.

Preocupan los efectos de las **nuevas normas de adecuación de capital para los bancos (Basilea II)**, por lo que algunos participantes sugirieron que se crearan asociaciones y se elaborara un código de conducta para bancos y PYME.

Para apoyar la **investigación y el desarrollo**, es preciso que el gasto correspondiente se entienda como una inversión amortizable en varios años. Algunos participantes

desearían que las **normas europeas sobre ayudas estatales** fueran más flexibles en casos como el de las empresas innovadoras en crecimiento.

Se concedió gran importancia a **los mercados de capital regionales**, pues proporcionan financiación y liquidez a escala local y fomentan el espíritu empresarial en las regiones periféricas. Se destacó el uso de intermediarios locales y de **instrumentos a la medida de las necesidades nacionales, regionales y sectoriales**. Los instrumentos comunitarios de capital riesgo orientados a ámbitos sociales o regionales constituyen un ejemplo muy útil. Los **servicios regionales** se deberían combinar para lograr la cooperación de los proveedores de financiación y asesoramiento y la creación de ventanillas únicas para el apoyo y la financiación de empresas.

2.3. Factores que influyen en el crecimiento

¿Cuáles son los factores que más dificultan el crecimiento (el [no] reconocimiento mutuo y las normas comunitarias o su [no] aplicación a escala nacional, las disposiciones fiscales nacionales o la situación de los mercados de trabajo)? ¿Qué acciones son más adecuadas para apoyar el crecimiento y la internacionalización (misiones comerciales, análisis del mercado, creación de agrupaciones y redes, servicios de información y consultoría)?

Las respuestas revelaron un amplio abanico de obstáculos al crecimiento, que varían de un país a otro. Una vez más, los participantes plantearon la necesidad de una **simplificación administrativa** y de **consultas sistemáticas con las PYME**, especialmente a través de sus organizaciones representativas, antes de introducir nuevas normativas. Muchos de ellos apelaron al principio de «pensar primero en lo pequeño», que garantiza la realización de una sólida **evaluación del impacto** y una **normativa mejor**. El recientemente aprobado Plan de acción para legislar mejor⁵ se debe aplicar plenamente. Se propuso la creación de «unidades de mejora de la regulación» en las instituciones de la UE, con la misión de coordinar las revisiones de la reglamentación y garantizar que se tienen en cuenta todas las consecuencias de las propuestas legislativas para las PYME. Es preciso poner en marcha procesos dirigidos a identificar y eliminar las normativas obsoletas o mal diseñadas.

Algunos defendieron un mayor uso de **alternativas** a la normativa tradicional, como la educación y la sensibilización, los códigos de conducta o las evaluaciones comparativas. Otros lamentaron que en la normativa no se tenga en cuenta el **tamaño de las empresas** y pidieron la aplicación coherente del Plan de acción relativo a la mejora del Derecho de sociedades y la gobernanza empresarial⁶, que la Comisión ha publicado recientemente y en el que reconoce la necesidad de distinguir entre categorías de empresas en futuras iniciativas relativas al Derecho de sociedades de la UE.

⁵ Comunicación de la Comisión: Plan de acción «Simplificar y mejorar el marco regulador», COM (2002) 278 final, 05.06.2002.

⁶ Comunicación de la Comisión: Modernización del Derecho de sociedades y mejora de la gobernanza empresarial en la Unión Europea. Un plan para avanzar, COM (2003) 284 final, 21.5.2003.

Muchos participantes consideraron que el mercado interior todavía no es una realidad para todas las empresas de la Unión Europea. La fragmentación del entorno fiscal y jurídico de la UE se traduce en unos costes elevados de transacción para las actividades paneuropeas. La aplicación incorrecta del **principio de reconocimiento mutuo** impide a las empresas aprovechar todas las ventajas del mercado interior. Es más, la ejecución incompleta o nula de la legislación relativa al mercado interior distorsiona la competencia y obstaculiza las operaciones empresariales a escala comunitaria.

Una vez más, la complejidad de la administración y los niveles de **fiscalidad** merman el crecimiento empresarial. El uso de un **tipo único** (reducido y normalizado) de **IVA** en toda la Unión Europea simplificaría las transacciones y la recuperación. De igual modo, **un impuesto sobre las transmisiones patrimoniales único** facilitaría los trasposos de empresas a escala transnacional.

Además de la falta de flexibilidad y la **complejidad de las normas del mercado laboral**, existen otros factores que dificultan el crecimiento, como los elevados costes laborales, los contratos complejos y la movilidad limitada.

Facilitar el **acceso de las PYME a la contratación pública** ayudaría a su crecimiento en los mercados nacionales. Convendría que las autoridades públicas garantizaran un acceso igualitario de las PYME a los contratos del sector público e intentaran aumentar la participación de estas empresas en licitaciones.

Por último, algunos participantes hicieron referencia a la importancia creciente que está adquiriendo la **subcontratación** en Europa. Podría ser necesario elaborar unas directrices al respecto. Los cambios contractuales no compensados y **las demoras en el pago** son sólo un ejemplo de los problemas actuales. Las PYME suelen ser las más afectadas por las demoras de pago, sobre todo en caso de subcontratación.

La **explotación del conocimiento y la innovación** se menciona en varias ocasiones como motor del crecimiento de las PYME. Convendría intensificar la relación entre la base científica y la PYME. El informe de la Comisión titulado *Good Practice in Industry-Science Relations*⁷ (Buenas Prácticas relativas a las relaciones entre Industria y Ciencia) debería difundirse ampliamente entre las universidades y los intermediarios que prestan servicios a PYME. La **creación de redes** también fomenta la transferencia de conocimientos y puede generar oportunidades empresariales

La adquisición de **competencias empresariales** ayuda a convertir la innovación en éxito comercial. Las universidades podrían introducir módulos de enseñanza sobre creación de competencias empresariales entre los científicos. Se podría ofrecer a estudiantes e investigadores la posibilidad de adquirir experiencia laboral. Asimismo, podría fomentarse la explotación comercial de los resultados de la investigación.

⁷ *Competitiveness and benchmarking - Good practice in industry-science relations*, 2002 - 46 pp. - 21 x 29,7 cm; ISBN 92-894-3710-3; Cat. No: NB-43-02-939-EN-C.

Los responsables políticos deberían redoblar sus esfuerzos para garantizar un mejor **acceso a los fondos públicos destinados a I+D**. Muchos participantes respaldaron la propuesta de la Comisión de introducir exenciones por categorías a las ayudas estatales por I+D que se conceden a las PYME⁸. La dificultad y el coste que conlleva la **protección de la propiedad intelectual y las patentes** siguen representando una importante barrera al crecimiento que probablemente la futura patente comunitaria no logrará derribar.

La **internacionalización de las PYME** puede fomentarse mediante la creación de **agrupaciones** de empresas del mismo sector. Este sistema puede ayudar a los empresarios a aumentar su capacidad de innovación y a forjar vínculos estratégicos en la cadena de suministros. Las agrupaciones de éxito facilitan el acceso a la información, la implantación de representaciones conjuntas en el extranjero, la creación de marcas y la comercialización conjunta, el acceso a la formación y la distribución de riesgos y costes.

El apoyo en forma de **asistencia al comercio** en los mercados exteriores a Comunidad se consideró un factor decisivo para el crecimiento fuera del mercado interior. En este sentido se propusieron diversas medidas: asistencia a empresarios que invierten en el extranjero, estructuras de apoyo *in situ* para importadores y exportadores e instrumentos de información para las empresas que operan en el extranjero. Para facilitar el comercio transfronterizo, convendría que las PYME tuvieran acceso a un sistema eficaz y económico de resolución de litigios. Un **sistema alternativo de resolución de conflictos** a escala europea, simplificado, rentable y eficaz, podría aportar beneficios considerables.

2.4. Formación y apoyo

Para garantizar la elevada calidad de los negocios, ¿qué formación y apoyo debería ofrecerse en la creación de una nueva empresa (formación básica obligatoria o voluntaria, viveros, mentores) y el desarrollo de las existentes (redes, cursos, apoyo de mentores/guías, enseñanza a distancia, por ejemplo vía Internet)? ¿Deberían ofrecerse servicios a la medida de las necesidades de determinados grupos (mujeres, minorías étnicas, personas desempleadas o en posición desventajosa dentro de la sociedad) o empresas (actividades basadas en el conocimiento)? ¿Debería mejorarse la calidad de la prestación de servicios de apoyo (usando las TIC, normas profesionales)?

Convendría mejorar la calidad de los **servicios de apoyo**, en particular los de carácter público. Estos servicios públicos deberían completar el apoyo prestado por el sector privado. En caso de necesidad de intervención pública, muchos participantes sugirieron la combinación de asociaciones entre el sector público y el privado. Es preciso adaptar los servicios a las necesidades de los clientes (un mismo tamaño no vale para todos) y evaluarlos con regularidad.

⁸ Comunicación de la Comisión al Consejo: Informe provisional sobre la reducción y reorientación de la ayuda estatal, COM (2002) 555 final, 16.10.2002.

La mayoría de los participantes destacó la importancia de la **formación**. Los programas de formación dirigidos a consultores empresariales podrían mejorar la calidad de los servicios de apoyo. Los mentores podrían ayudar a diseñar el plan de negocio. Algunos participantes estimaron que la creación de una nueva empresa debería ir acompañada de una formación obligatoria, mientras que los detractores de esta idea argumentaban que dicha formación no garantizaría la adquisición de conocimientos suficientes para dirigir la futura empresa. Las universidades virtuales y la enseñanza a distancia son otras alternativas de formación útiles.

La opción preferida para la prestación de servicios es la **ventanilla única**. La utilización de una amplia **red de información**, como la de Centros Europeos de Información Empresarial (Euro Info Centres –EIC-), puede ayudar a resolver problemas relacionados con las políticas, los programas y la legislación de la UE. No obstante, todavía han de mejorarse algunos aspectos de la red, pues se precisa una mayor cooperación entre los EIC y una mejor información sobre el marco normativo de la Unión.

Se reconoció la utilidad de **herramientas de información tales como las bases de datos y las TIC**, si bien es preciso actualizarlas y evaluarlas periódicamente para que sigan siendo útiles y de calidad. Convendría fomentar un uso más extendido de las TIC en módulos de apoyo.

Tanto las redes formales como las informales se consideraron indispensables para el aprendizaje mutuo de las PYME, especialmente durante la fase de creación. Las asociaciones empresariales podrían hacer las veces de puntos de encuentro entre las PYME y los profesionales, o de plataformas de aplicación de programas comunes. Un buen ejemplo de cooperación empresarial lo constituyen las cooperativas. Los **viveros de empresas** son otra herramienta eficaz de apoyo empresarial que convendría reforzar.

Ciertos **grupos** de empresarios existentes y potenciales necesitan una atención específica. Uno de los más mencionados fue el de las mujeres. También se formularon diversas peticiones de elaboración de medidas dirigidas específicamente a las mujeres empresarias, así como a las minorías étnicas, los inmigrantes y los jóvenes empresarios. Pese a ello, la mejor forma de prestar apoyo a estos grupos es través de los servicios ordinarios y no de mecanismos aislados dirigidos a un grupo específico.

2.5. Condiciones en los países en vías de adhesión y candidatos

¿Son similares los obstáculos e incentivos al desarrollo y el crecimiento empresarial que encuentran las empresas de la Unión Europea a los que encuentran las de los países candidatos? ¿Exige la próxima ampliación medidas específicas para los países candidatos?

Las **PYME** de los países en vías de adhesión se enfrentan a retos similares a las de la actual Unión Europea en cuanto a cargas administrativas, marco legislativo y fiscal, falta de flexibilidad de la legislación laboral y acceso a la financiación. Por otro lado, los países en vías de adhesión presentan ciertas necesidades especiales en materia apoyo empresarial.

Convendría que el **apoyo financiero** tuviera en cuenta el escaso desarrollo de la banca y de los mercados de garantías de estos países. Se debería animar a los agentes profesionales del país, como los fondos de pensiones, a aportar capital inversión y capital riesgo. Es necesario que en el desarrollo de medidas para mejorar el acceso a la financiación y la inversión participen profesionales contables.

Sería oportuno garantizar la disponibilidad de financiación a un **interés bajo** (más bonificaciones de intereses en los préstamos concedidos a las PYME y regímenes financieros privilegiados). Se necesitan microcréditos y financiación de siembra y viveros, así como más sistemas de garantías recíprocas y una mejor capitalización. Es preciso promover una renovación del Plan de acción sobre capital riesgo que haga especial hincapié en los países en vías de adhesión, así como un régimen de deducción fiscal para el reembolso de los créditos.

Otra necesidad crucial es la de informar a las PYME de los países candidatos y en vías de adhesión. Las de éstos últimos precisan **información** sobre la Unión Europea dirigida a la empresa. La red de EIC puede ser especialmente útil en este sentido. Convendría difundir conocimientos sobre las obligaciones, los derechos y las oportunidades del mercado interior y, si fuera necesario, prestar asistencia individualizada.

La imposición de menos exigencias a las empresas de los países candidatos y en vías de adhesión no debería dar lugar a una competencia desleal. En la Europa ampliada se debería reforzar la **cooperación transfronteriza**. De igual manera, la existencia de **costes laborales** más bajos en los países en vías de adhesión debería constituir una oportunidad para explotar la disponibilidad de mano de obra flexible y capacitada y no traducirse en un «dumping social». Sería conveniente integrar la iniciativa EQUAL en la Unión Europea ampliada y prorrogarla más allá de 2006.

Otros ámbitos que precisan medidas específicas son la **creación de redes** y el **intercambio de buenas prácticas**. Los vínculos entre los Estados miembros actuales y los futuros deberían reforzarse a través de Interreg o de redes virtuales. Las redes regionales podrían ayudar a dar una respuesta positiva a las necesidades políticas y de mercado.

Dado que los empresarios de los países en vías de adhesión siguen teniendo una imagen negativa, sobre todo en los medios de comunicación, convendría dar mayor importancia a la promoción de **una cultura y una imagen de empresa** positivas.

Es preciso desarrollar **organizaciones empresariales** que representen los intereses de las empresas y mantener los centros de enlace en Bruselas.

2.6. Equilibrar los riesgos y las recompensas

¿Qué pueden hacer los Estados miembros para que el equilibrio entre los riesgos y las ventajas resulte más favorable para la promoción del espíritu empresarial (reducción de las consecuencias negativas de la bancarrota, creación de más beneficios sociales para los empresarios, reducción de los tipos fiscales o de las cargas administrativas fiscales)?
--

En varias contribuciones se mencionó el desequilibrio existente entre los riesgos y las recompensas asociados al espíritu empresarial. Los ciudadanos estarían más dispuestos a aceptar el riesgo empresarial si tuvieran en perspectiva una recompensa en caso de éxito. Las recomendaciones incluyen, por ejemplo, la reducción de la **carga fiscal** de los trabajadores autónomos, las empresas de nueva creación, las empresas con baja rentabilidad y las pequeñas empresas, así como la introducción de incentivos fiscales a la asunción de riesgos que generen empleo e innovación. La **financiación** es otro factor importante. La aversión al riesgo se podría reducir facilitando a los empresarios más información acerca de los inversores, y recíprocamente. Además, los planes de negocios se podrían probar en parques empresariales o foros de debate, con el fin de disminuir el riesgo durante la fase de puesta en marcha.

El **sistema de beneficios sociales** debería hacer más atractiva la iniciativa empresarial. Por ejemplo, en algunos sistemas de seguridad social el pasar de empleado a trabajador autónomo (y viceversa) no influye en las prestaciones de desempleo u otros beneficios sociales. Si fueran más atractivos, los seguros privados podrían constituir una alternativa.

Respecto a las **situaciones concursales**, la prevención es crucial. La asistencia financiera, el apoyo y la formación adecuados (por ejemplo, en materia de evaluación de riesgos), así como la detección precoz, pueden disminuir la aparición y el impacto de crisis temporales. En caso de insolvencia sólo se debería recurrir a la liquidación en último extremo, con lo que se facilitarían la reestructuración de la deuda y el rescate.

Sería conveniente volver a examinar los **sistemas de insolvencia** nacionales. Debería existir una distinción clara entre los concursos fortuitos y los culpables. En caso de fraude o concurso fraudulento está justificado imponer un tratamiento jurídico severo, pero a los concursados honrados se les debería garantizar la posibilidad de proteger sus pertenencias. Una exención de embargo de la vivienda garantizaría a los empresarios concursados un nivel de vida aceptable. Además, se deberían levantar las barreras que impiden la **reanudación de la actividad**. No obstante, la revisión de la legislación sobre insolvencia no debe ir en detrimento de los **acreedores**, que suelen ser pequeñas empresas: si sus intereses no se protegen adecuadamente, se mostrarán reticentes a volver a invertir.

La **estigmatización que sigue a un concurso** podría reducirse mediante un cambio cultural y educativo. El fracaso empresarial debería percibirse como una oportunidad para aprender. Este cambio supondría enseñar a los ciudadanos a valorar la función social positiva de los empresarios (capital humano, sostenibilidad, beneficios comunitarios, etc.) y a aceptar las segundas oportunidades. El riesgo forma parte de la iniciativa empresarial. El conjunto de la sociedad debería desarrollar una actitud positiva no tanto hacia el éxito, sino hacia la participación.

2.7. Adquisición de una empresa

¿Cómo podría animarse a los posibles futuros empresarios a plantearse la posibilidad de adquirir una empresa ya existente en lugar de crear una nueva (mercados o bases

de datos de compradores y vendedores, formación especial para empresas familiares, adquisición de empresas por sus propios directivos o empleados)?

Los participantes en el debate confirmaron en gran medida la validez de la Recomendación de la Comisión de 1994 sobre el traspaso de PYME⁹ y las conclusiones de un grupo de expertos¹⁰ que formularon sugerencias concretas para facilitar el traspaso de empresas. Lo esencial en esta cuestión es **la falta de sucesores**, que debe tratarse con urgencia mediante una combinación de medidas fiscales, financieras y de apoyo.

Mantener las empresas existentes constituye un reto de suma importancia. Éstas tienen **más oportunidades de éxito y crecimiento** que las que aún no ha superado los problemas iniciales típicos de los primeros años. Los responsables políticos deberían conceder la misma importancia a la transmisión de empresas que a su creación. La adquisición de empresas beneficia a la economía, pues los nuevos empresarios continúan con el desarrollo de las actividades empresariales o incluso las amplían, mientras que el cese de las operaciones se traduce en desempleo y pérdida de competencia.

Los empresarios potenciales no siempre son conscientes de las diferentes opciones que tienen a su disposición para llegar a serlo, como la adquisición de una empresa existente. Muchos participantes propusieron **sensibilizar** e **informar** sobre la transmisión de empresas. Medidas de este tipo deberían dirigirse tanto a los posibles sucesores, para que conozcan esta posibilidad, como a los cedentes, para que se preparen bien antes de la transmisión. La creación de **mercados** de compraventa de empresas puede contribuir a adaptar la oferta a la demanda. Además de contribuir a estabilizar el mercado de las transferencias de cara a los posibles sucesores, estos mercados de compraventa conferirían seguridad de cara a los cedentes. Podrían funcionar como empresas con participación pública y privada e integrarse en las estructuras de apoyo existentes, tanto en calidad de intermediarios, como para prestar asesoramiento.

Más de un tercio de los propietarios de PYME se ven expuestos a **situaciones concursales relacionadas con la sucesión por motivos de edad**. La cesión de una empresa puede ser difícil y estresante para el propietario. Los propietarios gerentes deberían empezar a plantearse la sucesión en una fase temprana, pues el desarrollo de una «estrategia de salida» eficaz que incluya la transmisión de conocimientos técnicos y competencias puede llevar varios años. Ello se lograría si cedentes y sucesores recibieran **formación, asesoramiento y apoyo** específicos. Para garantizar que los ciudadanos puedan acceder fácil y eficazmente a ese apoyo, algunos participantes señalaron la necesidad de aumentar la coordinación entre los diferentes proveedores.

⁹ Recomendación 94/1069/CE de la Comisión sobre la transmisión de las pequeñas y medianas empresas, DO L385, 31.12.1994, p. 14.

¹⁰ Informe final del grupo de expertos sobre la transmisión de pequeñas y medianas empresas, mayo de 2002.

Muchos participantes propusieron unos **regímenes fiscales** más favorables a la transmisión de empresas. No basta con conceder desgravaciones fiscales a las transmisiones de empresas, como ya se hace en algunos países. La fiscalidad de estas operaciones no debería poner en peligro la posición económica de la empresa, ni complicarla aún más. Convendría simplificar las nuevas normas que rigen estas transmisiones.

Dado que las empresas que se encuentran la fase de transmisión suelen ser relativamente grandes, la adquisición de una empresa existente exige más capital que la de una empresa de creación reciente. Existe una necesidad clara de desarrollar una serie de **instrumentos financieros** adecuados para la transmisión de empresas.

Un buen número de participantes reaccionó a la tendencia cada vez mayor a realizar transmisiones fuera de la familia pidiendo medidas que **faciliten la adquisición de empresas por sus propios directivos o empleados**. Se podría animar a los empleados a adquirir la empresa, pues probablemente ellos son, además del propietario y sobre todo en las empresas más pequeñas, quienes mejor conocen el negocio.

2.8. Empresas creadas por escisión

¿Cómo puede conseguirse que las empresas creadas por escisión resulten más atractivas (adquisición por directivos, modelos de éxito, asesoramiento especializado, ventajas fiscales o de otro tipo para los empresarios y sus empleados cuando creen una nueva empresa)?

La promoción de las **empresas creadas por escisión** fue una de las preguntas que menor número de respuestas suscitó; menos de la mitad de las personas que contribuyeron hicieron comentarios al respecto. Se destacaron tres ámbitos políticos esenciales para el fomento de estas empresas: un entorno financiero y fiscal favorable, infraestructuras y servicios adaptados a las necesidades de la empresa y vínculos entre las comunidades académica y empresarial.

En algunos casos se habló de la **fiscalidad** como elemento disuasorio para las actividades de las empresas creadas por escisión. Se propusieron incentivos fiscales y la revisión de las cargas fiscales y los costes iniciales asociados a la puesta en marcha de una empresa. Otra medida que cabe tener en cuenta es la posibilidad de desgravar fiscalmente las inversiones de puesta en marcha de las empresas matrices, los empleados o los vendedores. Por último, en contra de la opinión de la mayoría, algunos participantes señalaron que orientar el apoyo hacia empresas de nueva creación podía resultar más eficaz que los incentivos fiscales.

Es preciso revisar los **sistemas financieros** de que disponen actualmente las nuevas empresas y adaptarlos a las empresas creadas por escisión. Algunas de las medidas propuestas son reducir el riesgo de las inversiones individuales, animar a la sociedad matriz a aportar fondos propios y crear programas específicos para apoyar la comercialización o planes de financiación regional.

El acceso a **servicios** especializados se consideró crucial para dotar a los posibles y nuevos empresarios de las competencias y los conocimientos necesarios para dirigir una empresa. Los sistemas de asesoramiento y de apoyo por medio de mentores se

encontraron entre los enfoques más aplaudidos. Se destacó la importancia de ofrecer una combinación adecuada de conocimientos y experiencia práctica.

Partiendo del principio de que los **empresarios aprenden mejor de los empresarios**, algunos participantes sugirieron la formación dentro de empresas como modo de desarrollar las competencias empresariales de los empleados y fomentar la iniciativa empresarial. La empresa matriz podría adoptar el papel de mentor de la empresa creada por escisión, que recibiría su apoyo y asesoramiento en materia de gestión. Otros preferirían que las multinacionales permitieran a las PYME locales acceder a sus conocimientos técnicos como parte de prácticas de deslocalización.

Se reconoció la necesidad de **sacar a la luz los conocimientos y la experiencia que encierran las universidades e instituciones de educación superior**. Entre las posibles medidas se incluirían cuestiones como el asesoramiento en materia de derechos de propiedad intelectual (DPI), el acceso a viveros de empresas bien equipados, el desarrollo de competencias empresariales y de gestión en el sector académico y la adopción de un enfoque por etapas en la financiación. El aumento del gasto en investigación debería ir acompañado de inversiones en mercadotecnia y comercialización de los resultados de la investigación y el desarrollo tecnológico (IDT). La creación de redes entre los empresarios del entorno académico estimulará las oportunidades empresariales. Asimismo, el refuerzo de los lazos entre la universidad y la empresa puede dar lugar a la creación de asociaciones entre el sector público y el privado.

Las universidades suelen mostrarse reacias a participar en empresas comerciales, pues ello no se considera adecuado para las instituciones académicas. Es más, el riesgo de perder miembros valiosos del personal y de renunciar a la propiedad de los resultados de las investigaciones puede disuadirlas de promover una actitud más empresarial entre los investigadores y profesores universitarios. Por otro lado, si se anima a estos últimos a convertirse en empresarios, es importante que se ofrezcan **sistemas que les permitan reincorporarse** al mundo universitario, de manera que el proceso sea menos abrumador.

2.9. Educación en el espíritu empresarial

¿Cómo puede la educación apoyar el desarrollo de la concienciación y las capacidades necesarias para desarrollar una actitud y unas competencias empresariales (incluir la formación en espíritu empresarial en el programa escolar, llevar a los empresarios a las aulas, organizar prácticas para que los estudiantes trabajen con empresarios con experiencia, aumentar la formación empresarial que se imparte en las universidades, organizar más programas de máster en dirección de empresas, adaptar la formación empresarial y los programas públicos de investigación)?

En la mayoría de las contribuciones se destacó el **papel esencial de la educación** en el desarrollo de competencias y actitudes, así como la necesidad de cambiar las mentalidades para lograr una sociedad más empresarial. Las medidas propuestas se centran en tres ámbitos principales: el contacto directo con el espíritu empresarial y

el mundo de la empresa, el fomento de actitudes y competencias empresariales y, por último, la formación del profesorado.

El contacto con el mundo de la empresa y los empresarios se consideró fundamental. Para conseguirlo, se podrían utilizar medios prácticos, como utilizar empresas virtuales o viveros, mantener reuniones con los empresarios locales, generalizar el modelo de microempresa (real o virtual) y organizar concursos de jóvenes empresarios, visitas a empresas o prácticas. Podrían ofrecerse incentivos para ayudar a las PYME a ofertar prácticas o programas de formación continua. Se podría invitar a empresarios (incluso jubilados) para que comentaran sus experiencias, que podrían constituir modelos positivos e influir en las futuras elecciones de los estudiantes. Las organizaciones empresariales locales y las cámaras de comercio deberían participar en el diseño de cursos sobre espíritu empresarial y organizar seminarios o talleres (o a la hora de impartirlos).

La educación en espíritu empresarial debería favorecer el desarrollo de una variedad de competencias y rasgos personales útiles: curiosidad, apertura al aprendizaje continuo, actitud pro-activa, autonomía y creatividad. Entre las otras competencias empresariales que se mencionaron figuran la capacidad de resolver problemas, el pensamiento crítico y las aptitudes interpersonales. Convendría que el desarrollo de estas aptitudes empezara en la **educación primaria** y continuara a lo largo de todo el ciclo educativo.

Sería conveniente que, durante la **educación secundaria** y a lo largo de la educación superior y la formación profesional, los estudiantes pudieran acceder a **cursos empresariales** que incluyeran competencias de comercialización, gestión y dirección. Este contacto directo con el mundo de la empresa servirá para que los futuros graduados consideren ésta una opción profesional enriquecedora. Se recomendó encarecidamente la inclusión del espíritu empresarial en todos los itinerarios educativos no relacionados con el comercio. La combinación de escuela y trabajo puede resultar especialmente útil.

En la **educación superior**, todos los programas deberían incluir sistemáticamente el concepto de **espíritu empresarial** y los no económicos, **cursos de gestión**. Para promover su inclusión se podría elaborar una clasificación anual que evaluara las universidades de la UE por sus resultados en materia de educación en favor del espíritu empresarial y la innovación. También se sugirió la presentación de una experiencia estadounidense exitosa, la cual incita a los estudiantes de ciencias a trabajar junto con los de empresariales. En las contribuciones se destacó la necesidad de reforzar los lazos entre la investigación financiada con fondos públicos, los estudiantes y el mundo de la empresa.

La educación del espíritu empresarial es importante, pero no excluye la necesidad de reforzar la adquisición de conocimientos clásicos o **competencias especializadas**. Para combinar la enseñanza de competencias empresariales y específicas o técnicas se sugirió la adopción de un enfoque que alternase el aprendizaje basado en proyectos y el contacto directo con los empresarios.

La formación del profesorado, especialmente en primaria, se consideró un requisito indispensable para la formación en espíritu empresarial. Para poder enseñar

cuestiones de este tipo, es preciso que los docentes dispongan de tiempo de formación y material, entren en contacto con el mundo empresarial y cuenten con ejemplos concretos de cursos similares que hayan sido impartidos previamente. Se propusieron otras ideas dirigidas a aumentar los conocimientos de los docentes, como conceder la excedencia para trabajar en la industria o facilitar intercambios entre universidades y empresas.

2.10. Promoción del espíritu empresarial

¿Qué podrían hacer las asociaciones empresariales, los medios de comunicación y las autoridades públicas para fomentar el espíritu empresarial (modelos de conducta, campañas en los medios de comunicación, jornadas de puertas abiertas en las empresas, sistemas de primas a empresarios) y a qué nivel (europeo, nacional, regional o local)?

Casi todas las respuestas coincidieron en que para promocionar el espíritu empresarial es preciso cambiar la imagen de los empresarios y reconocer su contribución a la prosperidad europea. Se recomendaron acciones encaminadas a sensibilizar y fomentar actitudes más positivas hacia la iniciativa empresarial en distintos niveles.

Las campañas de sensibilización pueden servir para mejorar la imagen y el conocimiento que se tiene de los empresarios y al mismo tiempo mostrar los beneficios del espíritu empresarial. Estas campañas podrían abarcar un amplio abanico de actividades: premios, acciones de prensa, visitas a empresas y exposiciones itinerantes en forma de «jornadas del espíritu empresarial» o de una «semana empresarial».

El **papel de los medios de comunicación** es crucial para sensibilizar a los ciudadanos y cambiar su actitud hacia el espíritu empresarial y la asunción de riesgos. Los medios de comunicación, especialmente la prensa y la televisión regionales, deberían transmitir una imagen más positiva y realista de los empresarios y ofrecer programas pedagógicos para familiarizar a los ciudadanos con cuestiones empresariales. La mentalidad no se puede cambiar de la noche a la mañana. Por eso, entre las propuestas de acción se incluyen la formación de los periodistas, la creación de premios para empresarios, una mayor cobertura mediática de ferias y actos empresariales, así como la identificación de modelos y de casos de éxito que puedan resultar interesantes para la prensa.

Las campañas de sensibilización se deberían promover o **coordinar a escala europea**, mientras que las acciones propiamente dichas se desarrollarían a **escala nacional, regional o local**. La Unión Europea podría dotar a diversas iniciativas de una dimensión europea y ayudar al intercambio de ideas y buenas prácticas. Sería conveniente que empresas, cámaras de comercio y organizaciones empresariales participaran en estas campañas. La creación de redes entre los distintos protagonistas es la clave del éxito.

Se sugirió el desarrollo de acciones de sensibilización dirigidas a **determinadas categorías de la población**. Entre los grupos mencionados estaban el de los profesores y el de las personas que actúan como multiplicadores de cara a

generaciones más jóvenes. También podrían dirigirse acciones a segmentos específicos de la población, tales como grupos desfavorecidos o con escasa representación entre los empresarios (mujeres, jóvenes, minorías étnicas). Por último, algunos participantes señalaron que las propias **autoridades públicas** deberían ser más emprendedoras y que se debería sensibilizar a los funcionarios sobre el espíritu empresarial.

Es importante presentar **diferentes modelos de empresas** (de artesanía, de vocación social, cooperativas) y **empresarios**, tanto desde el punto de vista cultural como desde el geográfico. Estos últimos aportan una valiosa **contribución a nuestras sociedades**. Las empresas que prestan servicios sociales y que actúan de manera responsable para con sus empleados, el entorno y la comunidad se merecen una atención y un reconocimiento especiales. Los ejemplos de este tipo de comportamiento no se limitan a las empresas con un fuerte componente social, como las cooperativas, sino que incluyen también un número cada vez mayor de empresas comerciales.

3. CONCLUSIONES

3.1. Conclusiones generales

La inmensa mayoría de las respuestas respaldan el enfoque y las prioridades del Libro Verde. En general, las **contribuciones constructivas** hacían referencia a futuras prioridades políticas y a posibles soluciones, entre las que a menudo se incluían propuestas de acción concretas.

Por un lado, las respuestas confirmaron en gran medida la estrategia y las acciones de la Comisión para promocionar el espíritu empresarial y la PYME desarrolladas en los últimos años en el marco del programa plurianual en favor de la empresa y el espíritu empresarial¹¹. Muchos participantes se refirieron a la conveniencia de mejorar o ajustar ciertas iniciativas o programas políticos basándose en sus propias experiencias o resultados de investigación.

Por otro lado, sin embargo, los participantes también plantearon **nuevas cuestiones** para las que, en su opinión, se precisan más medidas comunitarias dirigidas a impulsar el espíritu empresarial en Europa. En algunos casos, se obtuvo **menos información** de la esperada. Por ejemplo, se recibieron relativamente pocos comentarios sobre la pregunta 5, relativa a la ampliación, tanto de los actuales Estados miembros como de los países para la adhesión y candidatos. Ello puede deberse al desconocimiento de los efectos de la ampliación en el dinamismo empresarial.

A continuación se señalan los retos más importantes que resultaron de la consulta pública, que servirán para elaborar la futura política en favor del espíritu empresarial.

¹¹ Decisión 2000/819/CE del Consejo, de 20 de diciembre de 2000, relativa al programa plurianual en favor de la empresa y el espíritu empresarial, en particular para las pequeñas y medianas empresas (PYME).

3.2. Retos principales

I. Proseguir los trabajos ya iniciados

Las respuestas plantearon la necesidad de seguir trabajando en los ámbitos políticos que se mencionan a continuación y realizaron sugerencias concretas para lograr una mayor eficacia.

- **Administración y reglamentación**
 - Racionalización de los procedimientos administrativos y reducción de la burocracia.
 - Mejora de la calidad y la claridad de la legislación.
 - Mejora de la evaluación del impacto reglamentario.
 - Realización del mercado interior y mejora de su aplicación nacional.

- **Acceso a la financiación**
 - Promoción de los avales crediticios, en particular para las nuevas empresas, y los micropréstamos.
 - Refuerzo de la base del capital propio de las empresas mediante una fiscalidad más favorable de los beneficios no distribuidos y un mejor acceso al capital riesgo.
 - Promoción de las inversiones de particulares (familia y amigos, inversores informales).

- **Servicios de apoyo y formación**
 - Mejora de la calidad general de los servicios de apoyo.
 - Adaptación de los servicios a las necesidades de los usuarios y mejora de la accesibilidad a los mismos.
 - Promoción del apoyo y la formación para la expansión dentro y fuera del mercado interior o la innovación por medio de mentores, redes de aprendizaje o cooperación.
 - Estructuras de apoyo (ventanillas únicas) más sencillas y de fácil acceso.

- **Innovación**
 - Promoción de la cultura de innovación en el entorno empresarial.
 - Protección de los derechos de propiedad intelectual y aplicación efectiva de la normativa al respecto.
 - Acceso a programas de investigación y a sus resultados.
 - Promoción de las empresas semilla.

- **Simplificación de la transmisión de empresas**
 - Creación de mercados para adaptar la oferta a la demanda.
 - Sensibilización sobre la posibilidad de adquirir una empresa existente en lugar de crear una nueva.
 - Entorno fiscal y financiero más favorable.
 - Elaboración de medidas de apoyo y formación específicas.

- **Educación en el espíritu empresarial**
 - Acceso garantizado a la educación en espíritu empresarial en escuelas y universidades.
 - Formación y apoyo de los profesores.

- Toma de contacto de los alumnos con el mundo empresarial (por ejemplo, miniempresas).
- **Actitudes hacia la iniciativa empresarial, la asunción de riesgos y la quiebra**
 - Campañas de sensibilización sobre el espíritu empresarial (modelos de referencia, medios de comunicación).
 - Atenuación de las consecuencias negativas de la quiebra.
 - Incentivación de la vuelta a la actividad de los empresarios honrados cuyas empresas han quebrado.
 - Subrayar la contribución de los empresarios a las nuevas demandas de la sociedad.

II. Tareas adicionales

Las respuestas también plantearon cuestiones sobre las que, en el contexto del desarrollo del espíritu empresarial, es necesario seguir trabajando. Es preciso realizar un análisis profundo para que, una vez formada una visión global del alcance de estos problemas, se puedan tomar las medidas oportunas. Las cuestiones más apremiantes son las siguientes:

- **Protección social de los empresarios**

Si bien no se pretende lograr una protección social equivalente (empresario y empleado son puestos intrínsecamente distintos), se deberían revisar los derechos sociales de los autónomos con el fin de detectar discriminaciones indebidas en los regímenes de protección social de la UE. En caso de que los empresarios no puedan disponer de un nivel aceptable de protección social, deberían existir al menos regímenes alternativos razonables de carácter voluntario.

- **Contratación pública**

Se debería garantizar el acceso justo de las PYME a los mercados públicos. En la actualidad, estos mercados resultan menos accesibles a este tipo de empresas, debido a la envergadura y duración de los contratos y a la complejidad y desconocimiento de los procedimientos de licitación.

- **Ayudas estatales**

El objetivo del actual régimen de ayudas estatales es garantizar la igualdad. Sin embargo, ciertos elementos pueden suponer una barrera para las nuevas empresas innovadoras de rápido crecimiento, pues limitan la prestación de financiación y apoyo.

- **Fiscalidad**

Para liberar el potencial de crecimiento de las empresas, es preciso revisar los efectos de las estructuras de los sistemas fiscales en los balances financieros. Por otra parte, se han de tratar los complejos procedimientos relacionados con los aspectos fiscales del mercado interior (por ejemplo, tipos únicos de IVA).

- **Complejidad e inflexibilidad de la normativa laboral**

La complejidad y la inflexibilidad de la normativa laboral obstaculizan el crecimiento. En este sentido, deben tratarse cuestiones como los altos costes laborales, la inflexibilidad y el carácter absorbente de los procedimientos de contratación y reestructuración.

- **Internacionalización**

La internacionalización de las empresas es fundamental para el crecimiento. Convendría estudiar diversas acciones para apoyar los esfuerzos de internacionalización que éstas realizan, como las agrupaciones, la creación de redes y la ayuda a las empresas a la hora de formar asociaciones estratégicas con mentores, inversores o investigadores, entre otros.

- **La dimensión regional**

Es preciso animar a las regiones a participar activamente en la estimulación de la actividad empresarial, pues se encuentran mejor situadas para proporcionar un apoyo y una infraestructura más adecuados. Se debe llegar a comprender mejor los motivos que provocan disparidades entre los resultados empresariales de las diferentes regiones y se han de emprender acciones adecuadas para apoyar a las regiones más atrasadas.

3.3. Sugerencias sobre el enfoque y la aplicación

La Comisión debe tener en cuenta la **diversidad** de las necesidades. El dinamismo empresarial varía enormemente dentro de la Unión Europea. Además, las necesidades dependen de los conocimientos y experiencia del empresario y del tipo de empresa.

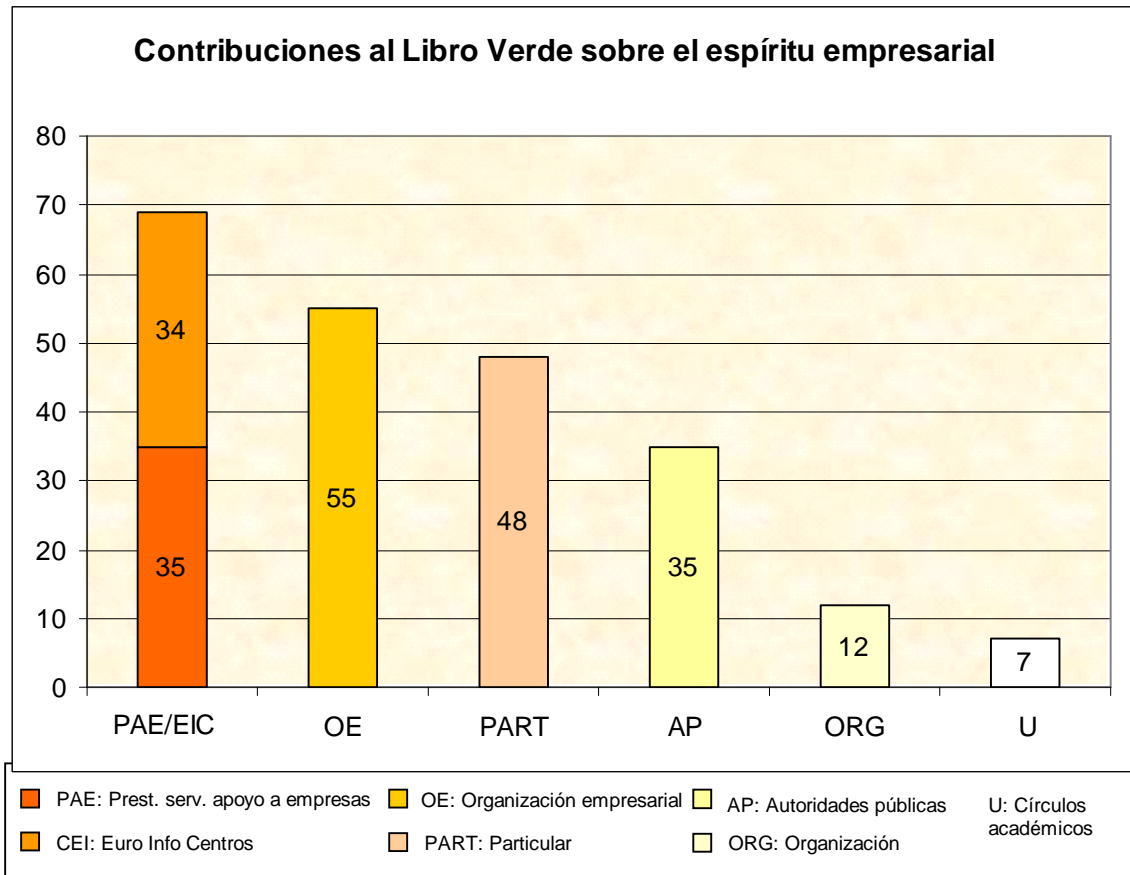
Fueron muchos los participantes que suscribieron la propuesta del Libro Verde de implantar un **enfoque coordinado**, en particular mediante el refuerzo del método abierto de coordinación¹². Algunos participantes sugirieron el uso de criterios de referencia para el espíritu empresarial europeo basados en indicadores destinados a medir los progresos logrados. La naturaleza pluridimensional del espíritu empresarial requiere la elaboración coordinada de políticas en diferentes ámbitos de actividad.

Es fundamental escuchar a las PYME en todos los niveles de definición de políticas. Sería conveniente que los responsables políticos mantuvieran un **diálogo sistemático y activo con las PYME** y sus representantes y examinaran adecuadamente el impacto que en ellas ejercen las iniciativas legislativas. Asimismo, es preciso examinar la pertinencia de la legislación existente. En la Comisión podría reforzarse el papel del Representante para las PYME (the Commission SME Envoy).

¹² En el marco de dicho método, la Comisión proporciona una plataforma para que los Estados miembros intercambien opiniones y revisen y mejoren sus políticas.

ANEXO

Contribuciones al Libro Verde por tipo de organización



Contribuciones al Libro Verde por países

