



## **CÀPSULA DE FUTUR**

### **BARRERES I INCENTIUS A L'EMPRENEDORIA**

**Fernando Campa**

## Emprenedoria i Camp de Tarragona

L'objectiu d'aquest text és abordar la importància de l'emprenedoria en el desenvolupament del territori, descriure (a partir de la informació disponible) si hi ha factors diferencials al Camp de Tarragona i, finalment, proposar possibles línies de debat per millorar la situació existent i treballar pel foment de l'emprenedoria d'una manera eficient.

### 1. La figura de l'emprenedor

Abans d'identificar la importància de l'emprenedoria en el desenvolupament econòmic (només econòmic?) d'un país, entenem que hem de descriure què suposa el concepte d'emprenedoria i de creació d'empreses.

La creació d'una nova empresa es basa en els *ingredients* següents:

- La identificació d'una oportunitat empresarial
- Disposar dels factors de producció (béns materials, immaterials i humans) necessaris per al desenvolupament i explotació d'aquesta oportunitat
- Identificar el mercat o segment de mercat en el qual operarà
- Formular l'estratègia de l'empresari per combinar els mitjans de producció per arribar al mercat i explotar aquesta oportunitat empresarial
- Disposar d'un empresari amb motivació, preparació i habilitat adequades per prendre les decisions anteriors

Dit d'una altra manera, la funció empresarial es basa en dos pilars fonamentals: **la innovació i l'assumpció del risc.**

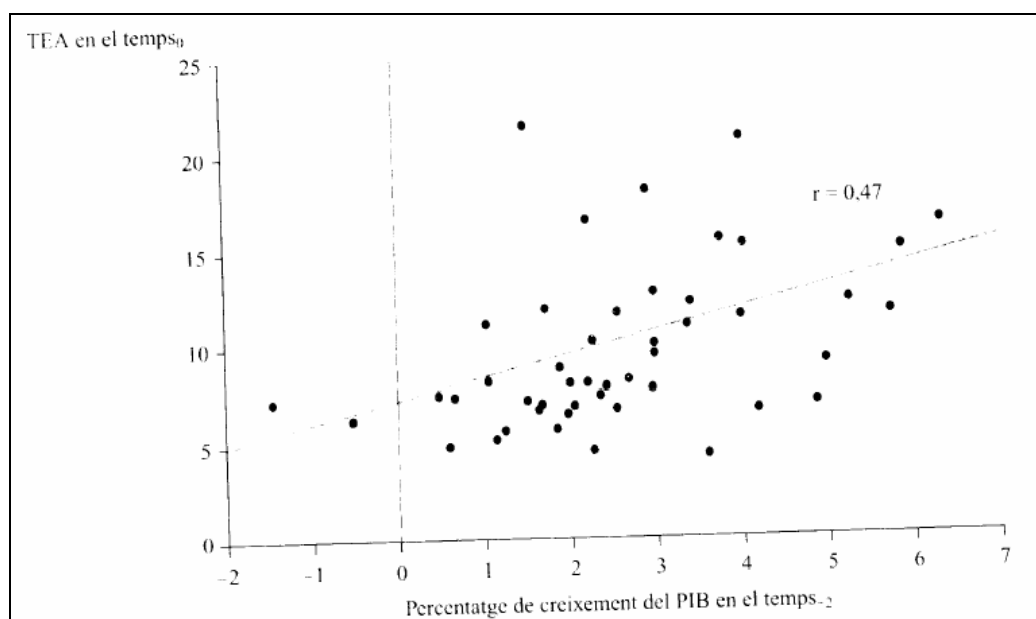
Parlar d'innovació, per un altre costat, no ho hem d'identificar amb innovació merament tecnològica, sinó com la posada a la pràctica d'idees creadores en forma de nous productes, procediments, sistemes i solucions de problemes. Fa uns anys, posar una pizzeria no era innovació; haver creat Telepizza sí va ser innovació, perquè es va definir una nova forma de cobrir una necessitat del consumidor (o potser es va generar una necessitat?).

I parlar d'assumpció de risc és parlar de predisposicions personals, d'avversió o tendència al risc, sobre les quals sempre dubtarem. El potencial emprenedor neix o es forma? Per què als Estats Units ser emprenedor té un reconeixement social que no té a Catalunya (o a l'Estat espanyol)? Per què en diverses recerques realitzades els nostres estudiants, futurs *treballadors*, prefereixen ser funcionaris o treballadors per compte aliè que ser empresaris? Es pot actuar sobre aquesta realitat actual?

En qualsevol cas, per què volem emprenedors? Són imprescindibles/necessaris?

Per contestar a aquesta pregunta acudirem a la investigació internacional *Global Entrepreneurship Monitor* (en endavant GEM), en la qual s'obté (de forma estadísticament homogènia) informació sobre l'emprenedoria dels principals països europeus.

A partir d'aquest estudi, Veciana determina una relació entre la taxa de creació d'empreses (TEA) i el creixement del PIB en diversos països, de forma que aproximadament el 25% de les diferències en les taxes de creixement econòmic s'expliquen per l'activitat emprenedora.

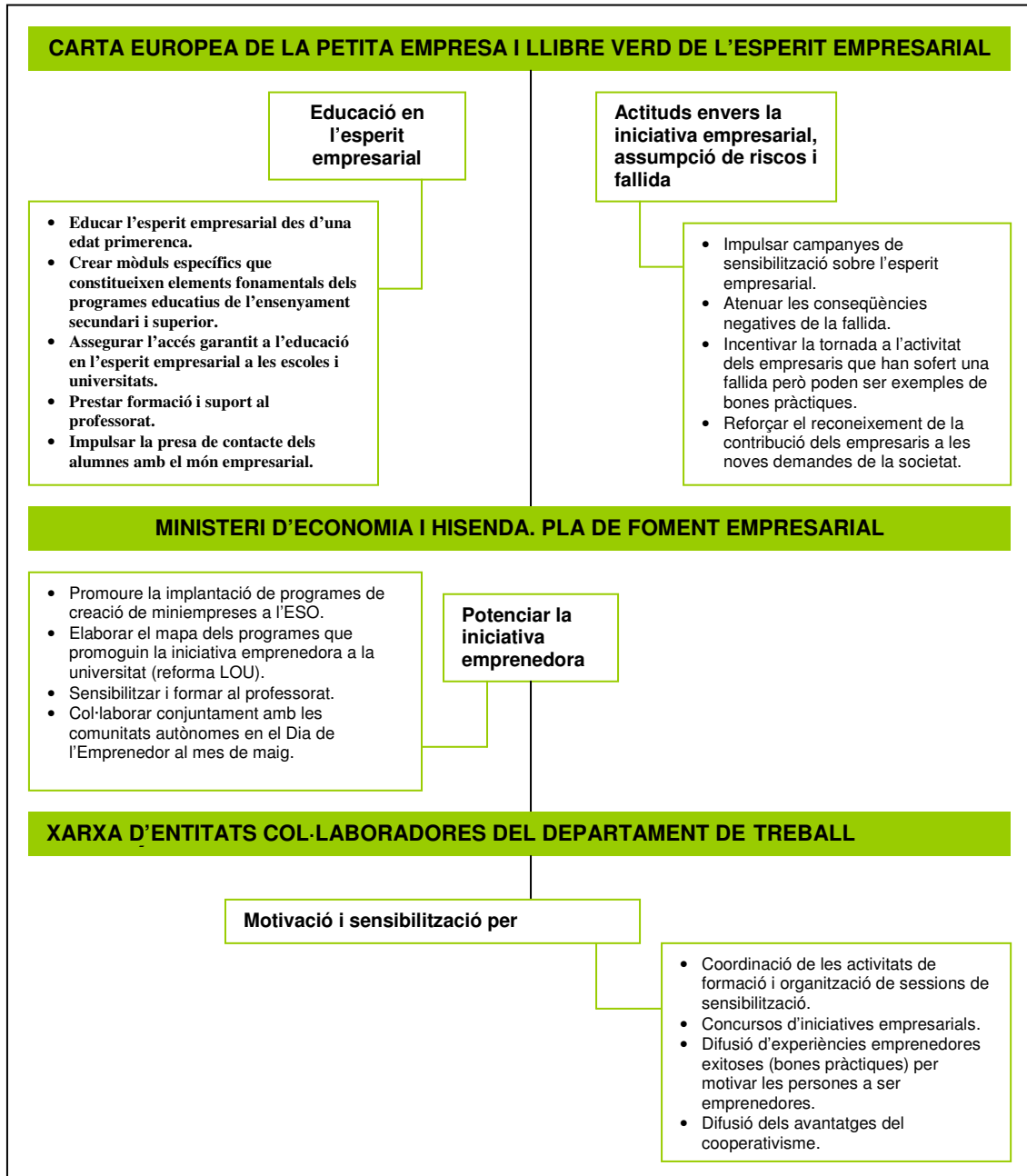


## 2. Diferents fases de l'emprenedoria i suport institucional

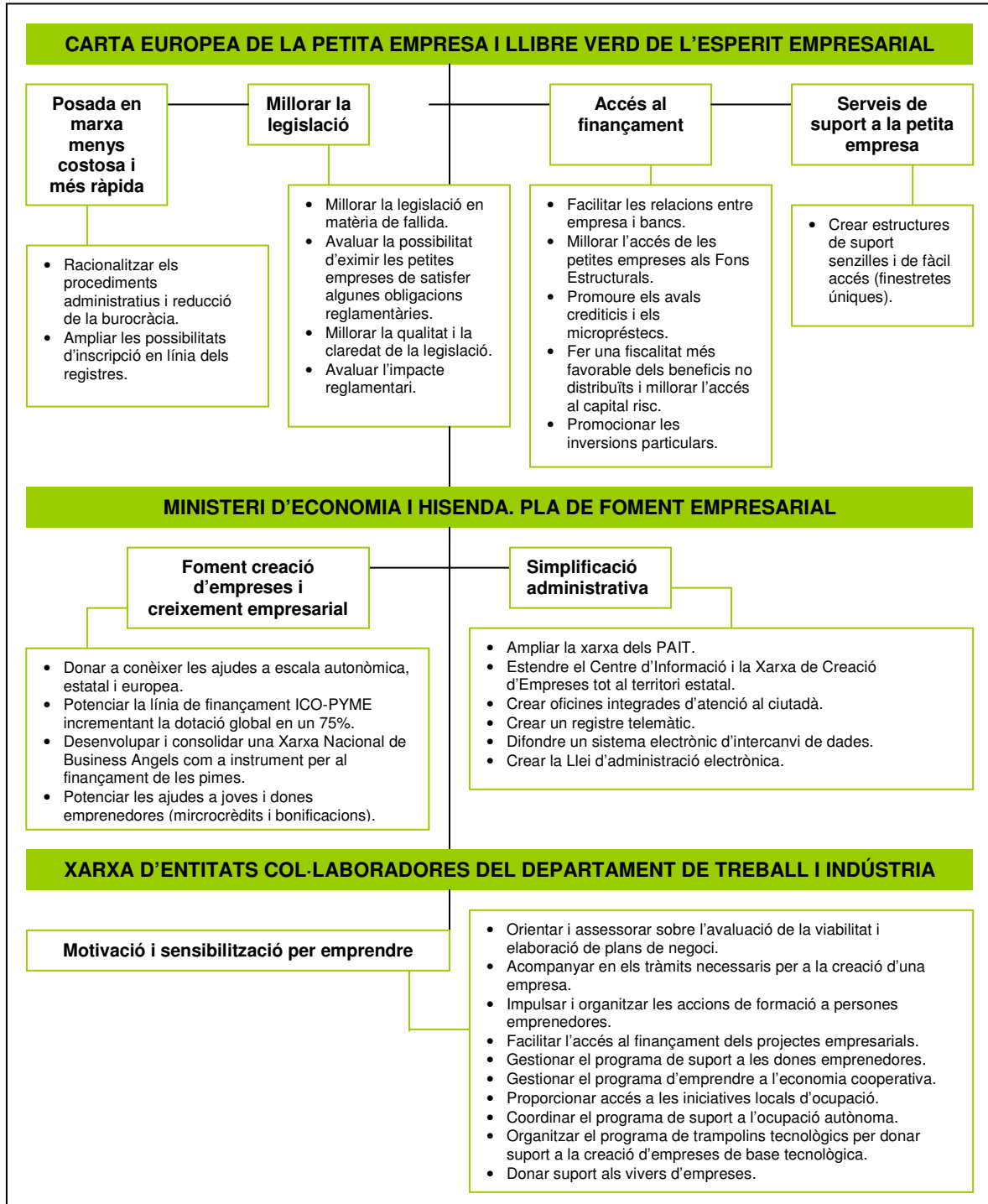
Abans descrivíem què és emprenedoria, la creació d'empreses i els principals factors necessaris per a la seva posada en marxa, a saber, la idea i l'empresari. Ara definirem la posada i el desenvolupament de l'empresa en diverses etapes, al mateix temps que tractarem d'exposar el suport institucional (des de diversos fronts) de què gaudeixen.

- Etapa de gestació, que correspon al moment en què persones especialment motivades identifiquen senyals que els fan pensar en la possibilitat de crear una empresa, confirmades per un *catalitzador*, que els referma la voluntat de crear l'empresa, ja sigui per l'oportunitat pròpiament dita, ja sigui per la necessitat (personal i/o econòmica).

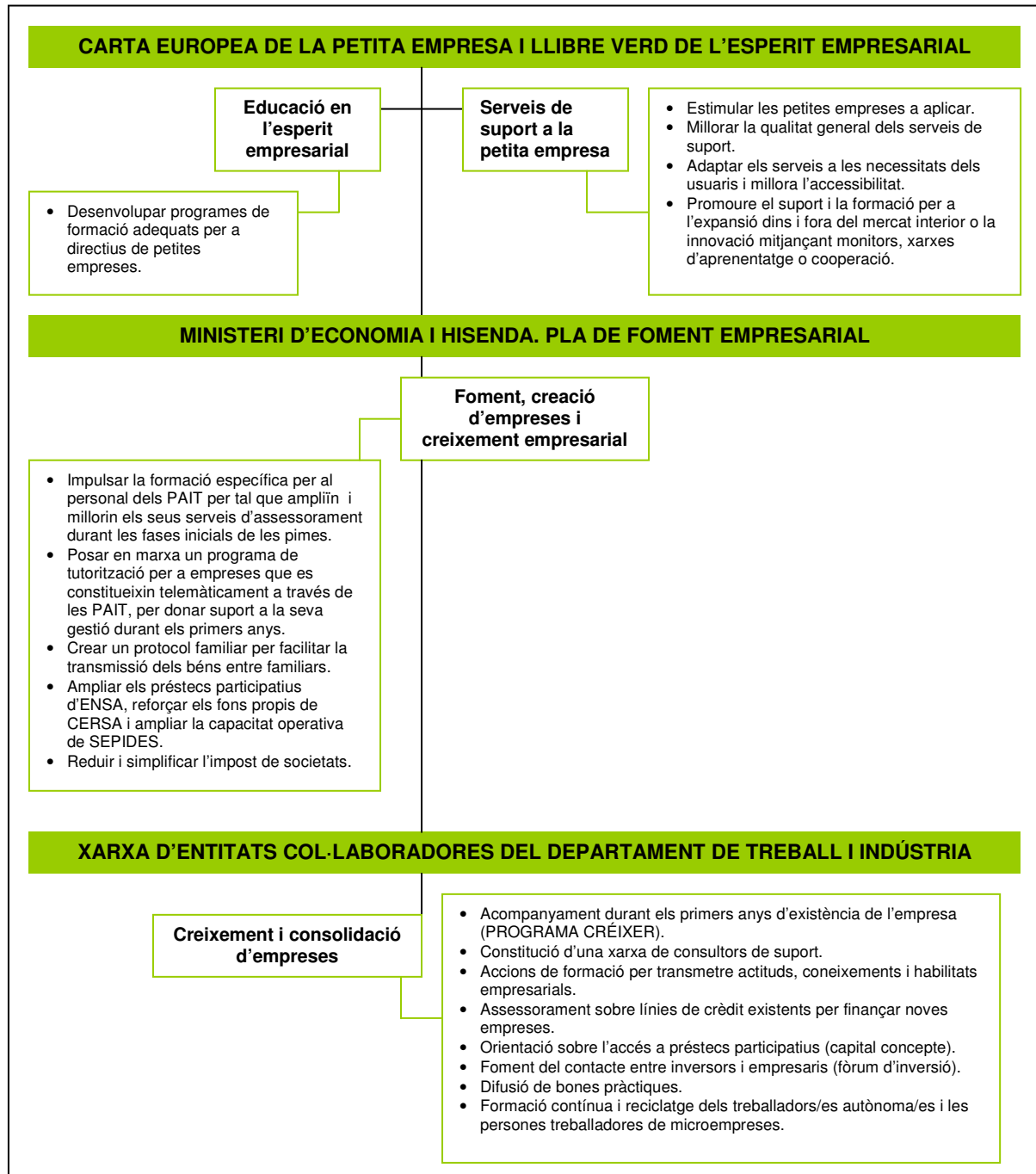
En la taula següent s'exposen les principals mesures exposades per la Carta europea de la petita empresa i el Llibre verd de l'esperit empresarial, pel Ministeri d'Economia i Hisenda (dintre del seu pla de foment empresarial) i pel Departament de Treball i Indústria de la Generalitat de Catalunya.



- o Etapa de creació, durant la qual els emprenedors analitzen (més o menys de forma rigorosa o intuïtiva) la viabilitat de la seva idea i decideixen (o no) posar en marxa l'empresa.



- Etapa de consolidació, quan un cop en marxa l'empresa s'enfronta a problemes de mercat, producte, etc. ja no directament vinculats al seu naixement, sinó al seu desenvolupament. Es podrien considerar els 42 mesos com un període generalment consensuat de durada d'aquesta etapa.



Per tant, resumint, ens trobem que les mesures propulsades per les institucions se centren en els següents factors:

- Foment de les actituds vers la iniciativa empresarial
  - L'assumpció de riscos
  - Rebuig a la fallida
- L'educació en l'esperit empresarial
- Reducció dels costos i terminis de la posada en marxa d'una empresa
- Millora de la legislació en matèria de fallida
- Facilitar la relació entre empreses i bancs
- Creació d'estructures de suport

### **3. Situació actual de l'emprenedoria a Catalunya, amb referència específica a Tarragona**

L'últim informe GEM publicat sobre Catalunya va ser del juliol de 2006 sobre dades de l'any 2005.

Del document se'n desprenen una sèrie de conclusions, que exposem a continuació:

- Catalunya disposa de la segona taxa més alta d'Espanya de persones que esperen crear una empresa en el termini de tres anys (6,8%), versus una mitjana espanyola del 5,5% i del 8,9% a la UE.
- El 66,9% dels catalans creuen tenir habilitats per emprendre (només per darrere de Canàries) i per sobre de qualsevol país de la UE (amb una mitjana del 42,3%).

Per tant, d'aixó se'n dedueix que el potencial de creixement de noves empreses a Catalunya és alt i no hi sembla haver un problema de formació en els potencials emprenedors.

- L'índex TEA (percentatge de persones que han tingut alguna relació amb l'emprenedoria en els últims tres anys) és el més alt d'Espanya (6,9%), per sobre de la mitjana de la UE (5,5%) i només superat per Irlanda (9,8%).
- En matèria de tancament d'empreses, Catalunya se situa com la nacionalitat amb l'índex més baix, 1,3% (igual que Alemanya i Bèlgica), molt per sota de la mitjana de la UE (2,0%).
- En canvi, quan es descriuen les empreses amb alt potencial de creixement, Catalunya se situa en el punt més baix (7,1%), ja que la mitjana espanyola és del 17,6% i la de la UE del 36,7%. Visió més conservadora de l'emprenedor català sobre quin pot ser el futur del seu projecte?

Per tant, excepte per aquest últim punt, les dades de l'informe mostren una situació millor respecte a les restants comunitats espanyoles i, en diversos casos, millor que els altres països de la UE.

El mateix informe ofereix certa informació comparativa entre les diverses províncies catalanes i l'agregat de Catalunya, però no facilita informació de detall per comarques. Observant les dades de la província de Tarragona, i encara entenent la dificultat (i possible errada) d'identificar província amb Camp de Tarragona, a grans trets, aquests són els principals factors diferencials.

- Hi ha una pes més important, en relació amb d'altres províncies, de dones emprenedores.
- Com a factor de motivació inicial per emprendre, es dona més importància a l'increment d'ingressos que a la independència.
- El desig d'emprendre va aparèixer abans que la idea.
- Tant en empreses noves com consolidades, a Tarragona és on les expectatives de creixement de la plantilla a cinc anys es veuen més altes.
- La següent taula mostra la font declarada d'assessorament per part dels emprenedors.

### Ús d'assessorament en la creació d'empreses, en funció de la província

	Any de l'enquesta: 2005				
	Barcelona (%)	Girona (%)	Lleida (%)	Tarragona (%)	Total (%)
<b>D'institucions i organismes públics estatals</b>	20,6	23,3	9,9	13,4	19,2
<b>De la conselleria de la seva comunitat</b>	6,9	14,9	7,0	15,9	9,1
<b>De la cambra de comerç</b>	16,8	13,5	9,7	8,5	14,8
<b>De la universitat</b>	5,9	4,1	4,2	6,1	5,6
<b>Del parc científic i tecnològic</b>	1,0	2,7	4,2	2,4	1,6
<b>D'associacions empresarials</b>	10,9	6,8	5,6	9,8	9,9
<b>De l'ajuntament</b>	6,9	10,8	8,3	3,7	7,0
<b>De les caixes d'estalvi</b>	9,9	11,0	12,5	17,3	11,2
<b>Dels bancs</b>	12,0	19,2	8,3	14,8	13,0
<b>De les entitats de capital risc</b>	6,0	1,4	-	4,9	4,9
<b>De les consultories</b>	7,9	11,0	8,3	11,3	8,8
<b>De les empreses de serveis</b>	10,9	6,9	4,2	8,6	9,6



Observem que a Tarragona tenen importància en l'assessorament (per sobre de la mitjana catalana) la Generalitat, la Universitat, les institucions financeres i les consultores

#### **4. Actuacions de suport a l'emprenedoria al Camp de Tarragona**

Aquest és un punt que entenem com a primordial de cara al desenvolupament de mesures estratègiques vinculades a l'emprenedoria. Podem dir que les següents institucions ofereixen serveis i productes vinculats amb l'emprenedoria.

- Les associacions empresarials, com la CEPTA i la PIMEC, que disposen de punts d'informació als possibles emprenedors.
- Els diferents ajuntaments, mitjançant les accions promogudes des de les seves regidories de promoció econòmica.
- La Diputació de Tarragona, a través de la seva Unitat de Desenvolupament Local.
- Les cambres de comerç de la demarcació.
- La Generalitat de Catalunya, a través de la seva delegació a Tarragona del CIDEM.
- Els consells comarcals del Camp de Tarragona.
- Les entitats financeres ubicades a la demarcació, d'una forma més o menys explícita.
- Les organitzacions sindicals
- D'altres institucions, amb participació més o menys activa, com poden ser l'associació d'empresàries i emprenedores de les comarques de Tarragona, la Jove Cambra de Tarragona i de Reus, l'Associació Independent de Joves Empresaris de Catalunya, el Col·legi d'Economistes de Catalunya, etc.
- Reus Capital de Negoci, SCR, com a única societat de capital risc de la demarcació.
- I la Universitat Rovira Virgili, mitjançant el seu Consell Social, la Fundació URV i la Càtedra URV-Empresa sobre emprenedoria i creació d'empreses.

Per tant, trobem un ample nombre d'institucions que consideren important el foment de la creació d'empreses i dediquen recursos, esforços i iniciatives per al seu desenvolupament.

Això dona lloc a iniciatives en el territori potser de vegades reiteratives i simultànies, que suposen un ús no òptim dels recursos. Així, ens trobem amb jornades de divulgació, cursos de formació, premis a la creació d'empreses, viviers d'empresa, assessorament a emprenedors, avantatges

financers, etc. generats per bona part de les institucions abans mencionades, que en alguns casos poden estar per sobre de la demanda real, almenys avui per avui, que existeix al territori.

## 5. Perspectives de futur

Arribats a aquest punt, entenem que hi ha una sèrie d'aspectes que es poden considerar com a resum de la situació actual:

- La creació d'empreses suposa un impuls al desenvolupament econòmic d'un territori.
- Els factors claus per fomentar la creació d'empreses ve donat, en primer lloc, per la capacitat de generar idees innovadores i la predisposició a l'assumpció del risc per part dels emprenedors.
- Els estudis sobre l'emprenedoria a Catalunya mostren dades raonablement positives sobre la creació d'empreses al nostre país.
- Existeix una àmplia oferta de suport a l'emprenedoria per part d'institucions del Camp de Tarragona, que haurien de facilitar la taxa de creació d'empreses a la demarcació.

Veient aquestos factors, les línies estratègiques a desenvolupar haurien d'anar enfocades cap als punts següents:

- Aglutinar esforços de cara a la utilització més eficient de recursos, mantenint els caràcters diferencials de cada institució.
- Centralitzar els esforços en les següents línies:
  - Divulgació, mitjançant jornades, publicacions, etc.
  - Formació sobre emprenedoria i tècniques de gestió empresarial
  - Assessorament, en la fase de gestació i creació, als emprenedors
  - Suport:
    - Financer:
      - Premis a la creació
      - Productes/avantatges financers homogenis
      - Societats de capital risc
      - Xarxa de *Business angels* (UNIBA?)
      - Subvencions per l'establiment a la demarcació?
      - Suport per a la sol·licitud de productes financers públics i/o privats (gènesi, concepte, etc.)
    - Tècnic:
      - Assessorament en la fase de creixement i consolidació
      - Banc de bones pràctiques
    - Logístic:
      - Vivers d'empreses
      - Parcs científics i tecnològics
      - Polítiques d'aprovisionaments de bens i serveis?
- Incentivar la transferència tecnològica des de la Universitat, afavorint la creació de *spin-off*. Els avantatges del paper de les universitats en la creació d'empreses són nombroses, entre les quals podríem destacar:

- Sovint és l'única forma d'introduir el desenvolupament tecnològic en el teixit productiu.
- Afavoreix els vincle d'unió entre la Universitat i el sistema productiu local.
- Incrementa el nombre d'empreses constituïdes en sectors emergents
- Crea llocs de treball d'investigadors i de "qualitat", d'alt valor afegit
- Contribueix de forma notable a millorar la imatge d'una regió.

## **6. Conclusions**

En definitiva, l'emprenedor és un element clau en una economia on cada vegada més el coneixement i la innovació esdevenen factors de competitivitat empresarial. El nou empresari cerca noves oportunitats de negoci, incorpora innovacions, busca nous mercats, dissenya noves formes d'organització i de distribució i també esdevé un element clau per assegurar la competència i la rivalitat dels mercats. Cal, per tant, afavorir les condicions de l'entorn perquè es produeixin les condicions necessàries per a la seva creació. En qualsevol cas, aquestes condicions d'entorn no seran suficients si no es posen també en marxa polítiques de conciliació/formació de l'esperit emprenedor.