

**ESTRATEGIAS Y POLITICAS PARA EL FOMENTO DEL AUTOEMPLEO
Y LA CREACION DE EMPRESAS EN CASTILLA Y LEON**

Bartolomé ZUZAMA BISQUERRA

José M^a TORREMOCHA HERNANDEZCoordinadores del Departamento de Creación de Empresas - Proyecto "Objetivo 100
Empresas", de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Valladolid**1.- ANTECEDENTES****1.1.- El Empleo del futuro, análisis prospectivo**

Cuando nos enfrentamos al reto del Tercer Milenio y después de habernos sometido a todo tipo de revoluciones, bien políticas, agrarias e industriales, presenciamos una mutación en todo lo relacionado con el mundo del empleo.

Con una ralentización o casi congelación de la oferta pública de empleo, con una cifra de desempleo en torno al 20% y con un crecimiento económico sostenido pero con escaso reflejo en las tasas de ocupación laboral, las bases del empleo futuro están abocadas a una verdadera revisión. Se tendrá que apostar por sectores hasta ahora no suficientemente explotados en nuestra provincia y recuperar otros que habían venido perdiendo cierto número porcentual en los últimos tiempos.

Se tenderá hacia sectores que aporten un valor añadido distinto y diferente de las producciones competitivas del Sudeste Asiático.

Por todo ello deberemos concentrar nuestros esfuerzos en potenciar emprendedores en ámbitos como el turismo cultural con base en nuestro rico idioma, redescubrir oficios de antaño pero con potencialidad futura como los relacionados con la viticultura y la artesanía alimentaria, rehabilitación y mantenimiento de nuestro ingente patrimonio histórico-artístico, servicios auxiliares a la industria y en especial a sectores tecnológicos, etc.

Si verdaderamente se apuesta por el futuro, desde la enseñanza del presente y el recordatorio del pasado, tendremos que defender las iniciativas empresariales que crean riqueza en su entorno en vez de continuar lamentándonos de la falta de espíritu emprendedor de nuestros conciudadanos, tendremos que alentar desde todos los agentes implicados el que no solo germinen sino el procurar que se consoliden esos proyectos.

Así pues, combinando ideas viables con innovación permanente, confianza en el futuro con necesidad de triunfo, riesgo constante con incentivos institucionales, estaremos cimentando el mejor entorno hacia el futuro : Empleo = Empresa = Riqueza.

1.2.- Características y debilidades de la PYME en Valladolid y Castilla y León **Tipología de las PYMES de Valladolid y Castilla y León**

Las PYMES en Castilla y León son dominantes en número, superando las empresas de menos de 50 trabajadores los porcentajes del 90 % del total del número de empresas en todas las provincias.

Si se atiende a la empresa tipo por número de trabajadores, el valor en Castilla y León es de 3,9 trabajadores por establecimiento, lo que viene a confirmar el elevado minifundismo de las PYMES en la Región, que se refleja totalmente en Valladolid.

Problemática de la PYME en Castilla y León

En el entorno en que nos situamos, pueden detectarse una serie de problemas en las PYMES:

- A. Estrangulamiento de Conjunto
- B. Escasez de suelo industrial con una adecuada dotación de infraestructuras
- C. Excesiva Atomización
- D. Estructura anticuada y baja productividad
- E. Problemas de Financiación y de acceso a la misma
- F. Problemas de Comercialización
- G. Existen graves problemas de innovación tecnológica en las PYMES.
- H. En cuanto a la formación, existen graves deficiencias, tanto en la de los trabajadores, como en la de los empresarios.
- I. Las PYMES ya instaladas se consideran discriminadas respecto a las empresas de nueva creación debido a que estas últimas cuentan con condiciones más favorables para la adquisición de nueva maquinaria.
- J. Otro aspecto relevante se refiere a las deficiencias de las comunicaciones de la Provincia y la Región.
- K. Es necesario, como último punto, hacer un esfuerzo serio en la adaptación de los productos y de sus presentaciones al gusto y a los hábitos de compra del consumidor europeo. La mejora del marketing se estima crucial.

2.- ACCIONES GLOBALES DE APOYO A LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL

2.1.- Innovar en la Empresa: el único camino

"Dada la globalización creciente de la economía y que prosigue la liberalización del comercio, las empresas de todos los países se sentirán cada vez más obligadas a adaptar sus estructuras de producción y de intercambio para continuar la evolución de sus capacidades competitivas. Los gobiernos de los países desarrollados pueden facilitar este ajuste estructural si crean un entorno macroeconómico favorable". Estas palabras, pronunciadas en este año por el Secretario General de la UNCTAD (Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo) en Ginebra, muestran un mensaje inequívoco de cómo deben colaborar las Administraciones, a todos los niveles de responsabilidad, para proporcionar un impulso adecuado a la economía.

Para Robert Hermats, vicepresidente de Goldman Sachs International *"lo que hace que tenga éxito una empresa que se observa que es afortunada, es su capacidad para captar bienes y servicios mejores y más baratos para su proceso productivo a través del mundo y, después, el tener capacidad de acceder con lo producido a los mercados de todo el mundo"*

A la hora de introducir la innovación en las empresas, se debe tener en cuenta que los principales tipos de innovación son las introducidas en el campo técnico y tecnológico, las innovaciones en el campo comercial y las innovaciones en el campo organizacional.

Naisbitt sugiere diez "recetas" para "reinventar la empresa":

1. El cambio de una sociedad industrial a una sociedad de la era de la información lleva consigo mayor valoración del capital humano que del "dólar"
2. El futuro está en la gestión comercial y los incentivos para los mejores empleados
3. Espíritu empresarial y competitivo dentro de la propia empresa
4. Hay que acabar con los mandos intermedios y sustituirlos por ordenadores
5. Cada vez más, la visión de futuro y la intuición se valorarán más que la teoría y la estadística
6. Debe emerger una nueva fuerza de trabajo y dirección: más jóvenes, mejor preparados y con mayor participación de la mujer
7. La revolución de la mujer trabajadora debe llegar a los altos niveles directivos
8. La salud será cada vez más importante
9. Es necesario acabar con el desequilibrio entre la educación y las necesidades de la nueva sociedad de la información
10. Los valores de los "baby boomers" tienen que llegar a la máxima dirección empresarial

Uno de los motivos más importantes del fracaso de las actividades empresariales puede centrarse en el producto o servicio que la empresa produce o presta con prioridad, otras veces los productos o los servicios son los correctos, pero la actividad no acaba de emprender la marcha esperada.

Para mejorar los resultados empresariales, se plantean las sugerencias que siguen:

1. Crear una entidad para desarrollar nuevos productos u organizar un departamento independiente sólo para crear nuevos productos, de tipo multidisciplinar y multifuncional.
2. Establecer y aplicar un proceso de toma de decisiones prácticamente automático basado en el objetivo de éxito a largo plazo
3. Aplicar técnicas de estudio fiables y relevantes tan pronto como sea posible para reducir al máximo los gastos inútiles
4. No jugar con la calidad ni con el precio de un nuevo producto
5. No vender un nuevo producto antes de hora. Introducirlo cuando el mercado está a punto
6. Cuando se tenga un producto nuevo, asegurarle el lanzamiento que se merece para que pueda atraer la atención de los consumidores

No deberíamos de olvidar que una de las herramientas para asegurar la pervivencia de la empresa es la competitividad empresarial. Para lograrla se pueden establecer varias estrategias :

- La primera, un liderazgo de costes, es decir, ser mas eficientes con una estrategia de alto volumen y bajos márgenes
- La segunda, mediante la diferenciación del producto con calidades distinguibles que lo hacen percibir como único
- La tercera con base en la segmentación y concentración del mercado en un determinado nicho o producto
- Para finalizar, la última consistiría en crear barreras de entrada en un determinado mercado, industria, sector o región geográfica, siendo siempre el primero y consiguiendo un acceso preferencial a los canales de distribución.

Por todo ello el número de empresas realmente competitivas es cada vez menor y su tamaño mayor, a pesar de que los mercados sean crecientes.

Como resumen y para bajar de nuevo a la tierra, conviene destacar que existen importantes deficiencias que el sistema europeo de innovación debe solucionar, si no queremos perder el tren mundial de la innovación. Las principales deficiencias a corregir son la poca movilidad, la deficiente formación, la difícil financiación de la innovación empresarial y las trabas jurídicas y burocráticas a las que se enfrenta la empresa para nacer, desarrollarse e innovar.

2.2.- La creación de empresas: Cómo se las apoya en el entorno comunitario

Durante la década de los 80, cerca de 15 millones de Europeos crearon su propia empresa. De ellas, apenas sólo la mitad siguen funcionando , pero han creado casi un tercio de los nuevos puestos de trabajo durante este periodo.

La creación de empresas se ha convertido, por lo tanto, en un fenómeno de masas, que contribuye con gran fuerza a la renovación del tejido económico de la Comunidad Europea.

Conscientes del desafío global (en el caso de los puestos de trabajo) e individual (en el caso de los creadores de empresas), diversos Estados han puesto en práctica políticas de apoyo a la creación empresarial dotadas de medidas e instrumentos que permiten a los candidatos a empresarios un acceso fácil a determinados recursos que les son necesarios y, en particular, a los conocimientos técnicos especializados indispensables para dirigir una empresa con buenas condiciones.

Estas políticas de apoyo difieren sensiblemente de un país a otro, pero aquí se expone la filosofía básica de las más destacables, a nuestro entender, políticas en favor de la creación de empresas:

ALEMANIA

Sus políticas de apoyo se fundan en la idea de que la PYMES son la base de la economía y tienen como objetivo el desarrollo de las condiciones económicas favorables a las mismas.

Sus actuaciones se basan en el hecho del descenso del número de creadores, y en el reconocimiento de su necesidad para renovar el tejido económico y su contribución al crecimiento de la innovación. Sin embargo, se ha encontrado dos frenos: la mala imagen del creador frente a la opinión pública, y la financiación. Se han dispuesto programas de apoyos financieros fuertes y han sido organizados por las regiones.

La política en favor de la creación de empresas es selectiva y el número de medidas específicas muy limitado; la ventaja estriba en que los beneficiarios reciben un apoyo importante del Estado Federal y de los "Lander", a condición de que el creador presente un proyecto sólido que manifieste su capacidad de inserción dentro de la competencia y un espíritu empresarial.

DINAMARCA

La política emprendida está dirigida a empresas de todos los tamaños y tiene como objetivos principales:

- la creación de empleos en el sector privado
- la mejora de la posición de la industria danesa frente a la competencia
- la reducción del déficit de la balanza de pagos.

Para responder a estos objetivos, las medidas tomadas consisten en mejorar los conocimientos tecnológicos y la aplicación de nueva tecnología en las empresas industriales.

FRANCIA

El objetivo consiste en reforzar la competitividad, facilitar la modernización y el desarrollo de empresas que, con frecuencia, se consideran demasiado pequeñas.

Las medidas se dirigen a la reabsorción del desempleo gracias a la creación de empresas, la financiación de las empresas, el equilibrio territorial, apoyando las zonas rurales débiles y las cuencas industriales en proceso de reconversión, la innovación y el apoyo a grupos específicos: mujeres, emigrantes, etc.

PORTUGAL

El gobierno dirige desde 1980 una política industrial que se centra en tres aspectos:

la mejora del funcionamiento de los mercados facilitando fusiones, concentraciones y acuerdos entre empresas que les permitan ser competitivas en el mercado europeo;

el estímulo de factores dinámicos de la competitividad gracias a la creación de subvenciones en beneficio de empresas que desarrollan la investigación y la utilización racional y la diversificación de fuentes de energía que mejoran la calidad y el diseño industrial.

REINO UNIDO

Su gobierno ha emprendido numerosas medidas en favor de las PYMES, para fomentar su creación y desarrollo. En general la formación empresarial, y en particular, la dirigida a crear empresas ha constituido una parte importante de la política de desarrollo económico.

No existe un programa nacional de apoyo logístico a las empresas nuevas, sino una serie de programas locales que generalmente se financian por los colectivos locales, el programa URBAN o el FEDER.

3.- UNA INICIATIVA INNOVADORA : "OBJETIVO 100 EMPRESAS"

3.1.- Bases y Objetivos de la iniciativa

Atendiendo a las dificultades existentes para la Creación de Empresas en general y al entorno de Valladolid en particular, la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Valladolid, consciente de su función de colaboración en el desarrollo local puso en marcha en el año 1994, la iniciativa denominada "OBJETIVO 100 EMPRESAS" que engloba todo un conjunto de acciones destinadas al apoyo a la creación de empresas en el ámbito de su competencia.

El objetivo prioritario era lograr la creación de 100 empresas viables en un plazo de 3 años a partir de la puesta en marcha de la iniciativa.

Las características fundamentales de la Iniciativa son: la optimización de los recursos existentes, el espíritu de colaboración, el desarrollo progresivo y la responsabilidad exclusiva de la Cámara de Comercio e Industria.

Los factores que se consideraron claves para la creación de una Empresa y sobre los que se debía actuar son :

1. La elección de la idea: Viabilidad
2. Las Características del Empresario: Cualificación
3. El Plan de Empresa: Diseño y Supervisión

Destinatarios del proyecto

Se consideró como empresa a apoyar, toda aquella actividad dada de alta en el Impuesto de Actividades Económicas, bajo cualquier forma jurídica adoptada, siempre que creara al menos dos puestos de trabajo, incluido el del propio Emprendedor o Creador.

Aparte de la creación de empleo e íntimamente relacionada con ella, la otra característica que debía reunir una empresa para poder integrarse en el Proyecto es que fuera considerada viable por el equipo evaluador , perteneciente a la Cámara de Comercio.

Acciones desarrolladas

Desde el inicio de la iniciativa se han desarrollado diversos tipos de acciones, entre las que podríamos citar las de Documentación e Investigación, de Cambio Cultural y Mentalización, de Difusión del Proyecto, de Información y Asesoría, de Formación y de Seguimiento y Tutela por parte de los Servicios de la Cámara.

Que ofrece "Objetivo 100 Empresas" a los Emprendedores

De una manera resumida, el Proyecto ofrece un servicio integral y multidisciplinar en el que no solo se les informa sobre los diferentes trámites y subvenciones para crear una empresa sino que, si así lo deciden, se les realizan estos trámites de modo completamente gratuito y con un servicio personalizado, constituyendo una "ventanilla única" en todo el sentido de la expresión.

Las características específicas de la iniciativa son la Atención Personalizada a los Emprendedores, el Carácter Gratuito y el Énfasis en el Seguimiento y la Tutela a las Empresas Creadas.

3.2.- Resultados obtenidos : Objetivo cumplido

Los resultados más destacables hasta este momento son, que tras 28 meses de funcionamiento hay 1.560 expedientes iniciados y estudiados, más de 2.980 entrevistas concertadas, se han constituido 120 empresas y se han creado más de 510 empleos, de los que alrededor del 25% son fijos, aparte del empleador.

Además se ha elaborado y se ha puesto a disposición de los Emprendedores un material de apoyo enormemente variado que va desde la información de los pasos a dar para crear la empresa, a información sobre formas jurídicas, subvenciones, etc. Incluye además diverso material multimedia de evaluación y análisis de proyectos empresariales.

Es evidente la repercusión que en Valladolid y su provincia, ha tenido este proyecto, y cuya dimensión puede y debe ser potenciada y desarrollada tanto en el tiempo como en el ámbito geográfico.

Instituciones de carácter provincial son el vehículo idóneo para motivar a los emprendedores y crear riqueza en el entorno de la provincia.

4.- CONCLUSIONES Y REFLEXIONES SOBRE EL APOYO AL AUTOEMPLEO Y LA CREACION DE EMPRESAS

4.1 Vías de apoyo a los Emprendedores, aplicables en Castilla y León

Teniendo en cuenta lo citado anteriormente y estudiando las experiencias de otros países europeos, está claro que las instancias regionales desempeñan un papel clave para adecuar acciones y medidas de tipo general a las características de cada región. La filosofía que debe imperar en estas sugerencias es que no hay que subvencionar masivamente a las PYMES, sino que por el contrario, habrá que sugerir selectivamente apoyos para que el pequeño o mediano empresario pueda a su vez auto-ayudarse y sacar adelante su negocio.

De lo que se trata es que, con unas adecuadas ayudas, las PYMES puedan superar sus carencias en mercados en los que compiten en desventaja tales como los financieros, de asesoría y gestión y de marketing.

Las dos premisas básicas que deben regir la asignación de los apoyos a los proyectos son:

1. El potencial, la viabilidad y la solidez de cada proyecto empresarial susceptible de recibir una ayuda. Para esto hay que evaluar el posible efecto multiplicador del mismo en los siguientes factores:
 - Generación de Empleo (diversos factores)
 - Aprovechamiento de recursos locales
 - Relaciones inter-industriales
 - Innovación y nuevas tecnologías.
2. La otra premisa básica para que las ayudas sean útiles es lograr que la gestión de estas se realice de la manera menos burocrática posible, procurando minimizar las perdidas de tiempo innecesarias. Además para que las medidas sean efectivas debe procurarse que la concesión se rija en función de criterios económicos, sin que graviten en las etapas de selección de los proyectos factores extraeconómicos de ningún tipo.

Una acción fundamental es la realización de campañas de apoyo a los nuevos proyectos empresariales, teniendo en cuenta que los aspectos que las ayudas a las PYMES deben mejorar son, muy esquematizados, los siguientes:

1. La información, como herramienta clave para la PYME, en los siguientes aspectos:
 - Información sobre el mercado actual
 - Información sobre otros posibles mercados u oportunidades de negocio.
 - Información sobre las ayudas disponibles, de todo tipo
2. La infraestructura, mediante la creación de pequeños centros de apoyo a la PYME (Centros de Negocios), que proporcionen lo mas indispensable para el desarrollo del proyecto empresarial.

3. El asesoramiento a las empresas o proyectos por personal especializado.
4. El acceso a los recursos financieros en condiciones competitivas.
5. La capacitación en gestión de los empresarios o futuros empresarios, de una manera lo mas eficaz y rápida posible, adaptándose a las especiales carencias de cada caso en particular.
6. El interés y conocimiento de la necesidad de innovación y utilización de nuevas tecnologías para optimizar los resultados a obtener.
7. Fomentar la subcontratación y la cooperación entre empresas como una forma mas de lograr la necesaria competitividad y la apertura de nuevas oportunidades a las que pudieran acceder las PYMES.
8. El estímulo a la exportación.

4.2.- Conclusiones

1. Existe un notable repunte en el número de proyectos empresariales iniciados por mujeres, en comparación con aquellos cuyos emprendedores son mayoritariamente masculinos. Esto es debido a que las mujeres son el colectivo más castigado por el desempleo en nuestro entorno más cercano y con mayor capacidad emprendedora
2. Las bases que consideramos imprescindibles para sustentar un apoyo adecuado a los Emprendedores son las siguientes :
 - Debe existir una colaboración total y absoluta entre la Administración y los Agentes Socioeconómicos, cumpliendo cada uno sus cometidos sin pretender sustituir ni acaparar funciones que posteriormente no pueden cumplimentarse adecuadamente
 - La Administración deberá seleccionar aquellos Agentes y Sistemas que actúan a nivel del ciudadano de a pie en base a factores objetivos de profesionalidad o resultados, olvidándose del clientelismo político, del monopolismo de patronales y sindicatos y del amiguismo. Una vez seleccionados, deberá apoyarlos con todos los medios a su alcance ya que representan la base del entramado idóneo de apoyo al crecimiento económico y a la generación de empleo y riqueza
 - Se debe tender a acciones conjuntas y organizadas de apoyo, huyendo de los "reinos de taifas" que por desgracia tanto nos gustan a los españoles
 - El apoyo a los emprendedores debe ser personalizado y adaptado a las especiales características de las personas y los proyectos. En algunos casos

será precisa una formación previa, en otros no; en unos casos será necesaria una formación generalizada de gestión empresarial, en otros, las necesidades se centrarán en el acceso a información o a financiación

- Es fundamental el contar con infraestructuras de apoyo del tipo de "Viveros de Empresas", adecuados al entorno socio-empresarial y cercanos a las oportunidades de negocio.

Valladolid, 30 de septiembre de 1996