

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR



CATALUNYA INFORME EXECUTIU



 Generalitat de Catalunya
Departament de Treball

 Diputació
Barcelona
xarxa de municipis

 ierm
INSTITUT D'ESTUDIS REGIONALS
METROPOLITANS DE BARCELONA

 Universitat
Autònoma
de Barcelona



**GLOBAL
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR**

INFORME EXECUTIU - CATALUNYA

El projecte GEM s'inicia l'any 1998 per part del Babson College i la London Business School amb l'objectiu d'establir una xarxa internacional per a l'estudi de la creació d'empreses. A la primera edició hi van participar nou països i Espanya s'incorporà al projecte l'any 1999, mitjançant l'Institut de Empresa. L'any 2003, tres comunitats autònomes (Andalusia, Catalunya i Extremadura) van decidir portar a terme la investigació sobre l'activitat emprenedora a escala de les seves regions. L'any 2004, vuit comunitats autònomes més es van afegir al projecte regional. Des d'aquesta edició del 2007, ja són quinze els equips regionals que participen en el projecte.

El projecte Gem-Catalunya es realitza des de l'any 2003 en una iniciativa conjunta de l'Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona, el Departament d'Economia de l'Empresa de la Universitat Autònoma de Barcelona, la Diputació de Barcelona i la Generalitat de Catalunya.

Director del Projecte:
Carlos Guallarte (UAB)

Coordinador del Projecte:
Yancy Vaillant (UAB)

Investigadors:
Teresa Obis (UAB), Àlex Rialp (UAB), Josep M. Surís (UAB) i
Anaís Tarragó (Generalitat de Catalunya)

Traducció i correcció:
puntgroc comunicació

Coordinació de l'edició:
Isabel Clos (IERMB)

Disseny, Maquetació i Producció:
puntgroc comunicació

Barcelona, agost de 2008

Dipòsit Legal:
B-41603-08

ISBN: 978-84-88068-95-8

07

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EXECUTIU - CATALUNYA



Departament
d'Economia de l'empresa



GEM Catalunya 2007

EQUIP INVESTIGADOR	INSTITUCIÓ	MEMBRES	PATROCINADORS
Nacional	Institut de l'Empresa (IE Business School)	Ignacio de la Vega García-Pastor (Director del projecte GEM España) Alicia Coduras (Direcció Tècnica GEM España) Cristina Cruz Serrano Rachida Justo Isabel González Moya (Administradora GEM España)	    
Andalusia	Universitat de Cadis	José Ruíz Navarro (Director del projecte GEM Andalusia) José Aurelio Medina Daniel Lorenzo David Urbano Pulido	   
Astúries	Universitat d'Oviedo	Juan Ventura Victoria (Director del projecte GEM Astúries) Esteban Fernández Sánchez (Director) Montserrat Entrialgo Suárez Enrique Loredó Fernández	 
Canàries	Universitat de Las Palmas de Gran Canària Universitat de La Laguna	Rosa M. Batista Canino (Directora del projecte GEM Canàries) Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Desiderio García Almeida Ana L. González Pérez Esther Hormiga Pérez Pino Medina Brito Agustín Sánchez Medina Silvia Sosa Cabrera Domingo Verano Tacoronte	        
Castella-la Manxa	Universitat de Castella-la Manxa	Miquel Àngel Galindo Martín (Director del projecte GEM Castella-la Manxa) Juan Carlos López Garrido Inmaculada Carrasco Monteagudo M. Soledad Castaño Martínez Isabel Pardo García Francisco Escribano Sotos José Luis Alfaro Navarro José Mondejar Jiménez M ^a Teresa Méndez Picazo Agustín Álvarez Herranz	       
Castella i Lleó	Universitat de Lleó	Mariano Nieto Antolín (Director del Projecte GEM Castella i Lleó) Nuria González Álvarez Constantino García Ramos Vanessa Solís Rodríguez José Luis de Godos Díez Noemi Huerga Pérez	   
Catalunya	Universitat Autònoma de Barcelona Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona	Carlos Gualarte (Director del projecte GEM Catalunya) Yancy Vaillant (Coordinador) Teresa Obis Anaïs Tarragó	   

EQUIP INVESTIGADOR	INSTITUCIÓ	MEMBRES	PATROCINADORS
Ceuta i Melilla	Fundació Escola de Negocis d'Andalusia	Lázaro Rodríguez Ariza (<i>Director GEM Ceuta i GEM Melilla</i>) María del Mar Fuentes Fuentes (<i>Directora GEM Ceuta i GEM Melilla</i>) Ana Bojica Gabriel García-Parada Arias Carlos A. Albacete Sández Sara Rodríguez Gómez Manuel Hernández Peinado Rocío Llamas Sánchez	  
Comunitat Valenciana	Universitat Miguel Hernández	José M ^a Gómez Gras (<i>Director del projecte GEM C. Valenciana</i>) Ignacio Mira Solves (<i>Direcció Tècnica</i>) Jesús Martínez Mateo Antonio J. Verdú Jover Noelia López del Castillo M ^a José Alarcón García M ^a Cinta Gisbert López Javier Sancho Azuar M ^a Antonia Vaquero Sánchez Domingo Galiana Lopera	  
Galícia	Confederació d'Empresaris de Galícia (CEG) CEEI Galícia SA (BIC Galícia) Grup d'Investigació «Mètodes i gestió d'empreses» de la Universitat de Santiago de Compostel·la	Araceli de Lucas Sanz (<i>Directora del Projecte GEM Galícia</i>) Fausto Santamarina Fernández Marta Amate López José Antonio Neira Cortés Enrique Vila Sánchez Enrique Gómez Fernández Mariela Pérez-Rasilla Bayo José Alberto Díez de Castro Guillermo Sánchez Vilariño Emilio Ruza Sanmartín Begoña Barreiro Fernández Fernando Losada Pérez Miguel Freire Neira	    
Extremadura	Fundació Xavier de Salas Universitat d'Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón (<i>Director GEM Extremadura i Coordinador Regional</i>) J. Carlos Díaz Casero (<i>Director tècnic</i>) M ^a de la Cruz Sánchez Escobedo M ^a Victoria Postigo Jiménez	                       

GEM Catalunya 2007

EQUIP INVESTIGADOR	INSTITUCIÓ	MEMBRES	PATROCINADORS
Madrid	Universitat Autònoma de Madrid	Eduardo Bueno Campos (<i>Director del Projecte GEM Madrid</i>) Lidia Villar Mártel Carlos Merino Moreno Miguel Palacios Javier Tafur	 
Múrcia	Universitat de Múrcia	Antonio Aragón Sánchez (<i>Director del Projecte GEM Murcia</i>) Alicia Rubio Bañón (<i>Directora</i>) Nuria Nevers Esteban Albert José Andrés López Yepes María Feliz Madrid Garre Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	
Navarra	Servei d'Ocupació de Navarra Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra (CEIN) Universitat Pública de Navarra	Cristina Arcaya Iñaki Lavilla Fermín Erro Iñaki Más Erice (<i>Direcció del Projecte GEM Navarra</i>) Ignacio Contín Martín Larraza	
País Basc	Orkestra, Institut Basc de Competitivitat. Universitat de Deusto Universitat del País Basc Universitat de Mondragón	Iñaki Peña Legazkue (<i>Director del Projecte GEM País Basc</i>) Juan José Gibaja Nahikari Irastorza José Luis González Pernía Aloña Martiarena Saoia Arando María Saiz Andrés Araujo Jon Hoyos Iñazio Irizar Etxeberria Iosu Izarralde Aiestui	

SUMARI

1.	PRESENTACIÓ I RESUM EXECUTIU	7
1.1.	El projecte GEM	9
1.2.	Resum executiu	11
1.3.	Recomanacions	12
2.	ACTIVITAT EMPRENEDORA I DINÀMICA EMPRESARIAL A CATALUNYA	15
2.1.	Activitat empenedora registrada a la població adulta catalana	17
2.2.	Activitat empenedora en el context internacional	20
2.3.	Dinàmica empresarial a Catalunya	23
2.4.	Potencial empresarial a la població adulta catalana	27
3.	TIPUS DE COMPORTAMENT EMPRENEDOR	31
3.1.	Oportunitat i necessitat en el procés empenedor	33
3.2.	Principals motius que impulsen la decisió d'empenre a Catalunya	35
4.	PERFIL DE L'EMPENEDOR CATALÀ	39
4.1.	Perfil socioeconòmic	41
	<i>Empreses, empresaris i empenedoria rural a Catalunya</i>	
	Yancy Vaillant, Jordi Rosell, Lourdes Viladomiu (Grup de Recerca en Desenvolupament Rural, UAB)	47
5.	CARACTERÍSTIQUES DE LES ACTIVITATS RESULTANTS DEL PROCÉS EMPENEDOR A CATALUNYA	51
5.1.	Sector general d'activitat en què operen les iniciatives empenedores	53
5.2.	Nombre de propietaris de les iniciatives empenedores catalanes	53
5.3.	Dimensió de les activitats derivades del procés empenedor mesurada a través del nombre d'empleats	54
5.4.	Potencial de creixement en ocupació de les empreses integrades en el procés empenedor	54
5.5.	Activitat empenedora de les empreses integrades en el procés empenedor	57
5.6.	Volum de negoci de les iniciatives naixents, noves i consolidades	57
5.7.	Innovació a les empreses naixents, noves i consolidades	58
5.8.	L'ús de les noves tecnologies	58
5.9.	Expansió en el mercat i nivell de competència	59
5.10.	Internacionalització	60
	<i>Factors condicionants del creixement de les noves empreses</i>	
	Joan Lluís Capelleras (Departament d'Economia de l'Empresa. UAB)	63
6.	FINANÇAMENT DEL PROCÉS EMPENEDOR CATALÀ	69
6.1.	Capital llavor mitjà necessari per posar en funcionament una activitat el 2007 a Catalunya	71
6.2.	Fonts de finançament que s'utilitzen en el procés empenedor	72
6.3.	Retorn de la inversió esperat per l'empenedor	73
6.4.	L'inversor informal de tipus <i>Business angel</i> a Catalunya	74
	<i>El paper del microcrèdit en el procés empenedor</i>	
	Glòria Estapé i Consol Torreguitart (Departament d'Economia de l'Empresa. UAB)	79

7.	EXISTÈNCIA D'OPORTUNITATS, MOTIVACIÓ I CAPACITAT PER EMPRENDRE EN LA POBLACIÓ ADULTA CATALANA	87
7.1.	Percepció de bones oportunitats per emprendre	89
7.2.	Motivació per emprendre en la població adulta catalana	92
7.3.	Opinió dels experts sobre la motivació per emprendre en la població adulta catalana	93
7.4.	Habilitats i coneixements per emprendre en la població adulta catalana	95
	<i>Districtes, clústers i agrupacions empresarials innovadores</i> Adrià Royes (Departament d'Economia de la UAB i Horwath) i Vittoria Galletto (Horwath)	99
8.	CONDICIONS ESPECÍFIQUES DE L'ENTORN PER EMPRENDRE A CATALUNYA L'ANY 2007	107
8.1.	Introducció	109
8.2.	Anàlisi general de l'entorn en el qual es desenvolupa la creació d'empreses	109
8.3.	Aspectes favorables, desfavorables i recomanacions: parlen els experts	111
8.4.	Posició catalana en l'àmbit internacional i espanyol sobre l'estat de les condicions de l'entorn avaluades pels experts.	120
	<i>Les noves empreses en el procés d'innovació a la societat del coneixement</i> Josep M. Veciana (Departament d'Economia de l'Empresa. UAB)	139
9.	EL PROCÉS EMPRENEDOR EN DIFERENTS COL·LECTIUS A CATALUNYA	149
9.1.	L'activitat emprenedora femenina a Catalunya	151
9.2.	L'activitat emprenedora i la immigració a Catalunya	160
	<i>D'assalariats a autoocupats. Una aproximació qualitativa a les iniciatives empresarials dels immigrants</i> Sònia Parella i Leonardo Cavalcanti (GEDIME. Departament de Sociologia. UAB)	162
10.	PROCÉS EMPRENEDOR A ESCALA TERRITORIAL	169
10.1.	El procés emprenedor i la dinàmica empresarial per províncies	171
10.2.	Característiques del procés emprenedor i perfil de l'empresari	172
10.3.	Característiques de les activitats resultants del procés emprenedor per províncies	174
10.4.	Factors psicosocials en el procés emprenedor per províncies	175
	REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES	179
	ÍNDEX DE TAULES I DE FIGURES	180

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR



1. PRESENTACIÓ I RESUM EXECUTIU

1.1. El projecte GEM

1.2. Resum executiu

1.3. Recomanacions

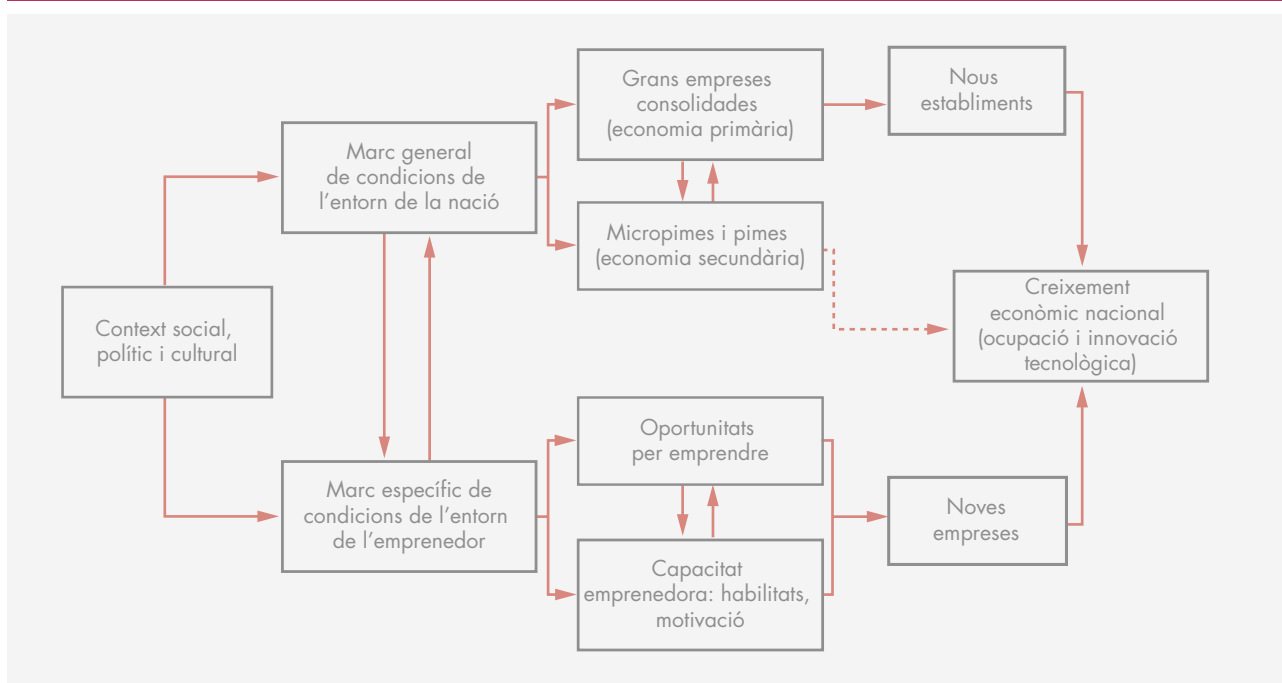
1. PRESENTACIÓ I RESUM EXECUTIU

1.1. El projecte GEM

En els darrers anys, la creació d'empreses s'ha convertit en un dels temes que susciten més interès tant en els investigadors com a les administracions públiques, en constatar-se que és un dels principals motors del desenvolupament econòmic i social d'un país, tant per la seva influència sobre la generació de llocs de treball com sobre el creixement econòmic.

El projecte GEM (Global Entrepreneurship Monitor) va sorgir precisament amb la intenció d'analitzar l'activitat emprenedora, així com els factors que influeixen en la creació de noves empreses (fig. 1). Aquest projecte ha tingut, des de la seva creació el 1999 pel Babson College i la London Business School, un marcat caràcter internacional. Actualment, ja són més de 60 països els que n'apliquen la metodologia.

Figura 1 El model conceptual del projecte GEM



L'Estat espanyol es va adherir al projecte ara fa vuit anys a través de l'Institut d'Empresa. Més tard, el 2003, tres comunitats autònomes (Andalusia, Extremadura i Catalunya) s'hi van incorporar. Van començar, així, els estudis a nivell regional, amb l'ànim de dur a terme una anàlisi més detallada i fer comparacions entre les comunitats autònomes. Aquest ha estat el primer any que s'ofereixen dades de tot l'Estat. Formen part del projecte 15 equips regionals.

Tots els participants, tant nacionals com internacionals, operen sota el mateix model teòric, metodologia, homogeneïtzació i tractament de les dades, cosa que possibilita la comparació sobre l'activitat de creació de noves empreses en els diversos àmbits geogràfics.

Dins l'àmplia i detallada informació que proporciona l'estudi, un dels objectius principals és la determinació d'un índex que reflecteixi el nivell d'activitat en la creació d'empreses, també conegut com a TEA (*Total Entrepreneurial Activity*).

En el projecte GEM es considera que són emprenedors actius tots els adults (d'entre 18 i 64 anys) que es troben immersos en el procés

Figura 2 El procés emprendedor: les definicions operacionals del projecte GEM



d’engegar un negoci o una empresa, del qual en posseiran una part o el total i/o que actualment són propietaris-gerents d’un negoci sencer o d’una part o bé d’una empresa jove. Aquesta definició inclou l’autoocupació.

La definició anterior és àmplia perquè del que es tracta és de satisfer els corrents acadèmics internacionals més significatius en l’àmbit de la investigació sobre activitat emprendedora. Seguint la definició, el projecte GEM estima l’activitat emprendedora en fase inicial (*early stage*), o incipient, d’un país com el percentatge de persones que compleixen les premisses anteriors. Per tant, l’índex TEA fa referència a l’activitat emprendedora en fase inicial (fins a 3,5 anys), que, al seu torn, es desglossa en naixent (fins a 3 mesos, i que no hagi realitzat remuneracions salarials) i nova (de 3 a 42 mesos, o inferior a 3 mesos però que hagi fet remuneracions salarials). A la figura 2 s’exposen clarament aquestes definicions, que s’utilitzaran al llarg de tot l’estudi.

Les fonts per generar aquest informe són les següents:

- Enquesta a la població adulta, que consisteix en 2.000 entrevistes a persones d’entre 18 i 64 anys a Catalunya, amb l’objectiu de mesurar l’activitat emprendedora (TEA) i les característiques i els comportaments respecte a la creació d’empreses. La fitxa tècnica de la mostra es detalla a la taula 1.
- Entrevistes a 37 persones expertes en diversos àmbits per conèixer-ne l’opinió qualificada sobre els factors que condicionen el procés.
- A més, es disposa de la informació agregada de la resta de països i les comunitats autònomes que participen en el GEM.
- Dades secundàries, sobretot de tipus econòmic i social.

El projecte GEM-Catalunya s’ha dut a terme en el marc de l’Observatori de la Petita i Mitjana Empresa, una iniciativa conjunta entre l’Institut d’Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona i el Departament d’Economia de l’Empresa de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), i la seva realització ha estat possible gràcies al patrocini de la Diputació de Barcelona i el Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya.

Finalment, cal destacar l’oportunitat que brinda aquest informe per servir de punt de partida en el coneixement i la reflexió sobre les iniciatives empresarials que es desenvolupen a Catalunya. Per això, s’ha inclòs en aquest treball informació que va més enllà de

Taula 1 Fitxa tècnica de l'enquesta a la població adulta catalana

		Univers	Mostra	% Error mostral*
Catalunya	Total	4.721.527	2.000	2,19%
Distribució per províncies	Barcelona	3.500.535	800	3,46%
	Girona	460.858	400	4,90%
	Lleida	264.476	400	4,90%
	Tarragona	495.659	400	4,90%
Distribució per gènere	Dona	2.321.093	1.009	3,09%
	Home	2.400.434	991	3,11%

*Error mostral al 95% de confiança, suposant la indeterminació màxima $p = q = 0,5$.

l'estrictament necessària per tal de posar-la a disposició dels encarregats de formular la política de foment de la creació d'empreses a Catalunya i de tothom interessat en aquesta qüestió.

A més, de la mateixa manera que en edicions anteriors, s'ha inclòs una sèrie de col·laboracions sobre temes rellevants i de caràcter més específic, relacionats íntimament amb assumptes que es desenvolupen a l'informe GEM. Aquestes col·laboracions ajudaran a aprofundir i completar aspectes de la funció empresarial i la creació d'empreses. Volem fer palès el nostre agraïment per la seva participació a Josep Maria Veciana, Joan Lluís Capelleras, Yancy Vaillant i Adrià Royes, del Departament d'Economia de l'Empresa de la UAB; a Jordi Rosell i Lourdes Viladomiu, del Grup de Recerca en Desenvolupament Rural de la UAB; a Sònia Parella i Leonardo Cavalcanti, del Grup d'Estudis sobre Immigració i Minories Ètniques de la UAB, i a Vittorio Galletto, de Horwath.

1.2. Resum executiu

Els resultats obtinguts més destacables són els següents:

- La taxa d'activitat emprenedora (TEA) de la població adulta catalana s'ha consolidat per damunt del 8%, i se situa en el 8,4%, xifra similar a la de l'any passat.
- La rellevància d'aquestes dades la proporciona la perspectiva històrica, amb una evolució creixent des del 5,6% del 2004. En el decurs dels cinc anys analitzats (2003-2007), la TEA catalana sempre està per sobre de la mitjana europea i espanyola. Presenta una tendència similar, per bé que amb una variabilitat més gran.
- Una altra dada positiva és que el percentatge de població adulta catalana que el darrer any s'ha vist implicada en l'abandonament de negocis, empreses o autoocupació és del 0,8% (gairebé un 23% menys que el 2006).
- La majoria de les iniciatives s'han emprès per tal d'aprofitar una oportunitat, fonamentalment cercant-ne la independència. No obstant això, les iniciatives empreses han passat del 13,4% al 21%.
- L'emprenedor català en fase inicial és majoritàriament home (64%), amb una edat mitjana de 37 anys, estudis superiors (34%) o de primària (26%), una renda mensual al voltant de 1.800 euros i de zona urbana (68%).
- El 36% dels emprenedors són dones, percentatge similar al dels dos darrers anys, en els quals ja indicàvem que aquestes xifres suposaven un salt qualitatiu per a la dona emprenedora respecte als resultats dels anys precedents, i que el seu manteniment suposava un senyal evident de la consolidació del paper crucial de la dona en l'activitat emprenedora catalana. Aquesta situació es veu remarcada i assegurada en un futur pel pes més gran en els emprenedors potencials de la dona (el 45% enfront del 27% l'any 2006).
- El toc d'atenció prové de la dada que la meitat (48%) dels emprenedors que han abandonat també són dones, quan en representen aproximadament la tercera part.
- Pel que fa a la distribució per trams d'edat de la taxa d'abandonament, també crida l'atenció la del segment de 55-64 anys, que no ha parat de créixer els darrers 3 anys: des del 13% el 2005 fins al 23% el 2006 i l'actual 27%.

- Malgrat que l'activitat emprenedora en fase inicial se segueix concentrant en l'àrea urbana (localitat de més de 5.000 habitants), el seu pes va disminuint de manera progressiva (88% el 2005, 71% el 2006, i 68% el 2007). En l'auge de l'activitat emprenedora de la zona rural cal ressaltar-hi el seu important caràcter femení: el 42% de les emprenedores en fase inicial corresponen a zona rural. Això és significatiu des del punt de vista social, perquè indica la important utilització de la creació d'empreses per part de les dones de les zones rurals com a substitució del seu rol tradicional, foragitat de l'agricultura moderna, alhora que té un paper crucial en la diversificació del teixit econòmic de les zones rurals catalanes.
- El nombre d'emprenedors amb un potencial de creixement elevat a Catalunya (esperen créixer en més de 19 llocs de treball en 5 anys) segueix una tendència creixent en els darrers 4 anys. La mitjana de Catalunya (0,4%) se situa per primera vegada des de l'any 2003 per sobre de la del conjunt de l'Estat espanyol (0,3%) i pròxima a la de la UE (0,6%).
- La innovació segueix sent una assignatura pendent del nostre teixit empresarial. Tot i tenir un nombre considerable d'empreses innovadores, és preocupant que el 56% de les iniciatives en fase inicial i el 63,7% de les consolidades no ho siguin.
- El capital mitjà per posar en marxa un negoci a Catalunya pràcticament s'ha duplicat respecte de l'any anterior. Ha passat de 53.540 a 103.639 € (78.993 en el conjunt de l'Estat espanyol), amb una dispersió (desviació típica) molt alta. L'aportació mitjana de l'emprenedor és del 44,6%.
- També ha variat força la distribució del percentatge de capital llavor aportat pels emprenedors naixents. Mentre que el 2006 el 64% dels emprenedors aportava més del 50% del capital llavor total, el 2007 només n'és el 26%. On el canvi és més evident és en el percentatge dels qui aporten el 100%, que ha passat del 39% el 2006 al 5% el 2007 (enfront del 42% a l'Estat espanyol).
- Les altres fonts de finançament són els bancs i les institucions financeres (50%), la família directa (24%) i els programes públics (12,1%).
- Tot i l'existència de diverses fonts de finançament, tant formals com informals, el cert és que el finançament de l'empresa és un dels esculls principals de l'activitat emprenedora. Segons els experts, n'és el més important, molt més present a Catalunya (60,6%) que a la resta de l'Estat espanyol (38,1%).
- Amb tot, alguns experts assenyalen que no és la falta de suport financer el que limita l'activitat emprenedora, sinó l'escassetat d'emprenedors d'alt nivell que puguin impulsar empreses d'alt creixement. Això és conseqüència, en gran manera, de la poca formació i cultura empresarial que hi ha a les escoles i les universitats catalanes.

1.3. Recomanacions

La necessitat de produir més empresaris, que esmentàvem els dos darrers anys, es va satisfer amb èxit.

En el *Llibre verd de la creació d'empreses a Catalunya*, elaborat pel Departament de Treball (2006) de la Generalitat de Catalunya, una de les conclusions principals és la importància i la necessitat de fomentar l'esperit empresarial entre la població catalana i, molt especialment, entre els més joves. Per això, tant la Generalitat de Catalunya com la Diputació de Barcelona han apostat per potenciar de manera més activa la sensibilització i la motivació de la població en general cap a la creació d'empreses des de tres fronts: millorar la visibilitat i la valoració de les persones emprenedores; disminuir la por al fracàs, i ajudar les persones emprenedores a avaluar la idoneïtat de les seves idees.

A més, les polítiques de foment de creació d'empreses haurien d'estar orientades als jaciments d'empresaris, dels quals els principals són els universitaris (titulats, investigadors, etc.) i els directius d'empresa (tant els que estan en actiu com els prejubilats). Això és així perquè a la societat del coneixement les persones més ben preparades per crear i fer créixer empreses basades en les noves tecnologies i, per tant, d'alt valor afegit, capaces de competir a nivell internacional, i susceptibles de crear llocs de treball amb salaris alts, són les que estan tècnicament capacitades i prou motivades.

De tot el que hem dit fins ara, se'n desprèn que en una economia emprenedora no és tan important la taxa d'activitat empresarial com la seva qualitat, la capacitat de créixer i innovar, de competir internacionalment. D'aquí la necessitat dels programes de suport a la R+D+I i a la internacionalització, que potenciïn la solidesa i el creixement de les nostres empreses.

Alhora, cal desenvolupar eines de finançament del creixement de l'empresa que permetin reduir la dependència de les institucions informals. Per abordar projectes de creixement rellevants en les etapes inicials d'una empresa cal que hi hagi fonts formals de finançament adequades, tant públiques com privades.

Per acabar, tal com assenyala Veciana en la seva col·laboració, cal emfasitzar en el fet que les polítiques de foment de la innovació i la creació d'empreses han d'estar centrades en el territori com a factor de desenvolupament endogen. Els principals mitjans són: a) Crear i/o millorar les infraestructures necessàries (universitat/s, centres tecnològics, aeroport, carreteres, FF.CC., empreses de capital risc, serveis de consultoria, polígons industrials, etc.); b) Convertir les universitats de la zona en institucions al servei del territori; c) Crear i fomentar les xarxes entre les institucions del territori; d) Atraure talents, tant nacionals com estrangers.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR



2. ACTIVITAT EMPRENEDORA I DINÀMICA EMPRESARIAL A CATALUNYA

- 2.1. Activitat empenedora registrada a la població adulta catalana
- 2.2. Activitat empenedora en el context internacional
- 2.3. Dinàmica empresarial a Catalunya
- 2.4. Potencial empresarial a la població adulta catalana

2. ACTIVITAT EMPRENEDORA I DINÀMICA EMPRESARIAL A CATALUNYA

2.1. Activitat empenedora registrada a la població adulta catalana

L'indicador principal, elaborat en el marc de l'observatori GEM, és l'índex d'activitat empenedora total (*Total Entrepreneurial Activity* o TEA), que mesura el percentatge de població adulta (de 18 a 64 anys) involucrada en la posada en marxa d'un negoci, del qual posseirà com a mínim una part del capital. Aquest índex, alhora, inclou dos tipus d'activitat empenedora:

- La que duen a terme persones implicades en empreses amb menys de tres mesos d'activitat i que no han fet remuneracions salarials, ni honoraris, ni beneficis ni cap mena de retribució en espècie. Aquestes empreses s'anomenen naixents o *start up*.
- La que duen a terme empreses que, després de superar la fase anterior, no arriben als 42 mesos d'activitat, i empreses amb menys de tres mesos d'activitat, però que sí que han fet remuneracions salarials. En aquest cas s'anomenen empreses noves o *baby business*.

La taxa d'activitat empenedora de la població catalana adulta s'ha consolidat per sobre del 8%. L'any 2007 s'ha situat en el 8,4% (taula 2), xifra similar a la de l'any anterior. La rellevància d'aquestes dades la proporciona la perspectiva històrica, amb una evolució creixent des del 5,6% del 2004.

Tal com va succeir el 2006, el resultat és encara més positiu per a les empreses naixents, tant perquè mantenen el 4,1% com per la seva participació més elevada (49,4% del total de l'activitat empenedora en fase inicial). La consolidació d'aquestes iniciatives serà important perquè els bons resultats es mantinguin el 2008 tal com ha succeït aquest exercici.

Taula 2 Activitat empenedora en fase inicial en la població adulta catalana

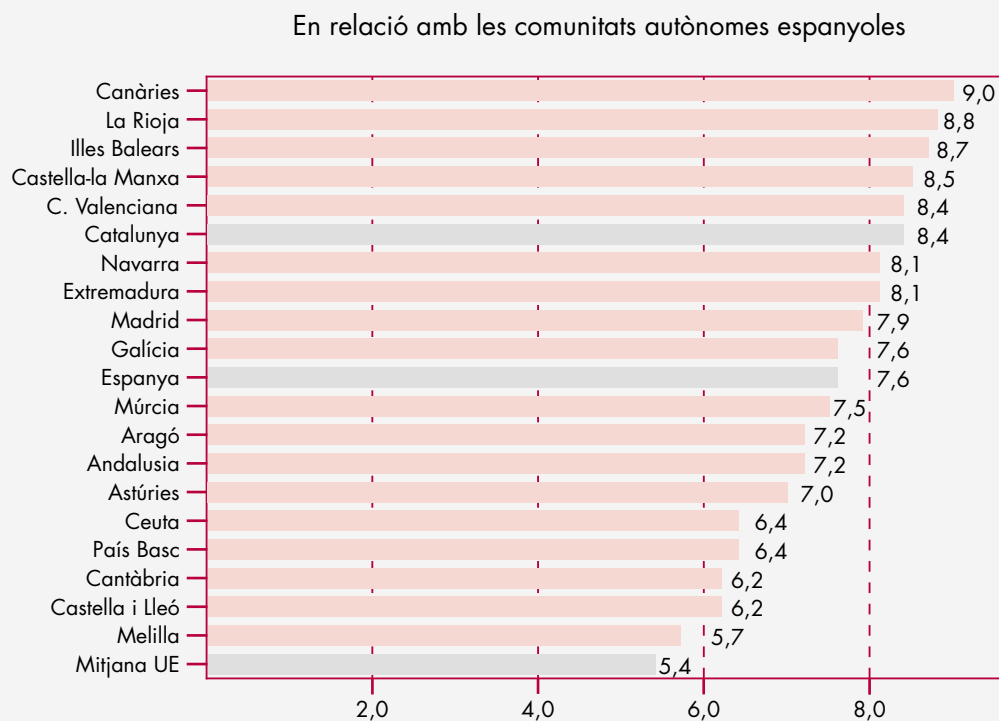
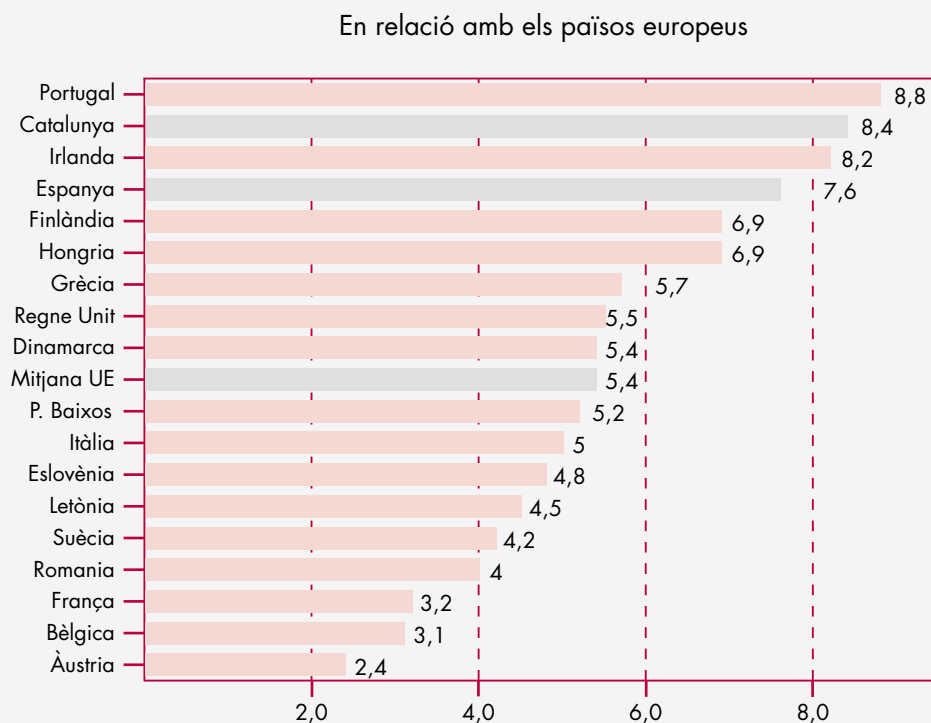
	Nombre	% PA	% s/total
Iniciatives naixents	195.518	4,1%	49,4%
Iniciatives noves	200.451	4,2%	50,6%
Total d'activitat empenedora en fase inicial (fins a 42 mesos d'operativitat)	395.969	8,4%	100,0%
Al 95% confiança, error mostral de $\pm 2,19\%$			

La figura 3 mostra la posició relativa de Catalunya respecte als principals països de la Unió Europea i les comunitats autònomes que han participat el darrer any en el GEM. En tots dos casos, Catalunya se situa en els primers llocs. Si comparem el TEA de Catalunya amb els dels països de la UE, l'índex català se situa en segon lloc, per darrere de Portugal i just per davant d'Irlanda, primer el 2005.

Pot sorprendre la situació de països com ara Àustria, Bèlgica, França o Suècia, que ocupen llocs clarament endarrerits en la classificació. Cal dir que els països molt industrialitzats poden tenir menys necessitat de generar noves empreses, cosa que pot suposar que el seu índex d'activitat empenedora sigui més petit.

Com veurem més endavant, la relació entre el creixement econòmic i la taxa d'activitat empenedora té forma de «U» (fig. 8). Els països amb nivells de creixement econòmic baix presenten nivells d'activitat empenedora elevats per motius de necessitat, mentre que els països o les regions amb nivells de creixement alts presenten igualment nivells d'activitat empenedora alts, però en aquest cas per oportunitat. Els països amb nivells de desenvolupament econòmic mitjà presenten unes taxes d'activitat empenedora més reduïdes.

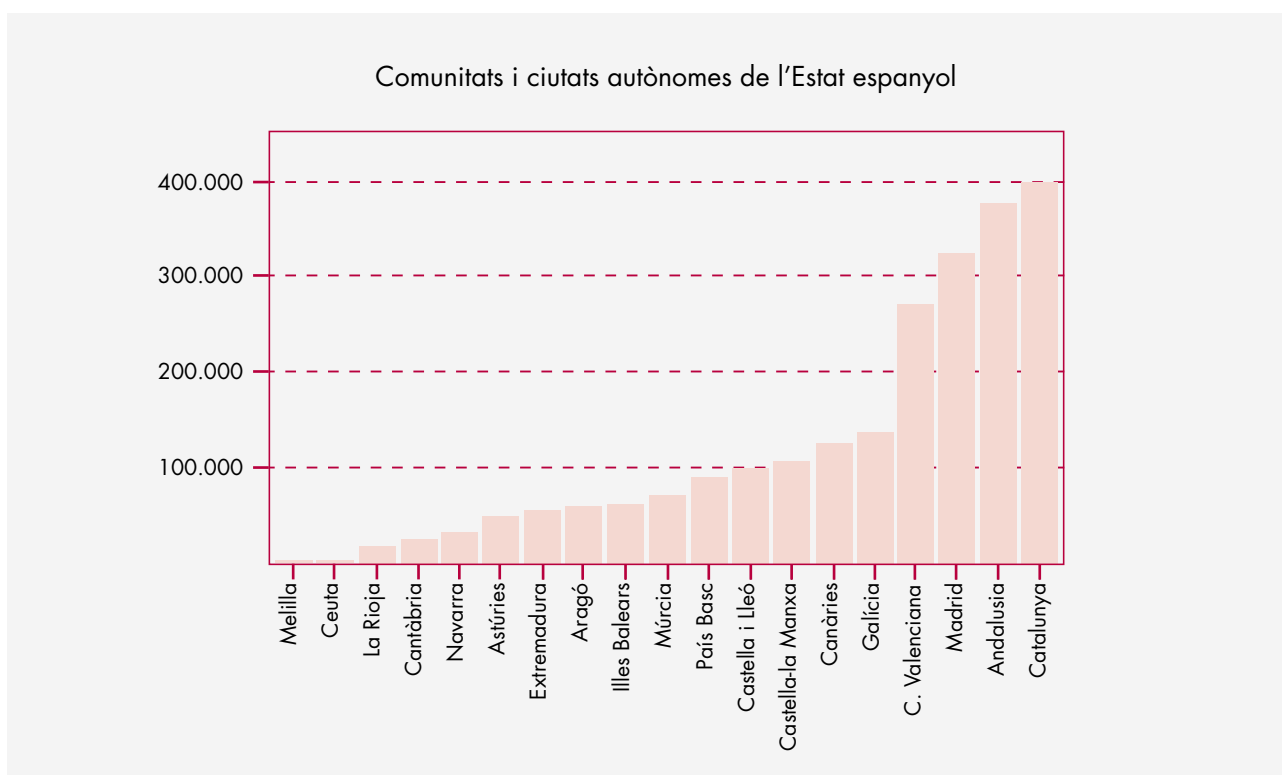
Figura 3 Activitat emprendedora en fase inicial a Catalunya (activitats naixents i noves)



Aquesta situació es repeteix a la segona part de la figura 3, on es pot observar que hi ha comunitats autònomes, com el País Basc, que se situen en posicions baixes de la classificació, per sota de la mitjana espanyola. Per això, és important assenyalar l'excel·lent comportament de Catalunya que, tot i tenir un desenvolupament econòmic elevat, continua presentant índexs d'activitat empenedora alts.

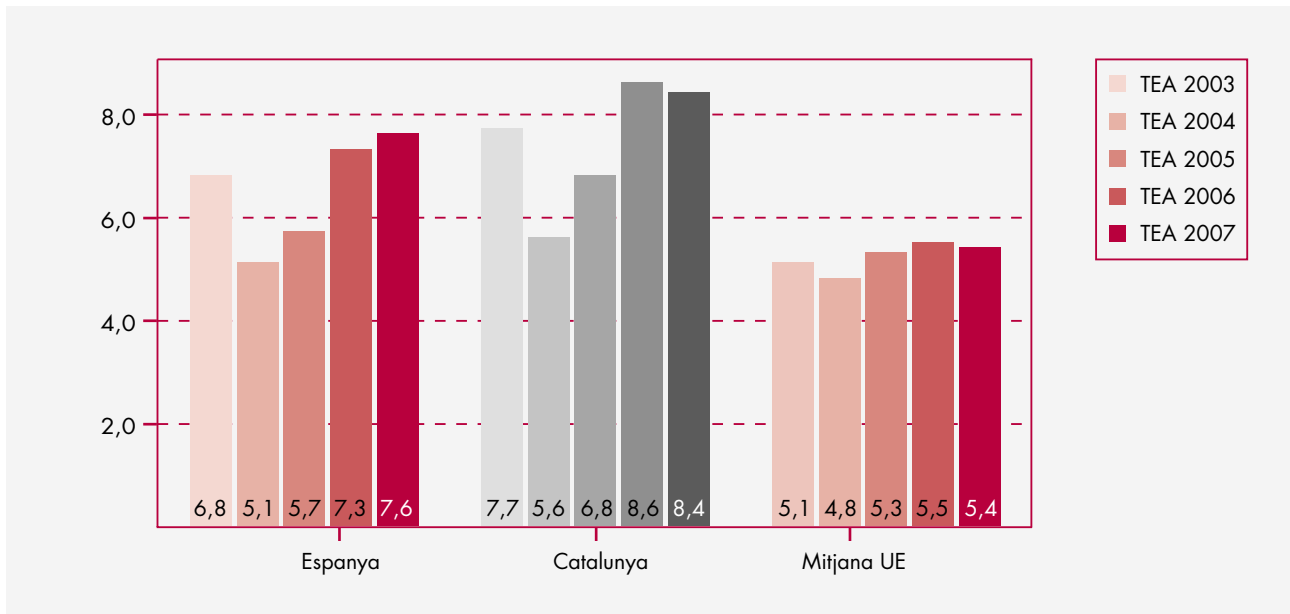
Aquest fet és més visible si s'eleva els percentatges anteriors a la població de cada regió o ciutat autònoma, i es proporciona el nombre absolut estimat d'iniciatives empresarials. Si s'empren els valors absoluts, Catalunya destaca en el primer lloc (fig. 4).

Figura 4 Comparativa del nombre absolut estimat d'iniciatives de fins a 42 mesos de vida a les comunitats i ciutats autònomes espanyoles el 2007



L'activitat empenedora catalana durant els cinc anys analitzats sempre es troba per sobre de les mitjanes europea i espanyola. Presenta una tendència similar, per bé que amb més variabilitat (fig. 5). Després del descens del 2004 tant a Europa com a l'Estat espanyol i a Catalunya, la recuperació ha estat continuada amb un creixement superior al 50% fins al 2006, i el 2007 se n'han consolidat els resultats. El favorable cicle econòmic i l'efecte d'algunes polítiques entorn de la creació d'empreses i la PYME poden ser-ne algunes de les explicacions.

Figura 5 Evolució de l'activitat empenedora catalana



2.2. Activitat empenedora en el context internacional

A la figura 3 de l'apartat anterior ja s'ha vist la posició de Catalunya en el context de la UE: la segona, entre Portugal i Irlanda, com a resultat de la tasca institucional i en altres àmbits per impulsar l'activitat empenedora en el nostre país. Probablement, a Portugal la taxa és més elevada per causes relacionades amb la necessitat i a Irlanda per l'elevat compromís governamental de potenciació de la funció empenesarial.

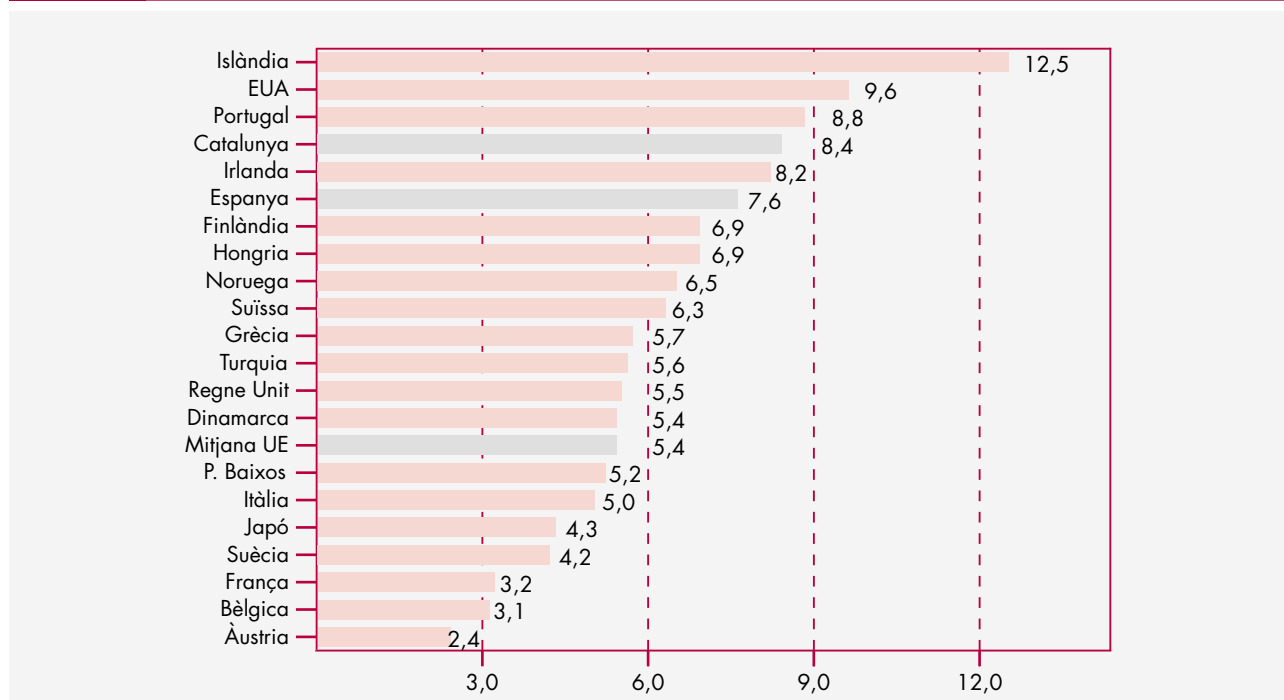
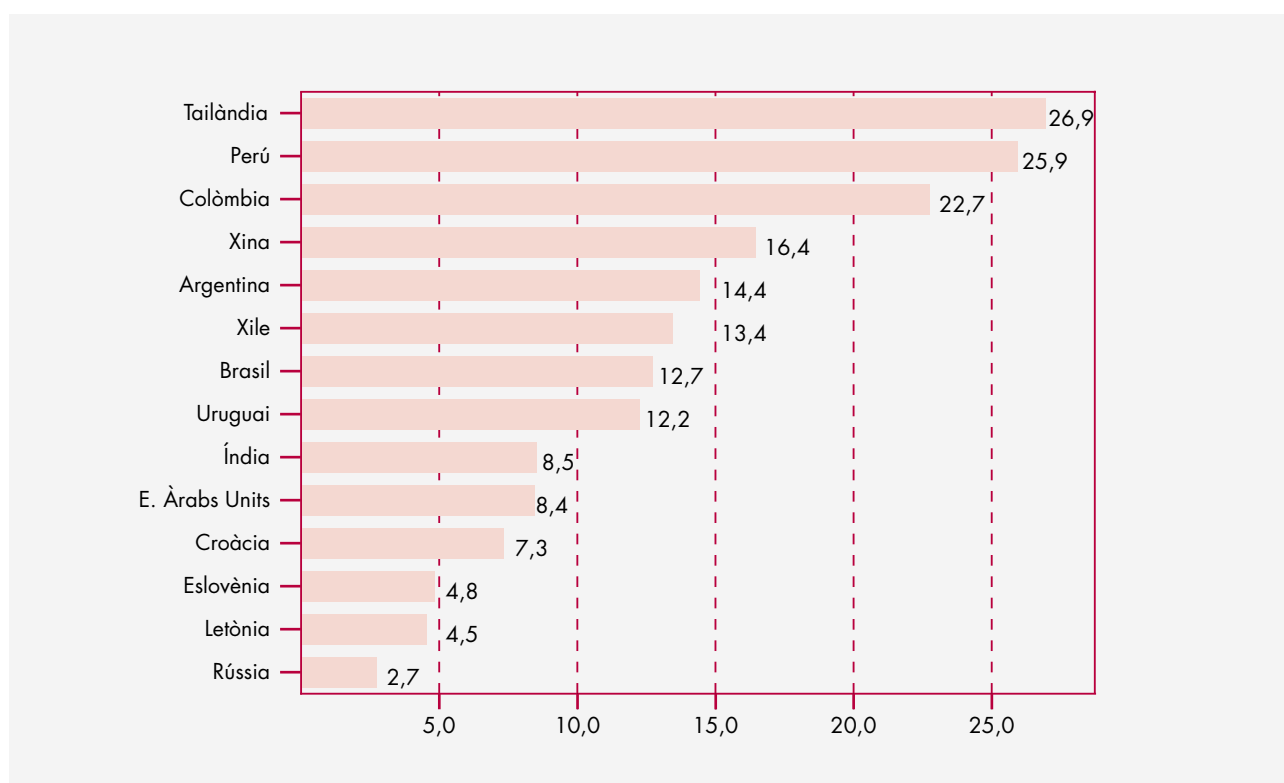
Cal tenir present que a Catalunya, de la mateixa manera que s'ha identificat per a l'Estat espanyol en els tres últims informes GEM, l'elevada immigració d'aquests darrers anys contribueix segurament a incrementar l'índex d'activitat empenedora en un percentatge significatiu.

Si comparem l'activitat empenedora catalana en el context dels països de l'OCDE, podem observar que Catalunya ha escalat un lloc. Ara n'ocupa la quarta posició (fig. 6), just per darrere d'Islàndia (12,5%), els Estats Units (9,6%) i Portugal (8,8%).

Els índexs d'activitat empenedora dels països que no pertanyen a l'OCDE que participen en el GEM (fig. 7) són sensiblement superiors. La majoria tenen un nivell de desenvolupament més baix, la qual cosa incrementa la necessitat de crear noves activitats empenesaries per sobreviure. Destaquen els països en vies de desenvolupament com Tailàndia (26,9%), el Perú (25,9%), Colòmbia (22,7%) i la Xina (16,4%).

Arribats a aquest punt, cal recordar que, tal com assenyala l'informe GEM Espanya 2007, el fet que un país tingui un índex més alt o més baix pot ser positiu o negatiu depenent essencialment de les necessitats i les motivacions dels seus empenedors. Així, doncs, rere una taxa elevada, hi poden haver diverses motivacions:

- Una arrelada tradició empenedora.
- Una gestió compromesa de suport i d'impuls a l'empenedor per equilibrar el mercat de treball.
- Una necessitat d'invertir excedents de capital.
- O una alta necessitat d'empenre davant la manca d'alternatives de treball.

Figura 6 Activitat emprendedora dels països de l'OCDE que participen al GEM 2007**Figura 7** Activitat emprendedora a la resta dels països participants al GEM 2007

Mentre que, rere una taxa d’activitat empenedora baixa, hi poden haver raons com:

- Un grau elevat de desenvolupament sustentat en llocs de treball per compte d’altri o en grans empreses o en l’administració pública.
- Una escassa tradició empenedora.
- Una gestió de suport a la creació d’empreses deficient, com ara entrebancs per a l’establiment de negocis de manera independent.

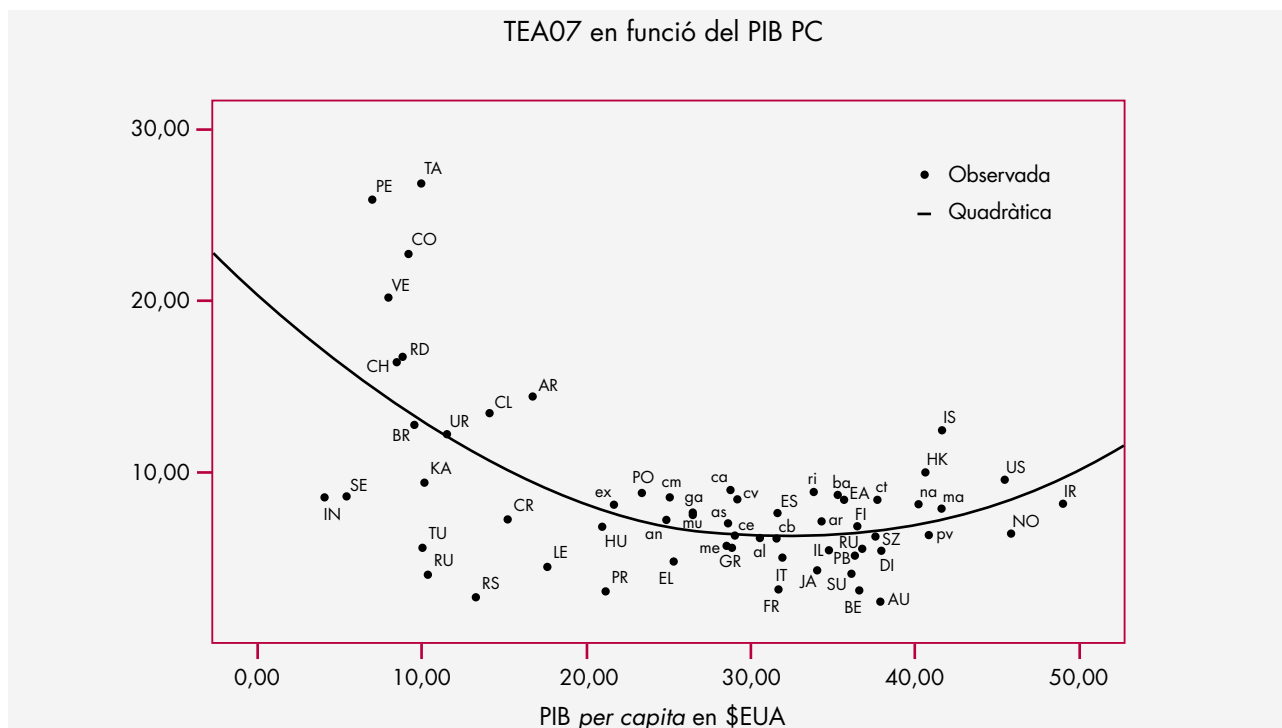
La figura 8 mostra la relació que hi ha entre la taxa d’activitat empenedora i el nivell de desenvolupament (amb un model de regressió no lineal quadràtic, essent l’ajustament o la capacitat explicativa d’aquest model del 33,5%), mesurat pel PIB *per capita* (en paritats de poder adquisitiu a preus corrents del 2007), que adquireix forma de «U». Aquesta relació s’ha mostrat consistent al llarg de la vida del projecte GEM i es considera un resultat consolidat.

Per tant, la comparativa de l’activitat empenedora entre els diferents països s’ha de fer en un àmbit on hi hagi unes condicions econòmiques similars. En el gràfic s’observa com els països en vies de desenvolupament estan a l’esquerra mentre que els de desenvolupament mitjà o mitjà-alt ocupen la zona vall de la corba. Alguns dels més desenvolupats estan a la banda dreta.

En aquesta figura es pot apreciar l’homogeneïtat que hi ha entre els països de la UE, cosa que permet la comparació directa dels seus resultats. Com s’ha dit més amunt, generalment els països amb nivells de desenvolupament econòmic baix tenen una taxa d’activitat empenedora elevada per motius de necessitat, mentre que els països amb nivells de desenvolupament econòmic alt per motius d’oportunitat.

No obstant això, cal explicitar que, a l’hora de fer les comparacions, la TEA només fa referència a la quantitat, però no a la qualitat de les iniciatives empenedores (dimensió, capacitat de creixement, creació de llocs de treball, innovació, etc., que s’analitzen en capítols posteriors). Per tant, les dades han de interpretar-se i comparar-se amb certa cautela.

Figura 8 Relació de dependència de la TEA respecte del nivell de desenvolupament dels països GEM 2007 com a conjunt total



2.3. Dinàmica empresarial a Catalunya

El següent índex analitzat és el de les empreses consolidades, és a dir, el percentatge de la població adulta catalana que és propietària d'empreses i d'autoocupacions que fa més de 42 mesos que operen. A Catalunya l'any 2007 és del 6,6%, xifra que representa 310.705 persones.

Taula 3 **Empreses consolidades en la població adulta catalana**

	Nombre	% PA
Emprenedors consolidats	310.705	6,6%
Al 95% de confiança, error mostral de $\pm 2,19\%$		

Si comparem aquest índex amb el de la resta dels països europeus, podem observar que Catalunya se situa a la zona alta, la cinquena, lleugerament per sobre de la mitjana espanyola (fig. 9).

Pel que fa a les comunitats autònomes espanyoles, està a la zona mitjana-alta. Com ha succeït en anys anteriors, gairebé totes les comunitats autònomes tenen una taxa superior a la mitjana de la UE, segurament derivada d'un pes superior de la microempresa i la petita empresa a l'Estat espanyol.

L'evolució de l'índex d'iniciatives consolidades és similar al de l'Estat espanyol (fig. 10), per bé que Catalunya té un grau de variabilitat més alt que el de la mitjana espanyola i, sobretot, europea, com també passava amb la TEA. Així, mentre que l'índex de consolidades a la UE s'incrementa en el darrer any un 7,7% i a l'Estat espanyol un 16,3%, a Catalunya aquest augment és del 24,5%.

Figura 9 **Empreses consolidades a Catalunya (% Població adulta)**

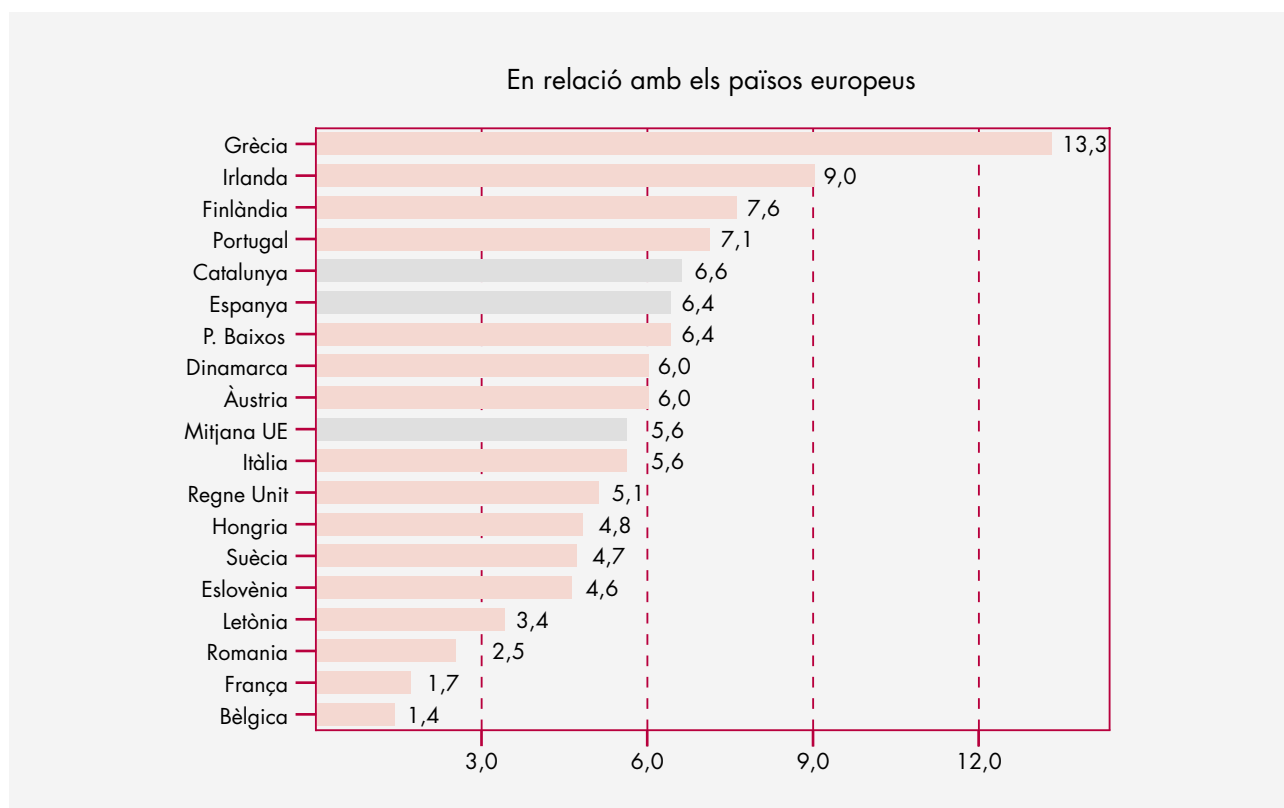


Figura 9 Continuació

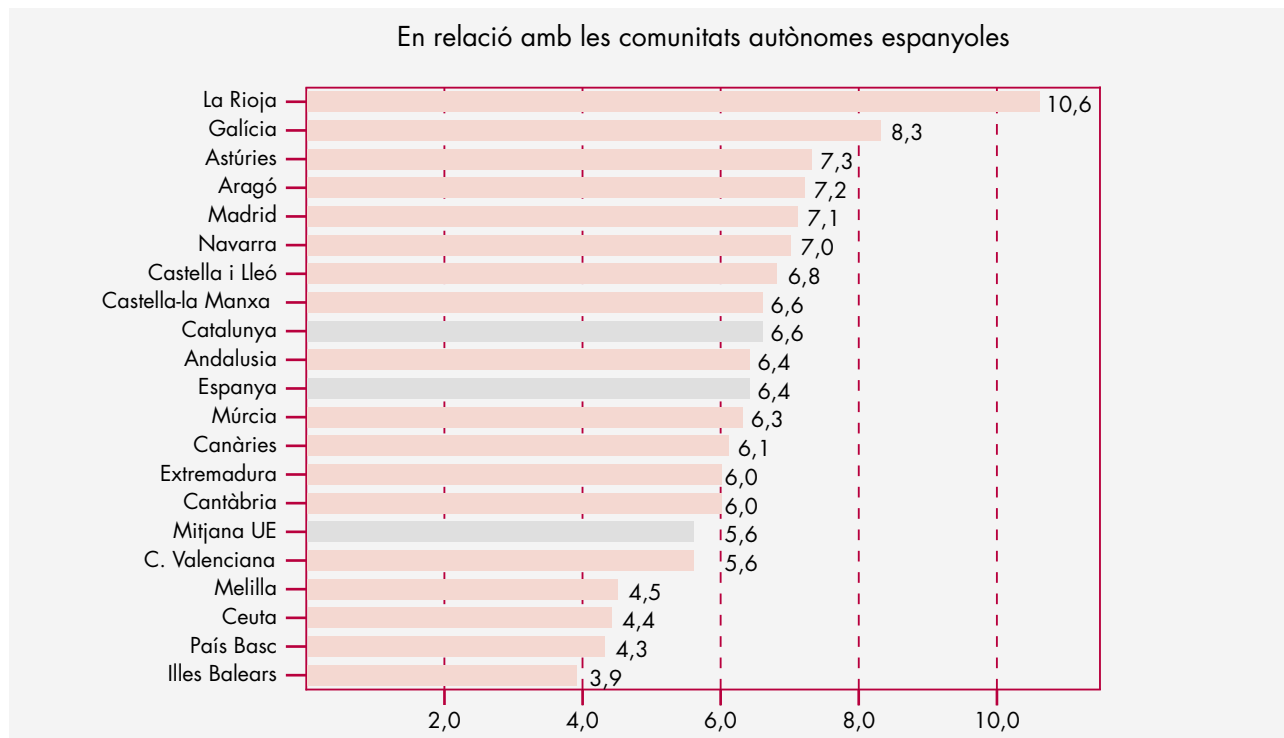
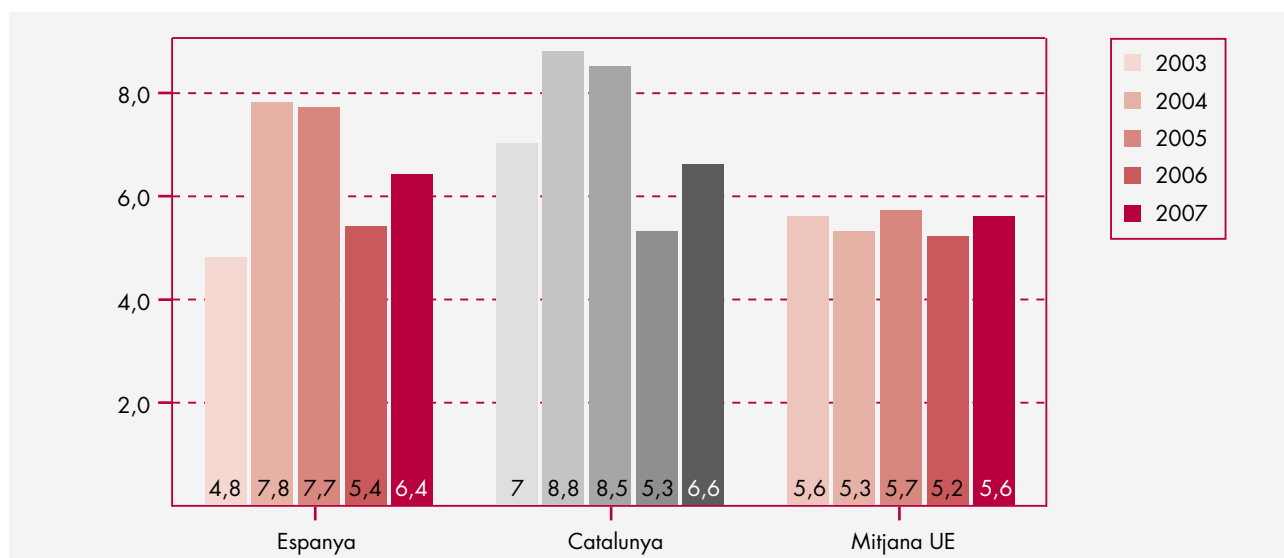


Figura 10 Evolució dels emprenedors consolidats catalans



D'altra banda, una altra dada positiva és que el percentatge de població adulta catalana que en el darrer any s'ha vist implicada en l'abandonament de negocis, empreses o autoocupacions és del 8,8% (gairebé un 23% menys que el 2006), és a dir, 36.422 persones (taula 4). Tot i que, realment, les empreses tancades han estat moltes menys que les anteriors, com tot seguit detallarem.

L'any 2007, a diferència dels anys anteriors, aquest observatori fa referència a abandonaments en comptes de a tancaments. Aquesta matisació és rellevant. En l'enquesta del 2007 es va prendre la decisió de diferenciar les iniciatives abandonades i tancades d'aquelles que, malgrat que s'abandonen, continuen en altres mans, i que, consegüentment, no constitueixen, en realitat, clausures o tancaments de negoci.

Els resultats obtinguts són força interessants i confirmen la hipòtesi que no tot allò que abans es considerava a l'observatori com a tancament ho era realment. Així, de les 36.422 persones que havien abandonat el seu negoci en els darrers 12 mesos abans de la realització de l'enquesta, només 22.462 l'havien tancat (62,5%). Dit d'una altra manera, 13.960 (37,5%) empreses que, segons els criteris d'anys anteriors, s'haguessin donat per tancades, en realitat no ho estaven.

Si s'observen els motius dels abandonaments, s'entén que un 37,5% poden ser iniciatives que continuen en actiu, ja que poden estar entre les que s'han venut, les jubilacions o els motius personals o, fins i tot, perquè l'anterior propietari tenia problemes per obtenir finançament o el negoci no era rentable per a ell.

A l'hora d'interpretar els motius d'abandonament, cal dir que el reduït nombre d'activitats empresarials que s'han abandonat comporta que la mida d'aquesta mostra sigui petita, per la qual cosa s'han de prendre amb cautela els resultats dels motius.

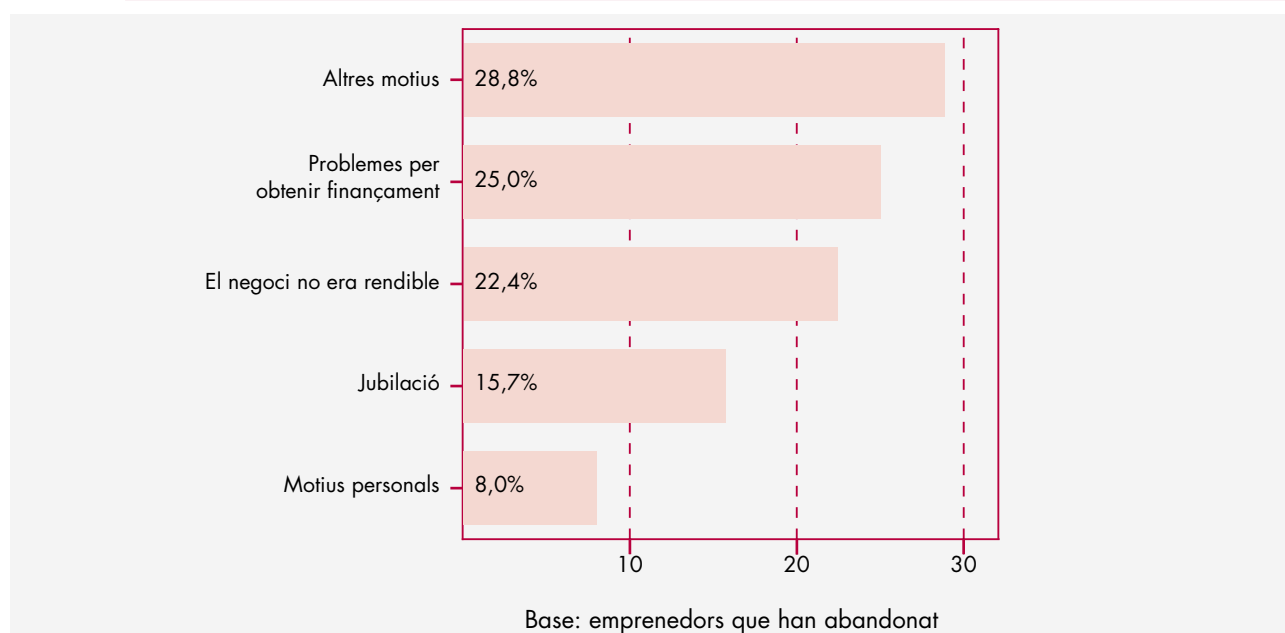
No obstant això, cal assenyalar també la seva gran coincidència amb els resultats obtinguts a tot l'Estat espanyol, on la mida de la mostra és molt més gran. Els motius són: «el negoci no era rendible» (25,3%); «altres motius» (22,2%); «raons personals» (15,7%); «problemes per obtenir finançament» (10,3%); «jubilació» (8%); «va tenir l'oportunitat de vendre'l» (5,8%) i «li va sortir una altra oportunitat laboral» (5,7%).

Taula 4 Abandonament d'iniciatives a la població adulta catalana

	Nombre	% PA
Iniciatives abandonades i tancades	22.463	0,5%
Iniciatives abandonades però continuades	13.960	0,3%
Total d'iniciatives abandonades	36.422	0,8%

al 95% de confiança, error mostral de $\pm 2,19\%$

Figura 11 Principal motiu de tancament



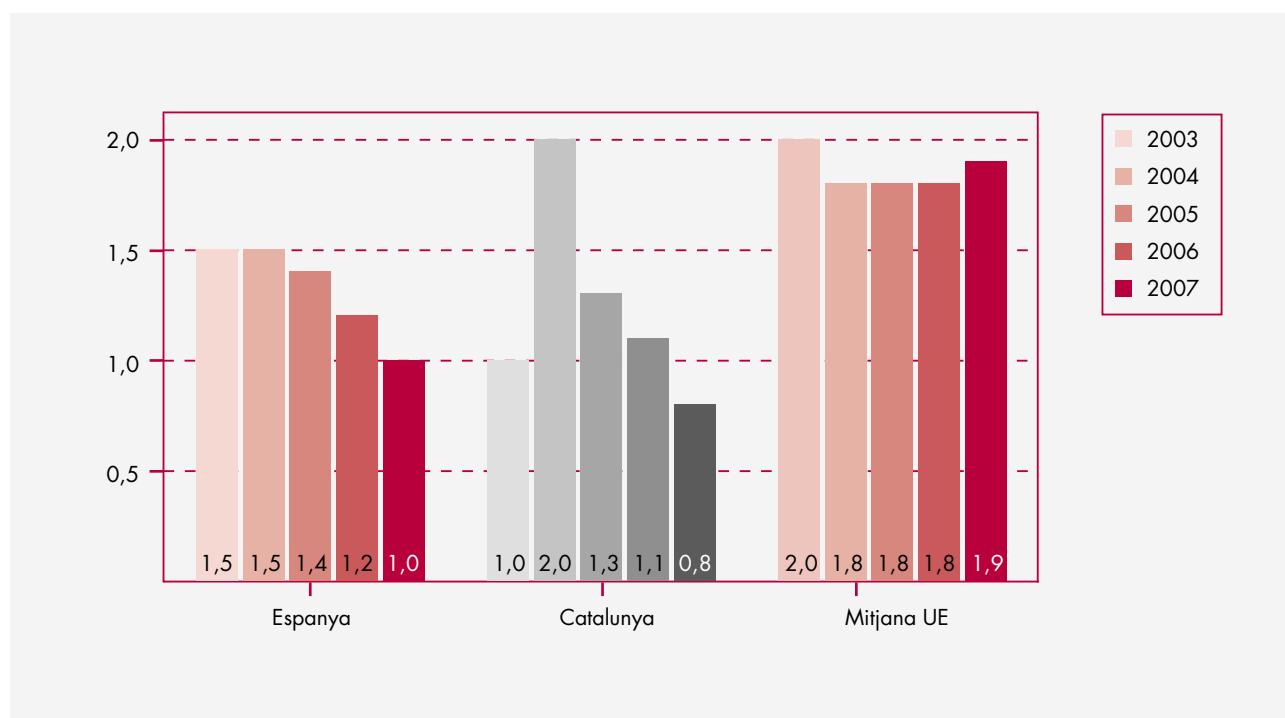
En la comparativa amb la UE, Catalunya ocupa el segon lloc a la classificació de països que han tingut menys tancament d'activitats (fig. 12), només superada per Letònia. Respecte de la resta de comunitats autònomes espanyoles, es col·loca en una situació mitjana-baixa de la taula, on destaquen les Balears (0,2%) i Navarra (0,3%) per les seves mínimes taxes d'abandonament.

Figura 12 Tancament d'activitats emprenedores a Catalunya (% Població adulta)



A més, l'economia catalana presenta una evolució d'aquesta ràtio molt positiva (fig. 13), amb marcades davallades en els índexs d'abandonament de l'activitat enfront de l'estabilitat de la mitjana de la UE en els darrers anys. Cal dir que, per tercer any consecutiu, Catalunya se situa millor que el conjunt de l'Estat espanyol.

Figura 13 Evolució del tancament d'activitats catalanes



2.4. Potencial empresarial a la població adulta catalana

El percentatge de catalans que indiquen que tenen el projecte d'iniciar una nova activitat en els pròxims tres anys és del 7,2% (334.792 persones), per damunt de la mitjana espanyola (6,8%).

El 2007 la situació ha millorat considerablement, amb un increment respecte de l'any anterior del 67,4%. Recordem que el 2006 Catalunya se situava en la comparativa amb els països europeus en l'última posició de la classificació, lluny de la mitjana de la Unió Europea, que era més del doble, i respecte de la resta de les comunitats autònomes, només superava el País Basc. Enguany Catalunya se situa per damunt de la mitjana espanyola (6,8%) i en la zona mitjana-alta de la comparativa d'autonomies (fig. 14).

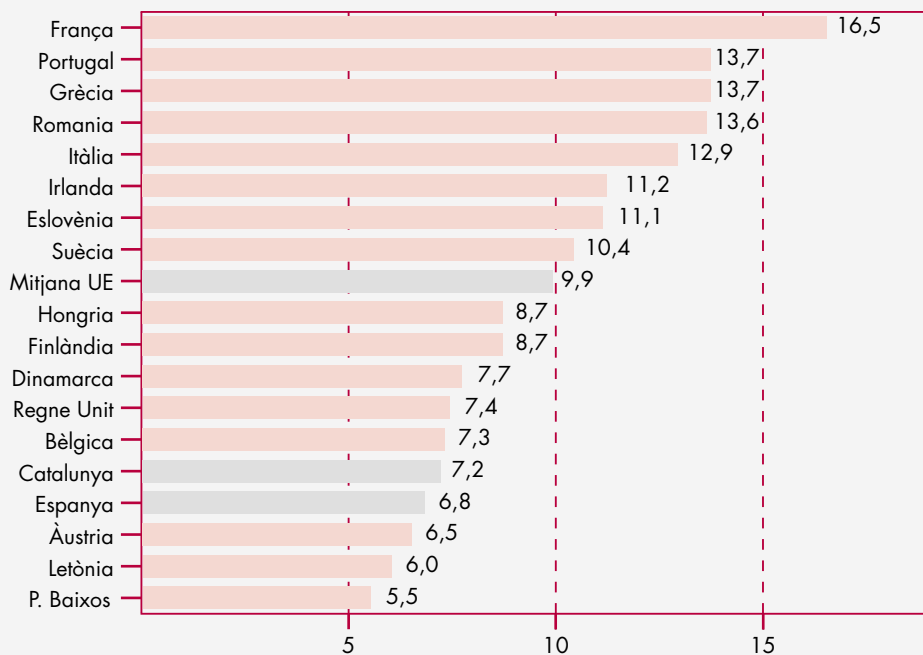
Taula 5 Emprenedors potencials a la població adulta catalana

	Nombre	% PA
Emprenedors potencials	334.792	7,2%
Al 95% de confiança, error mostral de $\pm 2,19\%$		

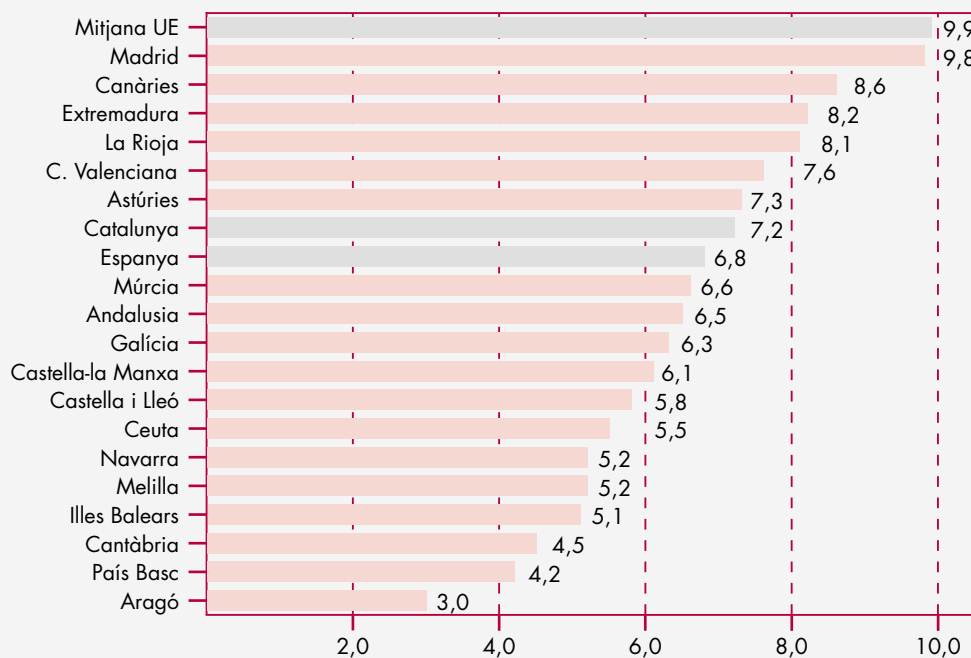
Tal com assenyalàvem l'any passat no hi ha una correspondència única entre la informació revelada sobre les intencions d'emprendre un nou negoci i la realització de l'activitat emprenedora efectiva. Hi intervenen altres factors, com bé descriuen Veciana (1988) o Gnyawali i Fogel (1994), que incideixen en què finalment els emprenedors potencials creïn l'empresa, alguns relacionats amb actituds,

Figura 14 Emprenedors potencials a Catalunya (% Població adulta)

En relació amb els països europeus



En relació amb les comunitats autònomes espanyoles



percepcions i aspectes psicosocials. Recordem que tant en els informes executius dels anys anteriors s'arribava a la conclusió que, precisament, la barrera fonamental que limita la creació d'empreses a Catalunya és l'actitud de la població respecte dels aspectes esmentats. Ara bé, també hi influeixen altres factors com ara la detecció d'oportunitats o les habilitats de la població per crear i gestionar una empresa i, sobretot, les condicions de l'entorn.

Mentre que, arran dels diversos estudis de la Comissió Europea dels anys vuitanta i noranta, la majoria dels programes de suport a la creació d'empreses havien estat orientats als jaciments de llocs de treball i als aturats, a partir del *Green Paper* de la Comissió Europea (2003), que fixa com a primer objectiu «produir» més empresaris¹, va començar a canviar l'èmfasi dels programes públics, centrant-se'n una bona part en els futurs empresaris potencials.

Aquest necessari canvi d'èmfasi ja era assenyalat per Veciana fa 10 anys². Llavors, aquest autor subratllava que les polítiques de foment de la creació d'empreses havien d'orientar-se als jaciments d'empresaris, sent-ne els principals els universitaris (titulats, investigadors, etc.)³ i els directius d'empresa (tant els actius com el prejubilats). Això és així perquè a la societat del coneixement les persones més ben preparades per crear i fer créixer empreses basades en les noves tecnologies i, per tant, d'alt valor afegit, capaces de competir a nivell internacional i susceptibles de crear ocupació amb salaris alts, són les que estan tècnicament capacitades i prou motivades.

Arribats en aquest punt, considerem interessant explicitar l'opinió de diversos experts entrevistats que han esmentat un altre col·lectiu, sovint ignorat, que creuen que respon al perfil dels futurs empresaris potencials: el dels graduats de Formació Professional o dels Cicles Formatius.

Precisament, en el *Llibre verd de la creació d'empreses a Catalunya*, elaborat pel Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya (2006), una de les conclusions principals és la importància i la necessitat de fomentar l'esperit empresarial entre la població catalana i, molt especialment, entre les persones més joves.

Per això, tant la Generalitat de Catalunya com la Diputació de Barcelona han apostat per potenciar més activament la sensibilització i la motivació de la població en general cap a la creació d'empreses des de tres fronts diferents:

- Millorar la visibilitat i la valoració de les persones emprenedores⁴.
- Disminuir la por al fracàs.
- Ajudar les persones emprenedores a avaluar la idoneïtat de les seves idees.

Entre els mitjans utilitzats destaquen els seminaris de generació d'idees i de creació d'empreses, destinat a explicar a la població les claus de l'èxit de les empreses i a mostrar exemples de persones que han aconseguit muntar el seu propi negoci. Els resultats obtinguts corroboren que les polítiques empreses de sensibilització cap a la creació d'empreses han començat a donar els seus fruits. No obstant això, cal mantenir-les i reforçar-les, ja que encara existeix possibilitat de millora (fig. 15).

1. Els instruments que recomana per produir més empresaris són:

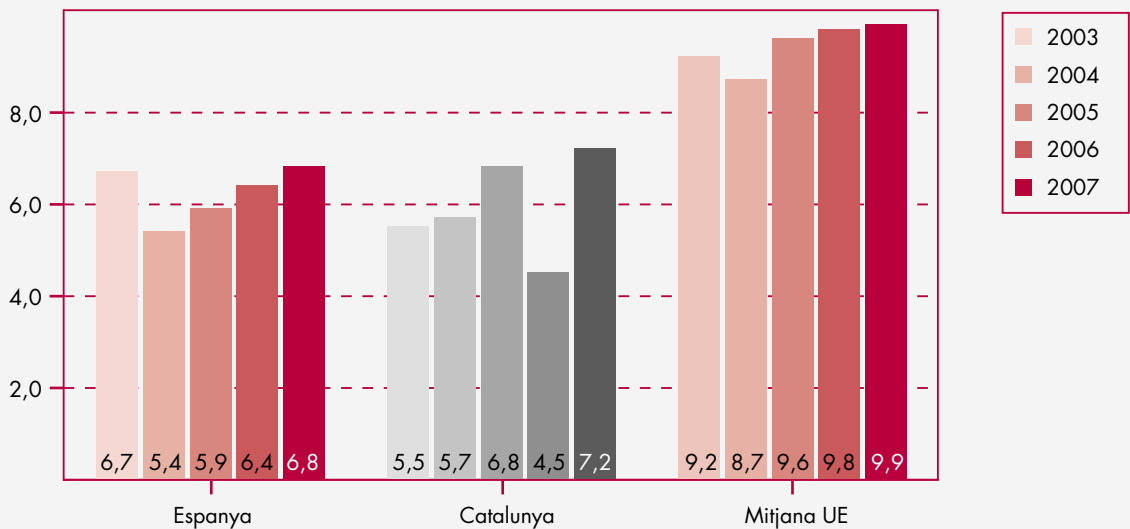
- Centrar-se en les barreres d'entrada dels empresaris potencials, reduint-ne les administratives i facilitant el procés de creació de noves empreses.
- Revisar l'equilibri entre riscos i recompenses en relació amb la creació d'empreses, reduint o eliminant l'«estigma del fracàs»; fent més flexible la legislació sobre les fallides; reduint les barreres d'entrada.
- Augmentar el coneixement de la funció empresarial i promoure habilitats empresarials.
- Informar i facilitar l'accés a la professió d'empresari a «tots els membres de la societat».

2. Veciana, en la seva col·laboració en l'informe GEM Catalunya 2005, desenvolupa també àmpliament aquest tema.

3. D'aquí que les polítiques de foment de la creació d'empreses els darrers anys hagin entrat a la universitat i hagin començat a ser dirigides als universitaris per crear empreses anomenades *spin-offs*.

4. Que, a més, coincideix amb l'objectiu I esmentat del *Green Paper* (2003) de la Comissió Europea, i amb l'objectiu II, en el sentit d'anar cap a una societat emprenedora, fonamentalment estimulando actituds més positives cap a l'empresari i la creació d'empreses i fomentant també la responsabilitat social de les empreses.

Figura 15 Evolució dels emprenedors potencials catalans



A més, l'experiència demostra que només una part d'aquest potencial finalment es concreta en la creació d'una empresa. Les condicions de l'entorn general i específic de l'emprenedor tenen un paper crucial en la decisió final. Per tant, tot i que aquest període es tanca amb un balanç molt positiu, la conjuntura econòmica per al 2008 no és gens optimista, fins i tot amb una anunciada recessió prevista pel Fons Monetari Internacional.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR



3. TIPUS DE COMPORTAMENT EMPRENEDOR

3.1. Oportunitat i necessitat en el procés emprenedor

3.2. Principals motius que impulsen la decisió d'emprendre a Catalunya

3. TIPUS DE COMPORTAMENT EMPRENEDOR

3.1. Oportunitat i necessitat en el procés empenedor

La creació d'una empresa s'associa en la literatura a dues motivacions bàsiques: la necessitat i l'oportunitat.

La primera, anomenada *push*, o per necessitat, considera que la decisió de creació d'una empresa ve determinada per la inexistència d'alternatives per aconseguir una feina assalariada satisfactòria, és a dir, la falta d'alternatives «empeny» les persones a establir la seva pròpia empresa com a mitjà de subsistència.

La segona motivació, anomenada *pull*, o per oportunitat, parteix de la identificació d'una oportunitat i de l'explotació de la idea de negoci. Quan la decisió d'independitzar-se resulta de factors positius, el futur empresari se sent «atret» per aquesta perspectiva i per això s'anomena *pull*, paraula que reflecteix un nivell alt d'empresarialitat o *entrepreneurship*.

Precisament, els resultats obtinguts pel GEM aquests darrers anys posen de manifest la preponderància d'aquesta segona motivació a Catalunya. El tipus de comportament empenedor mostra que, en el total d'empreses en fase inicial, la immensa majoria (el 79,9%) decideixen empenre per l'aprofitament d'una oportunitat, ja sigui pura (56,4%) o en part (22,6%).

El fet que Catalunya sigui una economia desenvolupada i amb un bon comportament en termes de creixement econòmic durant el 2007 pot explicar, en gran manera, que les activitats empenedores no comencin per motius de necessitat, com ja s'ha assenyalat en el capítol 2.

Ara bé, si comparem aquestes xifres amb les de l'any passat, s'observa certa disminució d'iniciatives empenedores motivades per l'oportunitat pura (del 63,9% al 56,4%), més acusades en les noves que en les naixents (del 69,1% al 47,3%), com també un augment, entre les primeres de les empreses creades per necessitat (del 13,6% al 30,8%). En el total, les iniciatives escomeses per necessitat han passat del 13,4% al 21%.

Taula 6 Tipus de comportament empenedor en la població adulta catalana

	Empreses naixents			Empreses noves			Total iniciatives en fase inicial		
	Nombre	% PA	% s/total	Nombre	% PA	% s/total	Nombre	% PA	% s/total
Oportunitat pura	97.421	2,1%	65,8%	89.568	1,9%	47,3%	183.648	3,9%	56,4%
Oportunitat en part	35.835	0,8%	24,2%	41.458	0,9%	21,9%	73.525	1,6%	22,6%
Necessitat	14.703	0,3%	9,9%	58.194	1,2%	30,8%	68.168	1,4%	21,0%
Total	147.959	3,1%	100,0%	189.221	4,0%	100,0%	325.341	6,9%	100,0%

Al 95% de confiança, error mostral de $\pm 2,19\%$

La posició de Catalunya respecte dels països europeus és molt bona, ja que mostra el quart nivell més elevat d'activitat empenedora per oportunitat (fig. 16).

Respecte de les comunitats autònomes, totes aquestes estan per sobre de la mitjana de la UE quant a activitat empenedora per activitat. Catalunya ocupa la zona intermèdia, pràcticament igual que la mitjana espanyola.

Figura 16 Activitat emprendedora per oportunitat i per necessitat a Catalunya

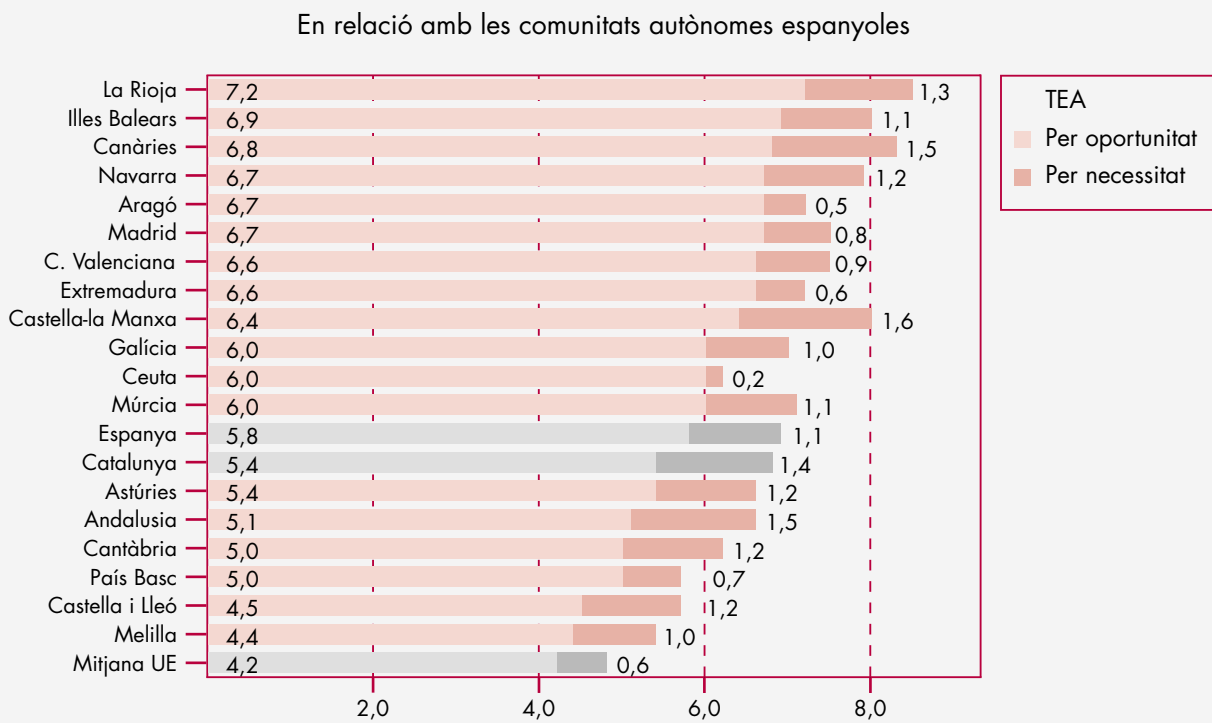
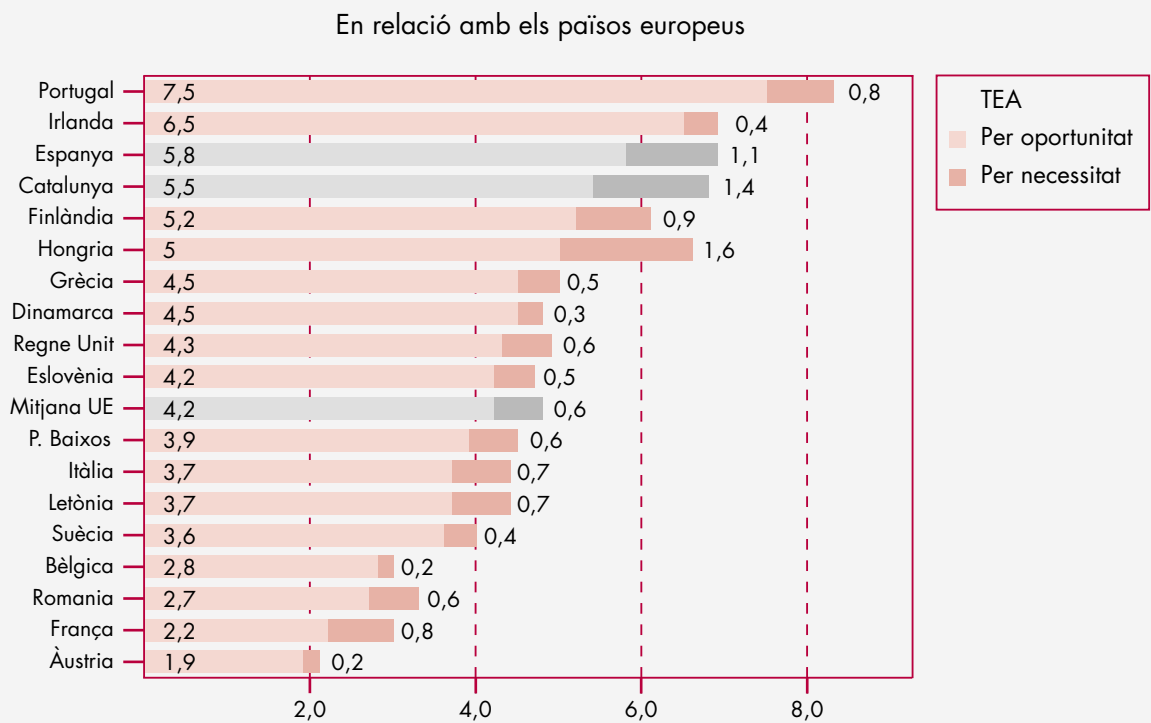
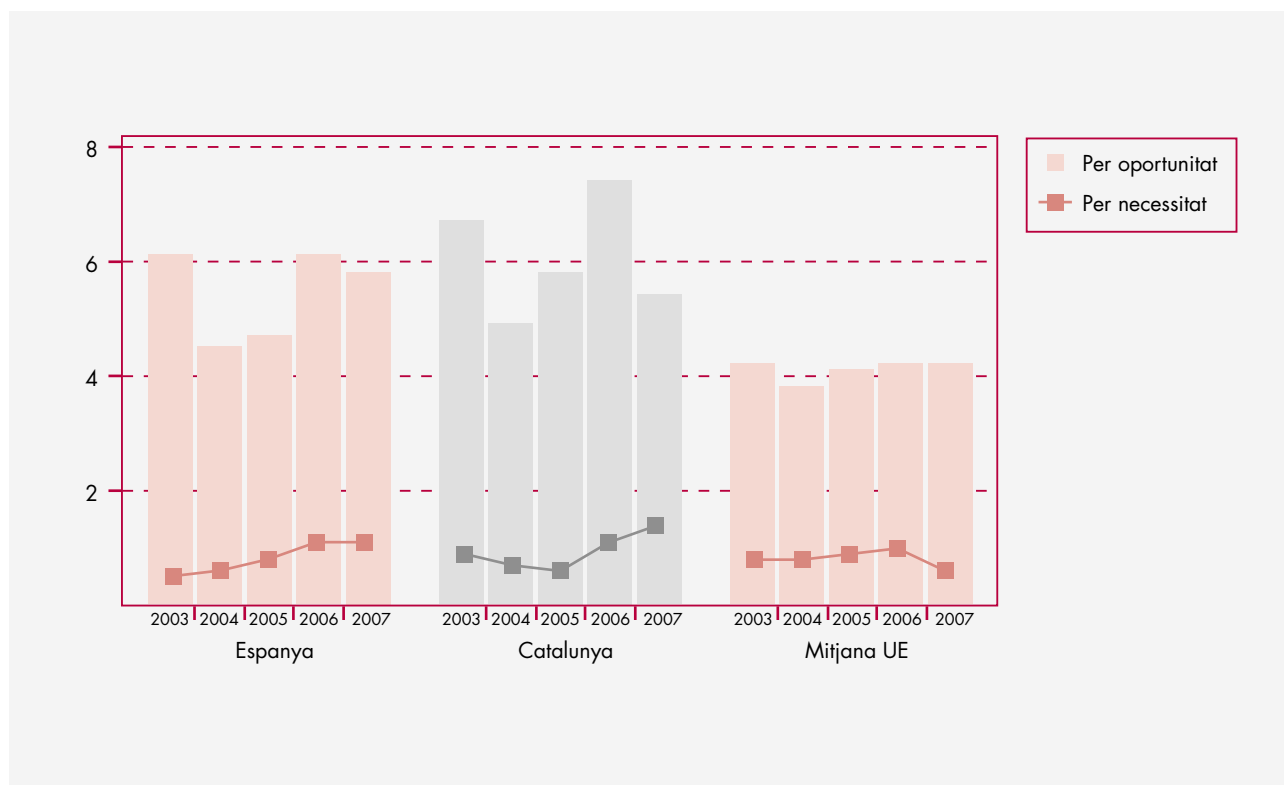


Figura 17 Evolució de l'activitat emprendedora per oportunitat i per necessitat

A la figura 17, s'hi detalla l'evolució de l'activitat emprendedora, tant per oportunitat com per necessitat, des del 2003 per a Catalunya, l'Estat espanyol i la mitjana de la UE. Mentre que l'activitat emprendedora per oportunitat a Catalunya i l'Estat espanyol segueixen una evolució similar (amb moviments més acusats en el cas de Catalunya), l'evolució de l'activitat emprendedora per necessitat és significativament diferent. La divergència en la tendència d'aquesta última es va trencar l'any passat per un increment notable a Catalunya, que ha continuat el 2007 i que ha dut a superar el nivell mitjà del conjunt de l'Estat espanyol.

3.2. Principals motius que impulsen la decisió d'emprendre a Catalunya

Quan un emprendedor potencial detecta una oportunitat i decideix crear una empresa, a més sol tenir altres motius més personals relacionats, normalment, amb el seu desenvolupament personal o professional, el nivell d'ingressos, etc. Aquest és el tercer any que el projecte GEM explora aquests motius, fet que ens permet disposar ja d'una certa perspectiva per a l'anàlisi.

Els resultats obtingut a Catalunya són molt semblants a la mitjana europea i espanyola (fig. 18). La independència continua sent la principal motivació per aprofitar oportunitats d'emprendre (taula 7). Aquesta motivació és més gran a les empreses noves que a les naixents.

Per tercer any consecutiu, de la mateixa manera que a la resta de l'Estat espanyol, més de la meitat dels emprendadors aprofiten una oportunitat per emprendre amb l'objectiu final de ser laboralment independents. Alhora, augmentar els ingressos va guanyant pes, des del 31% el 2005 i 2006 fins al 36% el 2007, segurament a causa de les oportunitats de negoci que ha generat el creixement econòmic experimentat durant els darrers anys.

No obstant això, a partir d'ara, amb un cicle econòmic invers, la motivació de mantenir els ingressos actuals pot ser que esdevingui

una raó que creixi més del que ho ha fet aquest exercici (del 7,3% el 2006 al 10,2% el 2007). Podria arribar-se a una distribució com la de Portugal, on gairebé una de cada cinc decisions d’iniciar un negoci és, precisament, mantenir els ingressos. Tot i que es comptabilitza com a oportunitat, en el fons correspondria més a una creació d’empreses per necessitat.

La possibilitat d’empresa familiar es contempla per primer cop el 2007. En l’àmbit espanyol respon a prop del 2% de les iniciatives, mentre que a Catalunya no es menciona mai.

Taula 7 Principal motivació subjacent en l’aprofitament d’oportunitats per emprendre

	Empreses naixents			Empreses noves			Total empreses en fase inicial		
	Nombre	% PA	% s/total	Nombre	% PA	% s/total	Nombre	% PA	% s/total
Independència	47.155	1,0%	50,1%	53.174	1,1%	59,4%	96.988	2,1%	53,8%
Augmentar ingressos	37.008	0,8%	39,3%	27.908	0,6%	31,2%	64.916	1,4%	36,0%
Mantenir ingressos actuals	9.916	0,2%	10,5%	8.487	0,2%	9,5%	18.403	0,4%	10,2%
Total	94.079	2,0%	100,0%	89.568	1,9%	100,0%	180.306	3,8%	100,0%

Al 95% de confiança, error mostral de ± 2,19%

Figura 18 Principal motivació subjacent en l’aprofitament d’oportunitats per emprendre a Catalunya

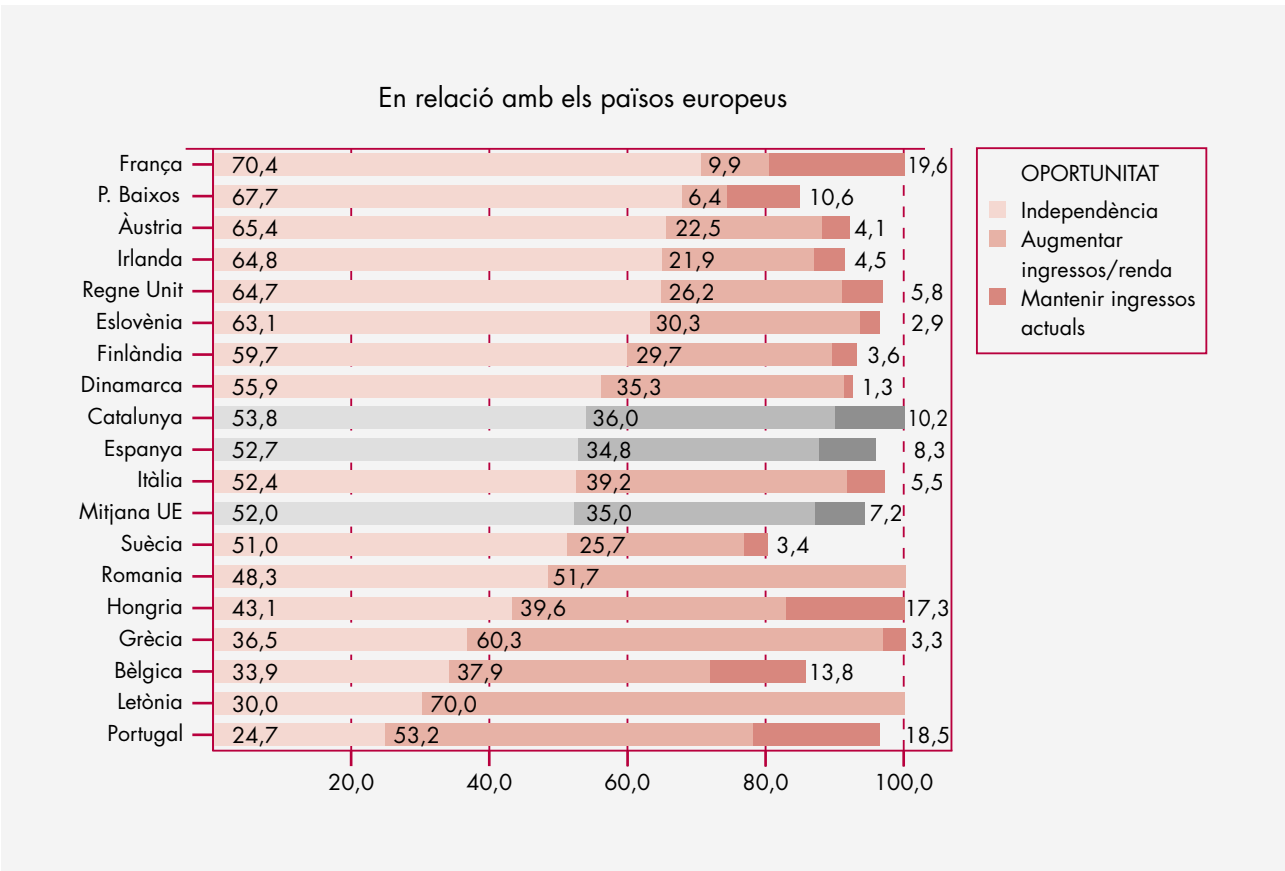
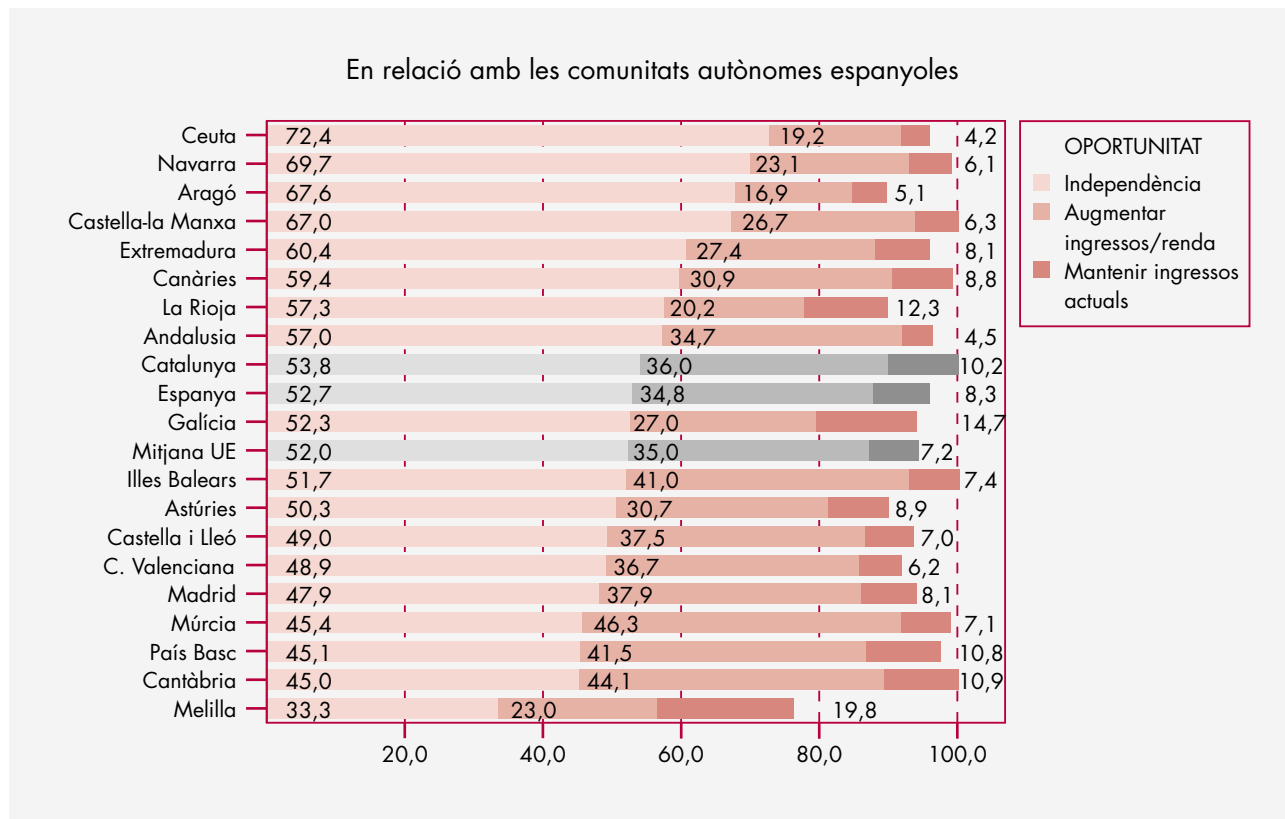


Figura 18 *Continuació*

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

4

4. PERFIL DE L'EMPREDOR CATALÀ

4.1. Perfil socioeconòmic

Empreses, empresaris i empenedoria rural a Catalunya

Yancy Vaillant, Jordi Rosell, Lourdes Viladomiu (Grup de Recerca en Desenvolupament Rural. UAB)

4. PERFIL DE L'EMPREDADOR CATALÀ

4.1. Perfil socioeconòmic

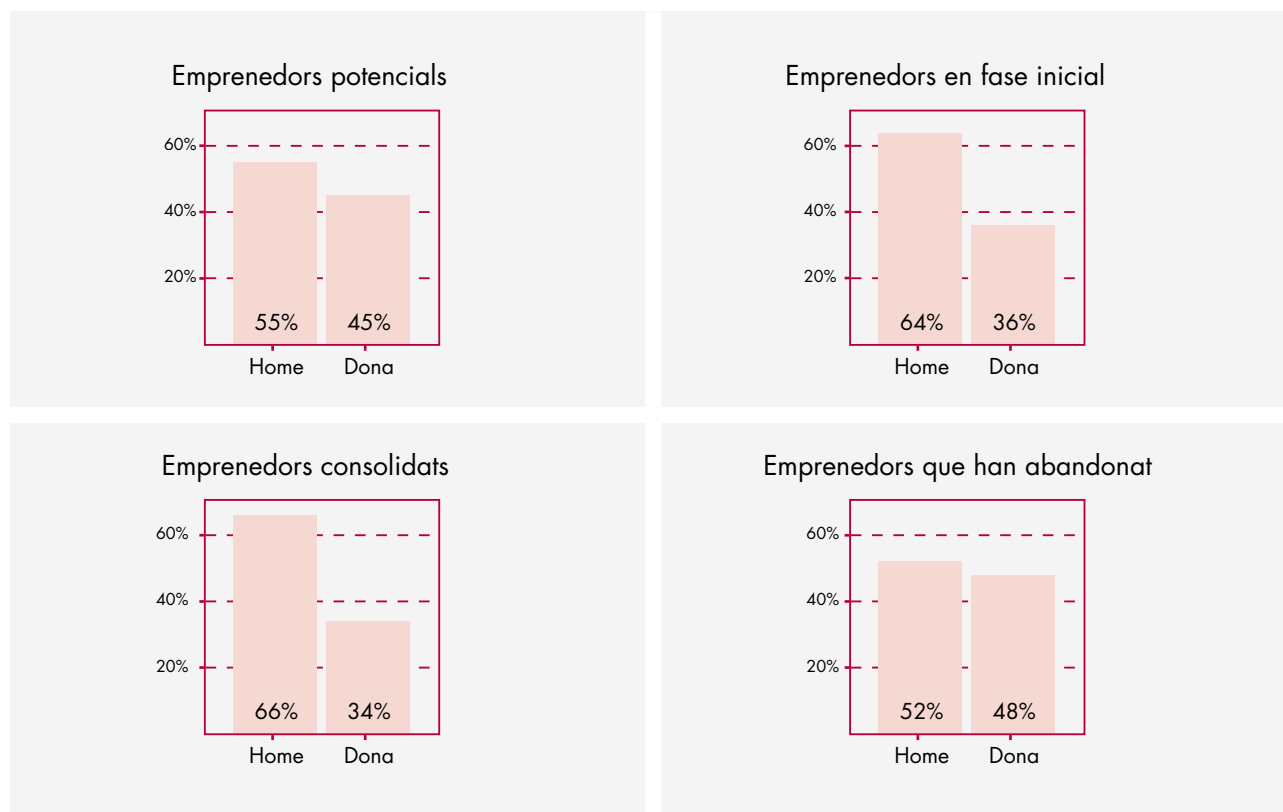
L'emprenedor català en fase inicial és, majoritàriament, home (64%), amb una mitjana d'edat de 37 anys, estudis superiors (34%) o de primària (26%), una renda mensual entorn dels 1.800 euros (la meitat disposa de menys d'aquesta quantitat i l'altra meitat de més), i localitzat sobretot a la zona urbana (68%).

Taula 8 Perfil de l'emprenedor català

		Emprenedors en fase inicial	Emprenedors consolidats	Emprenedors que han abandonat	Emprenedors potencials
Gènere	Home	64%	66%	52%	55%
	Dona	36%	34%	48%	45%
Edat	18-24	8%	3%	13%	20%
	25-34	44%	20%	30%	39%
	35-44	23%	19%	15%	21%
	45-54	17%	38%	15%	15%
	55-64	8%	20%	27%	5%
	Mitjana	37,2	44,5	42,8	34,3
Educació	Desv. típica	10,9	10,6	14,3	10,9
	Sense estudis	2%	2%	6%	1%
	Primària	26%	26%	28%	19%
	Secundària	17%	14%	7%	26%
	Estudis mitjans	21%	28%	33%	26%
	Estudis superiors	34%	30%	27%	28%
Renda mensual	< 600 €	3%	1%	0%	4%
	600-1.200 €	20%	9%	28%	27%
	1200-1.800 €	16%	19%	20%	20%
	1800-2.400 €	19%	21%	13%	17%
	> 2.400 €	21%	22%	18%	17%
	Ns/Nc	21%	28%	21%	15%
Ocupació	Empleat	100%	100%	80%	84%
	Aturat	0%	0%	0%	4%
	Estudiant	0%	0%	0%	5%
	Mestressa de casa	0%	0%	15%	5%
	Jubilat	0%	0%	6%	2%
Tipus de zona	Zona urbana	68%	72%	84%	76%
	Zona rural	32%	28%	16%	24%

La distribució de la població emprenedora en fase inicial per gènere mostra que el 64% són homes i el 36% són dones. Aquests percentatges són semblants als de dos anys enrere (el 61 i el 39% respectivament el 2006), quan ja indicàvem que aquestes xifres suposaven un salt qualitatiu per a la dona emprenedora respecte dels resultats dels anys precedents, i que el seu manteniment suposava un senyal clar de la consolidació del paper crucial de la dona en l'activitat emprenedora catalana. Aquest fet queda remarcant i assegurat per al futur pel pes més gran dels emprenedors potencials de la dona (45% enfront d'un 27% el 2006).

Tanmateix, cal parar atenció al fet que la meitat (48%) dels emprenedors que han abandonat són dones, quan representen al voltant d'una tercera part d'aquests. Per tant, la taxa d'abandonament femenina ha estat prop del 40% superior a la masculina.

Figura 19 Distribució per gènere

La mitjana d'edat dels emprenedors en fase inicial segueix descendant. Se situa en els 37,2 anys (38,6 el 2006 i 40,4 el 2005), i el 52% dels empresaris pertanyen a l'interval dels 18 als 34 anys (44% el 2006 i 33% el 2005).

L'any passat on la davallada va ser més gran fou en els emprenedors potencials, que van passar dels 40,9 als 32,8 anys. En aquesta edició la xifra s'ha mantingut i s'ha situat en 34,3 anys, i l'interval de 18 a 34 anys representa el 59%.

Algunes causes que s'apunten per explicar tots dos casos són que s'està produint la tan desitjada incorporació de joves al procés emprenedor i la major presència d'emprenedors no espanyols, que, com queda palès en els informes GEM Espanya de 2006 i 2007, inicien aquestes activitats a edats més joves que els espanyols. Tant els resultats de Catalunya com els del conjunt de l'Estat espanyol, des de l'edició anterior, comencen a estar en consonància amb la tendència internacional, que sol mostrar el grup de joves d'entre 25 i 44 anys (44%) com el més actiu en el desenvolupament d'iniciatives empresarials.

La distribució per trams d'edat té forma de «U» invertida, desplaçada a l'esquerra en el cas dels emprenedors potencials i en fase inicial (fig. 20) i cap a la dreta en els consolidats. La gran majoria se situa entre els 25 i els 44 anys (67% els emprenedors en fase inicial, 60% els potencials).

Tanmateix, els que han abandonat mostren una distribució més asimètrica, ja que, tot i que el grup d'edat amb el percentatge més elevat és el dels 25 als 34 anys amb el 30% (a diferència del 2006, en què va ser el dels 35 als 44 anys, amb el 34%), el segon grup és el dels 55 als 64 anys, amb el 27%.

L'evolució d'aquest últim col·lectiu és preocupant, ja que la taxa d'abandonament no ha parat de créixer els tres darrers anys, des del 13% el 2005, el 23% el 2006 i l'actual 27%. El tancament de negocis per jubilació és una explicació totalment insuficient, ja que, com es pot veure a la figura 24, només el 6% dels qui abandonen es jubilen. Probablement, les causes siguin més la presència

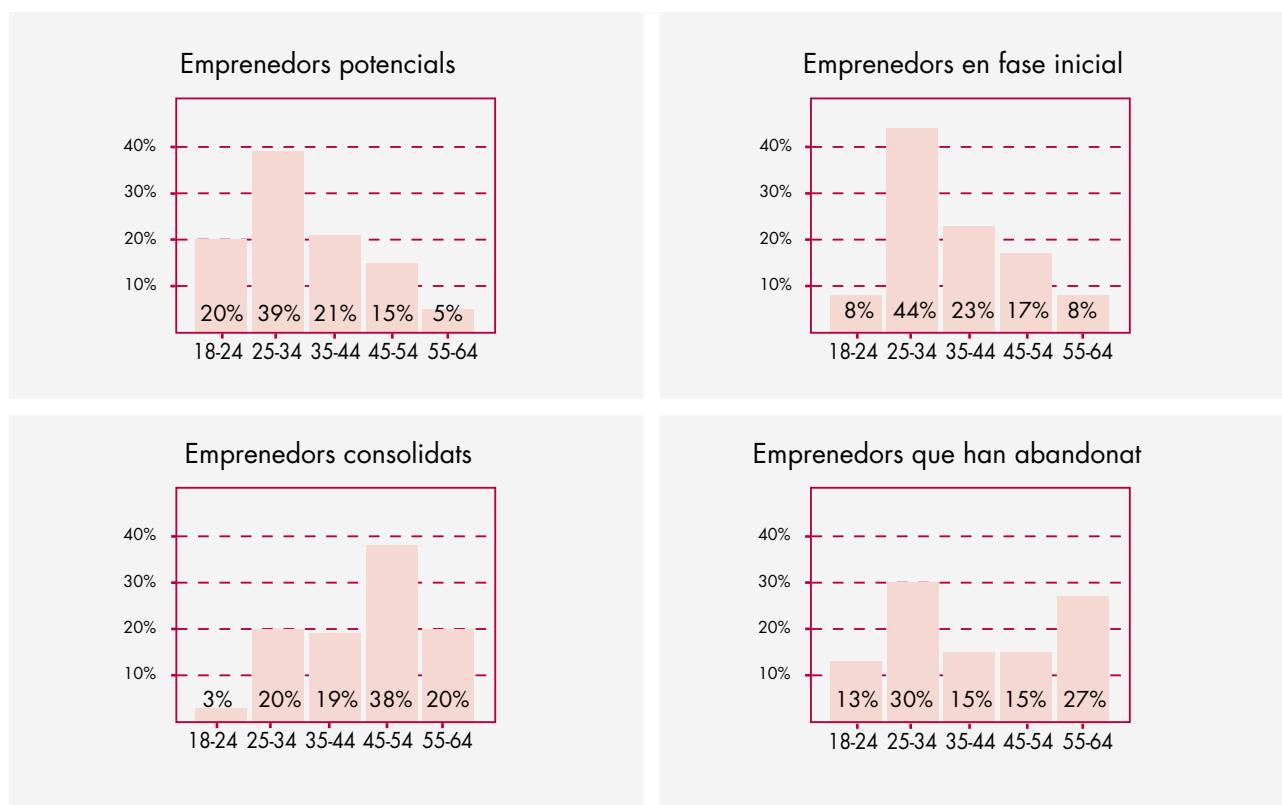
d'un nombre més elevat de persones d'aquest grup d'edat en activitats madures, amb un grau de competència o d'obsolescència del producte més gran, o, tal com assenyalen alguns experts entrevistats, negocis iniciats per necessitat després d'una prejubilació prematura. El resultat són rendibilitats baixes o negatives que condueixen a cercar feina un altre cop per compte d'altri o a dedicar-se a tasques familiars.

Precisament s'ha detectat que en aquest col·lectiu s'està produint una dificultat de conciliar la vida laboral i la familiar, des del punt de vista de l'atenció a la gent gran. Els pares se solen trobar en edats compreses entre els 80 i els 90 anys, amb problemes de dependència i pocs recursos econòmics. Rere aquest 15% que abandona per ser «mestressa de casa», segurament hi ha un percentatge important de cuidadors/cuidadores de familiars d'edat avançada.

Veient com evoluciona la nostra piràmide d'edat, a la conciliació de la vida laboral i la familiar cada vegada hi tindran més pes els progenitors que els fills, i, per tant, obviant les qüestions biològiques, la incidència en tots dos gèneres serà semblant.

El nivell d'educació formal influeix directament en la supervivència de les empreses; té una elevada capacitat explicativa respecte dels emprenedors que han tancat. Storey¹ (1994) assenjala que l'única característica personal de l'empresari que no dona resultats contradictoris en relacionar-la amb la supervivència de les empreses és el nivell d'educació. Altres investigacions que troben també una correlació positiva amb els beneficis són les de Bates² (1989) i Gimeno³ *et al.* (1997), i amb el creixement, la de Julien⁴ (2000).

Figura 20 Distribució per edat



1. Storey, D.J. (1994)

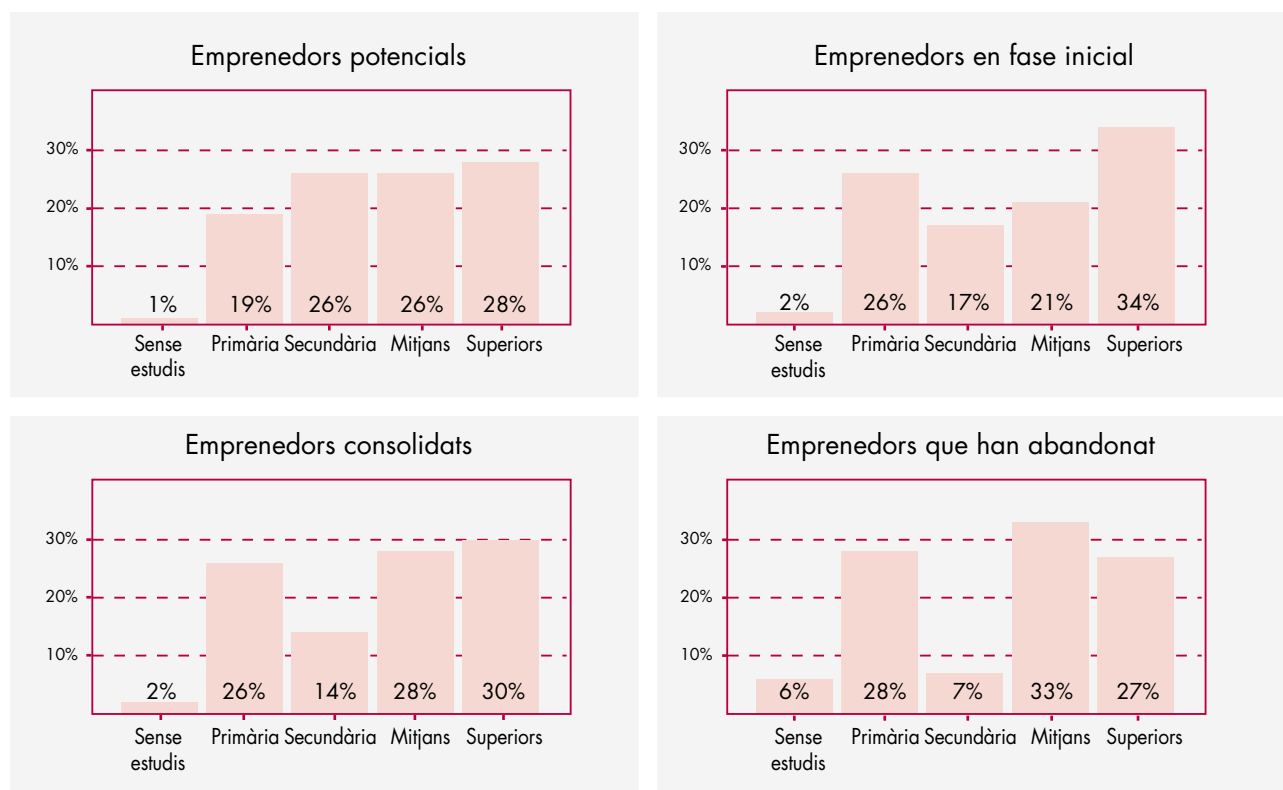
2. Bates, T. (1989)

3. Gimeno, J.; Folta, T.; Cooper, A.; Woo, C. (1997)

4. Julien, P.A. (2000)

Des de aquesta perspectiva és preocupant que, per exemple, el nivell d'estudis superiors dels emprenedors en fase inicial vagi perdent pes progressivament: des del 45% el 2005, al 30% el 2006 i al 28% el 2007

Figura 21 Distribució per nivell d'estudis



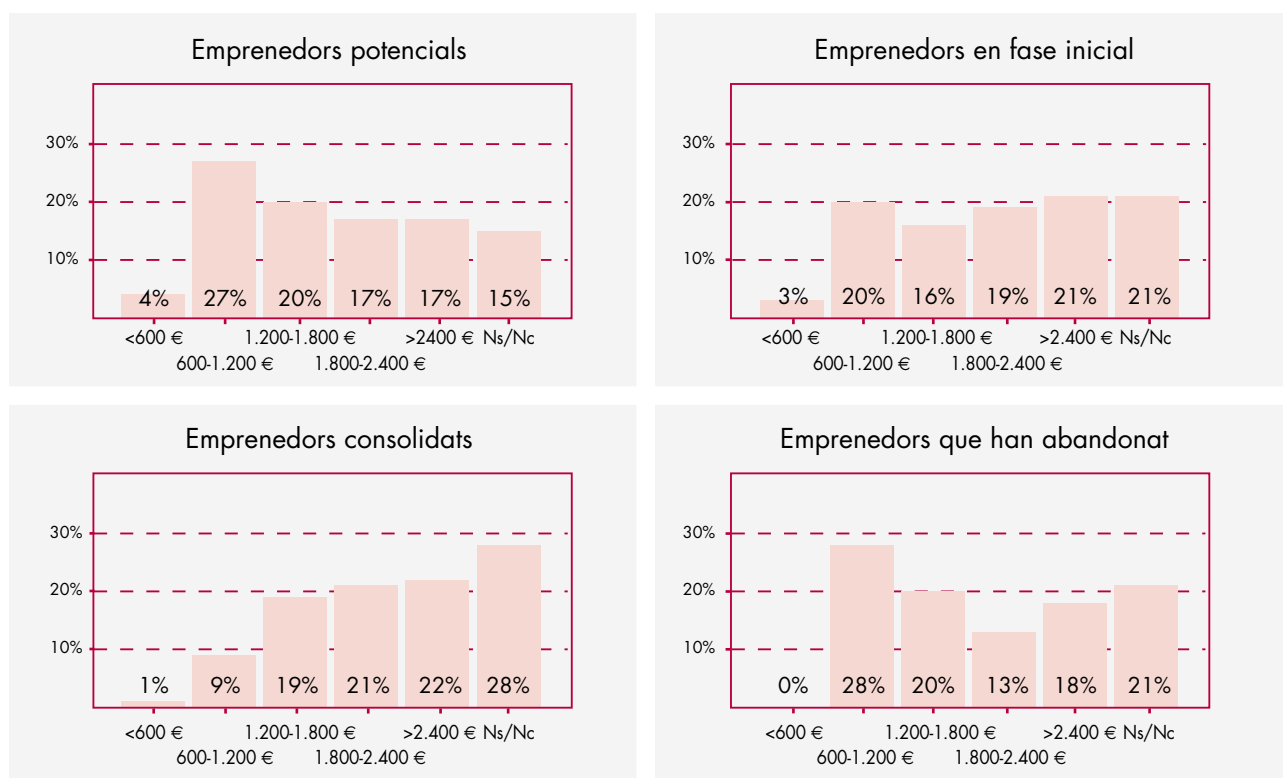
Les preguntes relacionades amb els ingressos sempre desperten recel en els entrevistats. Per això una part de les respostes poden estar infravalorades i una altra part dels emprenedors amb potència financera s'amaguen rere la no resposta. Per tant, segurament, les distribucions poden estar lleugerament esbiaixades a la baixa. Com pot veure's a la distribució dels emprenedors segons la renda mensual (fig. 22), el percentatge de no resposta segueix sent elevat (28% i 21% dels emprenedors consolidats i en fase inicial, respectivament).

Si deixem de banda el percentatge de no resposta, la majoria dels potencials tenen una renda d'entre 600 i 1.800 euros (47%). En els emprenedors en fase inicial la distribució és més equilibrada per a tots els intervals. Respecte de l'any passat, destaquen tots dos extrems: 600-1.200 euros (20%) i més de 2.400 euros (21%).

Pel que fa als emprenedors que han abandonat l'activitat, el rang d'ingressos mensuals més representatiu continua sent el de 600 a 1.200 euros (28%). L'any passat ja assenyalàvem dos motius possibles: d'una banda, que és relativament més senzill que, amb aquests nivells d'ingressos, trobin altres activitats més rendibles que l'activitat emprenedora que estan fent; i de l'altra, els baixos ingressos dificulten el finançament d'inversions que poden ser necessàries per a la consolidació del projecte emprenedor.

La distribució entre zona urbana (localitat de més de 5.000 habitants) i rural es detalla a la figura 23.

Per bé que l'activitat emprenedora en fase inicial es continua concentrant a l'àrea urbana, el seu pes va disminuint de manera progressiva (el 88% el 2005; el 71% el 2006, i el 68% el 2007).

Figura 22 Distribució per renda mensual

L'auge de la zona rural es consolida si a les dades anteriors hi afegim els resultats dels emprenedors potencials (el 10% el 2005, el 21% el 2006 i el 28% el 2007) i el dels emprenedors que abandonen (el 16% enfront del 84% que pertanyen a zones urbanes). Com ja posàvem de manifest l'any passat, aquestes magnituds, que afavoreixen l'equilibri territorial, confirmen els resultats obtinguts anteriorment per Vaillant⁵ (2005) i Viladomiu⁶ *et al.* (2004).

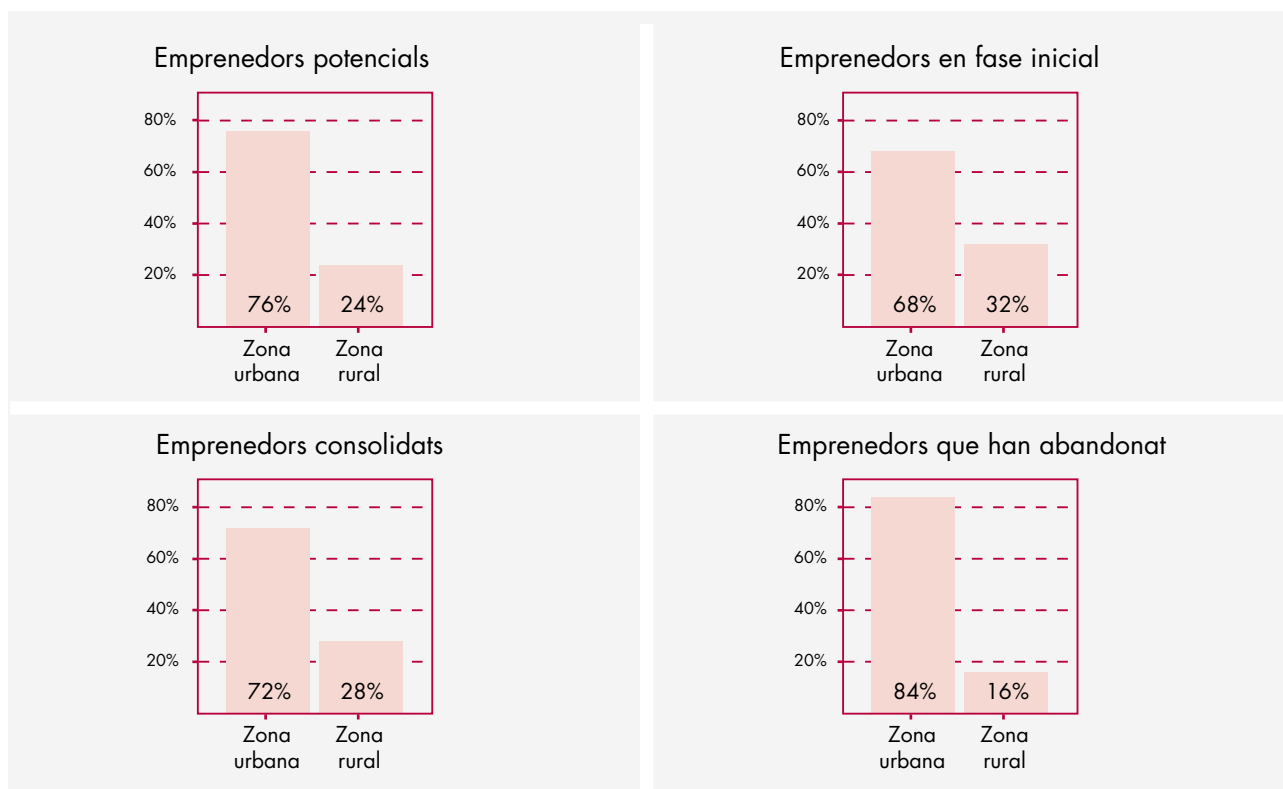
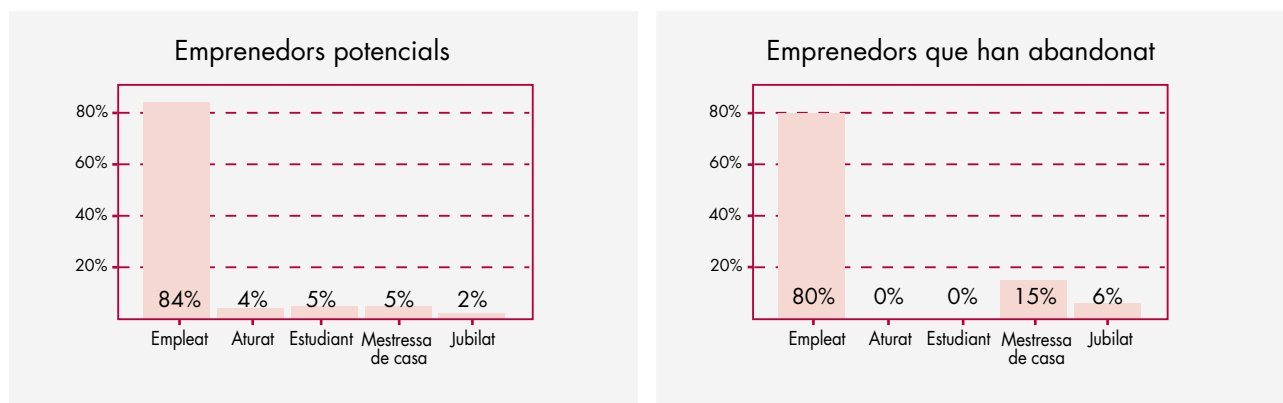
Una altra dada que cal ressaltar de l'activitat emprenedora a les zones rurals és el seu important caràcter femení: de les dones emprenedores en fase inicial, el 42% correspon a zona rural (taula 37 de l'apartat 9.1). Això és significatiu des d'un punt de vista social perquè indica la important utilització de la creació d'empreses per part de les dones de zones rurals com a manera de substituir el seu rol tradicional, eliminat de l'agricultura moderna. Per tant, la creació d'empreses per part de les dones té un paper crucial en la diversificació del teixit econòmic de les zones rurals catalanes.

Respecte de la distribució per ocupació dels emprenedors potencials, s'observa un predomini clar dels empleats (84%). Tal com succeïa l'any passat, hi ha un nivell baix d'estudiants (5%), cosa que sembla indicar que aquest col·lectiu no preveu la creació d'una empresa com a alternativa professional de futur en acabar els estudis.

La immensa majoria dels emprenedors que ha abandonat passen a ser empleats (80%), mentre que el 6% es jubilen i el 15% es dediquen a tasques familiars o domèstiques.

5. Vaillant, Y. (2005)

6. Viladomiu, L.; Rosell, J.; Vaillant, Y. (2004)

Figura 23 Distribució per tipus de zona**Figura 24** Distribució per ocupació

EMPRESES, EMPRESARIS I EMPRENEDORIA RURAL A CATALUNYA

Yancy Vaillant, Jordi Rosell, Lourdes Viladomiu (Grup de Recerca en Desenvolupament Rural. UAB)

Els enfocaments tradicionals del desenvolupament econòmic a les zones rurals, basats sobretot en la captació industrial de fonts exògenes al territori i amb un enfocament altament monoproductiu, han tingut resultats limitats. A més, les administracions públiques de totes les ideologies polítiques (RUPRI, 2006) reconeixen de manera creixent l'important paper de la creació d'empreses i de les PIME en el desenvolupament econòmic i social.

La creació d'empreses també ha esdevingut una eina de desenvolupament econòmic a les zones rurals. Tant la UE com molts dels països de l'OCDE han integrat el suport a la creació d'empreses a les seves polítiques de desenvolupament rural. A Europa, la diversificació del teixit productiu de les zones rurals s'ha establert com un objectiu de la política rural (Comissió Europea 1997a). Per la seva banda, l'OCDE ha inclòs la creació d'empreses i el creixement econòmic endogen com un dels principals enfocaments del seu nou paradigma de desenvolupament rural (OCDE, 2006).

Mentre que, d'una banda, es proposa de manera cada vegada més organitzada una piràmide del desenvolupament econòmic rural amb una base forta, enfocada a la promoció de la creació d'empreses, seguida pel suport a l'expansió i el crei-

Figura 1 Piràmide del desenvolupament econòmic rural

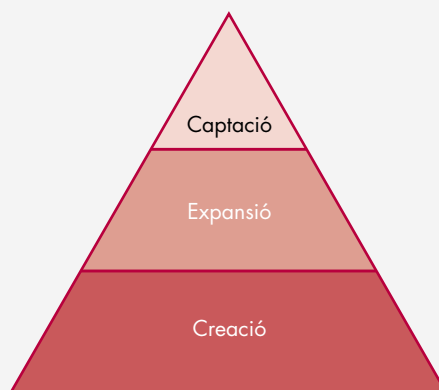
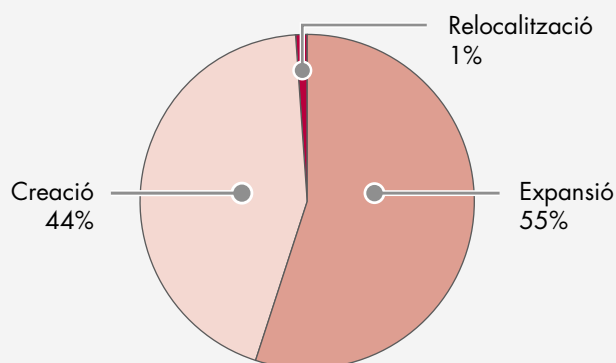


Figura 2 Creació de l'activitat rural



xement de les empreses existents i, finalment, amb una atenció ocasional a la captació i la relocalització d'activitats econòmiques exògenes per atraure-les al territori, d'altra banda, la distribució dels esforços de la majoria de les àrees de promoció econòmica de les administracions locals a les zones rurals es reparteix de manera inversa, amb els esforços de captació industrial rebent la major part dels recursos. Tanmateix, estudis de l'Institut d'Investigació en Política Rural (RUPRI) han observat com la captació i la relocalització industrial contribueixen només en un 1% a la generació de llocs de treball a les zones rurals dels Estats Units, enfront del 44% que resulta de la creació d'empreses. Segons aquest estudi, la contribució més gran és l'expansió industrial, amb un 55% de la nova ocupació (RUPRI, 2006).

La creació d'empreses ha suscitat l'interès de molts investigadors, que n'han demostrat l'impacte positiu en la generació d'ocupació (com Storey, Birley, Kirchoff i Phillips, White i Reynolds, etc.), en el creixement econòmic (com Sexton, Dubini, Storey, Wennekers i Thurik, etc.), i en la innovació (com Drucker, Pavitt, Acs, Audretsch, i Varga 2004, etc.).

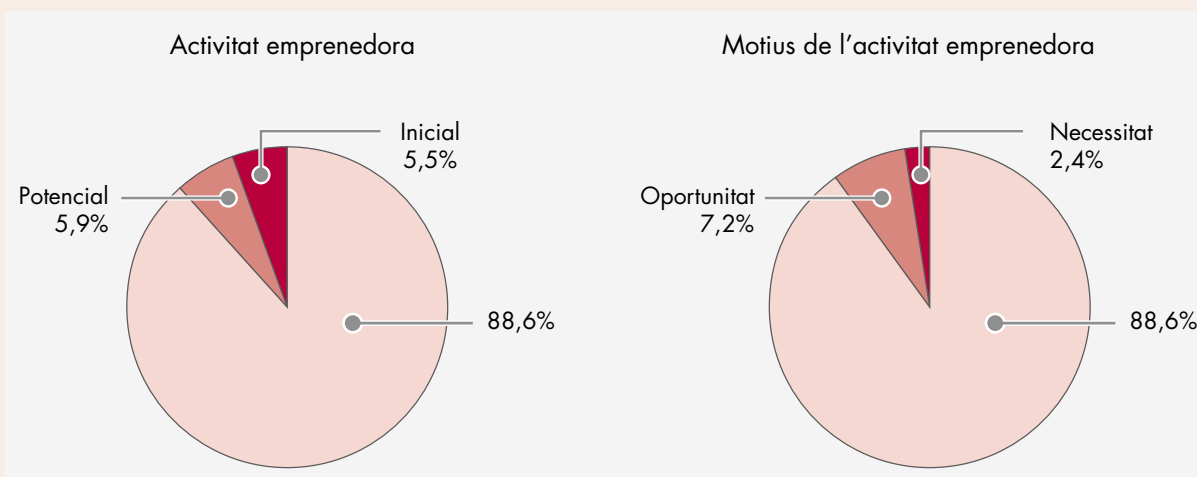
En un context rural, la creació d'empreses fa una contribució econòmica i social molt més àmplia. Contribueix a la diversificació del teixit econòmic, en oferir nous serveis i qualitat de vida a la població rural. A més, la creació d'empreses és també una manera de retenir i atraure la població, en donar alternatives professionals a aquells que volen mantenir la residència a la zona i atraure a nous residents, en proporcionar-los possibilitats més bones d'integració social i de desenvolupament professional (Bryden i Hart, 2005).

Una altra funció social important de la creació d'empreses en el món rural és oferir alternatives professionals per a les dones (Driga *et al.*, 2008). Les dones, en general, no han trobat un paper actiu en la societat rural contemporània. La modernització dels processos agraris ha eliminat moltes de les funcions que elles feien tradicionalment. Avui, la manca d'oportunitats per a les dones a les zones rurals actua com una força dissuasiva (Comissió Europea, 2000). Gran part de la demografia rural actual de les zones europees més agràries es caracteritza per una absència crítica de dones (masculinització), amb sèries repercussions socials i demogràfiques. El jovent abandona la vida rural, i sobretot l'agricultura, a causa de les dificultats per atraure les seves parelles cap a l'estil de vida al camp entre altres moltes raons (Regidor, 2000). En conseqüència, el problema de l'envelliment de la població rural s'amplia.

Tanmateix, a Catalunya, amb una TEA de l'11,4%, l'emprenedoria rural és excepcionalment alta. L'explicació de l'existència d'una taxa de creació d'empreses tan elevada no és evident, per bé que s'han indicat particularitats d'índole sociocultural dels propis catalans que resideixen a les zones rurals com a factors favorables per fomentar l'activitat emprenedora (Vaillant, 2006). Altres factors com ara la presència d'una massa crítica d'empresaris a les zones rurals de Catalunya pot també afavorir aquesta elevada creació d'empreses en actuar com a models o exemples a seguir (Vaillant i Lafuente, 2007). D'altra banda, la societat catalana ha entrat en una etapa postmaterialista caracteritzada pel canvi d'una economia industrial a una economia empresarial, en la qual prima la cerca de la qualitat de vida i, consegüentment, dona lloc a un moviment demogràfic urbà-rural. L'activitat emprenedora és una de les formes comunes que les persones fan servir per autorealitzar-se i assolir qualitat de vida en aquesta era postmaterialista (Thurik, 2002; Johnson, 2007).

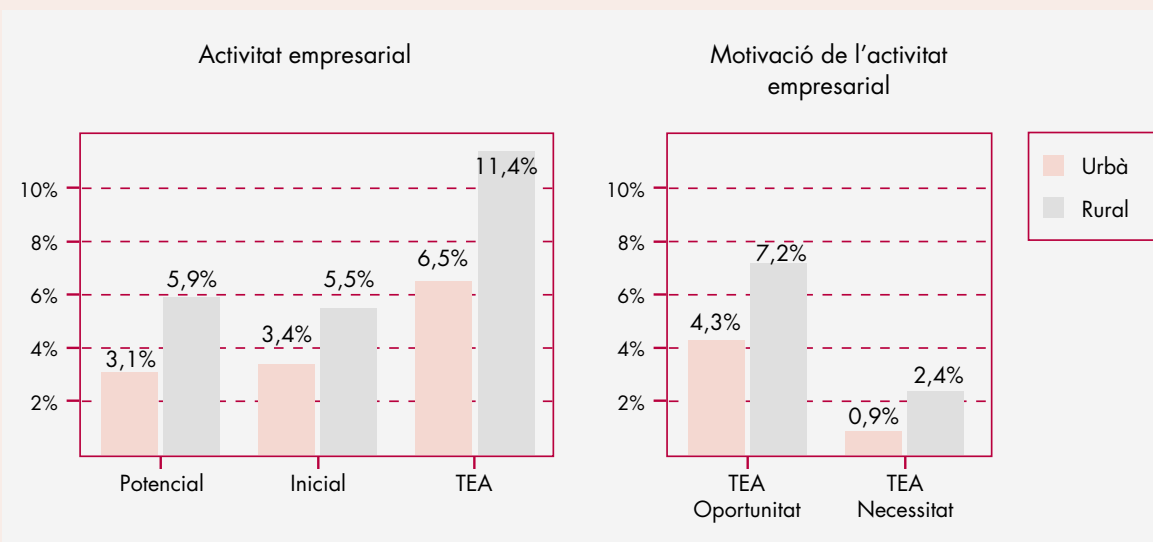
Segons la metodologia GEM, l'activitat emprenedora a les zones rurals de Catalunya pot classificar-se en dues categories diferents: els emprenedors potencials suposen el 5,9% de la població adulta que resideix a les zones rurals, i els emprenedors en fase inicial totalitzen un 5,5%. També es pot diferenciar entre l'activitat emprenedora motivada per raons de necessitat, habitualment a causa de la manca d'alternatives laborals, i l'activitat emprenedora motivada per motius d'aprofitament d'una oportunitat de negoci. Els resultats del GEM del 2007 indiquen que, mentre que el 2,4% de la població adulta rural (el 21% de tota l'activitat emprenedora rural) estava involucrada en activitats emprenedores per necessitat, el 7,2% dels adults ho estava per explotar una oportunitat empresarial.

Figura 3



Per copsar l'excepcionalitat de l'activitat emprendedora rural a Catalunya és important comparar-la amb la creació d'empreses a les zones urbanes. El patró habitual a Europa i en gran part de la resta de l'Estat espanyol suposa taxes de creació d'empreses inferior a les zones rural que a les zones urbanes (Regidor, 2000; Tödtling i Wanzenböck, 2003; Wagner i Sternberg, 2004), mentre que la situació catalana és ben diferent. La taxa d'activitat emprendedora de les zones rurals a Catalunya (11,4%) és gairebé cinc punts percentuals superior a la de les zones urbanes (6,5%). Tanmateix, s'aprecia un percentatge superior de l'activitat emprendedora a les zones rurals motivat per la necessitat. A les zones urbanes, el 14% de l'activitat emprendedora és motivada per la necessitat, enfront del 21,1% en el món rural. Aquesta diferència indica que, a Catalunya, la creació d'empreses serveix per establir-se o mantenir la residència al camp a causa de la manca d'alternatives d'ocupació local.

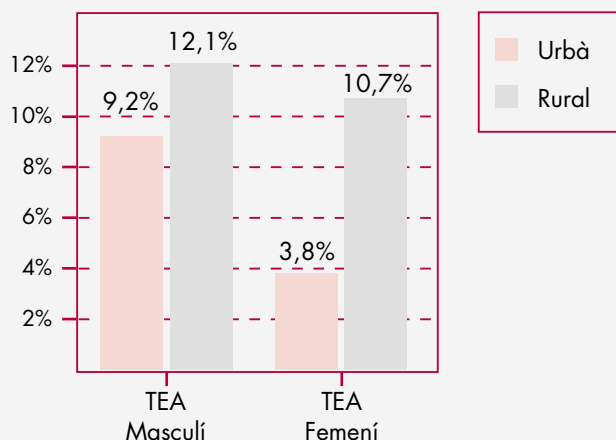
Figura 4



L'aspecte més excepcional de la creació d'empreses en el món rural català és l'elevada participació femenina en l'activitat emprendedora. De fet, l'activitat emprendedora femenina de les zones rurals a Catalunya se situa entre les més altes d'Europa, i tot i que és lleugerament inferior a la taxa masculina, la diferència és molt menys marcada que la corresponent a les zones urbanes. Aquesta dada és esperançadora i demostra l'important paper social de la creació d'empreses a les zones rurals de

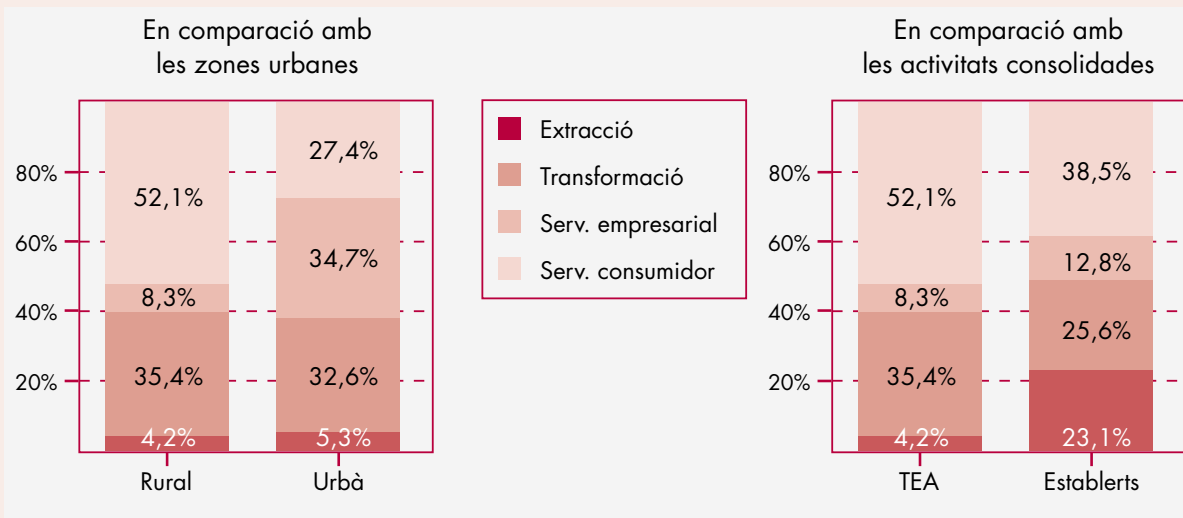
Catalunya. L'activitat emprenedora serveix d'alternativa professional a la dona rural catalana, l'ajuda a participar de manera activa i a aconseguir un estatus valorat a la societat rural actual.

Figura 5



Si comparem la distribució sectorial de l'activitat emprenedora rural amb la distribució obtinguda a les zones urbanes de Catalunya, veiem que la principal diferència rau en el tipus de serveis que ofereixen les noves empreses. Mentre que a les zones urbanes predominen les empreses de serveis per a altres empreses, a les zones rurals es tracta de serveis per al consumidor final, amb una important presència d'activitats comercials i turisme.

Figura 6 Distribució sectorial de l'activitat emprenedora rural



Per acabar, podem observar l'evolució de la composició sectorial del teixit empresarial de les zones rurals de Catalunya en comparar la distribució sectorial de les noves empreses amb les empreses rurals consolidades. L'activitat primària es veu reemplaçada per activitats en sectors relacionats amb els serveis al consumidor. Les activitats de transformació, especialment les relacionades amb la construcció, també han experimentat un auge entre les noves empreses en comparació amb les empreses ja establertes.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

5

5. CARACTERÍSTIQUES DE LES ACTIVITATS RESULTANTS DEL PROCÉS EMPRENEDOR A CATALUNYA

- 5.1. Sector general d'activitat en què operen les iniciatives empenedores
- 5.2. Nombre de propietaris de les iniciatives empenedores catalanes
- 5.3. Dimensió de les activitats derivades del procés empenedor mesurada a través del nombre d'empleats
- 5.4. Potencial de creixement en ocupació de les empreses integrades en el procés empenedor
- 5.5. Activitat empenedora de les empreses integrades en el procés empenedor
- 5.6. Volum de negoci de les iniciatives naixents, noves i consolidades
- 5.7. Innovació a les empreses naixents, noves i consolidades
- 5.8. L'ús de les noves tecnologies
- 5.9. Expansió en el mercat i nivell de competència
- 5.10. Internacionalització

Factors condicionants del creixement de les noves empreses

Joan Lluís Capelleras (Departament d'Economia de l'Empresa. UAB)

5. CARACTERÍSTIQUES DE LES ACTIVITATS RESULTANTS DEL PROCÉS EMPRENEDOR A CATALUNYA

5.1. Sector general d'activitat en què operen les iniciatives emprendedores

Seguint els criteris de l'informe de l'Estat espanyol, aquest és el primer any que s'hi incorpora el sector d'activitat en què operen les diverses iniciatives. La major part de les iniciatives emprendedores en la fase inicial s'ubiquen en el sector orientat al consum (36,8%), seguides de les dedicades a transformació (32,9%) i a serveis a empreses (26,2%). El sector que registra menys activitat és l'extractiu o primari (4,1%).

Si comparem la distribució anterior amb la de les empreses consolidades, en la qual pot haver una gran diversitat d'anys d'antiguitat, s'observa una tendència a preferir la posada en marxa d'activitats en el sector serveis i orientat al consum en detriment del sector extractiu.

Taula 9 Classificació dels emprendadors catalans per grans sectors d'activitat

		Any de l'enquesta	
		2007	2006
Emprenedors en fase inicial	Extractiu	4,1%	5,6%
	Transformador	32,9%	34,1%
	Serveis a empreses	26,2%	25,0 %
	Orientat al consum	36,8%	35,2%
	Nombre total	371.382	377.418
Emprenedors consolidats	Extractiu	14,4%	10,0%
	Transformador	33,2%	46,7%
	Serveis a empreses	20,7%	17,1 %
	Orientat al consum	31,7%	26,2%
	Nombre total	286.736	241.293

5.2. Nombre de propietaris de les iniciatives emprendedores catalanes

El nombre de propietaris constitueix la primera dada de la seva dimensió. A la taula 10 es pot observar que com menys temps té la iniciativa, més gran és la mitjana del nombre de propietaris, amb un lleuger increment respecte a 2006. La mitjana dels de la fase inicial és 2, mentre que la dels consolidats és 1. Una explicació possible (que comentarem en el capítol vinent) pot ser una necessitat més elevada de capital o una disposició menor d'aquest per part dels socis.

Taula 10 Nombre de propietaris de les iniciatives naixents, noves i consolidades

		Mitjana	Desv. típica	Mínim	Percentil 25	Mitjana	Percentil 75	Màxim
Any de l'enquesta	2007	Emprenedors naixents	2,10	1,51	1	2	3	10
		Emprenedors nous	1,92	1,38	1	2	2	10
		Emprenedors consolidats	1,62	1,03	1	1	2	6
	2006	Emprenedors naixents	1,97	1,14	1	2	2	6
		Emprenedors nous	1,73	0,95	1	1	2	5
		Emprenedors consolidats	1,44	0,93	1	1	2	6

5.3. Dimensió de les activitats derivades del procés empenedor mesurada a través del nombre d'empleats

Les dues variables principals que configuren la dimensió d'una empresa són el nombre de treballadors i el volum de negoci. En aquest apartat ens n'ocuparem de la primera.

Com també passava en anys anteriors, la majoria són microempreses. D'aquestes només la meitat (49,9%) proporciona feina al mateix empenedor. Aquest percentatge és superior al de l'Estat espanyol (43,1%). En el 85% dels casos els empleats són com a màxim cinc.

Taula 11 Dimensió de les activitats empenedores catalanes segons el nombre d'empleats actual

	Emprenedors en fase inicial	Emprenedors consolidats
Sense empleats	49,9%	50,0%
De 1-5 empleats	33,3%	33,4%
De 6-19 empleats	12,3%	12,9%
20 o més empleats	4,5%	3,8%
Total	100,0%	100,0%

5.4. Potencial de creixement en ocupació de les empreses integrades en el procés empenedor

La predisposició favorable de l'empenedor cap al desenvolupament del negoci és un factor que influeix directament en el creixement real de l'empresa, com s'ha demostrat empíricament. D'aquí que sigui interessant observar el potencial de creixement a través de les expectatives de situació de la plantilla en el futur (taula 12).

En concret, l'anàlisi de la dimensió de les activitats empenedores catalanes a cinc anys vista indica que les expectatives de creixement són positives, sobretot a les iniciatives en fase inicial. S'hi observa que el percentatge d'empreses amb treballadors al cap de cinc anys és superior al percentatge d'empreses amb treballadors actualment (taula 11), sobretot en els grups d'un a cinc i de sis a nou empleats. Les iniciatives consolidades mostren unes expectatives de situació de la plantilla que no s'allunyen gaire de la dimensió actual. Ara bé, s'espera que el percentatge d'empreses amb 20 o més empleats en aquest tipus d'iniciatives augmenti més que a la resta dels grups (de 3,8 a 5,2%) de manera que assoleixi un nivell semblant al percentatge esperat a les iniciatives en fase inicial (5,3%).

Taula 12 Dimensió de les activitats empenedores catalanes segons el nombre esperat d'empleats al cap de cinc anys

	Emprenedors en fase inicial	Emprenedors consolidats
Sense empleats	24,2%	49,8%
1 a 5 empleats	51,2%	30,8%
De 6 a 19 empleats	19,3%	14,2%
20 o més empleats	5,3%	5,2%
Total	100,0%	100,0%

D'altra banda, el creixement total de l'ocupació generat pel procés empenedor a Catalunya s'estima en una mitjana de 4,17 llocs de treball en el cas dels empenedors nous, si bé la desviació típica és elevada (taula 13). La mitjana de la generació d'ocupació dels empenedors naixents és propera a l'anterior (3,17), però amb una desviació típica més petita. El creixement mitjà esperat dels empenedors consolidats és inferior al dels nous i els naixents, per bé que compta amb una desviació típica més elevada (es preveuen un mínim de -3 i un màxim de 138 empleats).

Taula 13 Estimació del creixement total en ocupació generat pel procés empenedor a Catalunya

	Empreses	Mínim	Màxim	Empleats	Mitjana	Desv. típ.
Emprenedors naixents	195.518	0	12	620.417	3,17	2,75
Emprenedors nous	212.289	-1	50	884.315	4,17	9,47
Emprenedors consolidats	310.705	-3	138	432.049	1,39	10,41

Així, doncs, les noves empreses solen presentar diferents patrons de creixement i només un grup relativament reduït aconseguirà assolir en el futur un nivell elevat de creixement, d'acord amb l'evidència existent. Més concretament, les empreses en fase inicial amb un percentatge de creixement alt, també anomenades gaselles, són les que esperen créixer en més de 19 llocs de treball en cinc anys. En aquest sentit, és interessant observar el percentatge d'empreses que tenen aquest potencial de creixement.

Els resultats de l'any 2007 mostren que la posició relativa de Catalunya (0,4%) és inferior a la mitjana de la UE (0,5%), però lleugerament superior a la del conjunt de l'Estat espanyol (0,3%) (fig. 25).

Figura 25 Empreses catalanes en fase inicial amb un alt potencial de creixement en ocupació

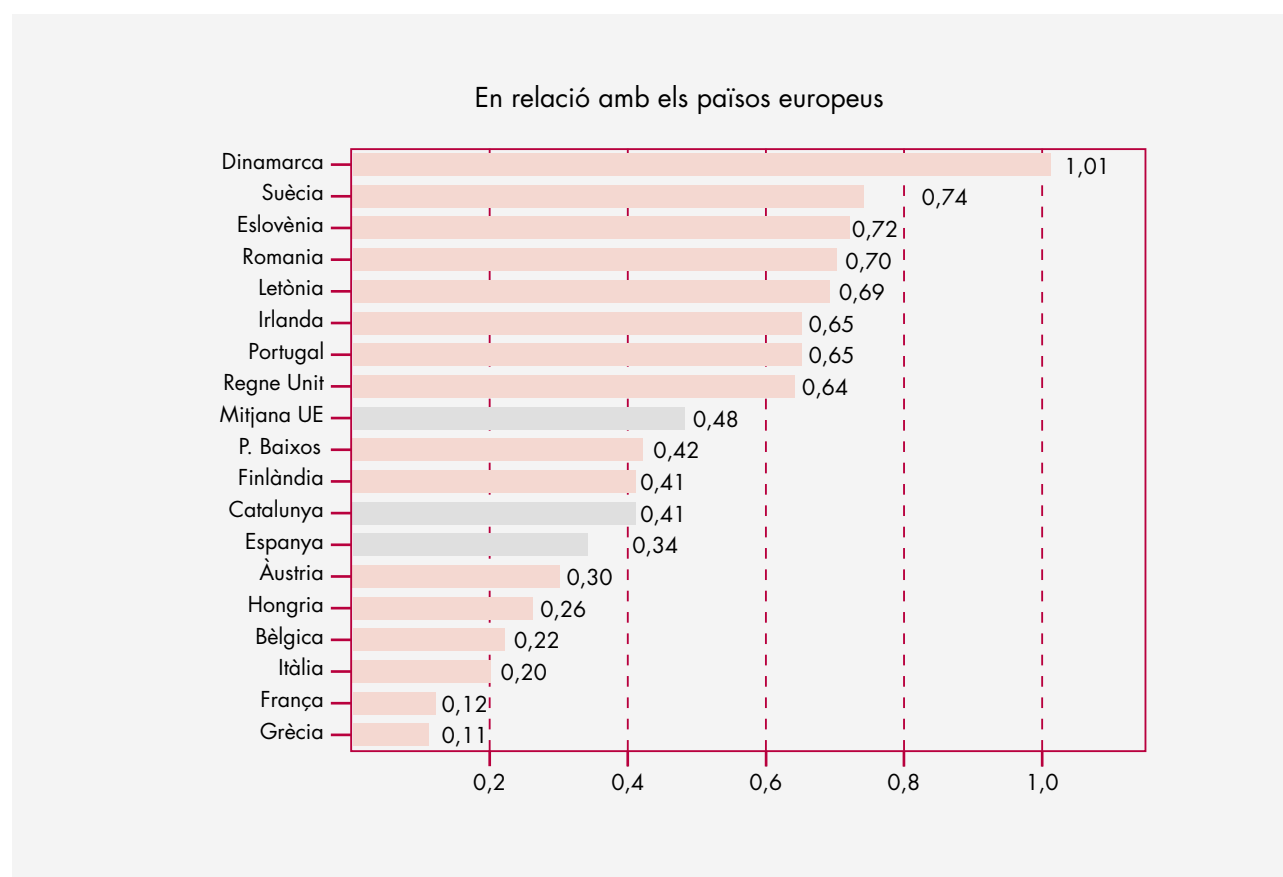
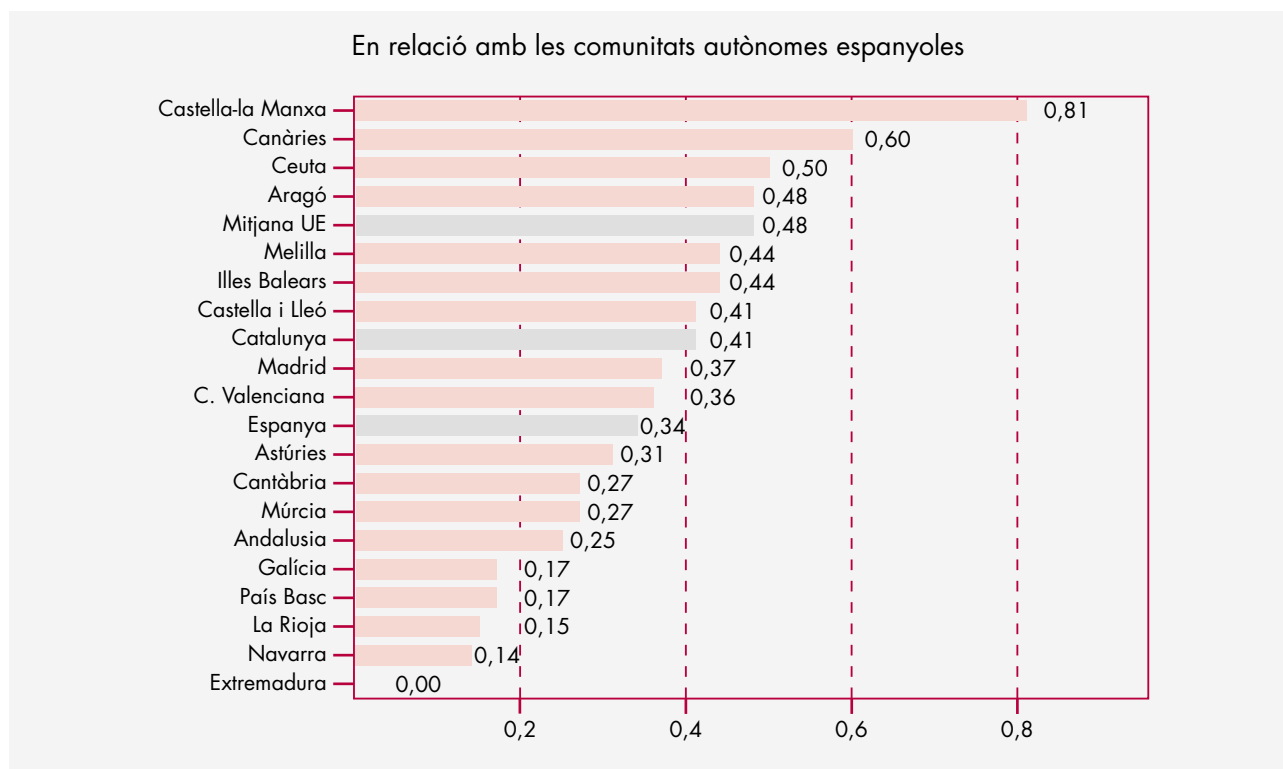
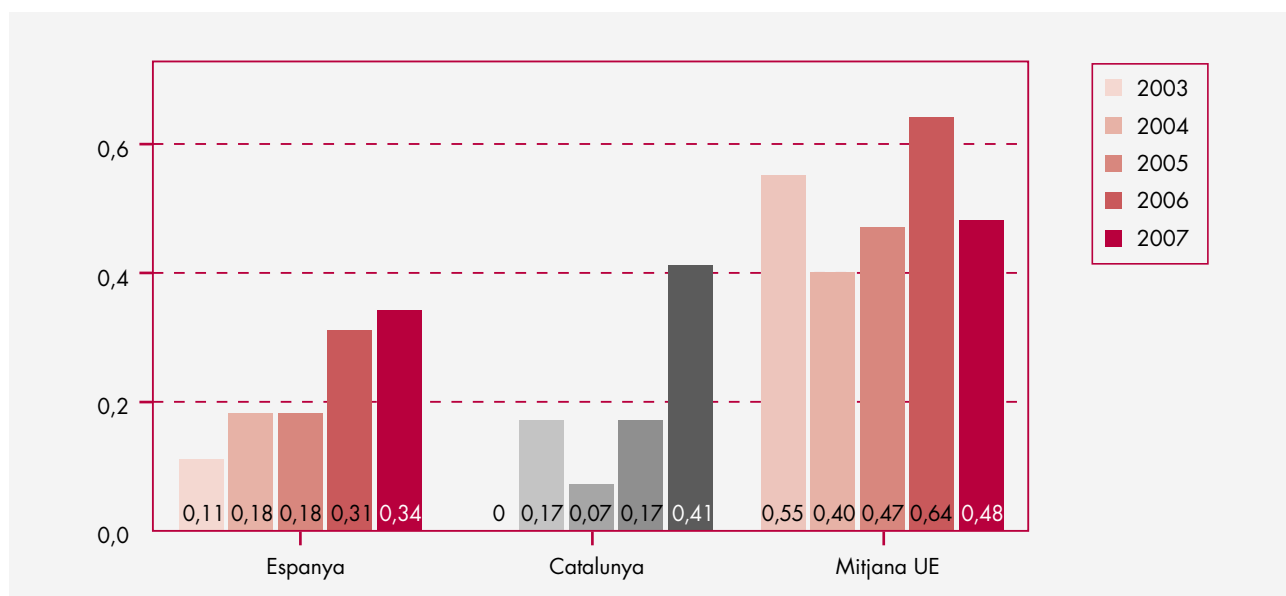


Figura 25 Continuació

Tanmateix, és important destacar una millora en l'evolució recent dels emprenedors catalans amb un potencial de creixement alt (fig. 26). Per primer cop des del 2003, la mitjana de Catalunya se situa per sobre de la del conjunt de l'Estat espanyol i està pròxima a la del conjunt de la UE. Cal dir que el nombre d'emprenedors amb un potencial de creixement alt a Catalunya segueix una tendència creixent en els darrers quatre anys.

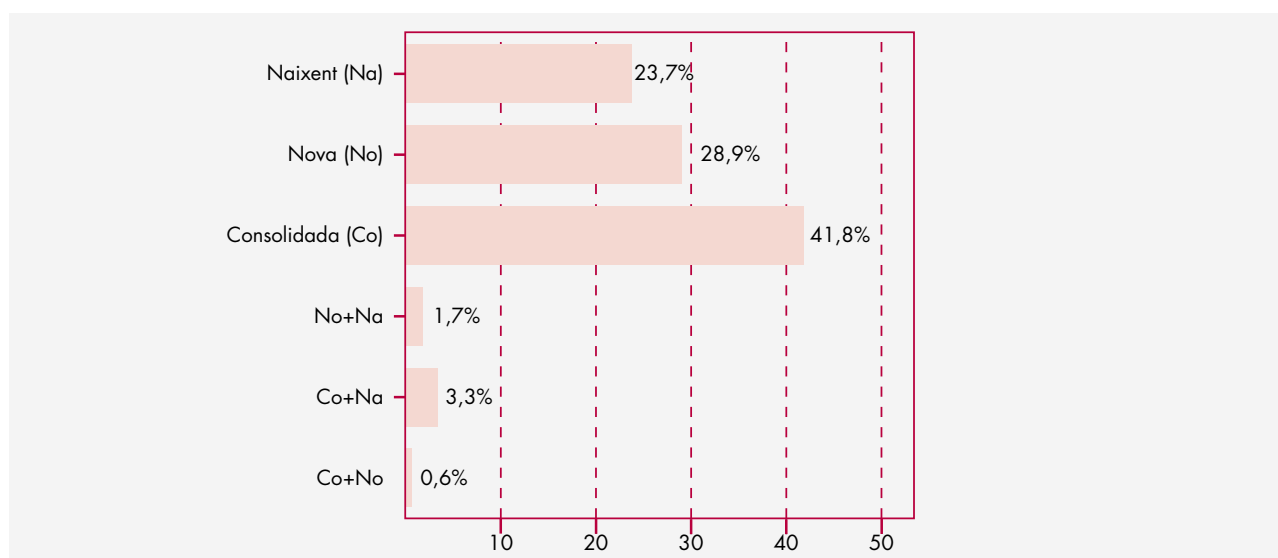
Figura 26 Evolució dels emprenedors catalans amb un alt percentatge de creixement en ocupació

5.5. Activitat emprenedora de les empreses integrades en el procés emprenedor

Entenem per activitat emprenedora d'empreses, o *intrapreneurial activity*, la creació d'iniciatives d'expansió, o ramificació, que té lloc en empreses ja existents. Després de l'auge d'aquest tipus d'activitat el 2005 i del fet que l'any 2006 no va confirmar-ne la tendència, el 2007 retorna als modestos nivells d'anys anteriors, allunyats de la mitjana espanyola (menys de la meitat en tots els casos). Mentre que els valors per a l'Estat espanyol són, respectivament, de 4,1%, 6,1% i 4,1%, la distribució a Catalunya és la següent (fig.27)

- Empreses noves que en generen de naixents: 2% (1% el 2005 i el 2006).
- Empreses consolidades que en generen de naixents: 3% (5% el 2005 i 0% el 2006)
- Empreses consolidades que en posseeixen de noves: 1% (6% el 2005 i 1% el 2006).

Figura 27 Classificació general de les activitats que integren el procés emprenedor



5.6. Volum de negoci de les iniciatives naixents, noves i consolidades

L'altra variable que configura la dimensió d'una empresa és el volum de negoci, que s'ha mesurat com a facturació anual mitjana aproximada i classificada en trams, tal com es detalla a la taula 14.

Quan la Comissió Europea utilitza aquest criteri, la classificació recomanada és:

- Microempresa: fins a 2 milions d'euros.
- Empresa petita: entre 2 i 10 milions d'euros.
- Empresa mitjana: entre 10 i 50 milions d'euros.

Com era d'esperar, i tal com s'apuntava en l'anàlisi de la dimensió mitjana segons el nombre d'empleats, l'estudi revela que, d'acord amb el volum de negoci, a Catalunya predomina la microempresa. Aquests resultats són semblants als de l'Estat espanyol, on també al voltant del 60% factura menys de 250.000 euros anuals. Aquestes dades estan en consonància amb les que es presentaran tot seguit referents a la innovació i l'ús de les noves tecnologies. Per tant, potser fóra l'hora de parar més atenció a la qualitat de les iniciatives emprenedores que a la quantitat.

Taula 14 Distribució de les iniciatives en funció del seu volum de facturació anual prevista

	Emprenedors naixents	Emprenedors nous	Emprenedors consolidats
Menys de 250 mil €	58,2%	61,5%	66,4%
Entre 250 i 500 mil €	22,4%	12,0%	6,6%
Entre 500 mil i 1 milió d'€	3,4%	1,5%	3,2%
Entre 1 i 2 milions d'€	1,4%	1,5%	2,8%
Entre 2 i 5 milions d'€	3,0%	10,4%	5,4%
Entre 5 i 10 milions d'€	1,0%	0,0%	1,8%
No sap	6,7%	13,0%	7,7%
Rebutja	3,8%	0,0%	6,2%

5.7. Innovació a les empreses naixents, noves i consolidades

Per estimar el percentatge d'empreses innovadores a cada una de les fases es demana als empresaris si el producte/servei principal que ofereixen és nou per a tots els seus clients, només per a uns quants o per a cap d'ells (taula 15).

Els resultats obtinguts el 2007 són lleugerament superiors als del 2006. Hi destaca, però, que les empreses naixents completament innovadores han passat d'un 16,5% (2006) a un 25%. Tal com assenyalàvem l'any passat, tot i haver-hi un nombre considerable d'empreses innovadores, continua sent preocupant que el 56% de les iniciatives en fase inicial i el 63,7% de les consolidades no ho siguin.

Taula 15 Empreses innovadores a Catalunya

	Emprenedors naixents	Emprenedors nous	Emprenedors en fase inicial	Emprenedors consolidats
Completament innovadora	25,0%	16,1%	20,3%	12,4%
Una mica innovadora	25,2%	22,6%	23,7%	23,9%
Gens innovadora	49,8%	61,3%	56,0%	63,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

5.8. L'ús de les noves tecnologies

És molt important que la innovació vagi acompanyada de l'ús de les noves tecnologies. Per això, es demana als emprenedors si la tecnologia necessària per fer la seva producció estava disponible un any abans de l'entrevista, entre un i cinc anys abans, o bé des de fa més de cinc anys. Els resultats mostren, en general, el baix grau d'utilització de les noves tecnologies de producció i, en canvi, el predomini de les tecnologies madures (més de cinc anys) a totes les categories d'emprenedors sense cap excepció (taula 16). Tanmateix, cal esmentar —pel que té d'esperançador— el fet que gairebé el 15% dels emprenedors naixents recorren a una nova tecnologia, cosa que constitueix una novetat significativa del present informe respecte al del 2006.

Ara bé, en alguns apartats no hi ha millora. L'any passat cridava l'atenció que el 73,1% de les noves empreses treballessin amb tecnologia de més de cinc anys, percentatge que el 2007 se situa en el 76,0%. De la mateixa manera que a les consolidades, que han passat del 69,4% l'any 2006 al 71,9% el 2007.

Per acabar, en termes del nivell tecnològic del sector on actua l'empresa catalana (taula 17), cal destacar que aquest és majoritàriament baix per a totes les categories d'emprenedores considerades, en percentatges que superen clarament el 90%. No obstant

Taula 16 Ús de noves tecnologies a l'empresa catalana

	Emprenedors naixents	Emprenedors nous	Emprenedors en fase inicial	Emprenedors consolidats
Tecnologia nova (menys d'1 any)	14,4%	7,0%	10,1%	10,6%
Tecnologia recent (1-5 anys)	12,1%	16,9%	15,0%	17,5%
Tecnologia antiga (més de 5 anys)	73,5%	76,0%	74,9%	71,9%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Taula 17 Nivell tecnològic del sector on actua l'empresa catalana

	Emprenedors naixents	Emprenedors nous	Emprenedors en fase inicial	Emprenedors consolidats
Baix	95,7%	91,1%	94,0%	93,2%
Mitjà	3,0%	7,4%	4,4%	3,7%
Alt	1,4%	1,6%	1,5%	3,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

això, sembla apuntar-se el fet que tendeixen a ser les empreses consolidades les que manifesten un nivell tecnològic més alt que la mitjana, mentre que, en l'àmbit d'un nivell tecnològic mitjà, hi destaquen més els empenedors nous.

5.9. Expansió en el mercat i nivell de competència

Un altre aspecte rellevant per caracteritzar l'activitat empenedora és el potencial d'expansió en el propi mercat. Aquest fet s'estudia a partir de les respostes sobre el grau de coneixement dels productes i serveis en el mercat habitual de cada empresa. Si el producte o servei és nou en el mercat, es considera que la firma està creant una veta en el mercat i, per consegüent, s'hi està expandint en aquests termes.

Taula 18 Grau d'expansió del mercat a les empreses catalanes

	Emprenedors naixents	Emprenedors nous	Emprenedors en fase inicial	Emprenedors consolidats
Sense expansió de mercat	49,2%	66,9%	58,7%	69,0%
Alguna expansió de mercat sense noves tecnologies	36,4%	26,0%	31,2%	20,5%
Alguna expansió de mercat amb noves tecnologies	9,0%	6,1%	6,9%	9,4%
Important expansió de mercat	5,5%	0,9%	3,2%	1,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Els resultats obtinguts a Catalunya (taula 18) són sensiblement millors als de l'any passat, ja que, d'una banda, els empenedors inicials sense expansió de mercat han minvat 10 punts (de 68,7 a 58,7%) i, d'altra banda, han aparegut dues categories inexistents el 2006: «alguna expansió de mercat amb noves tecnologies» (6,9%) i «important expansió de mercat» (3,2%).

Taula 19 Nivell de competència esperat per les empreses catalanes

	Emprenedors naixents	Emprenedors nous	Emprenedors en fase inicial	Emprenedors consolidats
Molta competència	44,0%	65,4%	54,6%	67,1%
Una mica de competència	40,1%	27,9%	33,9%	24,8%
Sense competència	15,9%	6,7%	11,5%	8,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

El mateix passa amb el nivell de competència (taula 19). S'està produint una tendència positiva en el sentit que el 52,9% de les iniciatives en fase inicial afronta alguna o cap competència, quan aquest percentatge era del 41% el 2006. Les consolidades, que afronten més competència, obtenen puntuacions similars a les del 2006.

5.10. Internacionalització

L'última característica del procés empenedor que s'analitza és el grau d'internacionalització o activitat exportadora.

El 41,9% (37,1% el 2006) de les empreses catalanes són exportadores, percentatge que augmenta fins al 46,4% (41,7% el 2006) en les que es troben en fase inicial (taula 20). Ambdues xifres suposen una millora important respecte al 2006. Tanmateix, s'hi observa una certa reducció respecte al total d'empenedors en termes del percentatge d'empenedors consolidats exportadors (37,2%).

Taula 20 Activitat exportadora a les empreses catalanes

	Emprenedors naixents	Emprenedors nous	Emprenedors en fase inicial	Emprenedors consolidats	Tots els empenedors
Exporta	47,9%	44,0	46,4	37,3	41,9%
1 - 25 %	28,0%	24,3%	26,6%	25,9%	26,2%
26 - 50%	5,6%	9,4%	7,1%	2,5%	4,9%
51 - 75%	7,1%	2,6%	5,3%	2,5%	3,9%
76 - 90%	1,9%	7,7%	4,2%	2,6%	3,4%
91-100%	5,3%	0,0%	3,2%	3,8%	3,5%
No exporta	46,2%	50,3%	47,8%	60,2%	53,9%
NS / NC	5,9%	5,7%	5,8%	2,5%	4,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

També s'hi observa com gairebé l'11% de tots els empenedors catalans manifesten una alta intensitat de l'activitat exportadora (per sobre del 50% de les vendes a l'exterior). Destaca de manera especial el 33,6% d'empenedors naixents la intensitat exportadora dels quals és superior a l'1% però inferior al 50% de les seves vendes totals, així com també el 7,7% d'empenedors nous amb un percentatge d'intensitat exportadora superior al 75% del total de les seves vendes.

Les empreses catalanes amb un alt nivell d'activitat exportadora (més del 50% de les seves vendes totals) són l'1,4 per 10.000 (fig. 28), cosa que suposa una clara millora respecte al 2006, i se situa en els valors alts tant a nivell autonòmic com, sobretot, a nivell europeu.

Finalment, pel que fa a l'evolució de les empreses els darrers anys (fig. 29), aquesta dada de l'1,4 per 10.000 trenca clarament la tendència que hi havia al voltant del 0,5 per 10.000 obtingut pel mateix col·lectiu empresarial català en el període 2003-2006, ajustant-se i de fet sobrepassant la tendència a l'alça que ja s'identifica per al conjunt de l'Estat espanyol des del 2006, i superant en els darrers dos anys (2006 i 2007) la mitjana dels països de la UE (0,7 per 10.000).

Figura 28 Empreses catalanes amb un nivell d'exportació alt (més del 50% de les vendes)

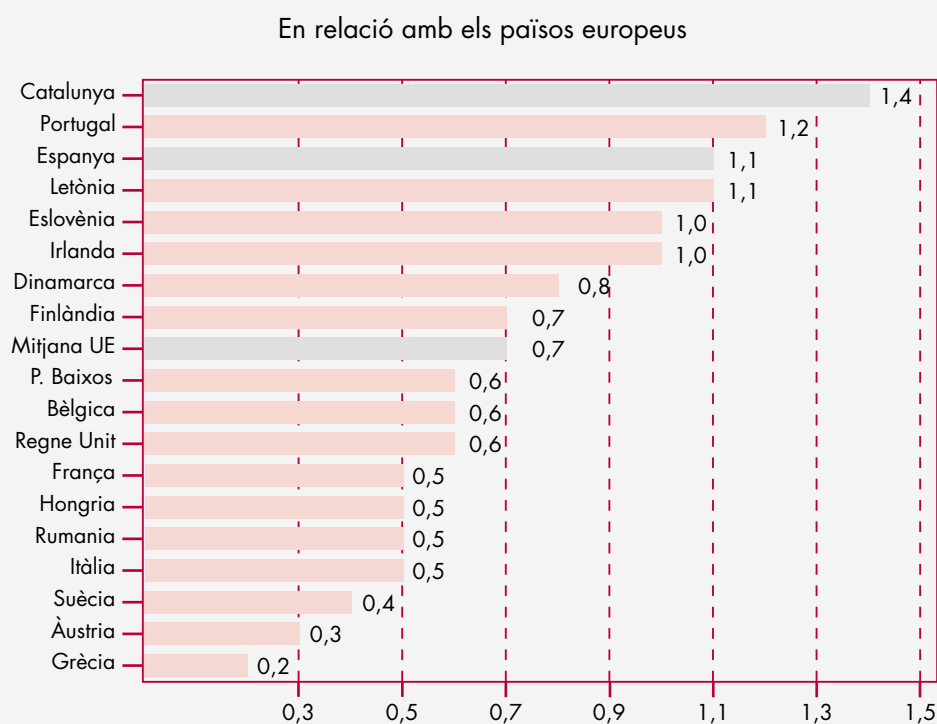
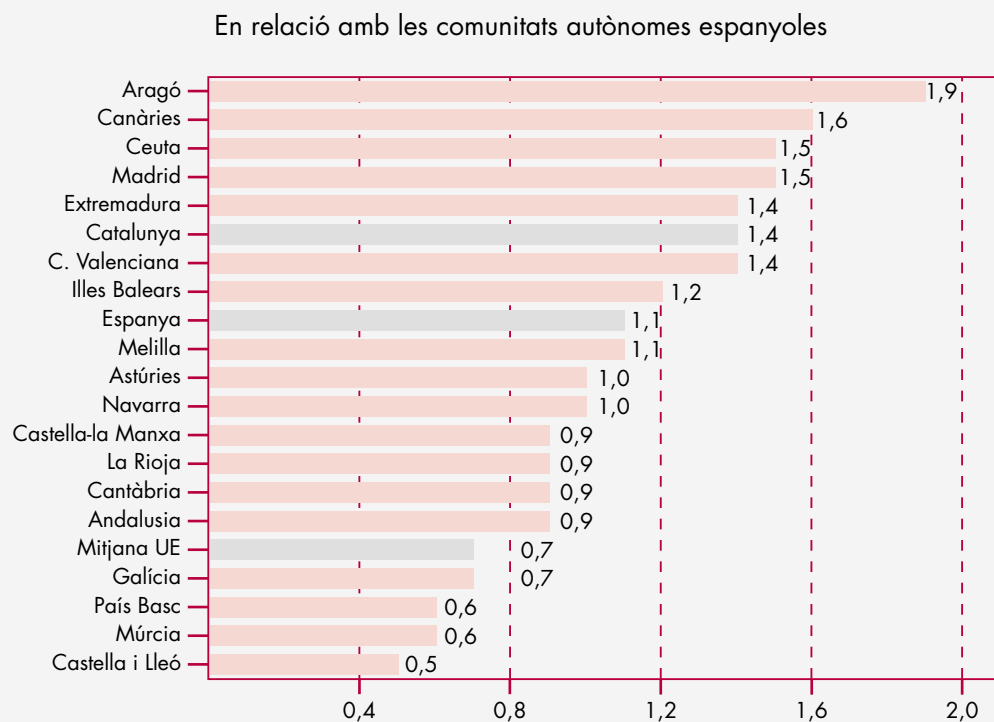
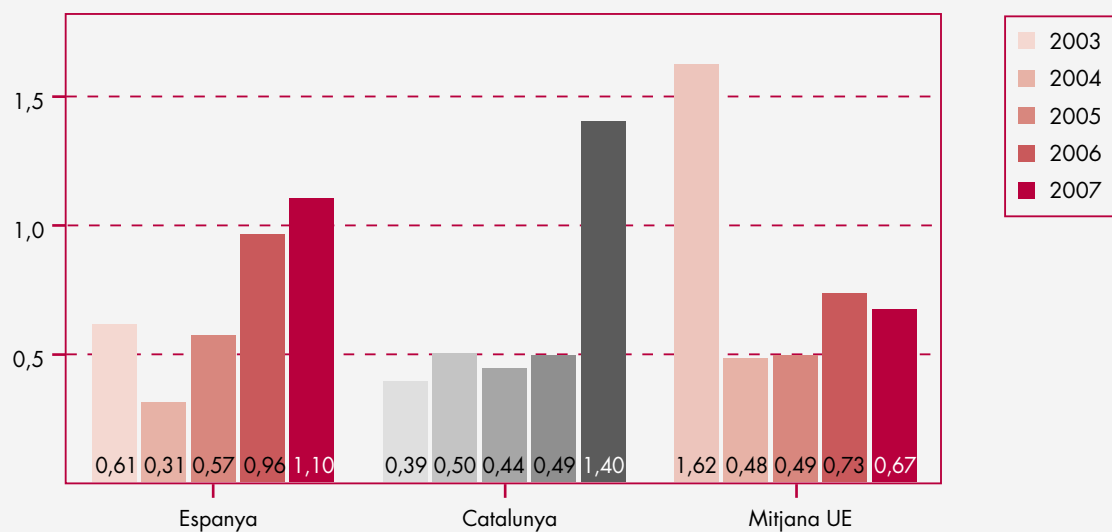


Figura 28 (Continuació)**Figura 29** Evolució de les empreses catalanes amb un nivell d'exportació alt (més del 50% de les vendes)

FACTORS CONDICIONANTS DEL CREIXEMENT DE LES NOVES EMPRESES

Joan Lluís Capelleras (Departament d'Economia de l'Empresa. UAB)

La importància del creixement de les noves empreses

En l'actualitat cada vegada hi ha més interès pel tema del creixement de les noves empreses, tant des del punt de vista acadèmic com des de la pràctica empresarial, com també des de l'àmbit de les administracions públiques. D'una banda, com indica Veciana (1999), el creixement, el desenvolupament i la problemàtica de les petites i mitjanes empreses forma part de la creació d'empreses com a programa d'investigació científic. Cada cop és més freqüent trobar treballs en aquesta línia de recerca. D'altra banda, el creixement és una qüestió altament rellevant per als empresaris, ja que sovint ell mateix és interpretat com un signe de salut, vitalitat i fortalesa de l'empresa. Les organitzacions empresarials, en la mesura que creixen, reflecteixen una progressió contínua, una sensació de no estar estancades i de tenir possibilitats de desenvolupament en el futur.

Ahora, les institucions públiques també mostren interès pel tema del creixement de les noves empreses com a conseqüència del seu important paper tant en la creació d'ocupació com en el desenvolupament econòmic. Diversos països han implantat en els darrers anys diferents accions per fomentar la creació d'empreses amb potencial de creixement. Les actuacions realitzades com també els organismes i les institucions que ofereixen serveis i programes de suport a les PIME d'alt creixement també han augmentat en gran mesura.

Concepte, mesura i patrons de creixement de les noves empreses

El concepte de creixement empresarial està directament vinculat amb les modificacions i els increments de la dimensió que fan que aquesta sigui diferent del seu estat anterior. Aquests augments es poden reflectir en variables com ara les vendes, l'ocupació, la quota de mercat, el benefici, la rendibilitat i les inversions. En el cas de les noves empreses, els indicadors de creixement més rellevants sembla que són les vendes i l'ocupació.

El creixement de les vendes indica fins a quin punt els clients accepten els béns o serveis que l'empresa ofereix. Així, sol ser l'indicador preferit pels mateixos empresaris, ja que les noves empreses necessiten ingressos per vendes per sobreviure. El creixement en l'ocupació indica un canvi en la composició organitzativa de l'empresa, atès que s'incrementa el nombre de persones que hi treballen. Aquest indicador posa de manifest la contribució de l'empresa a la societat, cosa que el fa essencialment rellevant per als governs i les administracions públiques.

Altres indicadors com els beneficis o la rendibilitat, si bé són habituals en el cas de les empreses grans i establertes, no sembla que siguin aplicables directament quan s'analitza el creixement de les noves i petites empreses. A més, poden reflectir altres aspectes de l'empresa a banda de la seva mida i fins i tot és possible que una nova empresa amb un elevat nivell de creixement no generi beneficis o no sigui rendible.

Independentment del criteri emprat per a la seva mesura, el creixement és un fenomen que presenta un alt grau d'heterogeneïtat. En aquest sentit, diversos autors han posat de relleu l'existència de diferents patrons de creixement de les noves empreses, i han parat una atenció especial al grup d'empreses gaseles o d'alt creixement. Estudis recents revelen l'existència de patrons de creixement empresarial que són diferents entre ells, però que estan igualment presents en països amb marcs reguladors diferents en l'àmbit de la creació d'empreses (Capelleras, Mole, Greene y Storey, 2008). A les economies emergents també s'han trobat grups d'empreses amb nivells de creixement molt diferents (Kantis, *et al.*, 2002).

A tall d'exemple, en un estudi dut a terme sobre la implantació de noves empreses a Catalunya es mostra l'existència de quatre grups diferenciats segons la variació en el nivell d'ocupació (Capelleras, Genescà i Veciana, 2005): 1) Les empreses amb creixement negatiu (decreixents) que perden llocs d'ocupació; 2) Les empreses estàtiques (sense creixement) que no presenten cap canvi en el nombre de persones ocupades; 3) Les empreses de baix creixement, i 4) Les empreses d'alt creixement o gaseles. La taula 1 presenta aquests quatre grups d'empreses significativament diferents en el seu nivell de creixement des del moment de la seva creació (ocupació inicial) fins al cinquè any d'operacions (ocupació actual). S'observa que les empreses que tenen un creixement més elevat en termes d'ocupació (en mitjana aconsegueixen triplicar el nivell d'ocupació inicial) representen menys del 20% del total dels nous negocis.

Taula 1 Grups d'empreses amb diferents patrons de creixement

	Grup 1	Grup 2	Grup 3	Grup 4	Prova F
Percentatge d'empreses	8,2	27,5	45,6	18,7	
Feina inicial	7,33	1,92	2,89	4,32	26,232*
Feina actual	5,20	1,92	5,13	13,79	94,685*
Variació a la feina	-2,13	0,00	2,24	9,47	160,702*

Nivell de significació: * $p < 0.01$.

Font: Capelleras, Genescà i Veciana (2005).

En aquest context, una qüestió força rellevant és determinar els factors que permeten explicar els diferents patrons de creixement de les noves empreses. En general, es pot dir que el creixement de la nova empresa està condicionat per factors d'índole diversa, vinculats tant amb les característiques del seu fundador com amb les de la mateixa organització i de l'entorn en què es desenvolupa.

Factors relatius a l'empresari

La decisió de créixer o no créixer és la primera i més important decisió estratègica que ha de prendre tothom qui funda una nova empresa. Ara bé, hi ha un elevat percentatge d'empreses que neixen amb una dimensió petita i que no creixen de manera significativa al llarg del temps perquè el seu fundador no té com a objectiu principal el creixement del negoci. Estudis recents indiquen que les actituds de l'empresari cap al creixement depenen de les seves creences sobre si una mida més gran de l'empresa pot comprometre'n la independència i el futur o bé la seva habilitat per dirigir-la i controlar-la (Wiklund, *et al.*, 2003). Així, el creixement real de l'empresa pot estar condicionat pel fet que l'empresari cregui que pot gestionar-lo de manera eficaç.

A banda de l'actitud cap al creixement, la motivació principal de l'empresari és un factor rellevant per explicar el creixement de la nova empresa. En el projecte GEM es diferencia entre el comportament empenedor per oportunitat i el comportament empenedor per necessitat. En general, el creixement de les noves empreses se sol produir quan la decisió individual de crear una empresa resulta de factors positius, com ara aprofitar una nova oportunitat de negoci, enfront de factors negatius, com l'atur, l'acomiadament o la marginació social. Per exemple, s'ha observat que si l'empresari estava a l'atur abans de crear l'empresa hi ha menys probabilitat que l'empresa creixi amb la mateixa rapidesa que si l'empresari estava ocupat.

Si bé les actituds i les motivacions de l'empenedor són rellevants per al creixement de les noves empreses, el seu comportament, i en concret el seu nivell d'habilitats directives, sembla que encara ho són més. Mentre que es considera que els trets psicològics formen part de la personalitat de l'empresari i, per tant, són impossibles o difícils de canviar, els comportaments basen en aptituds o habilitats que es poden aprendre.

En aquest sentit, les investigacions en diversos països posen de manifest que el creixement de les petites empreses en els seus primers anys de vida depèn en bona mesura de les habilitats directives de l'empresari, tant les que tenia abans de crear la seva nova empresa com les que hagi pogut adquirir a través de l'experiència en la direcció de la nova empresa (Baum, *et al.*, 2001). Els estudis centrats en el creixement de les PIME en economies emergents destaquen igualment que el nivell del capital humà del fundador constitueix un dels principals factors determinants del creixement (Kantis *et al.*, 2002; Capelleras i Rabetino, 2008).

El fet que l'empresa sigui creada per un equip d'empresaris també pot influir en el seu creixement. Atès que la funció directiva requereix un ampli ventall d'habilitats i coneixements, les empreses fundades per més d'un individu solen tenir perspectives de creixement més bones. Així, hi ha evidència que l'heterogeneïtat de l'equip fundacional (en termes d'experiència i formació) crea un conflicte positiu a l'hora de decidir, la qual cosa influeix de manera positiva en el creixement de l'empresa (Colombo i Grilli, 2005).

Els nous empresaris també poden recórrer a les xarxes personals per potenciar el creixement de l'empresa. Des de l'enfocament de xarxes es considera que la creació i el desenvolupament d'una nova empresa s'insereixen en un context social de manera que es veuen afavorides o restringides per la situació de les persones que formen part de la xarxa social. Tot i que l'evidència no és rotunda, s'han fet algunes recerques que suggereixen que el suport rebut per part de certs integrants de les xarxes està positivament associat amb el creixement de l'empresa. En el cas de Catalunya, l'evidència indica que el suport de clients i proveïdors potencials facilita la ràpida gestació de la nova empresa i els posterior creixement (Capelleras i Greene, 2008). El contacte amb altres empresaris també sol tenir un efecte positiu sobre el nivell de creixement.

Factors relatius a l'empresa

Una manera d'explicar les diferències en els nivells de creixement es basa en la dotació i les característiques dels recursos de què disposa l'empresa. Aquest enfocament parteix de la noció de l'empresa com una combinació de recursos productius heterogenis i en la teoria de recursos i capacitats. Fa temps, Penrose (1959) sostenia que els recursos interns sobrants i que poden ser emprats en activitats productives diferents de les actuals són el motor del creixement.

D'una banda, els recursos financers dels quals disposa l'empres són necessaris per facilitar el desenvolupament de les estratègies. Diversos autors suggereixen que les restriccions financeres poden impedir a les noves empreses assolir un nivell elevat de creixement. També hi ha evidència que les noves empreses que creixen més són les que han estat capaces d'accedir, en el moment del seu llançament, a un major nombre de fonts de finançament. En aquest sentit, algunes empreses acceleren el seu creixement a partir de la utilització de font externes de finançament provinents d'institucions com ara bancs, organismes públics i/o societats de capital risc.

Tanmateix, alguns autors suggereixen que el creixement dels nous negocis dependrà en gran manera de la possibilitat d'obtenir i desenvolupar actius intangibles, com el *know-how* o la reputació, ja que aquests són complexos, ambigus, difícils d'imitar, substituir o comprar, i tenen propietats més adients per desenvolupar un avantatge competitiu sostenible (Chrisman, *et al.*, 1998).

A més, els recursos humans i les seves capacitats són cada vegada més rellevants per explicar el creixement a mesura que les empreses creixen en dimensió i edat. El capital humà aportat per directius i treballadors es torna un actiu clau per al desenvolupament de l'empresa. L'evidència confirma que la utilització de treballadors qualificats està associada amb el creixement de les noves PIME.

Una altra aproximació per explicar el creixement fa referència al grau d'orientació emprendedora (*entrepreneurial orientation*)

de l'empresa. Aquesta orientació es pot definir a partir de la interrelació de les tres dimensions següents (Miller, 1983; Covin i Slevin, 1989): 1) La innovació que fa referència a la recerca de noves relacions entre els recursos i/o productes existents; 2) L'orientació proactiva que implica un esforç constant per prendre la iniciativa i anticipar-se als moviments de la competència de manera que els empresaris estiguin constantment rastrejant l'entorn per identificar-hi noves oportunitats, i 3) La predisposició a assumir riscos elevats però controlats, en el sentit que l'acceptació de riscos en la presa de decisions empresarials és inevitable en comportaments innovadors i proactius.

En general, l'evidència indica que hi ha una relació positiva entre l'orientació emprendedora i el creixement, atès que es considera que les empreses que s'avancen als seus competidors assumint riscos i desenvolupant innovacions veuran el seu esforç premiat en el mercat. La base d'aquests arguments està relacionada amb els avantatges de ser el primer i la tendència de treure profit de les oportunitats emergents, actituds implícites en l'orientació empresarial. Les empreses que desenvolupen un comportament emprendedor són capaces de respondre ràpidament als canvis de l'entorn, capitalitzant noves oportunitats econòmiques, fet que en facilita el creixement. La proactivitat els dona l'habilitat de llançar nous productes al mercat abans que ho faci la competència, la qual cosa suposa també un avantatge competitiu. No obstant això, Davidsson *et al.* (2006) apunten que l'efecte de l'orientació emprendedora està moderat per les característiques específiques de l'entorn, en particular el dinamisme, de manera que cal adaptar l'estratègia a l'entorn.

Factors relatius a l'entorn

L'entorn inclou l'acció conjunta de grups de factors (econòmics, socials, culturals, polítics i altres) que influeixen en el desenvolupament de l'activitat empresarial. Moltes de les noves PIME intenten reduir la influència dels factors de l'entorn ocupant forats o segments específics. Per això, l'entorn més pròxim a l'empresa (o entorn específic) cobra especial rellevància en l'anàlisi del creixement de les noves empreses.

Els treballs empírics que aprofundeixen en el paper de les característiques de l'entorn específic en el naixement i el creixement de les empreses han identificat variables que es poden agrupar en dos grans blocs: 1) Variables que descriuen l'entorn com un àrea geogràfica dotada d'unes característiques que afecten positiva o negativament el creixement, i 2) Variables que estan associades a les característiques del sector industrial, sobretot les forces competitives que determinen l'atractiu del sector.

Dins del primer bloc se solen incloure variables relatives a la localització geogràfica de l'empresa. En general, com que les PIME operen sobretot en els mercats locals, la localització determinarà les condicions de la demanda i les condicions de la infraestructura que definiran les possibilitats per accedir als recursos i als mercats més allunyats. Diversos estudis indiquen que les empreses situades en àrees urbanes creixen més que les que se situen en entorns rurals, si bé els resultats no són totalment concloents. En el cas de Catalunya, els problemes principals per a les empreses rurals rau en la infraestructura del transport i en la manca de mà d'obra, sobretot la directiva (més rellevant que la distància dels mercats i la manca de serveis), mentre que hi ha alguns avantatges que fan referència al nivell de vida, el cost menor de la mà d'obra i la baixa conflictivitat laboral (Viladomiu, *et al.*, 2004).

En el segon grup de treballs, s'hi inclouen els factors relacionats amb l'estructura del sector industrial. Un marc clàssic per classificar i analitzar aquests factors és el model de les cinc forces que determinen la competència elaborat per Porter (1980). En primer lloc, la major o menor rivalitat entre competidors (intensitat de la competència actual) pot provocar el fet que un sector augmenti o no el seu atractiu. En segon lloc, la possible entrada de nous competidors al sector industrial de l'empresa s'analitza per mitjà de la determinació de les barreres d'entrada al sector i la reacció esperada dels competidors ja establerts enfront del nou ingrés. En tercer lloc, l'existència de productes substitutius limita els rendiments potencials d'un sector industrial, alhora que s'hi incrementa la intensitat de la competència. Per últim, el poder negociador amb els proveïdors o els clients

determina la capacitat de les empreses que competeixen en un determinat sector per influir de manera decisiva en les indústries que les precedeixen i/o les segueixen en la filera (procés) de producció d'un mateix bé.

No obstant això, convé assenyalar que, si la competència en un sector fos només el resultat de les característiques estructurals, l'estratègia es limitaria a escollir el sector més atractiu i a interpretar les diferents forces competitives millor que els competidors. En general, l'evidència empírica indica que les empreses que creixen més ràpidament solen operar en els sectors més dinàmics. En els sectors menys dinàmics, les empreses d'alt creixement solen ubicar-se en aquells segments del sector que encara mantenen un nivell elevat de creixement (Wiklund, 1998).

En definitiva i com a síntesi, cal dir que el creixement de les noves empreses està condicionat per diversos factors. La voluntat de créixer per part del fundador sembla que és una condició necessària perquè la nova empresa pugui créixer. Una motivació basada en la identificació de noves oportunitats, com també el desenvolupament d'habilitats per part del nou empresari també n'afavoreixen el creixement. A més, és probable que l'empresa creixi si disposa d'una base de recursos adequada, estableix estratègies innovadores i proactives i opera en regions i/o sectors dinàmics. En darrera instància, el creixement dependrà d'un ajustament adequat entre les característiques individuals, empresarials i de l'entorn.

Bibliografia

- Baum, J. R., Locke, E. A. & Smith, K. G. (2001): A multidimensional model of venture growth. *Academy of Management Journal*, 44(2), 292-303.
- Capelleras, J.L.; Greene, F.J. (2008): The determinants and growth implications of venture creation speed, *Entrepreneurship and Regional Development*, 20: 311-337.
- Capelleras, J.L.; Mole, K.M.; Greene, F.J.; Storey, D.J. (2008): Do more heavily regulated economies have poorer performing new ventures? Evidence from Britain and Spain, *Journal of International Business Studies*, 39 (en premsa).
- Capelleras, J.L.; Rabetino, R. (2008): Individual, organizational and environmental determinants of new firm employment growth. Evidence from Latin America, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4: 79-99.
- Capelleras, J.L.; Genescà, E.; Veciana, J.M.^a (2005): *Implantación de las nuevas empresas en Cataluña: una investigación empírica*. Dep. Economía de la Empresa y IERMB, UAB, Bellaterra (Barcelona).
- Chrisman, J.; Bauerschmidt, A. & Hofer, C. (1998): The determinants of new venture performance: an extended model, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23: 5-29.
- Colombo, M. and Grilli, L. 2005 Founders' human capital and the growth of new technology-based firms: A competence-based view, *Research Policy*, 34: 795-816.
- Covin, J. G. i Slevin, D. P. (1989), Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10: 75-87.
- Davidsson, P., Achtenhagen, L., & Naldi, L. (2006): What do we know about small firm growth?, in Parker, S. (ed.) *Handbook of Entrepreneurship Research: New Venture Creation, Development and Performance*, 361-398.
- Kantis, H., Ishida, M., & Komori, M. (2002). *Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia*. Washington, D.C.: Inter-American Development Bank.
- Miller, D. (1983), The correlates of entrepreneurship in three types of firms, *Management Science*, vol. 29, pág. 770-791.
- Penrose, E. (1959). *The Theory of the Growth of the Firm*. Oxford: Oxford University Press.
- Porter, M. (1980): *Competitive Strategy*, Free Press: Nueva York.
- Viladomiu, L., Rosell, J., Vaillant, Y., Zamora, A. (2004): *Empresas y Empresarios en las Comarcas Rurales de Catalunya*. Documentos de Economía Industrial, 21.
- Storey, D.J. 1994 *Understanding the Small Business Sector* (London: Routledge).
- Veciana, J. M. (1999), Creación de empresas como programa de investigación científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 8, núm.3, págs. 11-36.
- Wiklund, J. (1998). *Small Firm Growth and Performance: Entrepreneurship and Beyond*. Doctoral dissertation. Jönköping: Jönköping International Business School.
- Wiklund, J., Davidsson, P. & Delmar, F. (2003). Expected consequences of growth and their effect on growth willingness in different samples of small firms. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 27(3), 247-269

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR



6. FINANÇAMENT DEL PROCÉS EMPRENEDOR CATALÀ

6.1. Capital llavor mitjà necessari per posar en funcionament una activitat el 2007 a Catalunya

6.2. Fonts de finançament que s'utilitzen en el procés emprenedor

6.3. Retorn de la inversió esperat per l'emprenedor

6.4. L'inversor informar de tipus *business angel* a Catalunya

El paper del microcrèdit en el procés emprenedor

Glòria Estapé i Consol Torreguitart (Departament d'Economia de l'Empresa. UAB)

6. FINANÇAMENT DEL PROCÉS EMPRENEDOR CATALÀ

6.1. Capital llavor mitjà necessari per posar en funcionament una activitat el 2007 a Catalunya

El capital mitjà per engegar un negoci a Catalunya ha estat de 103.639€ (78.993€ en el conjunt de l'Estat espanyol), amb una dispersió (desviació típica) molt alta i sent l'aportació mitjana de l'emprenedor del 44,6% (taula 21).

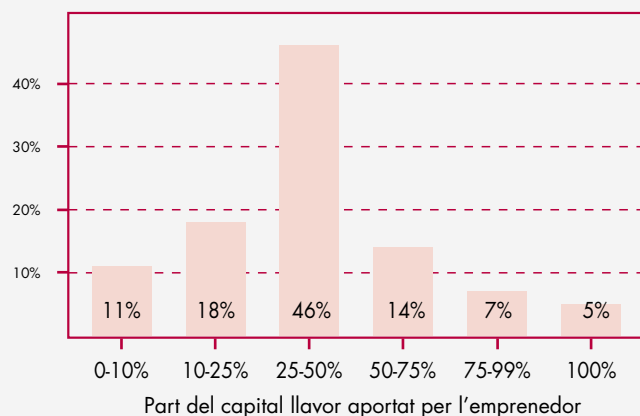
S'ha seguit la tendència creixent del capital mitjà necessari per a cada iniciativa emprenedora, per bé que aquest any amb un salt espectacular. Pràcticament s'ha duplicat respecte a l'any anterior (de 53.540 a 103.639€).

Aquesta xifra té dues possible lectures: d'una banda, que el fet d'emprendre cada any és més car, i de l'altra, que s'estan creant empreses de major envergadura.

Paral·lelament al canvi anterior, també ha variat força la distribució del percentatge de capital llavor aportat pels emprenedors naixents (fig. 30). Mentre que el 2006 el 64% dels emprenedors aportaven més del 50% del capital llavor total, el 2007 només n'és el 26%. On el canvi es fa més palès és en el percentatge dels que aporten el 100%, que han passat del 39% el 2006 al 5% el 2007. Segurament una de les explicacions d'aquest fenomen pot ser la duplicació del capital mitjà necessari.

Taula 21 Capital llavor mitjà necessari per començar i percentatge mitjà aportat per l'emprenedor naixent

	Capital llavor total aportat per l'emprenedor (euros)	Capital llavor total necessari (euros)	Percentatge de capital llavor aportat per l'emprenedor
Mitjana	32.345,75	103.639,45	44,60
Desviació típica	39.560,25	136.697,78	25,50
Mínim	0	10.000	0,00
Percentil 05	2.500	12.000	5,00
Percentil 10	5.000	18.000	10,00
Percentil 25	10.000	25.000	25,00
Mediana	20.000	60.000	50,00
Percentil 75	40.000	100.000	60,00
Percentil 90	60.000	250.000	83,33
Percentil 95	75.000	600.000	100,00
Màxim	250.000	600.003	100,00

Figura 30 Distribució del percentatge de capital llavor aportat pels emprenedors naixents a Catalunya

6.2. Fonts de finançament que s'utilitzen en el procés empenedor

Hem acabat el paràgraf anterior assenyalant que el 2007 només el 5% dels emprenedors naixents catalans aportaven el 100% del capital llavor inicial (enfront del 42% a l'Estat espanyol, per bé que també la mida mitjana de les empreses és un 31% més gran), per la qual cosa cal analitzar les altres fonts de finançament (taula 22).

Taula 22 Fonts de finançament que utilitzen els emprenedors naixents per a la creació. Ha rebut o espera rebre diners per a la creació de la seva activitat de...?

Emprenedors naixents	
Família directa	24,0%
Altres parents	0,0%
Companyes de feina	7,3%
Desconeguts	3,8%
Amics o veïns	4,6%
Bancs o altres institucions financeres	50,0%
Ajudes públiques i/o programes governamentals	12,1%
Altres fonts diferents de les anteriors	8,8%
NS / NC	9,6%
Total	120,3%

Les tres fonts principals són els bancs i les institucions financeres (50%), la família directa (24%) i els programes públics (12,1%). Respecte a anys anteriors, els principals canvis que cal comentar són:

- El finançament bancari torna a recobrar el pes que tenia fa dos anys : 56,5% el 2005, 29,2% el 2006 i 50% el 2007.
- El mateix passa amb la família directa, però amb un augment encara més espectacular: del 2,1% el 2006 al 24% el 2007.
- En sentit invers, els amics o els veïns passen del 17,6% el 2006 al 4,6% el 2007.
- La importància del suport al finançament procedent d'institucions públiques (governamentals) dels àmbits local, autonòmic o estatal es posa de manifest en utilitzar-lo el 12,1% dels empresaris naixents. No obstant això, es detecta una tendència decreixent: des del 28,7% el 2005, i el 17,4% el 2006 fins a l'esmentat 12,1% d'aquest any.

Malgrat l'existència de diverses fonts de finançament tant formals com informals, el finançament de l'empresa continua sent un dels esculls principals de l'activitat emprenedora. Tal com assenyalarem en el capítol 8, els experts entrevistats sostenen que és l'escull més gran d'una llista de 14 factors que obstaculitzen la creació d'empreses (taula 33), molt més acusat a Catalunya (60,6%) que a la resta de l'Estat espanyol (38,1%)

6.3. Retorn de la inversió esperat per l'emprenedor

L'expectativa de benefici és una de les motivacions a l'hora d'emprendre. La rendibilitat esperada varia (fig. 31), però el més freqüent, tal com succeïa el 2006, és un retorn del doble de la inversió (38%). El temps mitjà de recuperació de la inversió és de dos anys (50%).

A la figura 32 es detalla el percentatge de capital llavor aportat per l'emprenedor en funció de la quantitat que espera com a retorn i temps en què creu que podrà aconseguir-ho. Crida l'atenció que l'aportació màxima en termes de percentatge es produeixi en els dos extrems: d'una banda, quan no s'espera cap retorn (93%), i, de l'altra, quan s'espera 20 vegades el que s'ha invertit (89%).

Figura 31 Quantitat de retorn de la inversió que espera aconseguir l'emprenedor naixent i temps en què espera aconseguir-ho

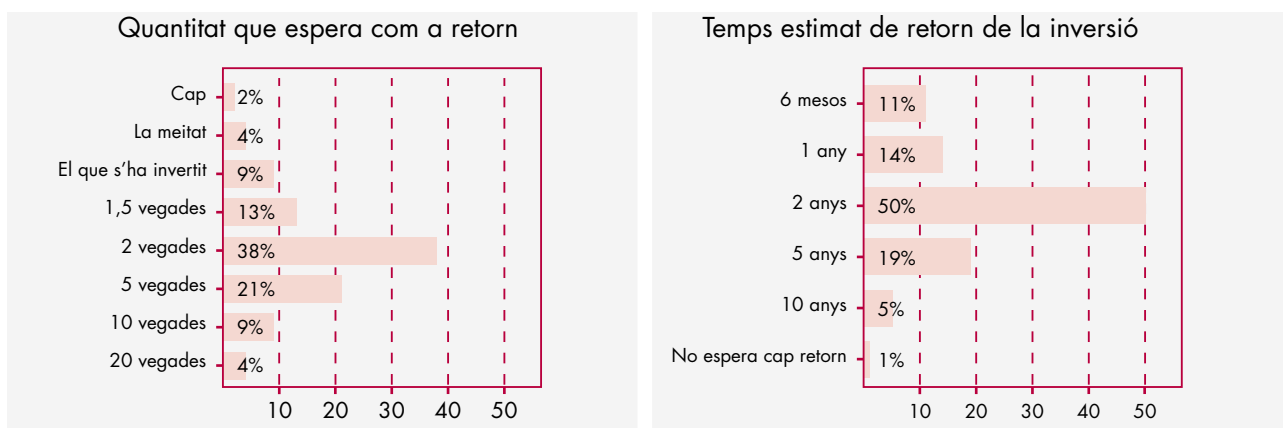
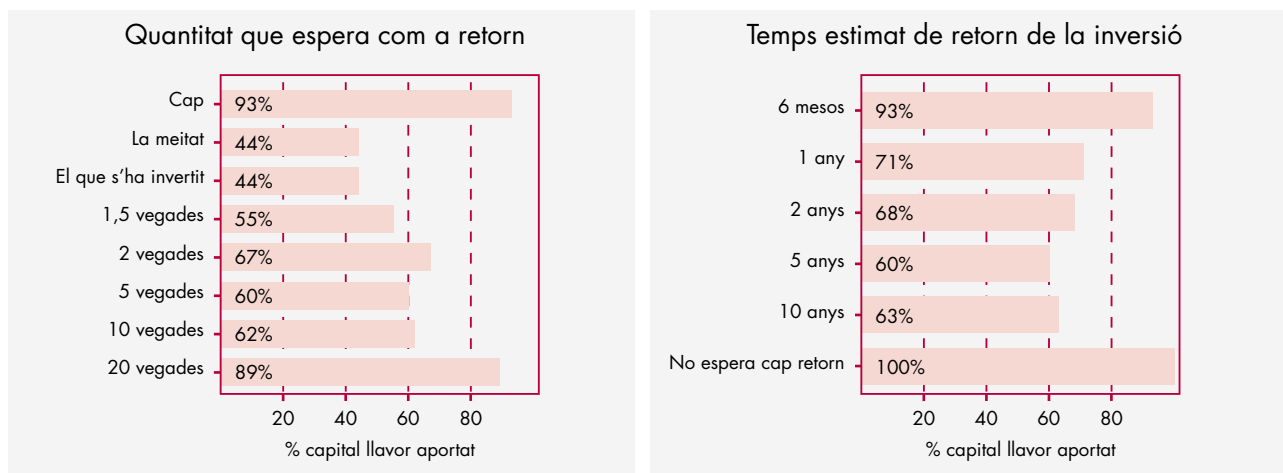


Figura 32 Percentatge de capital llavor aportat per l'emprenedor en funció de la quantitat que espera com a retorn i el temps en què espera aconseguir-ho



6.4. L'inversor informal de tipus *business angel* a Catalunya

Un dels reptes de les noves empreses és l'accés als recursos necessaris per iniciar l'activitat o finançar el creixement, dificultat que prové fonamentalment de la manca d'instruments de finançament diversificats i de l'aversion al risc de les entitats financeres. Per tal de solucionar-ho es recorre, normalment, a l'inversor conegut com a *business angel*.

Se sol classificar segons el grau de formalització o professionalització de la seva activitat: formals i informals. Aquests últims generalment coincideixen amb les tres efes: *family, friends and fools*. Mentre que els primers solen cobrir la bretxa que hi ha entre les tres efes i el capital risc.

El projecte GEM estudia els *business angel*, per bé que, implícitament, es refereix als informals. Els resultats obtinguts són que el 4,2% de la població adulta catalana ha actuat com a inversora informal o *business angel* (fig. 33), percentatge superior al de l'any passat (3%) i que es troba per sobre de la mitjana espanyola (3,2%) i europea (2,9%). Si el comparem amb les altres comunitats autònomes, Catalunya ocupa la segona posició, just per darrere de Galícia (4,3%).

Els resultats obtinguts en els darrers cinc anys posen de manifest una relació positiva i significativa entre el percentatge d'empresaris en fase inicial i el d'inversors informals que els donen suport (fig. 34). El desitjable, tal com s'indicarà més endavant, és que progressivament alguns d'aquests *business angel* informals pertanyents a l'àmbit de la família directa siguin substituïts per *business angel* professionals.

Figura 33 Percentatge de la població adulta catalana que actua com a *business angel* informal

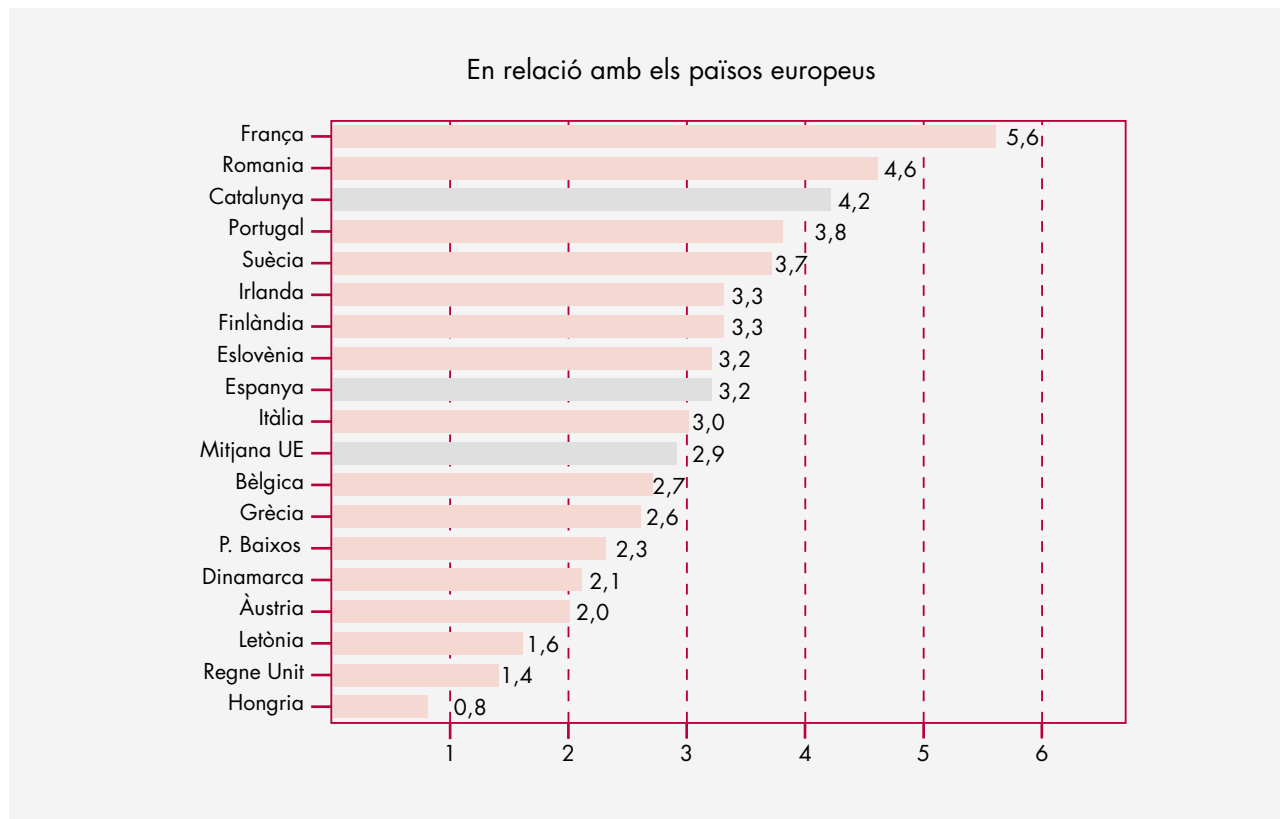
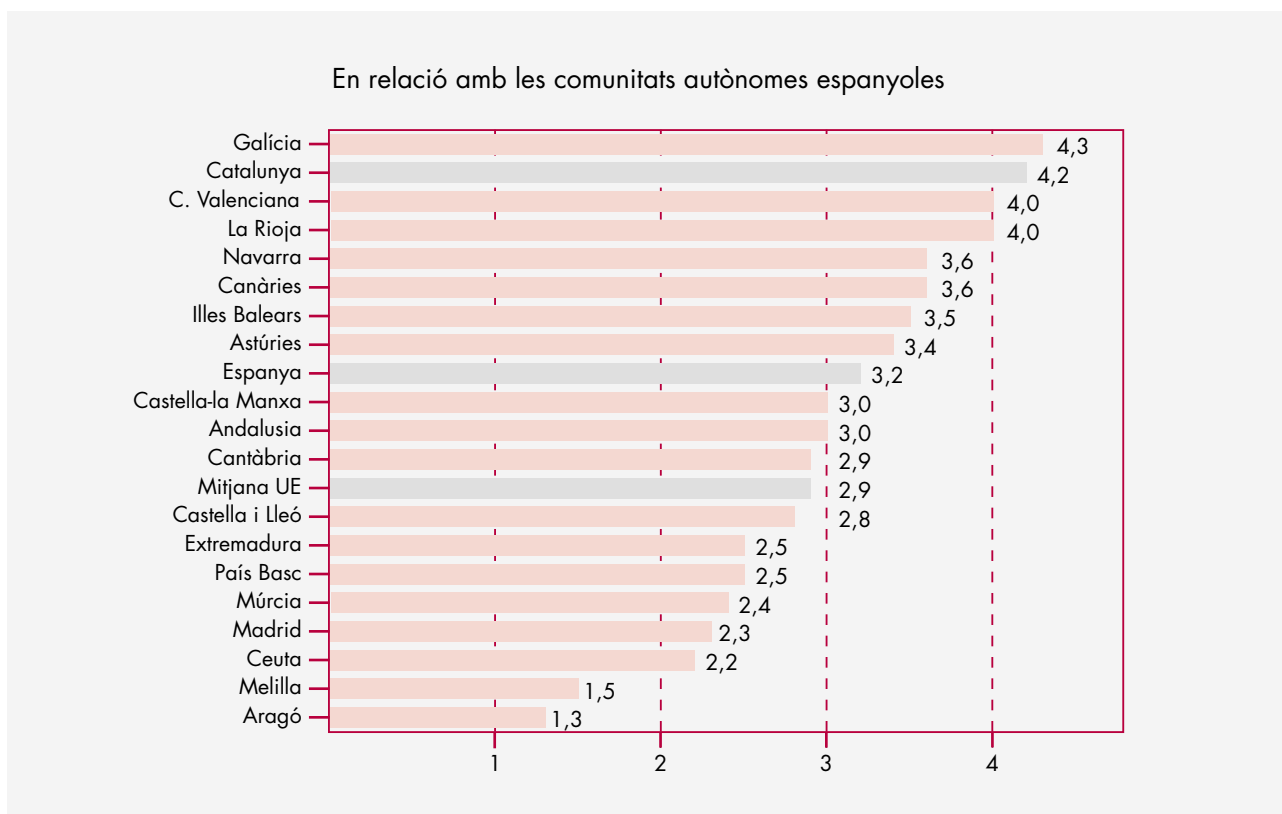
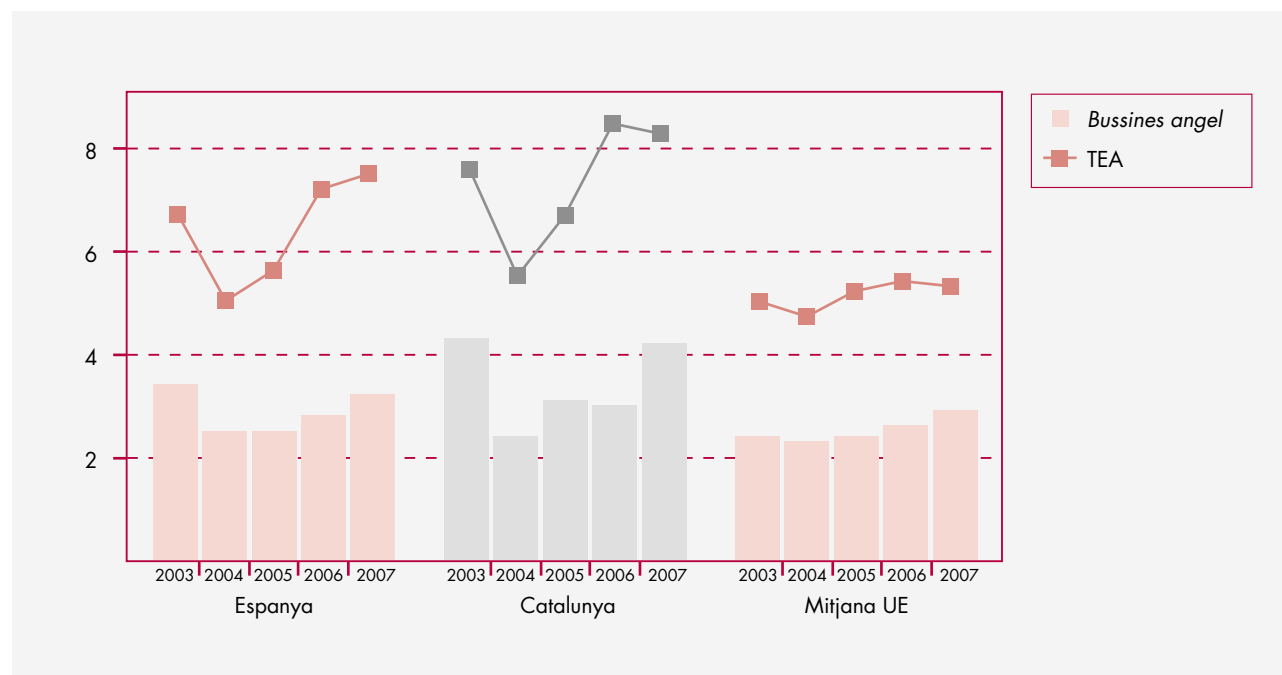


Figura 33 (continuació)**Figura 34** Relació entre l'activitat emprendora i els *business angel* a Catalunya

El perfil de l'inversor informal català (taules 23 i 24) és el següent: home (57%), d'uns 41 anys (desviació típica de 10), amb estudis secundaris (29%), de renda mitjana (43% entre 1.200 i 2.400 euros al mes), urbà (80%), que treballa (83,9%), per compte d'altri

(49,4%), amb una feina actual no relacionada amb el fet d'emprendre (93,5%), no és empenedor independent (87,6%), ni nou ni consolidat (75,1%), ni empenedor potencial (84,1%), ni empenedor que ha tancat (98,1%), té habilitats per a la creació d'empreses (78,9%) i considera que l'èxit en un nou negoci suposa millorar el prestigi (62,8%), en un percentatge superior al dels empenedors (taula 25).

L'any passat el canvi principal fou el paper hegemònic assumit per la dona com a *business angel*, pràcticament duplicant-ne el pes (33% el 2005 i 57% el 2006). L'any 2007 s'ha quedat en una posició una mica més baixa, però prou significativa (43%) i superior a la de l'Estat espanyol (38,2%).

En el tipus de relació entre l'inversor informal i l'emprenedor continua predominant la familiar (62%), per bé que ha disminuït respecte de l'any anterior (74%). L'entorn laboral i els amics gairebé han duplicat la seva presència respecte del 2006.

Segurament, aquest tipus de relació familiar condiciona el pobre retorn de la inversió esperat per aquests inversors informals: el 35% no n'espera res (és a dir, es considera una «donació»), i el 23% espera el retorn del que ha invertit (fig. 35). És a dir, té més importància la relació familiar amb l'emprenedor que les expectatives de beneficis en el futur, tal com succeïa els anys anteriors.

El perfil d'aquest inversor informal pot introduir laxitud a les exigències de rigor en el plantejament i gestió del nou negoci, com també en la rendibilitat esperada. Això és coherent amb el retorn esperat per l'emprenedor (fig. 33), que, mentre que l'any 2005 només l'11% esperava com a màxim 1,5 vegades el que havia invertit, el 2007 aquest percentatge ha arribat al 28%.

Taula 23 Perfil de l'inversor informal català de tipus *business angel*

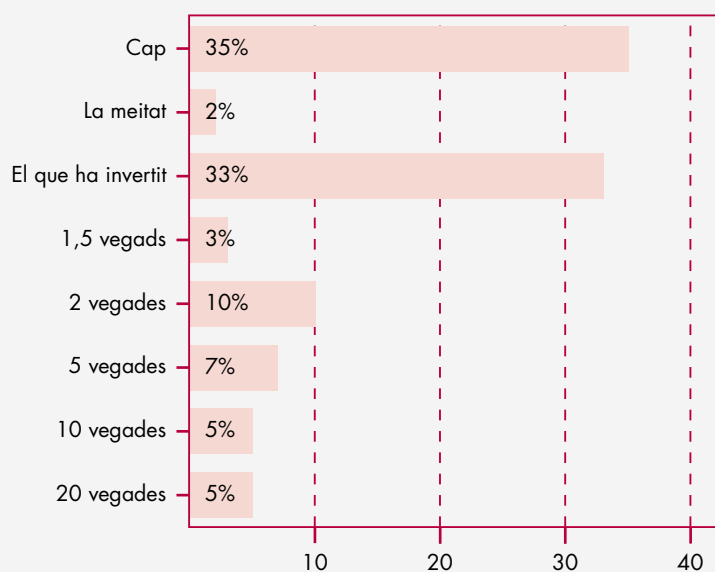
		Inversor informal	Emprenedors naixents	Emprenedors nous	Emprenedors consolidats
Gènere	Dona	43%	45%	27%	34%
	Home	57%	55%	73%	66%
Edat	18-24	1%	10%	6%	3%
	25-34	32%	47%	42%	20%
	35-44	30%	17%	28%	19%
	45-54	21%	19%	14%	38%
	55-64	16%	7%	10%	20%
	Mitjana	41,5	36,5	37,8	44,5
	Desv. típica	10,7	10,9	10,7	10,6
Educació	Sense estudis	4%	4%	1%	2%
	Primària	15%	20%	32%	26%
	Secundària	29%	17%	17%	14%
	Estudis mitjans	26%	22%	19%	28%
	Estudis superiors	26%	38%	31%	30%
Renda mensual	< 600 €	6%	5%	2%	1%
	600-1.200 €	16%	16%	22%	9%
	1.200-1.800 €	21%	16%	16%	19%
	1.800-2.400 €	22%	14%	22%	21%
	> 2.400 €	17%	23%	20%	22%
	Ns/Nc	17%	26%	18%	28%
Tipus de zona	Zona urbana	80%	66%	71%	72%
	Zona rural	20%	34%	29%	28%

Taula 24 Activitat emprendedora de l'inversor informal català de tipus *business angel*

		Any de l'enquesta	
		2007	2006
Ocupació	Empleat	83,9%	62,6%
	Aturat	2,1%	9,7%
	Estudiant	2,1%	9,6%
	Mestressa de casa	7,9%	14,5%
	Jubilat	4,0%	3,7%
Tipus de feina	Compte propi	34,5%	14,2%
	Compte d'altri	49,4%	43,5%
	Altres	16,1%	42,3%
Emprenedor independent	No	87,6%	93,9%
	Sí	12,4%	6,1%
Feina actual relacionada amb emprendre	No	93,5%	95,2%
	Sí	6,5%	4,8%
Emprenedor nou o consolidat	No	75,1%	90,4%
	Sí	24,9%	9,6%
Emprenedor potencial	No	84,1%	86,7%
	Sí	15,9%	13,3%
Emprenedor que ha abandonat	No	98,1%	96,8%
	Sí	1,9%	3,2%
Tipus de relació entre el <i>business angel</i> i el beneficiari	Família directa	59,8%	62,1%
	Altres familiar	2,0%	12,1%
	Entorn laboral	6,9%	3,5%
	Amic, conegut	28,3%	18,9%
	Desconegut	2,0%	0,0%
	Altres	1,1%	3,5%

Taula 25 Opinió de l'inversor informal català de tipus *business angel*

		Inversor informal	Emprenedors naixents	Emprenedors nous	Emprenedors consolidats
Percep oportunitats empresarials	No	44,5%	50,8%	54,6%	62,6%
	Sí	55,5%	49,2%	45,4%	37,4%
Veu bones oportunitats per crear una empresa en els pròxims 6 mesos	No	41,8%	48,7%	56,7%	63,6%
	Sí	58,2%	51,3%	43,3%	36,4%
Té habilitats per a la creació d'empreses	No	21,1%	5,5%	9,5%	9,7%
	Sí	78,9%	94,5%	90,5%	90,3%
La por al fracàs el frena a crear una empresa	No	57,9%	63,6%	73,4%	63,6%
	Sí	42,1%	36,4%	26,6%	36,4%
A la gent li agrada que tothom tingui un nivell de vida semblant	No	40,3%	51,4%	42,5%	42,5%
	Sí	59,7%	48,6%	57,5%	57,5%
Posar en marxa una empresa o un negoci és una bona elecció	No	44,7%	38,1%	44,0%	43,3%
	Sí	55,3%	61,9%	56,0%	56,7%
L'èxit en un nou negoci suposa millorar el prestigi	No	37,2%	46,2%	39,7%	43,1%
	Sí	62,8%	53,8%	60,3%	56,9%
En els mitjans de comunicació hi ha notícies sobre negocis exitosos	No	50,7%	48,5%	47,4%	54,5%
	Sí	49,3%	51,5%	52,6%	45,5%

Figura 35 Quantitat que espera obtenir de retorn el *business angel* català

EL PAPER DEL MICROCRÈDIT EN EL PROCÉS EMPRENEDOR

Glòria Estapé i Consol Torreguitart (Departament d'Economia de l'Empresa. UAB)

Els programes de crèdit social en els països desenvolupats

Els programes de crèdit social tenen com a prioritat proporcionar ajuts eficients al desenvolupament a través d'una implicació més directa de les persones i els col·lectius als quals es vol ajudar. La seva aparició mundial se sol datar a final de la dècada dels setanta, i se cita com a pioner¹ el *Grameen Bank* de Bangla Desh, fundat el 1976 i que actualment té prop de 7,5 milions de clients-socis, més de 2.500 oficines i proporciona un volum mitjà de crèdits que supera els 73 milions de dòlars mensualment. Del volum total de préstecs concedits pel banc, un 6,9% correspon a préstecs dirigits sobretot a microempreses formalment constituïdes² (dades del mateix banc de l'abril del 2008).

Cap a final de la dècada del vuitanta els microcrèdits van començar a ser considerats una eina per facilitar el desenvolupament, no només dels països pobres, sinó també de les àrees pobres dels països rics. Els primers programes dirigits a la pròpia població van aparèixer als Estats Units, on tenir una història creditícia és essencial per accedir al sistema financer tradicional (Kibria, *et al.*, 2003). Tot i que amb diferències entre els diversos països, en general, els bancs comercials no atenen una part de la població perquè no pot presentar propietats que avalin la concessió d'un préstec «tradicional», malgrat que la iniciativa empresarial que es proposi tingui característiques adients per ser refermada. Com a conseqüència d'això, han sorgit iniciatives de crèdit social en bona part dels països de l'actual Unió Europea (Comissió Europea, 2003).

Les institucions microfinanceres operatives en els països desenvolupats comparteixen el mateix objectiu: donar suport financer als emprenedors que disposen d'un projecte empresarial viable, però no tenen capacitat per obtenir finançament a través de les institucions financeres tradicionals. Els col·lectius als quals es dirigeixen, tanmateix, no són exactament els mateixos, i tampoc no fan servir les mateixes tècniques ni els mateixos mitjans. Ara bé, sota operatives de funcionament diferent s'obtenen els mateixos resultats, atès que els fruits de tots els microcrèdits es materialitzen en empreses creades i, al seu torn, en la riquesa que aquestes són capaces d'aportar a la societat.

El microcrèdit a Catalunya

Els microfinançaments a Catalunya sorgeixen amb les actuacions que la fundació *Acció Solidària Contra l'Atur* (ASCA) va iniciar el 1981 per «ajudar a eradicar l'atur i la pobresa», utilitzant fons propis procedents principalment de donacions. Si bé és cert que en els seus primers anys de funcionament aquesta organització no emprava la denominació de microcrèdits per als ajuts que donava, i potser tampoc no n'era conscient, han estat els impulsors del microcrèdit català.

Les actuacions d'ASCA es van desenvolupar en solitari durant més d'una dècada, fins que a finals dels anys noranta diverses iniciatives procedents primer d'institucions de l'economia social, i més endavant de l'economia tradicional, van llançar també programes de microcrèdit. La segona organització que va entrar en el sector fou COOP57, una cooperativa de serveis que va començar a oferir microcrèdits als seus socis a partir del 1997, amb capital procedent del seu propi programa d'estalvi. L'any següent, la *Fundació Internacional de la Dona Emprenedora* (FIDEM) va impulsar el microcrèdit per a dones

1. Pot ser interessant esmentar que bona part de la inspiració del professor d'Economia Muhammad Yunus, fundador del *Grameen Bank*, va sorgir de l'observació de les cooperatives de crèdit de Bangla Desh, impulsades inicialment a la dècada del 1880 pel llavors govern colonial britànic de Madràs, al sud de l'Índia, i que es van estendre sobretot a l'estat de Bengal, la part est del qual és l'actual Bangla Desh (Morduch, 1999).

Aquestes cooperatives –que a l'Índia van passar de tenir prop de quatre milions de socis el 1912 a tenir-ne més de nou milions el 1946 (Woolcock, 1998, citat per Morduch, 1999)– tenien, de fet, unes clares arrels europees, els «bancs del poble» fundats a finals del segle XIX a Alemanya per Herman Schulze-Delitsch a les àrees urbanes i per Frederick Raiffeisen a les zones rurals, i que en el seu moment de màxima expansió a Europa el 1913 tenien més de dos milions de socis (Woolcock, 1999), sobretot a Anglaterra, Irlanda i el nord d'Itàlia, a més d'Alemanya (vegeu també Hollis i Sweetman, 1998).

2. Cal tenir en compte que bona part dels microcrèdits són concedits a clients que s'autoocupen i en el cas del Tercer Món l'autoocupació generalment no comporta la formalització de la seva activitat com a empresa.

emprenedores, amb la col·laboració de l'*Institut Català de Finances* (ens els seus primers dos anys de funcionament del programa) i La Caixa.

La primera iniciativa procedent del sector bancari tradicional és el programa de microcrèdit dissenyat per la *Fundació un Sol Món* de la Caixa de Catalunya, operatiu a partir del 2001. Li segueix el programa ofert des de l'Institut de Crèdit Oficial (ICO), llançat el setembre del 2002. La darrera incorporació formal al sector ha estat la transformació d'una entitat financera absorbida per *La Caixa* en l'anomenat *MicroBank*, una iniciativa que va veure la llum a final del 2006.

El resum de les característiques principals de tots dos programes es presenta de manera abreujada en dues taules. A la primera, s'hi especifica el tipus d'usuaris i els projectes als quals van dirigits (taula 1), i a la segona, les condicions dels microcrèdits que gestionen (taula 2). Conjuntament, contenen la informació mínima necessària per caracteritzar els programes.

Taula 1 Característiques generals dels programes de microcrèdit

Perfil d'usuaris	Anàlisi del projecte	Relació amb la institució	
Acció solidària contra l'atur (ASCA)	Persones en atur o que no cobren cap tipus de subsidi, que tinguin una idea empresarial i, si és possible, experiència laboral que avalí la viabilitat del projecte.	Cal que presentin un pla de viabilitat. La gestió es dur a terme exclusivament amb els voluntaris de diversos àmbits professionals, encarregats del seu estudi.	El personal propi de l'entitat controla i alhora dóna suport als beneficiaris.
COOP 57	Entitats de l'economia social, sòcies de la cooperativa. A més del projecte empresarial, han de presentar documentació sobre el seu estat dels comptes.	La comissió tecnicosocial de l'entitat analitza la viabilitat econòmica i l'interès social dels projectes presentats i, si ho considera oportú, en recomana l'aprovació al consell rector.	Els beneficiaris són socis de la cooperativa, fet que els dóna dret als serveis que s'ofereixen
Fundació Int. de la Dona Emprenedora (FIDEM)	Dones promotores del seu propi negoci que vulguin iniciar la seva activitat o que ja l'hagin iniciat en un període interior a un any en el moment d'efectuar la sol·licitud.	El pla d'empresa presentat ha d'anar acompanyat d'un certificat de viabilitat emès per una entitat acreditada.	S'organitzen reunions mensuals per posar en contacte les dones emprenedores i es fa un seguiment dels projectes aprovats per donar-los suport i controlar-los.
Fundació Un sol món (FUSM)	Col·lectius de marginació i exclusió social sense accés al sistema bancari tradicional que <i>a priori</i> són capaços de generar ingressos suficients per suportar la devolució del crèdit.	El projecte empresarial presentat ha de tenir un certificat de viabilitat.	Qualsevol relació s'estableix, de fet, amb l'entitat de la xarxa Xesmic que ha acollit i tramitat el projecte empresarial aprovat.
Microcrèdit ICO	Persones físiques o microempreses ja constituïdes, sense garanties ni historial creditici, i amb dificultats per accedir als canals habituals del sistema financer.	Es demana a les entitats de crèdit col·laboradores la creació de grups especialitzats de treball per a la recepció, estudi, aprovació i seguiment dels projectes.	La relació directa amb ICO és mínima. Tots els tràmits passen per les entitats de crèdit col·laboradores que fan un seguiment periòdic dels seus projectes aprovats.
Microbank	Microcrèdits socials: persones en exclusió financera i que necessiten assessorament per concretar i desenvolupar la seva idea. Microcrèdits financers: petits negocis promoguts per persones amb pocs recursos econòmics i que volen obtenir autonomia.	En els microcrèdits socials, l'anàlisi del projecte el fan entitats socials col·laboradores. En els microcrèdits financers, el mateix personal de la Caixa.	En els microcrèdits socials la relació és indirecta, atès que les gestions les fan entitats socials que actuen d'intermediàries. En els microcrèdits financers els potencials beneficiaris vana les oficines de la Caixa.

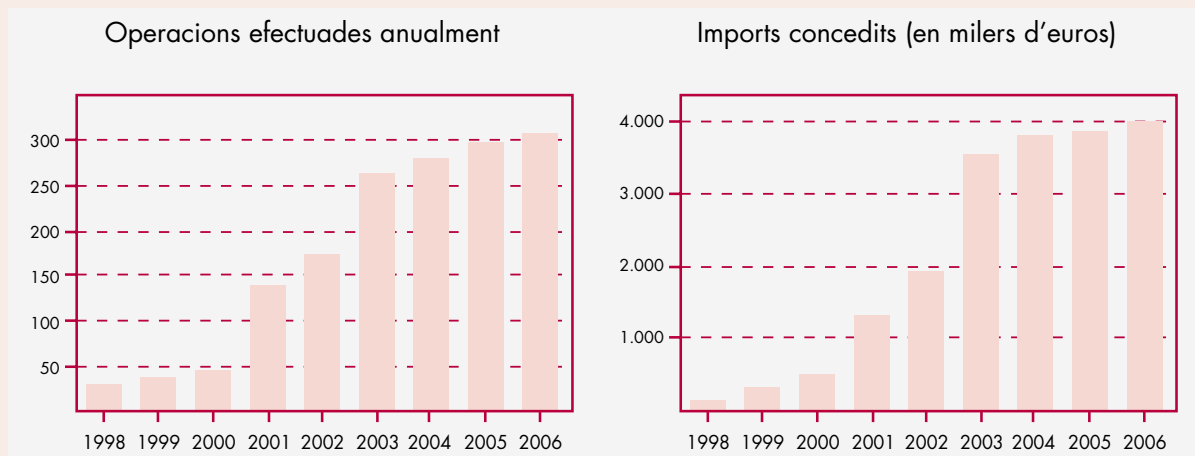
Taula 2 Condicions financeres per a un microcrèdit en els diferents programes (2007)

	Interès	Comissions	Import màxim	Amortitzacions	Terminis
Acció solidària contra l'atur (ASCA)	No es cobren interessos	No es cobren comissions	La quantitat mínima necessària	Segons el pla de viabilitat acordat	Segons el pla de viabilitat acordat
COOP 57	De mitjana, se sumen 4,35 punts a la remuneració fixada per a les aportacions de capital (2,4% el 2007).	No s'aplica cap tipus de comissió	Immobilitzat: 180.000€. Avançament 90% del total aprovat. Circulant: 24.000	Flexible, permet amortitzacions anticipades. Per a circulant a venciment (1-6 mesos)	No s'estableixen a priori; s'acorden per a cada projecte (màxim 7 anys)
Fundació Int. de la Dona Emprenedora (FIDEM)	Fix del 5%	0,5% d'obertura + 0,25% d'estudi	15.000€ (que poden arribar a ser 25.000€ per a certs projectes)	En general s'estableixen mensualitats	Devolució com a màxim en 5 anys més 6 mesos de carència
Fundació Un sol món (FUSM)	Fix del 5%	No s'hi aplica cap tipus de comissió	Adaptat al negoci	És possible efectuar amortitzacions des del primer dia de disponibilitat del préstec	Termini màxim de 60 mesos
Microcrèdit ICO	Tipus fix: segons referència ICO per a operacions a 7 anys amb 2 anys de carència, més fins al 3%	No s'hi aplica cap tipus de comissió	25.000€ per projectes d'inversió i programa	Mensual. Devolucions anticipades a partir dels 18 mesos de vida de l'operació	Amortització entre 1 i 7 anys amb possibilitat d'incorporar carències intermèdies
Microbank	Fix del 5,75%	Comissió d'estudi de l'1%	15.000€ en els microcrèdits socials i fins a 25.000€ en els financers	—	Segons el projecte amb un màxim de 7 anys

Resultats principals

Una primera dada significativa per analitzar l'impacte dels diferents programes de microcrèdit en el procés empenedor a Catalunya és sens dubte l'evolució experimentada pel sector en els darrers anys. Les dades agregades, tal com es pot veure en el gràfic 1, mostren l'increment progressiu tant del nombre de microcrèdits concedits com del volum total adjudicat.

En tots dos gràfics destaca un primer salt quantitatiu l'any 2001, quan s'hi van incorporar dos programes nous (FUSM i ICO) al conjunt dels ja existents en el nostre país. S'hi observa, també, un segon salt l'any 2003, com a resultat de la consolidació de tots els programes, però sobretot dels dos directament relacionats amb entitats financeres tradicionals, ambdós amb una injecció de capital remarcable, cosa que proporciona un nou impuls al sector.

Gràfic 1 Evolució temporal del sector del microcrèdit a Catalunya

Ara bé, cal que precisem que l'increment observat entre els anys 2000 i 2001 és quantitativament més important en termes de projectes finançats –que representa un increment del 200%– que en termes de finançament pròpiament dit, ja que la diferència en aquest segon cas és del 150% en termes relatius. En canvi, observem tot el contrari en el segon salt: del 2002 al 2003, el nombre de projectes finançats va créixer gairebé el 60%, i en canvi per al total dels imports concedits el creixement és del 84%.

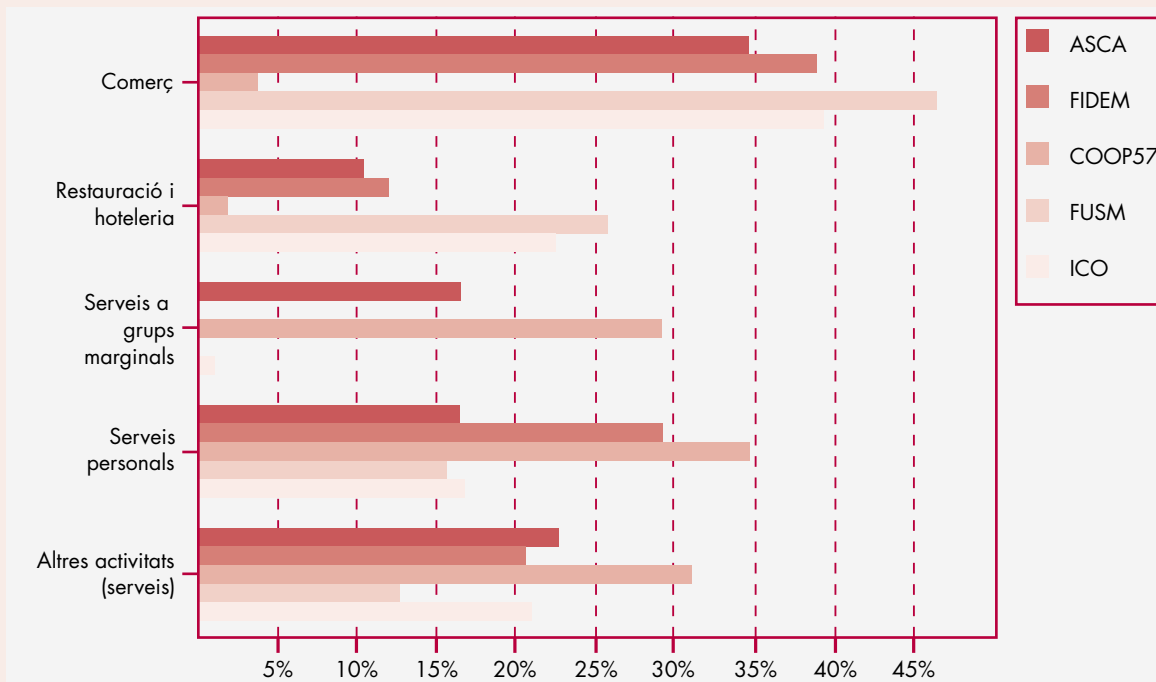
Una segona constatació que també ens sembla significativa fa referència al sector econòmic en el qual desenvolupen les seves activitats els beneficiaris d'un microcrèdit. De manera aclaparadora es tracta d'activitats del sector serveis³ (entre el 75 i el 95% segons el programa), mentre que la indústria no arriba al 15% i el sector primari quasi no hi té representació (de mitjana constitueix el 0,5% del total dels projectes).

L'elecció del sector serveis té certa lògica, ja que permet basar el projecte empresarial essencialment en les habilitats dels recursos humans de què es disposa i no en el capital, un bé escàs en tots ells. Ara bé, dins els sectors serveis no tots els programes han afavorit el mateix tipus d'iniciatives, ja sigui a causa de les sol·licituds que han arribat a cadascun d'aquests o a les característiques específiques de les persones i dels projectes empresarials als quals donen suport de manera preferent o majoritària. La distribució percentual de projectes en aquest sector es pot observar en el gràfic 2. S'hi ha considerat les dades de cada programa de manera independent per al càlcul de percentatges.

Com es pot veure, només a quatre dels cinc programes analitzats⁴ l'activitat majoritària és el comerç (al detall i a petita escala en la major part dels casos), activitat que s'empren gairebé sempre a títol personal. En aquest darrer factor segurament cal atribuir-li la distribució tan diferent que presenten els projectes del sector serveis a COOP57, on les dues activitats que concentren més microcrèdits concedits són les de serveis personals i serveis a grups marginals. Aquestes dues categories comparteixen també el segon lloc com a activitat preferida en el cas d'ASCA. I cal esmentar també que en tots dos programes aquesta última es duu a terme principalment per entitats sense ànim de lucre. Per a FIDEM són les activitats en les quals es projecta oferir serveis de tipus personal les que ocupen el segon lloc, promogudes en aquest cas a títol individual. En canvi, per als programes d'ICO i de FUSM, en els quals el nombre de projectes gestionats per entitats és molt inferior o gairebé inexistent, hi trobem com a segona activitat la restauració.

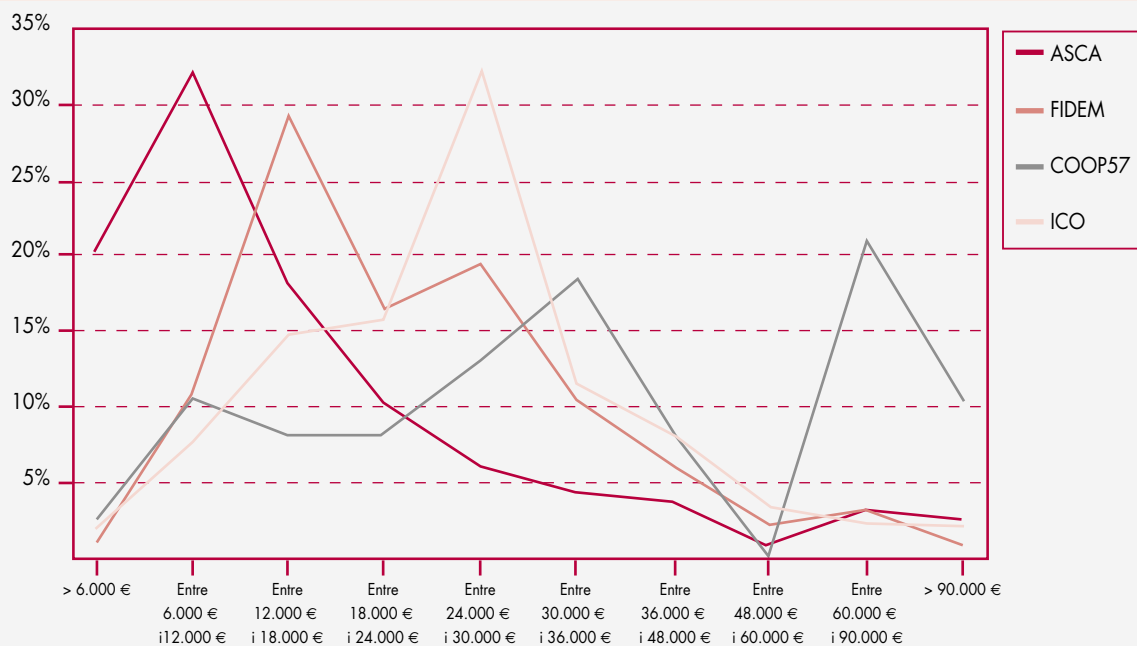
3. Una observació semblant s'ha fet per a altres programes de microcrèdit en països desenvolupats. Vegeu a tall d'exemple Schreiner i Woller (2003).

4. No disposem de dades de MicroBank, l'última incorporació al sector, precisament per ser la més recent.

Gràfic 2 Distribució dels projectes empresarials del sector serveis

Una tercera categoria de dades que cal tenir en compte per la seva significació és la inversió total que preveuen fer els projectes empresarials que han rebut finançament en algun dels programes de microcrèdit en aquests anys. La seva distribució en els quatre programes dels quals disposem d'aquesta dada és la que es pot veure en el gràfic 3.

Les diferents distribucions observades no són independents, és a dir, en cada programa els projectes que reben suport tenen

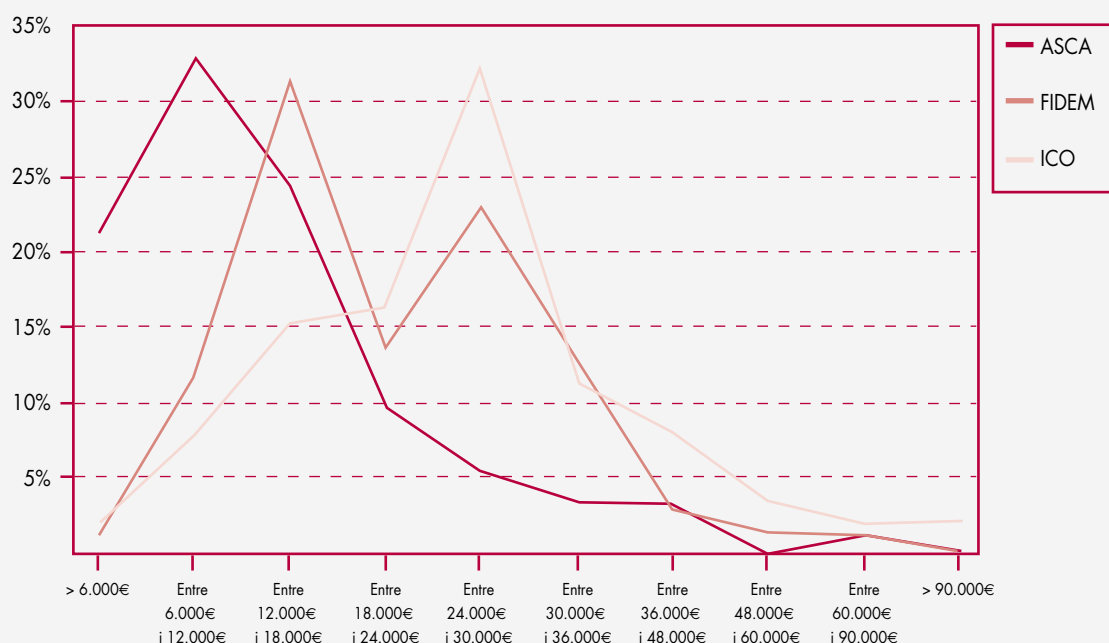
Gràfic 3 Distribució dels imports de les inversions totals previstes pels projectes que han obtingut finançament en els diversos programes

característiques pròpies i diverses. És obvi que les iniciatives empresarials que es creen amb l'ajut del programa ASCA preveuen inversions inferiors a las que reben l'ajut d'altres programes. En aquest sentit, la gamma de les iniciatives que reben el suport d'ICO és semblant, però desplaçada quatre categories més enllà, de manera que és l'interval entre 24.000 i 30.000 euros –en comptes dels que preveuen una inversió d'entre 6.000 i 12.000 euros, com a ASCA– on trobem la moda (concentrant una de cada tres empreses).

En canvi, en els programes de FIDEM i COOP57 tenim una dispersió major, molt evident en el segon cas, ja que presenta clarament dues modes, ambdues per imports relativament elevats (una per als projectes que inverteixen entre 60.000 i 90.000 euros, i l'altra per als situats en l'interval que preveuen invertir entre 30.000 i 36.000 euros). En el cas del programa gestionat per FIDEM, els imports preferits són inferiors; en aquest cas el majoritari és el que preveu una inversió d'entre 12.000 i 18.000 euros, justament en el punt mitjà dels dos primers programes considerats, l'ASCA i l'ICO.

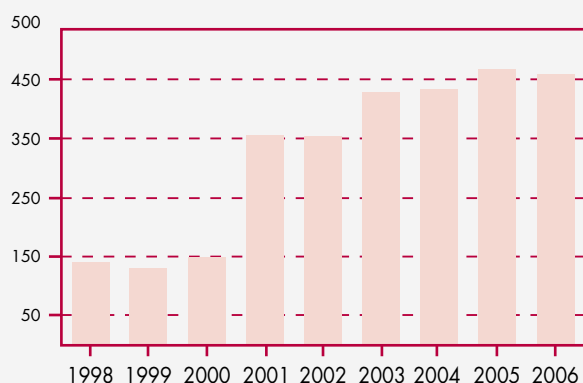
Aquestes diferències, amb perfils semblants, es mantenen si considerem només les inversions previstes per les iniciatives empresarials més significatives d'un programa de microcrèdit en qualsevol part del món: les que duen a terme persones físiques individuals que preveuen iniciar activitats de manera autònoma i, per tant, constitueixen iniciatives d'autoocupació pròpiament dites. Hem recollit aquestes distribucions en el gràfic 4. No hi consten les iniciatives del programa de COOP57 perquè, tot i ser teòricament possible, cap dels projectes finançats és d'aquesta tipologia. Destaquem que, per a qualsevol dels programes estudiats, el nombre de projectes presentats per persones individuals que pensen establir-se com a autònoms i que creuen que necessitaran una inversió de més de 36.000 euros és gairebé insignificant (no supera el 10%).

Gràfic 4 Inversions totals previstes per als projectes presentats per autònoms



Acabarem aquest apartat amb una dada addicional, que ens sembla igualment significativa: l'evolució anual del nombre de llocs de treball creats o consolidats amb ajuda del sector.

Gràfic 5 Evolució del total de llocs de treball creats o consolidats per iniciatives empresarials que han obtingut un microcrèdit⁵



Com es pot veure en el gràfic 5, l'evolució és paral·lela a la del total de microcrèdits concedits, i a la suma dels seus imports. No obstant això, cal destacar el fet que en els primers anys de l'estudi, en els quals l'ASCA tenia una paper predominant en el sector, el nombre de llocs de treball comptabilitzats pel nostre estudi fou significativament superior (en termes relatius) al dels anys posteriors. Sens dubte, les característiques pròpies dels projectes que majoritàriament són aprovats per aquesta entitat, en els quals l'import mitjà de la inversió és relativament petit, afavoreix aquest augment.

Per últim, destacarem que els microcrèdits estan donant els seus fruits en forma de microempreses, les quals existeixen gràcies als crèdits que han pogut aconseguir. La majoria de les iniciatives empresarials així iniciades continuen funcionant, i els seus empresaris i empresàries, a banda de beneficiar-se del crèdit, han pogut aprofitar els consells i l'experiència de voluntaris en associacions especialment constituïdes per desenvolupar aquesta funció a la nostra societat.

Perspectiva de futur

Les dades presentades en la secció anterior semblen apuntar a una bona salut del sector dels microfinançaments a Catalunya. Els darrers anys hem assistit a la incorporació de nous programes de manera constant, sense que l'entrada de nous competidors hagi significat una disminució, en valors absoluts, de les xifres manejades pels programes existents amb anterioritat. Una de les raons que poden explicar aquest fenomen ja l'hem comentat a la secció anterior i rau en el fet que cada programa ha creat el seu propi forat comercial, atenent clients amb característiques pròpies i diferents en cada cas.

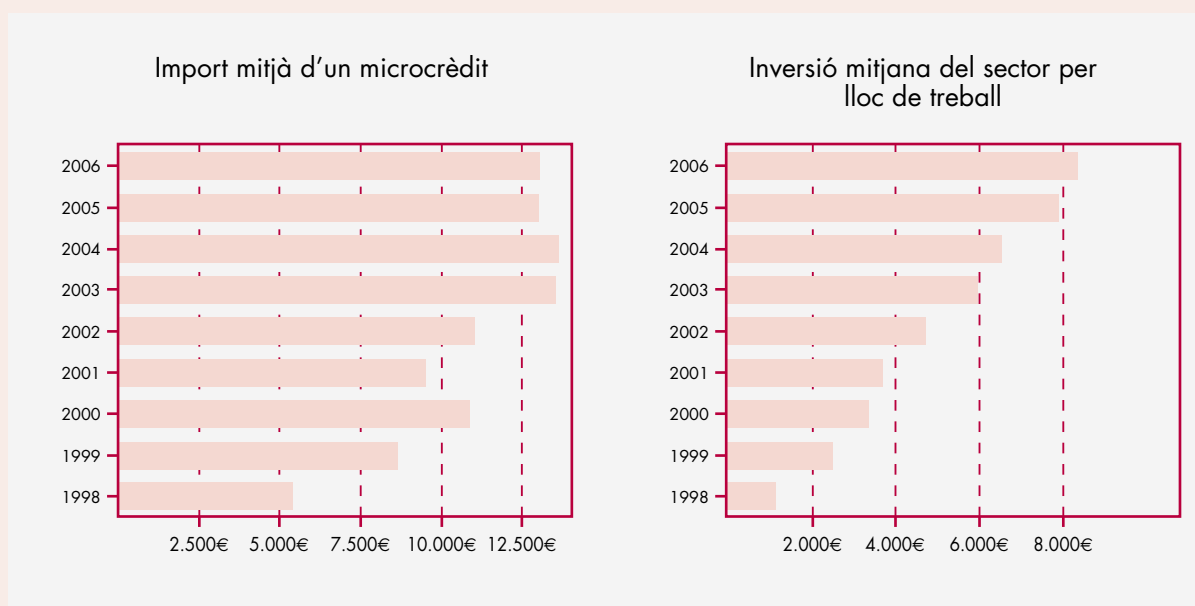
Amb tot, cal que assenyallem que aquestes perspectives tan bones poden entelar-se els pròxims anys, si atenem sobretot a l'impacte social real que pot tenir el sector en el conjunt del procés de l'activitat emprenedora en el nostre país. Un dels arguments quantitius que reforcen aquest crida d'atenció es pot deduir de l'estudi de les dades reflectides en el gràfic 6.

5. En el gràfic 5 no s'han inclòs les dades dels préstecs concedits per COOP57 perquè no consta en els seus arxius. Encara que un microcrèdit tingui com a destí nació un projecte concret d'una entitat o una cooperativa, la seva consecució afecta directament uns llocs de treball i indirectament tota la resta, amb la qual cosa resulta difícil la seva comptabilització.

6. Les dades disponibles són d'un 76% en el cas del programa de la FUSM, entre «els emprenedors que mantenen el negoci o treballen en un altre després de tancar-lo» (memòria d'actuació 2006); un 75% en el cas d'ASCA (elaboració pròpia comptant els microcrèdits actius en els qual els prestataris compleixen amb les seves obligacions i els que ja les han satisfet totalment). En el cas de COOP57, la taxa de retorn és del 100%, i per a ICO disposem solament de les dades del programa 2002-2004, segons les quals en el tancament del programa (13 de gener del 2005), el percentatge d'operacions fallides era del 22,71% en l'àmbit nacional.

Els càlculs de les dues parts del gràfic 6 s'han fet utilitzant moneda corrent i no constant. Amb tot, s'hi pot observar que la variació en l'import mitjà del microcrèdit concedit en els darrers quatre anys és gairebé insignificant i que més aviat tendeix a la baixa. En canvi, la mitjana invertida (pel sector, sense tenir en compte les aportacions d'altres fonts que poden tenir els emprenedors) per lloc de treball (tant si és de nova creació o per consolidar la iniciativa empresarial i mantenir el lloc de treball) té un creixement gairebé constant en aquests mateixos anys. Així, doncs, projeccions futures d'aquestes dades podrien indicar sostres cada vegada més baixos (en termes de moneda constant) per al finançament de projectes empresarials en els quals els costos necessaris per crear o mantenir llocs de treball són cada vegada més alts. Això va en detriment de l'impacte social del sector, bé a causa de la disminució real del total de les iniciatives empresarials (o de llocs de treball creats o consolidats amb l'ajut de microcrèdits), bé a causa de l'increment de la fragilitat d'aquests llocs de treball, creats amb una inversió molt baixa.

Gràfic 6 Dades mitjaneres per al total de microcrèdits del sector en el període estudiat



Tanmateix, estem convençudes que les entitats de microfinançament i sobretot els agents de l'economia social que intervenen en el sector tenen molt present l'impacte social del microcrèdit a Catalunya, i que entre tots es faran els passos per mantenir el dinamisme que ha caracteritzat el sector arreu del món, i també al nostre país.

Bibliografia

- European Commission (2003). Microcredit for small business and business creation: bridging a market gap. *Report of the Enterprise Directorate General of the European Commission* (www.micro-credit.net).
- Hollis, Aidan - Sweetman, Arthur (1998). Microcredit: What Can we Learn from the Past?. *World Development*, vol. 26 (10), pp. 1875-1891.
- Kibria, Nazli - Lee, Susan - Olvera, Ramona (2003). Peer Lending Groups and Success: A case Study of Working Capital. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, vol. 8 (1), pp. 41-58.
- Morduch, Jonathan (1999). The Microfinance Promise. *Journal of Economic Literature*, vol. 37 (4), pp. 1569-1614.
- Schreiner, Mark - Woller, Gary (2003). Microenterprise Development Programs in the United States and in the Developing World. *World Development*, vol. 31 (9), pp. 1567-1580.
- Woolcock, Michael J.V. (1999). Learning from failures in microfinance: What unsuccessful cases tell us about how group-based programs work. *American Journal of Economics & Sociology*, vol. 58 (1), pp. 17-42.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR



7. EXISTÈNCIA D'OPORTUNITATS, MOTIVACIÓ I CAPACITAT PER EMPRENDRE EN LA POBLACIÓ ADULTA CATALANA

7.1. Percepció de bones oportunitats per emprendre

7.2. Motivació per emprendre en la població adulta catalana

7.3. Opinió dels experts sobre la motivació per emprendre en la població adulta catalana

7.4. Habilitats i coneixements per emprendre en la població adulta catalana

Districtes, clústers i agrupacions empresarials innovadores
Adrià Royes (Departament d'Economia. UAB i Horwath) i
Vittorio Galletto (Horwath)

7. EXISTÈNCIA D'OPORTUNITATS, MOTIVACIÓ I CAPACITAT PER EMPRENDRE EN LA POBLACIÓ ADULTA CATALANA

En aquest apartat s'analitza l'estat dels indicadors que descriuen la percepció d'oportunitats, la motivació i la possessió de coneixements i habilitats necessàries per emprendre, tant des de la perspectiva de la població adulta catalana com de l'opinió dels experts entrevistats.

De manera resumida es pot destacar que els experts proporcionen tres tipus de respostes: valoracions en escales de 5 punts d'un conjunt d'afirmacions (on 1 = totalment fals i 5 = totalment cert), identificació verbal de tres obstacles i tres suports a l'activitat emprenedora que consideren rellevants i, per últim, els experts també aporten altres informacions i opinions complementàries entre les quals sobresurten les recomanacions de polítiques públiques que consideren rellevants i necessàries per millorar la creació d'empreses a Catalunya.

7.1. Percepció de bones oportunitats per emprendre

El 35,8% de la població adulta catalana (de 18 a 65 anys) va percebre durant el 2007 bones oportunitats per emprendre a Catalunya en els sis mesos posteriors al moment de l'entrevista. Aquest percentatge és gairebé dos punts superior al de l'any passat (34%) amb la qual cosa es recupera l'optimisme a l'hora d'emprendre, però continua estant a nivells inferiors als dels anys 2003, 2004 i 2005. La taula 26 mostra l'evolució temporal d'aquest indicador. Així, doncs, el 2003 es presenta com el millor any per emprendre a Catalunya, segons les persones enquestades. Cal dir, tanmateix, que l'enquesta es va fer durant els mesos de maig i juny del 2007, mesos en els qual encara no s'acostava el període de desacceleració econòmica en el qual ara ens trobem. És d'esperar, doncs, que l'any vinent la percepció d'oportunitats per emprendre disminueixi lleugerament.

Taula 26 Percepció d'oportunitats per part de tota la població adulta catalana

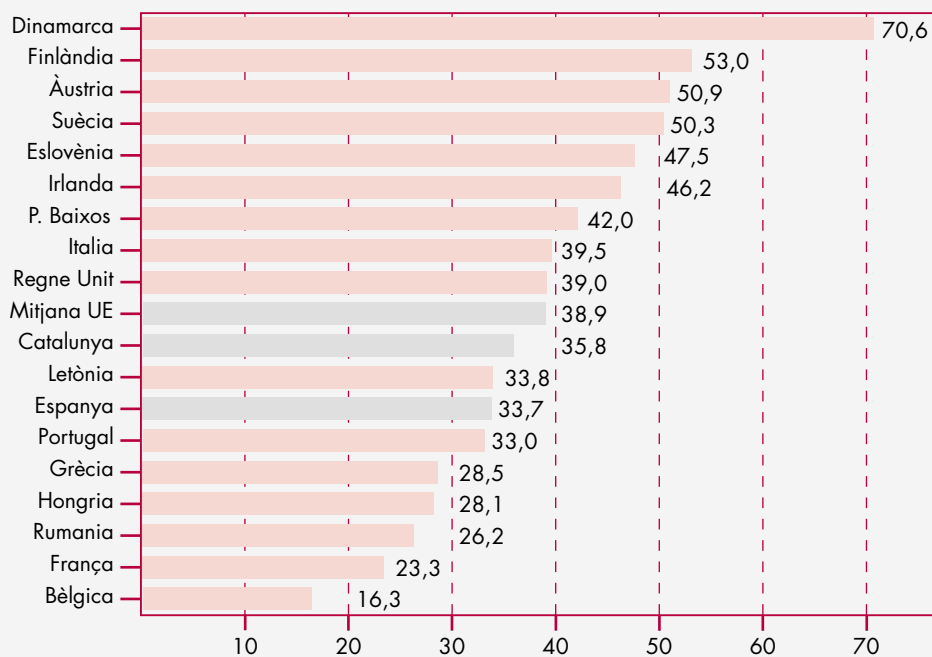
	2007	2006	Any de l'enquesta		2003
			2005	2004	
Percep oportunitats empresarials	35,8%	34,0%	42,0%	40,4%	46,4%

La posició de Catalunya és correcta; se situa només per sota de tres comunitats autònomes: la Comunitat Valenciana, que és on es perceben oportunitats més bones per emprendre (41%); la regió de Múrcia, que un any més ocupa el segon lloc (39,2%), i Castella-la Manxa (37,1%). L'any 2007, tanmateix, Catalunya es va situar per sota de la mitjana europea quant a percepció d'oportunitats per emprendre (UE: 39,2%). Amb tot, podem dir que les oportunitats per emprendre a Catalunya, segons la població enquestada, són, un any més, millors que a la mitjana espanyola (33,7%) i les de la Comunitat de Madrid (31,2%). En referència als països europeus, Catalunya continua ocupant la mateixa posició relativa que els darrers anys i continuen sent els països escandinaus els que lideren la percepció de bones oportunitats per emprendre, amb xifres molt per sobre de les espanyoles (Dinamarca: 70,6%; Finlàndia: 53,6%, i Suècia: 50,3%). A la figura 37 es mostra l'evolució els darrers tres anys, en comparació amb la TEA. Malgrat que encara hi ha molt poques observacions, ja s'hi aprecia una relació entre tots dos indicadors. Amb tot, cal assenyalar el fet que a pesar que ha augmentat la percepció de bones oportunitats per emprendre, el percentatge de població adulta que ha iniciat alguna mena d'activitat emprenedora ha minvat respecte de l'any passat. Aquesta situació és paradoxal, atès que l'any passat s'observava exactament el contrari: una disminució de la percepció de bones oportunitats i, tanmateix, un augment de l'activitat emprenedora. Això pot ser degut a una actitud prudent, o adversa al risc, de la població catalana, que, com ja hem assenyalat altres anys, és un dels factors que frena el procés emprenedor a Catalunya.

EXISTÈNCIA D'OPORTUNITATS, MOTIVACIÓ I CAPACITAT PER EMPRENDRE EN LA POBLACIÓ ADULTA CATALANA

Figura 36 Població adulta catalana que veu bones oportunitats per emprendre en els pròxims 6 mesos

En relació amb els països europeus



En relació amb les comunitats autònomes espanyoles

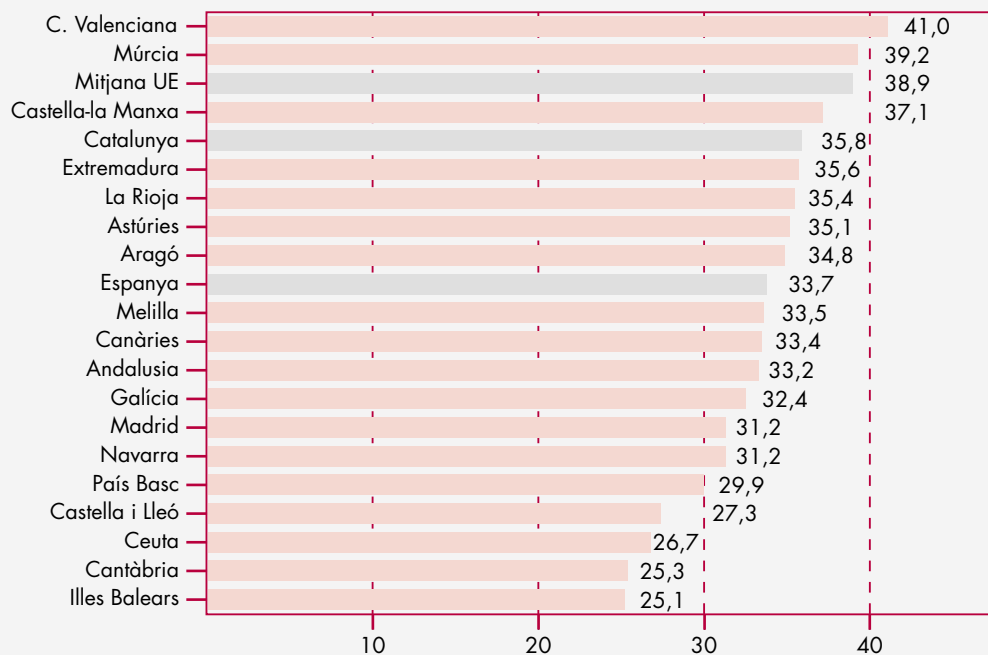
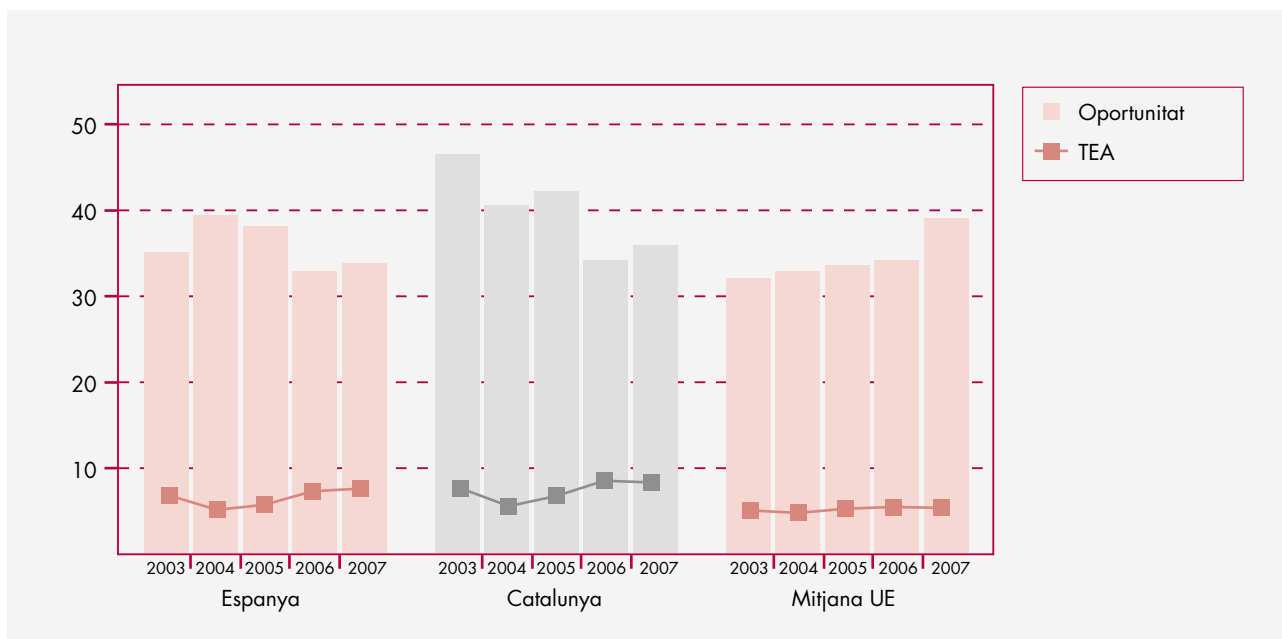


Figura 37 Població adulta catalana que veu oportunitats per emprendre i la seva relació amb la TEA


Com ja hem dit més amunt, el projecte GEM compta amb diferents fonts d'informació. Una d'aquestes són els experts que treballen en nou àmbits d'influència en la creació empresarial. El 2007, els experts entrevistats a Catalunya van ser 37, amb la composició que es detalla a la taula 27.

Taula 27 Àmbit d'influència dels experts entrevistats a Catalunya

	Nombre d'experts	Percentatge
Suport financer	4	10,8%
Polítiques governamentals	4	10,8%
Programes governamentals	5	13,5%
Educació i formació	8	21,6%
Transferència de R + D	6	16,2%
Infraestructura comercial i professional	5	13,5%
Obertura de mercat	3	8,1%
Normes socials i culturals	2	5,4%
Total	37	100,0%

La percepció dels experts catalans sobre l'existència d'oportunitats per emprendre a Catalunya és lleugerament superior a la de l'any passat, igual que les percepcions de la població adulta catalana (taula 28). El 2007, a diferència de l'any passat, tots dos col·lectius han millorat les seves percepcions en la mateixa direcció. Així, mentre que l'any 2006 els experts creien en el 3,43 sobre 5 en l'existència de bones oportunitats per emprendre, el 2007 aquesta opinió ha millorat i s'ha situat en el 3,5 sobre 5, a la par amb els experts europeus (3,43) i més de 25 dècimes per sobre de la mitjana espanyola. Tanmateix, els experts creuen el 2007 que hi ha més oportunitats bones que persones preparades per explotar-les (3,31 sobre 5, una puntuació força per damunt de la de l'any anterior i a nivells de l'any 2005, el pitjor en aquest sentit). Aquest fet ens ha de fer reflexionar sobre la preparació de la nostra població en aquest camp, crucial per al desenvolupament d'un procés emprenedor consolidat i d'èxit.

És important destacar que els experts catalans estan d'acord (3,37 sobre 5) amb l'afirmació que les oportunitats per emprendre han augmentat a Catalunya els darrers cinc anys. I això ho creuen amb un ímpetu gairebé igual al de l'any 2006. Per acabar, els experts diuen que estan d'acord amb l'afirmació que hi ha moltes i bones oportunitats per crear noves empreses de ràpid creixement a Catalunya, per bé que estan menys convençuts d'això que l'any 2006 (2,75 sobre 5 enfront de 2,91 sobre 5 l'any passat). Malgrat això, l'any 2007 creuen que és més fàcil per a les persones dedicar-se a explotar oportunitats empresarials del que ho creien l'any passat (2,81 enfront 2,57 sobre 5 el 2006).

Taula 28 Percepció d'oportunitats des del punt de vista dels experts catalans

	Catalunya*	2007 Espanya*	UE*	Catalunya*	2006 Espanya*	UE*
Nombre d'experts entrevistats	37	564	409	24	476	475
En el meu país... ... hi ha moltes i bones oportunitats per a la creació de noves empreses	3,50	3,21	3,51	3,43	3,23	3,42
... hi ha més oportunitats bones per crear noves empreses que gent preparada per explotar-les	3,31	3,07	3,27	3,17	3,03	3,36
... les bones oportunitats per a la creació de noves empreses han augmentat considerablement en els darrers 5 anys	3,37	3,52	3,54	3,36	3,53	3,28
... és fàcil per a les persones dedicar-se a explotar oportunitats empresarials	2,81	2,63	3,14	2,57	2,54	3,01
... hi ha moltes i bones oportunitats per crear noves empreses de ràpid creixement	2,75	2,71	3,00	2,91	2,68	3,04
* Valoració mitjana d'1 a 5						

7.2. Motivació per emprendre en la població adulta catalana

El projecte GEM mesura la motivació per emprendre en la població adulta mitjançant una sèrie de preguntes relacionades amb el tema. Els resultats mostren que aquests indicadors també es veuen afectats per la conjuntura econòmica catalana.

La població adulta catalana opina majoritàriament que la por al fracàs no és cap obstacle per emprendre i que posar en funcionament un negoci o una empresa és una bona elecció. Tanmateix, l'any 2006 eren més els qui la por al fracàs no els suposa cap obstacle en el procés empenedor. A més, a diferència del 2006, un percentatge menor de la població adulta creia en la idoneïtat de crear una empresa (el 57,8% enfront del 62,8% el 2006). Així, doncs, sembla que l'actual procés de desacceleració ja va poder frenar l'activitat empenedora fa sis mesos.

Malgrat tot, poc més de la meitat de població adulta catalana entrevistada opina que el fet de triomfar a l'hora de posar en funcionament una nova empresa proporciona un bon estatus social, per bé que aquesta percepció ha minvat respecte d'anys anteriors, en els quals la percepció de més prestigi social a l'hora de muntar una empresa era més alta (54,4% i 55,7%, respectivament, els anys 2005 i 2004). A més, la població adulta catalana creu que els mitjans de comunicació no proporcionen prou cobertura a les

notícies relacionades amb nous empresaris. Amb tot, el percentatge de població adulta que creu que no es genera prou informació s'ha reduït gairebé en vint punts respecte de l'any 2003, per la qual cosa es pot concloure que la presència de notícies relacionades amb l'activitat emprenedora a la premsa ha augmentat en els darrers anys i més el 2007.

Taula 29 Motivació per emprendre en la població adulta catalana

	2007	2006	Any de l'enquesta		2003
			2005	2004	
Ha conegut personalment un emprenedor en els últims 2 anys	37,3%	36,2%	31,4%	28,0%	33,6%
La por al fracàs no el frena a l'hora de crear una empresa	51,5%	55,8%	53,3%	51,1%	60,5%
A la gent li agrada que tothom tingui un nivell de vida semblant	52,8%	56,5%	47,6%	47,2%	42,7%
Posar en funcionament una empresa o un negoci és una bona elecció	57,8%	62,8%	62,0%	67,6%	52,5%
L'èxit en un nou negoci suposa millorar el prestigi	51,9%	51,8%	54,4%	55,7%	38,6%
En els mitjans de comunicació hi ha notícies sobre negocis exitosos	41,5%	39,9%	40,3%	32,1%	24,3%

7.3. Opinió dels experts sobre la motivació per emprendre en la població adulta catalana

A l'anàlisi de les motivacions per emprendre de la població catalana no s'hi aprecien diferències significatives respecte de l'any passat, excepte en dos casos: el reconeixement i el prestigi social dels empresaris d'èxit, i l'aparició d'empresaris amb èxit en els mitjans de comunicació. En tots dos casos, a diferència de la població adulta catalana, els experts han disminuït les seves percepcions positives. Es mostren d'acord, per bé que lleugerament per sota a com ho estaven el 2006, en el fet que la creació d'una empresa és una manera de fer-se ric (el 3,11 enfront del 3,13 el 2006). Aquesta opinió contrasta amb la dels experts de la resta de l'Estat espanyol, que, com el 2006, no creuen amb tant d'ímpetu aquesta afirmació, de la mateixa manera que no opinen amb tanta fermesa que convertir-se en empresari sigui una opció professional desitjable.

D'altra banda, també s'ha de destacar el fet que els experts catalanes opinen (amb una valoració de 3,41 sobre 5) que és freqüent veure notícies sobre empresaris d'èxit en els mitjans de comunicació. El resultat és inferior al de l'any 2006 (3,65 sobre 5). Aquesta evolució contrasta amb la de la població adulta, que opina que cada vegada és més freqüent la cobertura mediàtica dels nous empresaris. Un cop més sembla que els experts i la població adulta no coincideixen en aquest punt. Ens ha sorprès que l'opinió dels experts i de la població adulta el 2007 hagi estat totalment contrària a la del 2006, però igual a la del 2005.

Per acabar, la figura de l'empresari com a un individu competent i enginyós és igualment comuna entre els experts catalans i europeus, com l'any 2006, i no ho és tant entre els experts de la resta de l'Estat espanyol, que li donen una valoració molt per sota de la catalana i l'europea.

EXISTÈNCIA D'OPORTUNITATS, MOTIVACIÓ I CAPACITAT PER EMPRENDRE EN LA POBLACIÓ ADULTA CATALANA

Taula 30 Avaluació mitjana dels experts sobre factors que influeixen en la motivació per emprendre

	2007			2006		
	Catalunya*	Espanya*	UE*	Catalunya*	Espanya*	UE*
La creació d'empreses és una manera de fer-se ric	3,11	2,99	3,25	3,13	3,00	3,14
Convertir-se en empresari és una opció professional desitjable	3,19	2,83	2,88	3,17	2,86	2,90
Els empresaris d'èxit gaudeixen d'un gran reconeixement i prestigi social	3,81	3,61	3,52	3,96	3,67	3,42
És freqüent veure notícies en els mitjans de comunicació sobre empresaris d'èxit	3,41	3,20	3,50	3,65	3,33	3,25
La majoria de la gent creu que els empresaris són individus competents i enginyosos	3,41	3,13	3,44	3,39	3,15	3,34

* Valoració mitjana d'1 a 5

Figura 38 Valoració mitjana dels experts sobre la motivació de la població per emprendre en els respectius països

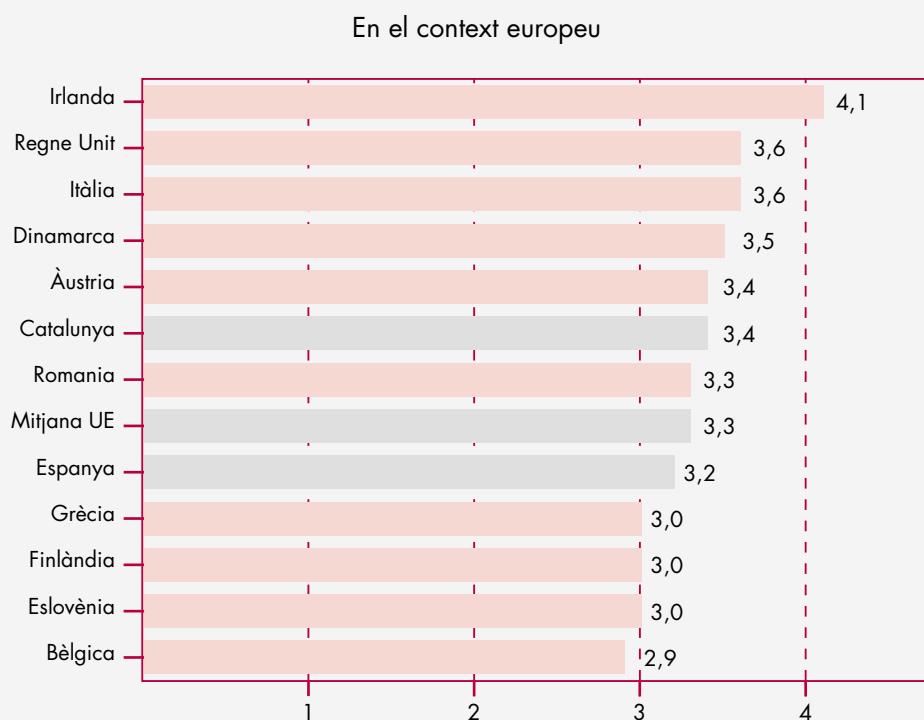
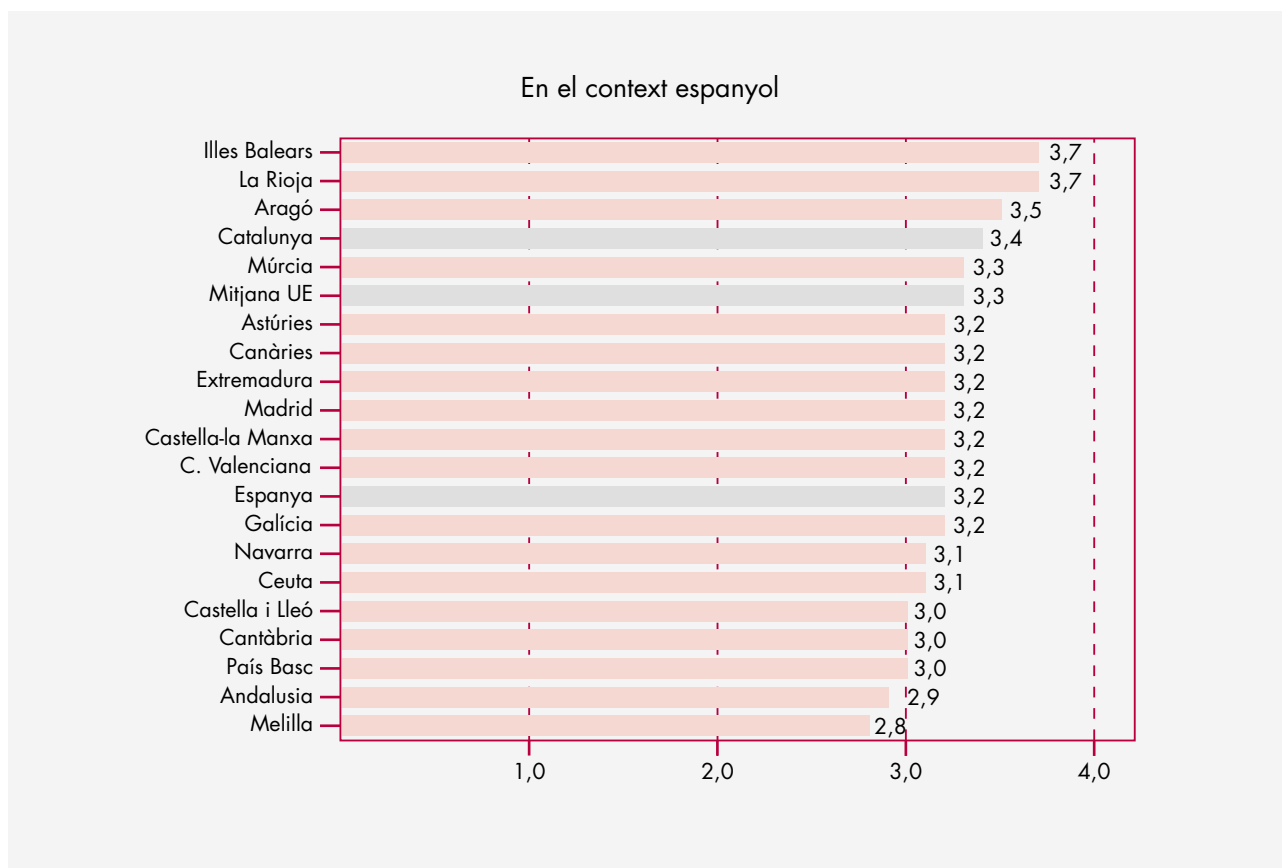


Figura 38 (Continuació)

La posició de Catalunya quant a la motivació per emprendre és pràcticament la mateixa que l'any passat, segona l'opinió dels experts. El 2007 Catalunya continua situant-se per sobre de la mitjana europea, per bé que perd posicions relatives ja que països com el Regne Unit, Itàlia, Dinamarca o Àustria li passen davant. Irlanda continua encapçalant un any més els països els experts dels quals valoren millor la motivació de la població per emprendre. Els experts catalans van valorar el 2007 en el 3,4 sobre 6 la motivació dels catalans per emprendre mentre que els espanyols ho van fer, en mitjana, en un 3,2 sobre 5. Aquesta avaluació és coherent amb els resultats de la TEA, que són lleugerament inferiors als de l'any passat.

7.4. Habilitats i coneixements per emprendre en la població adulta catalana

La meitat de la població adulta entrevistada declara tenir habilitats i capacitats per emprendre. Aquest percentatge és igual al de l'any 2006, però com ja es va indicar llavors, és molt inferior al del 2005 (del 55,9% al 50%), fet que es pot interpretar com una desmotivació davant d'experiències negatives d'emprendre o la percepció dels catalans que hi ha menys notícies sobre emprenedors amb èxit, cosa que pot causar un efecte d'arrossegament sobre les pròpies habilitats per emprendre.

EXISTÈNCIA D'OPORTUNITATS, MOTIVACIÓ I CAPACITAT PER EMPRENDRE EN LA POBLACIÓ ADULTA CATALANA

Figura 39 Població adulta catalana que creu tenir habilitats i coneixements per emprendre

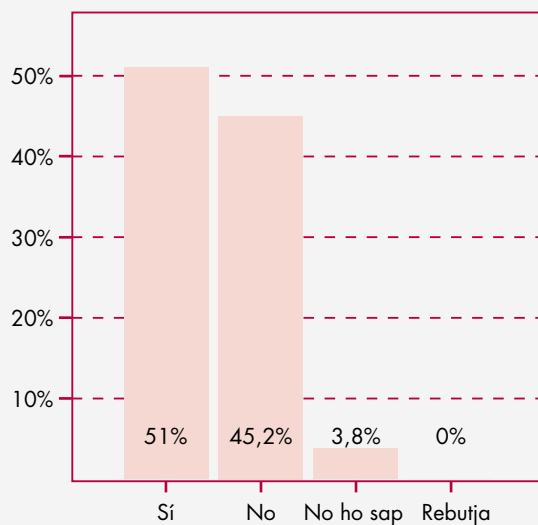


Figura 40 Població adulta que creu tenir habilitats i coneixements per emprendre

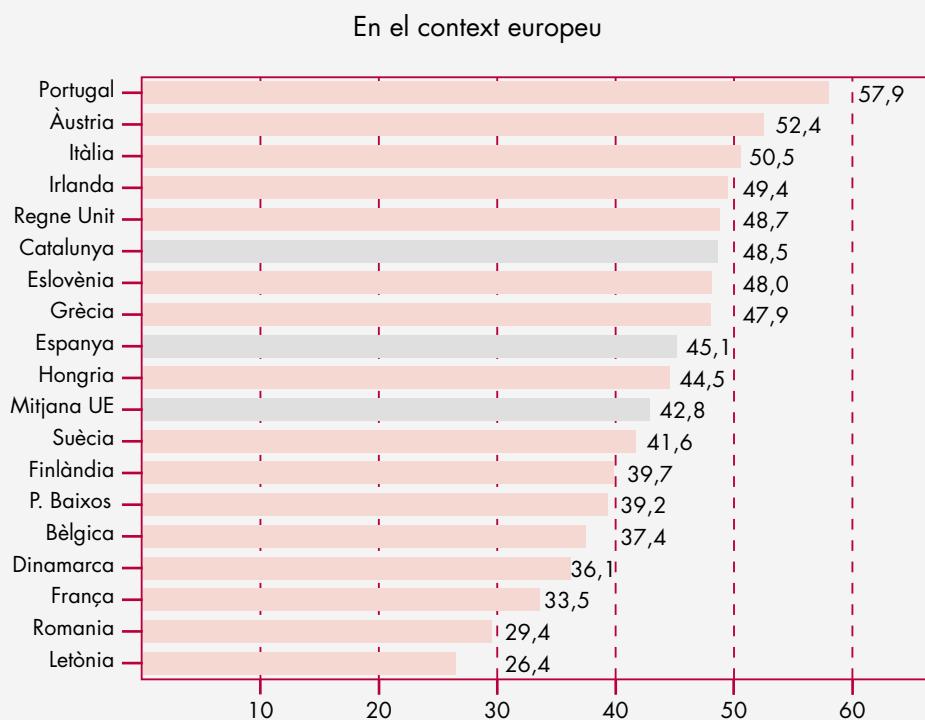
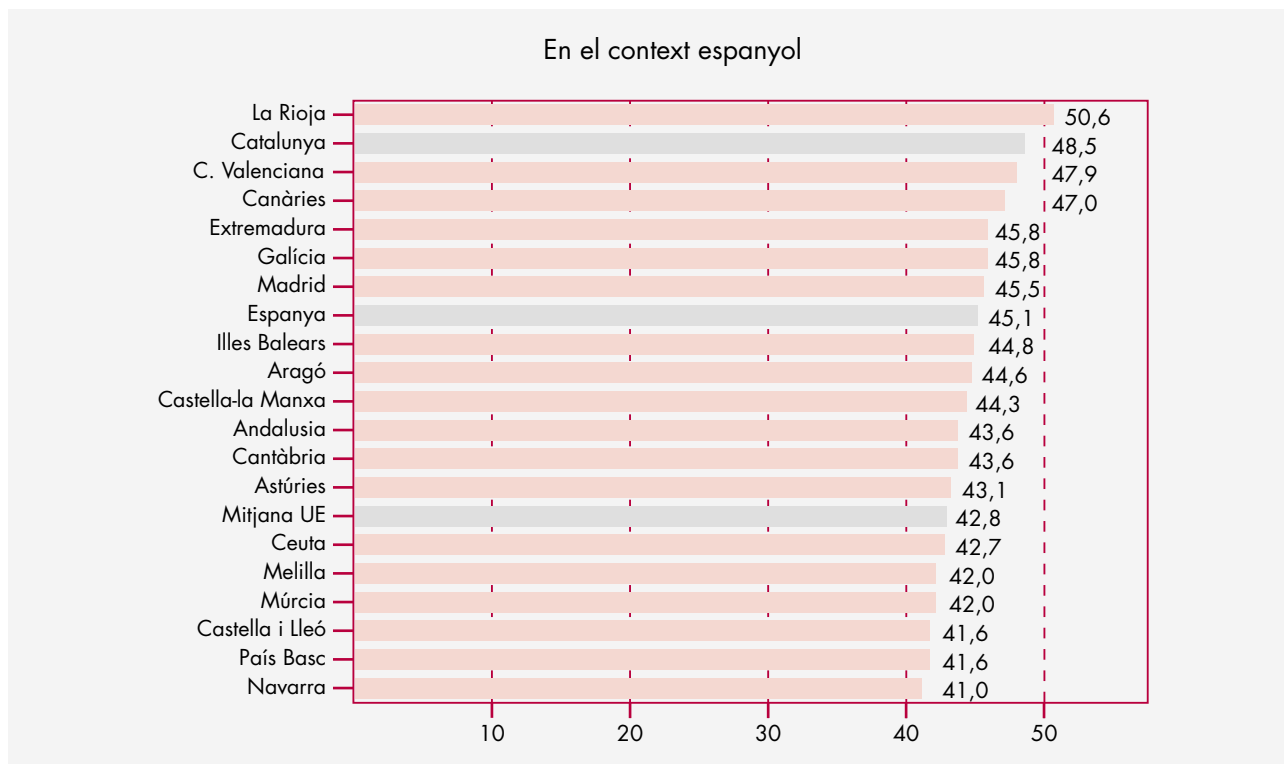
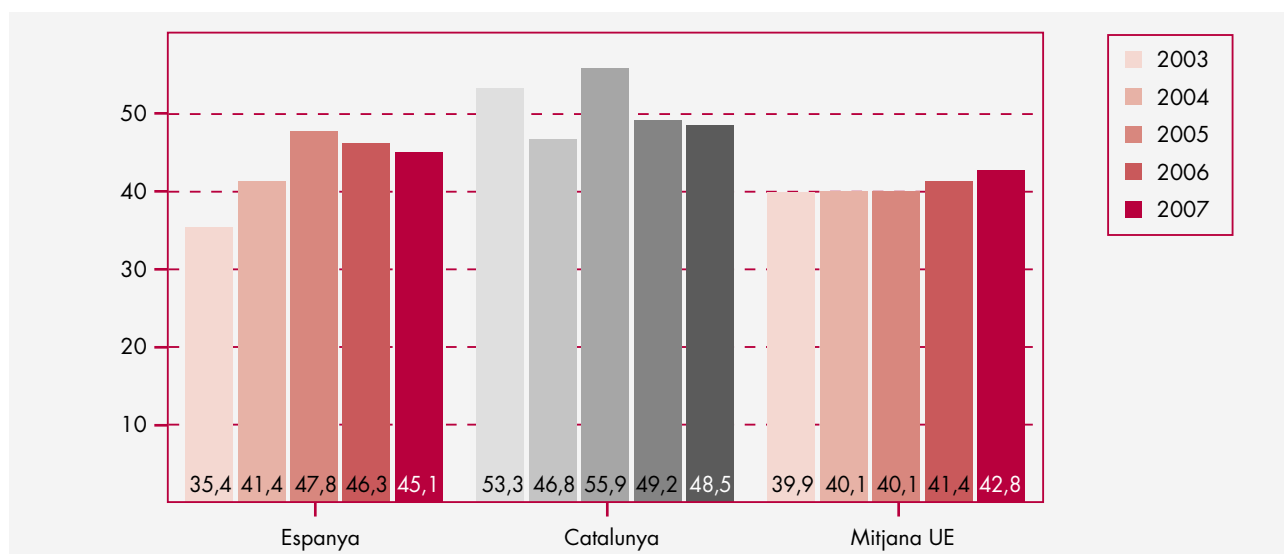


Figura 40 (Continuació)

Tanmateix, la població catalana es considera capaç d'emprendre, com ens anys passats, en unes proporcions per sobre de la mitjana espanyola i també europea. A diferència del 2006, el 2007 van ser els portuguesos, els austríacs i els italians els europeus que van dir que tenien més habilitats per emprendre, just per davant dels britànics i els irlandesos, que van ser els primers el 2006. Pel que fa a la comparació amb la resta de les comunitats autònomes, els madrilenys i els aragonesos, que l'any passat deien que estaven capacitats per emprendre en proporcions més elevades que els catalans, aquest any se'n situen per sota. Només els de la Rioja diuen que estan capacitats en majors proporcions.

Figura 41 Evolució del % de la població adulta catalana que creu que té habilitats per emprendre

Els experts, de la mateixa manera que ho fa la població adulta, creuen en menor mesura que a l'any 2006 en les habilitats de la població adulta per emprendre. Tanmateix, segons els experts, les capacitats de la població catalana per dirigir una petita empresa han augmentat respecte del 2006. Mentre que el 2006 la valoració era de 2,87 punts sobre 5, el 2007 aquesta valoració ha pujat a 3 punts. No obstant això, creuen en menor mesura que el 2006 que hi hagi gent que tingui experiència en la creació de noves empreses, valoració que disminueix contínuament des de l'any 2004. Mentre que la població adulta no se sent motivada per emprendre i creu que hi ha menys oportunitats per emprendre, malgrat que considera que té prou habilitats per fer-ho, els experts creuen, un any més, que sí que hi ha oportunitats i motivació, però no suficient preparació.

Un cop més, l'anàlisi denota que la població és més optimista que els experts, per bé que aquests no es mostren del tot d'acord amb el fet que la gent tingui capacitat de reacció davant les bones oportunitats de negoci o que estigui capacitada per organitzar els recursos necessaris per crear una empresa. L'opinió dels experts sobre la capacitat de reacció i d'organitzar recursos de la població ha empitjorat de manera important respecte de l'any anterior (2,59 respecte a 2,73, i 2,67 respecte a 2,91, respectivament). Aquesta opinió, però, pot ser fruit de l'entorn econòmic en què ens trobem: una situació de desacceleració econòmica frena, potser, el procés empenedor dels més adversos al risc, però no el dels més valents. Un fracàs en la seva activitat empenedora pot interpretar-se com una mala preparació de la persona empenedora, malgrat que pugui ser conseqüència de la conjuntura econòmica. puediera ser consecuencia de la conjuntura económica.

Taula 31 Opinió dels experts sobre les habilitats i els coneixements que té la població per emprendre

	2007			2006		
	Catalunya*	Espanya*	UE*	Catalunya*	Espanya*	UE*
La majoria de la gent pensa que crear una nova empresa o un negoci de creixement ràpid és fàcil	2,19	2,32	2,29	2,13	2,24	2,25
Molta gent està capacitada per dirigir una petita empresa	3,00	3,07	3,01	2,87	2,96	2,93
Molta gent té experiència en la creació de noves empreses	2,44	2,48	2,60	2,52	2,41	2,51
Molta gent té una gran capacitat de reacció davant les bones oportunitats de negoci	2,59	2,65	2,69	2,73	2,60	2,61
Molta gent està capacitada per organitzar els recursos necessaris per crear una empresa	2,67	2,74	2,74	2,91	2,70	2,70

* Valoració mitjana d'1 a 5

Els experts també opinen que el nivell d'empresarialització dels nostres empresaris és molt baix. És a dir, hi ha persones empenedores que per oportunitat o necessitat creen moltes empreses. Ara bé, aquestes persones no tenen, en la majoria dels casos, competències professionals prototípiques d'un empresari, tant pel que fa als coneixements conceptuals, instrumentals (mercat, finances, organització, gerència, etc.) com al desenvolupament de determinats comportaments i actituds (persistència, planificació, persuasió, cerca d'oportunitats i innovació, etc.). Això comporta que les veritables possibilitats de creixement i desenvolupament de les noves empreses siguin molt limitades i que, per tant, la supervivència també ho sigui. A tot plegat cal afegir-hi que els programes públics de suport a la creació d'empreses no solen centrar la seva atenció en els aspectes referents a la consolidació de les noves empreses i l'empresarialització de les persones que les lideren.

DISTRICTES, CLÚSTERS I AGRUPACIONS EMPRESARIALS INNOVADORES

Adrià Royes (Departamento de Economía de la UAB i Horwath) i Vittorio Galletto (Horwath)

1. Introducció a les economies externes, els districtes industrials i els clústers

L'economia espanyola, de la mateixa manera que les economies del seu entorn, està immersa en un procés de globalització. Aquest procés comporta l'ampliació dels mercats i l'augment de la tendència cap a l'especialització productiva, i, consegüentment, la concentració i l'aparició d'economies d'escala o de gamma. Aquestes, al seu torn, pressionen cap a l'ampliació de la producció industrial i la reducció de costos. Tradicionalment, s'ha contemplat el procés només des del punt de vista de la gran empresa i dels guanys d'eficiència derivats de la concentració de la producció en grans establiments productius. Tanmateix, les darreres dècades del segle XX, diversos investigadors han destacat l'existència de fórmules productives alternatives. Així, els districtes industrials marshallians, identificats per Becattini, o els clústers, analitzats per Porter, aconsegueixen donar una resposta positiva als reptes de la globalització, en generar economies externes a l'empresa, però internes al sector o territori en el qual es desenvolupen¹.

La teoria del districte industrial es remunta i s'inspira en l'obra de l'economista neoclàssic Alfred Marshall². A *Principles of Economics*, introdueix la idea que els rendiments creixents en la producció es poden aconseguir no només concentrant la producció en grans establiments productius, sinó també de la concentració en un lloc d'un gran nombre de petites empreses de característiques semblants³.

La teorització moderna del concepte de districte industrial es deu a Giacomo Becattini. En el seu estudi sobre el desenvolupament de la Toscana, Becattini, a mitjan dècada dels setanta, va recuperar la teoria marshalliana dels districtes industrials per explicar l'èxit productiu dels sistemes locals especialitzats de petites i mitjanes empreses, en el moment que es palesa l'esgotament del paradigma *fordista* i la gran empresa italiana entra en declivi⁴.

Concretament, reprèn la idea marshalliana que les economies de la producció en gran escala es poden aconseguir no només internament dins la gran empresa, sinó també externament, mitjançant la «concentració d'un gran nombre de petites empreses similars en el mateix lloc»⁵. Les empreses petites no poden gaudir d'economies d'escala, és a dir, dels avantatges derivats de la concentració de la producció en una mateixa planta productiva. Tanmateix, aquests avantatges són substituïts en una organització concentrada de la producció per les «economies externes», ja que depenen de les condicions externes a l'empresa més que no pas de les condicions internes.

Aquestes economies es tradueixen en reduccions del cost i l'augment de l'eficiència productiva, estàtica i dinàmica (innovació), fet que fa possible que la petita empresa superi els límits imposats precisament per la seva reduïda dimensió, sense haver de renunciar als avantatges que això implica.

En conseqüència, el territori adquireix una importància fonamental i, en determinades condicions, fa possible que un conjunt de petites i mitjanes empreses en competència entre elles puguin aconseguir un resultat més eficient que una gran empresa integrada verticalment.

1. Vegeu Trullén, J. (2007).

2. Vegeu Marshall, A. (1890).

3. Marshall (1890) va observar que les ciutats industrials de Lancashire i Sheffield basaven la seva especialització productiva en sectors específics (tèxtils i ganimetria) caracteritzats per la concentració de nombroses empreses petites amb especialitzacions semblants i activitats complementàries que estaven relacionades directament o indirecta amb l'activitat principal.

4. Vegeu Becattini, G. (ed.) (1975) i Becattini, G. (1979).

5. Vegeu Marshall (1890), cap. 10.

En la dècada dels noranta, i a partir de l'estudi de casos, el professor nord-americà Michael Porter va observar que la competitivitat internacional d'un país es posava de manifest en un nombre limitat d'activitats econòmiques i no en el conjunt de totes les seves empreses⁶. Així, són les empreses que desenvolupen aquestes activitats les que es poden qualificar realment de competitives i a més aquests avantatges no són permanents, fet que fa que no hi hagi nacions universalment competitives.

També va observar que en les economies hi poden haver estructures en forma de grups d'empreses organitzades al voltant de fonts d'avantatge competitiu (en la forma de recursos naturals, coneixement específic, treballadors especialitzats, etc.). Aquesta mena d'agrupacions les va batejar amb el nom de clústers. Un clúster seria, doncs, un conjunt de sectors productius interrelacionats, proveïdors especialitzats, empreses de serveis i institucions, on destaca l'entorn local i la rivalitat entre competidors locals com a fonts d'avantatge competitiu.

Aquesta interrelació és la base de la major eficiència relativa dels clústers, que es tradueix en augments de productivitat, més capacitat innovadora i un estímul a la creació de noves empreses. D'aquesta manera, el concepte de clúster ha adquirit una gran importància en els darrers anys dins les teories del desenvolupament econòmic local.

Per analitzar la font dels avantatges competitius, Porter va proposar analitzar aquests clústers a través d'un sistema de determinants de la competitivitat, popularitzat amb el nom de diamant, que va organitzar en quatre grans blocs: les condicions dels factors (recursos humans, capital, infraestructures, etc.); les condicions de la demanda (requisits i sofisticació); els sectors de suport i relacionats (proveïdors, serveis especialitzats, etc.), i, finalment, l'estructura del sector en termes d'estratègia i rivalitat de les seves empreses.

2. Política industrial i de clústers a l'Estat espanyol i a Catalunya

La política industrial a l'Estat espanyol el 2005 planteja uns objectius ambiciosos en termes d'augment en la proporció d'inversió en R+D sobre el PIB, increment de la contribució del sector privat a la inversió en R+D, i de percentatge del PIB destinat a TIC. Tot plegat amb els propòsits d'assolir el 2010 la plena convergència de renda *per capita* i superar la taxa d'ocupació de la UE. Per això es considera necessari fer créixer la productivitat i millorar la qualitat de l'ocupació⁷.

Per assolir aquests objectius cal tenir en compte quatre característiques estructurals de l'economia industrial espanyola:

- Especialització productiva en sectors amb poca intensitat de coneixement.
- Escassa dimensió mitjana de les empreses i dels establiments productius.
- Escassa despesa en R+D+I.
- Moderat avenç de la productivitat i de la competitivitat de l'economia espanyola.

A partir d'aquest context, es planteja la necessitat, per tal de facilitar el creixement de la productivitat, d'actuar sobre la capacitat innovadora de les empreses. L'objectiu és enfortir la generació de rendiments creixents a través de dues vies⁸:

1. Enfortiment dels avantatges derivats de l'entorn: rendiments creixents associats a la concentració espacial de petites i mitjanes empreses innovadores. Els desavantatges inicials derivats de l'especialització productiva en sectors d'escassa intensitat de coneixement, o derivats de l'escassa dimensió productiva, poden compensar-se

⁶ Vegeu Porter, M. (1990).

⁷ Vegeu Trullén (2007).

⁸ Vegeu Trullén (2007).

permetrà de l'activació de processos innovadors en entorns territorials. Dins aquest marc se situen els programes de suport a les agrupacions d'empreses innovadores (AEI) que van dirigits sobretot a enfortir la constitució de clústers o districtes industrials, refermant-ne els processos innovadors.

2. Enfortiment dels avantatges derivats de l'escala: economies lligades a la dimensió empresarial. Per això, es va desenvolupar una altra estratègia complementària a l'anterior, amb programes com el CENIT, dirigits a fomentar la recerca i el desenvolupament mitjançant l'establiment de consorcis d'empreses de gran dimensió.

Quant a les AEI, l'ordre ministerial que les regula⁹ les defineix com «la combinació en un espai geogràfic o sector industrial concret d'empreses, centres de formació i unitats de recerca públics o privats, involucrats en processos d'intercanvi de col·laboració, dirigits a obtenir avantatges i/o beneficis derivats de l'execució de projectes conjunts de caràcter innovador. Aquesta activitat s'organitzarà entorn d'un mercat o segment de mercat objectiu i/o una branca o sector científic tecnològic de referència. L'objecte de l'AEI així estructurada serà assolir una massa crítica que li permeti assegurar la seva competitivitat i visibilitat internacionals»

En l'ordre ministerial, s'hi distingeix quatre tipologies d'AEI: 1) Activitats de base industrial organitzades al voltant d'un procés productiu definit caracteritzat per una elevada concentració territorial de petites i mitjanes empreses. Dins aquesta tipologia hi hauria els districtes industrials o clústers de tipus marshallià; 2) Activitats de base industrial on hi ha grans empreses que poden actuar de traductores d'empreses més petites o molt especialitzades; 3) Activitats basades en el desenvolupament del coneixement en les quals les empreses comercialitzen innovacions de producte directament generades en projectes de R+D científics i tecnològics. Es tracta d'activitats com la biotecnologia, la indústria farmacèutica, la indústria espacial i la producció de maquinari i programari relacionada amb les tecnologies de la informació i la comunicació; 4) «Indústries creatives» i activitats intenses en tecnologies de la comunicació. En aquest àmbit, s'hi engloben activitats relacionades amb les indústries de continguts dels mitjans de comunicació, de serveis per Internet, de la indústria editorial o segments específics de la indústria de la moda.

Per tal de fer operatiu aquest programa, el Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç ha establert un règim d'acreditació i ajuts per a les AEI, que fomenta el seu desenvolupament i sostenibilitat, com també per facilitar l'accés a les fonts de finançament públiques dels projectes innovadors que formulen aquestes agrupacions. L'objectiu és que aquestes AEI així estructurades assoleixin una massa crítica que els permeti assegurar la seva competitivitat i visibilitat internacionals; s'espera que estiguin formades majoritàriament per PIME, com també per grans empreses, amb una forta implantació territorial, interessades a enfortir la cadena productiva en la qual participen.

Concretament, es contemplen ajuts per a quatre tipus d'actuacions:

- a) Per a l'elaboració de plans estratègics: s'hi ha de definir els objectius de l'AEI a curt, mitjà i llarg termini, els mitjans que es preveuen per dur-los a terme, així com la forma de finançament.
- b) Per finançar parcialment els costos de personal i les despeses d'administració de l'estructura de coordinació i governança de l'agrupació.
- c) Per a projectes específics destinats a enfortir el potencial innovador i la competitivitat de les empreses.
- d) Per a projectes consorciats, és a dir, destinats a promoure projectes conjunts entre diverses AEI.

La primera convocatòria d'ajuts va tenir lloc el 2007 i es van concedir un total de 60 subvencions per a l'elaboració de plans estratègics repartides arreu del territori espanyol. En el primer semestre del 2008 va tenir lloc la segona convocatòria d'ajuts

9. Ordre ITC/2691/2006, de 2 d'agost del 2006 (BOE de 21 d'agost de 2006).

per elaborar plans estratègics (és a dir, el primer pas per conformar una AEI) i la primera convocatòria d'ajuts per finançar els costos de l'estructura de coordinació i governança de l'agrupació (només hi poden accedir les AEI que tinguin un pla estratègic que hagi estat avaluat pel Ministeri d'Indústria com a «excel·lent»).

Una de les característiques d'aquesta actuació del Ministeri d'Indústria és aconseguir una col·laboració estreta entre l'Administració General de l'Estat, les comunitats autònomes i les entitats locals, en la identificació, avaluació i seguiment de les agrupacions d'empreses innovadores.

A Catalunya, aquesta col·laboració s'articula a través del Centre d'Innovació i Desenvolupament Empresarial (CIDEM), organisme dependent de la Generalitat de Catalunya¹⁰. Aquest centre disposa d'experiència en el desenvolupament de polítiques de suport als clústers i ha elaborat un mapa de sistemes productius locals industrials a Catalunya, en el qual identifica un total de 42 sistemes productius locals¹¹.

A més, duu a terme una política de suport als clústers a través del Departament de Desenvolupament Empresarial. Aquest departament ha desenvolupat una metodologia de creació de clústers que consta de tres fases: anàlisi competitiu, implementació d'un pla de dinamització i difusió pública de les actuacions fetes. No obstant això, no disposa d'instruments financers d'ajut específics per a la figura del clúster com a tal.

3. Experiència en la creació d'agrupacions empresarials innovadores (AEI).

En aquest apartat presentarem el procés que hem seguit (i validat) per afavorir la creació d'AEI a partir d'una realitat productiva preexistent, però on no necessàriament hagi existit prèviament cap forma de col·laboració àmplia entre els protagonistes, tant empreses com centres de recerca o altres agents.

1a fase. Identificació del sector i participació dels agents principals.

En aquest primer pas és important poder comptar amb algun indicador o alguna metodologia *top-down* per identificar concentracions territorials especialitzades en el territori. Per fer-ho, es disposa de diferents metodologies; a tall d'exemple, podem esmentar la identificació de sistemes productius locals, basada en la identificació de concentracions localitzades d'activitats productives, o la identificació de sistemes locals de treball i potencials districtes industrials, basada en l'anàlisi dels mercats de treball locals i en l'estructura productiva i empresarial¹². Si bé sempre s'hauria de considerar com una primera aproximació que no ha de substituir la validació sobre el territori dels resultats de fer l'anàlisi qualitativa

El segon pas consisteix en l'exploració del terreny, realitzada mitjançant visites i entrevistes amb els agents destacats localitzats en el territori, tant de tipus empresarial com institucional (entitats de promoció econòmica, càmeres de comerç, universitats i centres de recerca).

De fet, l'objectiu d'aquesta fase és doble. D'una banda, cal sensibilitzar els agents i conscienciar-los del repte que suposa la globalització i les possibilitats de la innovació com a forma d'assegurar la competitivitat de les empreses. De l'altra banda, aquestes entrevistes han de servir també per captar informació sobre el sector i anticipar-se a la fase següent, la d'elaboració del pla estratègic.

10. L'any 2008 el govern de la Generalitat de Catalunya va decidir unir el CIDEM amb el Consorci de Promoció Econòmica de Catalunya (COPCA), per crear una única organització amb el nom d'ACCIÓ.

11. Vegeu Hernández, L. M.; Fontrodona, J.; Pezzi, A. (2005).

12. Per al primer cas, vegeu, per exemple, Hernández, *et al.* (2005) *op. cit.* Per al segon cas, vegeu, per exemple, Boix, R. i Galletto, V. (2006).

És important destacar que aquesta manera de delimitar el que serà l'AEI es fa per mitjà d'un procediment *bottom-up*, és a dir, són els agents localitzats en el territori els qui defineixen qui són els actors que formen part de la seva cadena de valor i, més important encara, quins actors poden ser font d'avantatges competitius.

El resultat perseguit en acabar aquesta primera fase és assolir el consens entre totes les parts implicades sobre la realitat del clúster i la necessitat o la conveniència d'estructurar-lo i elaborar-ne el propi pla estratègic.

2a fase. Elaboració del pla estratègic.

La segona fase és la realització del pla estratègic. En primer lloc, cal aprofundir en la identificació de totes les activitats de suport o auxiliars que poden intervenir en la capacitat competitiva del sector central del clúster. Aquesta identificació ha de permetre distingir les activitats que aporten valor al consumidor final i també identificar empreses i centres de recerca especialitzats que potencialment podrien incorporar-se al clúster. En segon lloc, cal avançar en la generació d'idees d'innovació empresarial.

Ambdues tasques poden desenvolupar-se a través d'una combinació de mètodes *top-down* i *bottom-up*. En el primer cas, mitjançant el treball en grups de debat i seguiment per analitzar el posicionament estratègic actual i els reptes de futur. En el segon cas, mitjançant entrevistes extenses i rigoroses amb els agents destacats del territori, ja que és la millor garantia per assegurar la qualitat de la informació recollida.

El resultat d'aquesta fase ha de ser un pla estratègic que, a més d'identificar els reptes i les estratègies per afrontar-los amb èxit, ha de contenir projectes d'innovació concrets que les empreses reconeguin com estratègics o fonamentals per a la seva competitivitat. Amb això s'aconsegueix que les empreses s'identifiquin amb el projecte de clúster i es comprometin, pel seu interès propi, en la seva consecució. El fet que aquesta identificació i aquest compromís s'assoleixin per part d'empreses petites i mitjanes que no han fet mai abans cap projecte d'innovació es pot considerar un indicador d'èxit d'aquesta fase.

3a fase. Creació de l'estructura de l'AEI.

El mèrit del programa de suport a les AEI és que no es tracta d'una actuació puntual, sinó que persegueix institucionalitzar l'esforç innovador per part de les empreses. Aquest fet, a més, justifica que sigui necessari crear una estructura formal que permeti donar estabilitat al projecte.

La creació d'aquesta estructura formal s'assoleix en dotar l'AEI d'una personalitat jurídica pròpia (que serà una associació sense ànim de lucre) i d'una oficina de gestió. Aquesta oficina serà l'encarregada de promoure, contribuir i facilitar les pràctiques innovadores que permetin millorar la competitivitat del sector, tant de les seves activitats principals com de les activitats auxiliars, mitjançant l'impuls a la innovació dels seus associats a través de l'intercanvi d'informació, coneixements i col·laboració en projectes innovadors.

Per fer això, aquesta oficina s'encarregarà d'impulsar la innovació de les empreses adherides mitjançant:

- L'impuls de la cooperació i les trobades interempresarials per afavorir la generació d'idees i sinèrgies entre les empreses i les entitats adherides.
- La definició de polítiques i d'actuacions d'interès comú per a les empreses i les entitats adherides.
- La potenciació dels intercanvis de coneixements científicotècnics entre els investigadors de les universitats i centres de desenvolupament tecnològic i les empreses.

- La potenciació de la formació a tots els nivells (universitat, formació professional, formació continuada, jornades tècniques, etc.).
- El subministrament d'informació i assessorament a les empreses sobre fonts de finançament per a projectes d'innovació, tràmits, etc.
- L'establiment de relacions estratègiques amb altres regions punteres en el sector, altres AEI complementàries i institucions internacionals, europees i estatals per afavorir intercanvis de cooperació.
- L'impuls de la participació de les empreses adherides a l'AEI en projectes i esdeveniments internacionals.
- El desenvolupament de projectes col·lectius de la pròpia AEI.

Cal destacar el paper fonamental que té el director d'aquesta oficina, ja que, d'una banda, ha de tenir prou capacitat de visió estratègica per orientar l'actuació d'innovació de l'AEI, i, de l'altra, ha de ser capaç de guanyar-se la confiança dels empresaris, especialment necessària en el cas d'empreses poc acostumades a desenvolupar projectes conjunts –i, per tant, a compartir informació– amb altres empreses. En definitiva, l'èxit de l'AEI depèn de manera crítica de la tasca de l'oficina de gestió de l'AEI.

4a fase. Desenvolupament dels projectes d'innovació.

Una de les tasques fonamentals de l'oficina de l'AEI serà, com hem dit abans, desenvolupar projectes d'innovació. Per fer-ho, és fonamental que el director de l'oficina estigui permanentment en contacte amb les empreses, els centres de recerca i les institucions que formen part de l'AEI per poder recollir idees d'innovació. Ara bé, també resultarà important tenir accés a les xarxes internacionals de coneixement, per la qual cosa és convenient la participació de grans empreses (empreses motrius) amb activitat internacional, i de les universitats i centres tecnològics, com també les visites a altres clústers de sectors iguals o relacionats.

Les idees d'innovació les podem diferenciar en dos tipus:

1. Les particulars: són les idees que poden convertir-se en projectes d'innovació però que no es volen fer públiques. L'oficina tècnica ha de donar el seu suport al desenvolupament d'aquests projectes sempre amb la discreció professional escaient.
2. Les col·lectives: són les idees que es poden traduir en projectes que poden interessar el conjunt d'empreses adherides a l'AEI. De fet, aquest tipus de projectes pot ser liderat i desenvolupat des de la mateixa oficina de l'AEI.

En funció del tipus d'idees serà necessari implementar els procediments adequats que assegurin una execució òptima dels projectes d'innovació.

4. Conclusions

A través del programa de suport a les agrupacions empresarials innovadores i mitjançant la tasca de l'oficina tècnica, s'estan desenvolupant de manera efectiva projectes d'innovació amb l'objectiu de canviar el posicionament estratègic de les empreses adherides a l'AEI. A tall d'exemple, en una sola AEI, formada per 42 empreses, dues universitats, dos centres de recerca i diverses associacions empresarials, i al llarg d'un sol any de feina, hem col·laborat en el desenvolupament de vuit projectes d'innovació més altres sis que resten en cartera.

Bibliografia

- Boix, R. i V. Galletto (2006). El mapa de los distritos industriales de España, *Economía Industrial*, 359, pp. 165-184.
- Becattini, G. (ed.) (1975). *Lo sviluppo economico della Toscana*. IRPET, Firenze;
- Becattini, G. (1979). Dal settore industriale al distretto industriale, *Rivista di Economia e Politica Industriale* 1, 1-8.
- Hernandez, L.M., J. Fontrodona, A. Pezzi (2005). *Mapa de los sistemas productivos locales industriales en Cataluña*, Generalitat de Catalunya, Departament de Treball i Indústria,
- Marshall, A. (1890). *Principles of economics*. McMillan, London.
- Marshall, A. (1919). *Industry and trade*. McMillan, London.
- Porter, M. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press, New York.
- Trullén, J. (2007). La nueva política industrial española: innovación, economías externas y productividad, *Economía Industrial*, n. 363, pp. 17-31.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR



8. CONDICIONS ESPECÍFIQUES DE L'ENTORN PER EMPRENDRE A CATALUNYA L'ANY 2007

8.1. Introducció

8.2. Anàlisi general de l'entorn en el qual es desenvolupa la creació d'empreses

8.3. Aspectes favorables, desfavorables i recomanacions: parlen els experts

8.4. Posició catalana en l'àmbit internacional i espanyol sobre l'estat de les condicions de l'entorn avaluades pels experts

Les noves empreses en el procés d'innovació en la societat del coneixement
Josep M. Veciana (Departament d'Economia de la empresa. UAB)

8. CONDICIONS ESPECÍFIQUES DE L'ENTORN PER EMPRENDRE A CATALUNYA L'ANY 2007

8.1. Introducció

Perquè en un país es desenvolupi la creació d'empreses cal que hi hagi persones emprenedores, amb inquietuds i idees innovadores, capaces d'assumir riscos personals i amb esperit de sacrifici. Ara bé, amb això sol no n'hi ha prou perquè es desenvolupi una activitat emprenedora consolidada, ja que una bona part d'aquesta depèn de l'entorn en el qual es troben els potencials emprenedors. En aquest apartat s'analitzen les condicions específiques de l'entorn en el qual es desenvolupa la creació d'empreses. La literatura acadèmica assenyala com a factors que tenen més incidència en l'activitat emprenedora els següents:

- El suport financer.
- Les polítiques i els programes governamentals.
- L'educació i la formació.
- La transferència de R+D.
- L'estructura comercial i professional.
- L'obertura del mercat intern.
- L'accés a la infraestructura física.
- Les normes socials i culturals.

La informació que s'utilitza en aquest apartat procedeix, igual que en el capítol anterior, de les entrevistes fetes a 37 experts entre els mesos d'abril i juny de 2007 a Catalunya.

8.2. Anàlisi general de l'entorn en el qual es desenvolupa la creació d'empreses

Els experts opinen que l'actiu més gran del qual disposa la població catalana per emprendre un negoci, un any més, és l'accés a la infraestructura física, amb una valoració de 3,4 punts sobre 5 (fig. 42), idèntica a la del 2006. Tanmateix, el fet que cal destacar aquest any és l'aparició com a actiu més important per al procés emprenedor a Catalunya el suport a la dona. Mentre que l'any 2006 els experts només valoraven en 2,9 punts sobre 5 aquest actiu, el 2007 es va valorar en 3,4 punts. Aquest fet, però, no hauria de sorprendre'ns ara, perquè el govern de Catalunya, per exemple, va crear a començament del 2007 una direcció general específica d'*Igualtat d'Oportunitats* des de la qual no només es lluita davant situacions de desigualtat de gènere en l'àmbit laboral, sinó que també ofereix suport a la dona per dur a terme les seves iniciatives i projectes empresarials. Hauríem d'esperar, doncs, que l'any 2008 la valoració del suport a la dona com a actiu en el procés emprenedor fos encara més gran, si tenim en compte el Ministeri per a la Igualtat creat recentment.

Quant a les infraestructures físiques, la valoració, un any més, sembla contradictòria amb els esdeveniments succeïts a Catalunya durant el 2007, amb el retard de l'arribada del tren d'alta velocitat a Catalunya o el mal funcionament de la xarxa de rodalies de RENFE. Malgrat tot, cal tenir present altres factors que sempre han tingut un paper a favor de Catalunya com ara la situació geogràfica, prop dels mercats europeus, o bé l'entorn industrial i empresarial de la nostra comunitat autònoma. És d'esperar, doncs, que les infraestructures físiques com a actiu per al procés emprenedor continuessin sent molt valorades pels experts en els pròxims anys, i més ara que el tren d'alta velocitat ja arriba a Barcelona.

A l'Estat espanyol i la resta d'Europa els experts avaluen també, per bé que amb puntuacions lleugerament superiors a les catalanes, les infraestructures físiques de les quals disposa el territori com l'actiu més important per a la creació d'empreses.

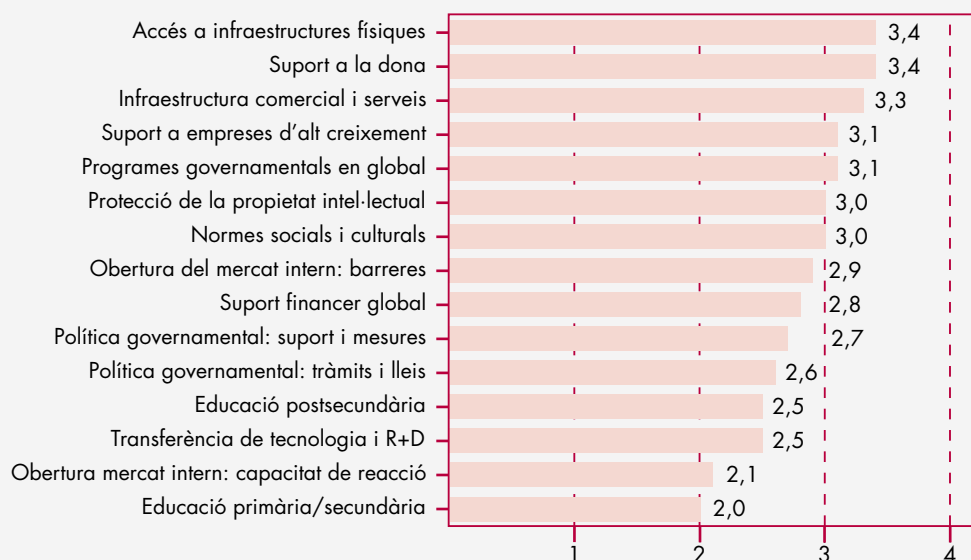
Les normes socials i culturals com a factors per a la creació d'empreses eren, l'any 2003, el factor més valorat a Catalunya. Tanmateix, aquest actiu per al procés emprenedor ha anat perdent pes segons els experts per donar pas a altres com ara la protecció de la propietat intel·lectual, el suport a la dona o el suport al creixement i desenvolupament dels processos emprenedors. Amb tot, l'any

2007 les normes socials i culturals tornen a tenir un paper destacat, segons els experts, com a condició de l'entorn per al procés emprenedor (els experts li donen una valoració de 3 punts sobre 5 enfront dels 2,63 punts que li van donar el 2006). Com a aspectes socials i culturals, els experts n'assenyalen principalment dos: l'aversion al risc (com a aspecte negatiu) i l'esperit emprenedor dels catalans (com a aspecte positiu), tot i que aquest últim cada vegada és menys esmentat pels experts entrevistats. L'avaluació més bona dels aspectes socials i culturals en comparació amb l'any 2006 és difícil d'interpretar, ja que tant es pot referir a una reducció de la presa de decisions arriscades per part dels catalans com a una disminució de l'esperit emprenedor.

Per últim, l'estudi reflecteix que els experts també avaluen de manera positiva aspectes com els programes i les polítiques governamentals en conjunt, el suport al creixement i el desenvolupament de les empreses tot i que amb valoracions lleugerament inferiors a les del 2006, fet que és coherent amb la disminució de la TEA a Catalunya.

Les infraestructures comercials i de serveis i la transferència de tecnologia i R+D són les úniques condicions de l'entorn que els experts avaluen més bé que l'any passat, a banda del suport a la dona que, com ja hem dit abans, és un factor força valorat aquest any i el que ha experimentat un augment més elevat de la seva valoració.

Figura 42 Valoració mitjana de les condicions de l'entorn per emprendre a Catalunya*



*Valoració mitjana d'1 a 5

Taula 32 Opinió dels experts sobre les condicions de l'entorn

	2007			2006		
	Catalunya*	Espanya*	UE*	Catalunya*	Espanya*	UE*
Accés al finançament	2,78	2,67	2,94	2,79	2,57	2,74
Política governamental: suport i mesures	2,70	2,90	2,87	2,71	2,84	2,65
Política governamental: tràmits i lleis	2,65	2,80	2,60	2,73	2,79	2,38
Programes governamentals en global	3,05	3,13	2,92	3,05	3,17	2,77
Educació primària/secundària	1,97	2,00	2,22	1,98	2,01	2,27
Educació postsecundària	2,52	2,82	2,86	2,72	2,83	2,79
Transferència tecnologia i R+D	2,50	2,53	2,64	2,47	2,51	2,58
Infraestructura comercial i serveis	3,32	3,23	3,38	3,08	3,18	3,34
Mercat interior: dinàmica	2,10	2,09	2,63	2,20	2,30	2,70
Mercat interior: accés	2,88	2,76	2,81	2,86	2,98	2,95
Accés infraestructura física	3,43	3,56	3,73	3,41	3,61	3,85
Normes socials i culturals	3,00	2,74	2,73	2,94	2,70	2,60
Protecció propietat intel·lectual	3,03	2,92	3,40	2,63	2,83	3,28
Suport a la dona emprenedora	3,36	3,30	3,41	2,94	3,19	3,25
Suport al creixement i del desenvolupament d'empreses	3,05	3,04	3,27	3,18	3,07	3,09

* Valoració mitjana d'1 a 5

8.3. Aspectes favorables, desfavorables i recomanacions: parlen els experts

Segons els experts, els factors principals que limiten l'activitat emprenedora a Catalunya són, per aquest ordre, la manca de suport financer, les normes socials i culturals, i algunes polítiques governamentals. Tanmateix, el factor més preocupant aquest any és el fet que els experts valoren l'educació i la formació com a un obstacle per a la creació empresarial. A més, ho fan més de 25 punts per sobre de com ho van valorar el 2006.

A diferència de l'any passat, els experts que esmenten el context polític, social i intel·lectual com a obstacle a la creació d'empreses són molts menys (el 3% en comparació amb el 34% del 2006). Sembla, doncs, que el desgast patit a Catalunya pel procés negociador de l'Estatut ja ha estat «oblidat» un cop la llei ha estat aprovada. A més, l'anunci de la dissolució del govern de coalició de la Generalitat pot haver contribuït a aquesta percepció més bona de l'entorn polític i social per al procés emprenedor. Tanmateix, a l'Estat espanyol encara hi continua havent un percentatge força alt d'experts (23,5%) que esmenten el context polític com a un obstacle.

Quant al suport financer, el 2007 continua sent un any més l'obstacle més important. A més, el percentatge d'experts que esmenten la manca de suport financer com a un obstacle és 20 punts més alt que el de l'any 2006. Així, doncs, al contrari del que va succeir

el 2006, són molts els experts que l'esmenten com a un obstacle en comparació amb els experts espanyols i els europeus. Sembla que el suport financer per a la creació d'empreses a Catalunya es troba en una situació pitjor que a la resta de l'Estat espanyol o a la Unió Europea.

La crisi financera internacional iniciada als Estats Units amb la crisi immobiliària sembla que ja comença a tenir efectes al nostre país. Això podria ser la causa d'aquesta percepció de manca de finançament per part dels experts catalans. Com ja han anunciat algunes organitzacions empresarials i industrials, la crisi del sector immobiliari i de la construcció pot afectar de manera directa la capacitat financera de les empreses constructores i promotores. Les entitats financeres ja han començat a restringir el crèdit a empreses del sector i, al seu torn, per evitar riscos, també han començat a limitar el finançament en altres sectors i, sobretot, a les petites empreses. Així, doncs, els experts catalans semblen haver anticipat uns mesos l'actual situació financera.

En definitiva, els obstacles que els experts esmenten com a claus per al fre de l'activitat emprenedora poden agrupar-se en quatre grans grups. El suport financer insuficient per iniciar un negoci continua sent el primer obstacle en el procés emprenedor que esmenten els experts. A diferència d'altres anys, i com ja hem dit abans, la formació apareix clarament com un obstacle o fre a l'activitat emprenedora segons els experts. La nostra població no està prou formada per iniciar un procés emprenedor, ni els programes educatius (a tots els nivells de l'ensenyament) donen prou importància a les habilitats i les capacitats emprenedores. Per últim, la manca de motivació i l'actitud de la població catalana cap a tot el que fa referència a la creació d'empreses és també un obstacle, juntament amb la burocràcia i, en menor mesura, la falta de suport institucional cap al procés emprenedor.

Pel que fa al finançament, són molts els experts que assenyalen la dificultat d'aconseguir finançament aliè o inversors en les etapes inicials de l'empresa. Segons els experts no hi ha prou instruments financers de suport a aquells projectes que presenten un risc elevat. En nombroses ocasions els promotors d'idees noves i/o generadores d'ocupació no obtenen el suport que necessiten i es veuen obligats a recórrer al finançament ordinari, sense poder-se beneficiar de cap mena d'avantatge. La poca disponibilitat de recursos existents per invertir en la creació d'empreses provoca que moltes persones amb perfil emprenedor no disposin d'una situació financera solvent que els permeti fer inversions viables, amb el consegüent fre a l'activitat emprenedora del nostre país.

A més, la manca de capital privat de tipus *business angels*, que inverteixi en noves idees, continua sent latent no només a Catalunya sinó també a la resta de l'Estat espanyol. Tot i haver millorat els darrers anys, hi ha poc capital risc dirigit a una franja situada entre 1 i 3 milions d'euros, quantitats necessàries per impulsar segones i terceres etapes de la creació d'empreses de, per exemple, base tecnològica. Així, els experts continuen assenyalant, un any més, que el suport financer existent presenta un biaix molt important en contra de les idees de negoci més innovadores i creatives, fet que impedeix l'accés a fonts de finançament per als emprenedors que inicien una activitat empresarial per primer cop.

Segons els experts, els programes de suport financer necessiten ser més flexibles i cal que estiguin disposats a assumir més riscos. Però, a més, tot i haver-hi recursos financers, les entitats no ofereixen l'oportunitat de desenvolupar petits projectes des del punt de vista del *training*, que desenvolupin les habilitats empresarials i l'esperit innovador.

L'abundància o no de mitjans de finançament aliè a les empreses noves i en creixement no és, segons els experts el problema més important per als qui pretenen engegar un nou projecte. És més, segons ells i elles, a pesar que existeixen molts recursos financers disponibles quant a crèdits bancaris, els requeriments per a l'obtenció del crèdit són molt alts, sobretot per als emprenedors, que no tenen prou capacitat financera per trobar qui els avaluï. Així, doncs, encara hi ha un cruc en el mercat financer que fa difícil per als nous emprenedors trobar la inversió necessària a un cost raonable. Tanmateix, podem esperar que aquestes dificultats continuaran creixent en el futur a causa de l'actual crisi financera internacional i perquè, segons els experts, els mercats financers encara no confien en els projectes emprenedors.

Algunes de les observacions fetes fins ara podrien ser fruit de la conjuntura internacional, però n'hi ha una que molts dels experts atribueixen al alt creixement del sector immobiliari a l'Estat espanyol els darrers cinc anys i que pot ser que acabi passant factura

no només a l'activitat emprenedora sinó també a l'economia en general. Les fins ara bones condicions del mercat immobiliari han absorbit tots els recursos per invertir diners de les noves empreses i desenvolupar projectes, amb el consegüent fre del creixement emprenedor en el nostre país.

Amb tot, alguns experts assenyalen que no és la manca de suport financer allò que limita l'activitat emprenedora sinó l'escassetat de gestors d'alt nivell que puguin impulsar empreses d'alt creixement. Això és conseqüència de la poca formació i cultura empresarial a les escoles i universitats catalanes.

Segons els experts, entre els potencials emprenedors hi ha poca formació i por al fracàs. Això fa que aquestes persones continuïn presentant importants debilitats formatives que es tradueixen en fracàs empresarial. A més, la cultura social del fracàs impedeix que molts potencials emprenedors s'animin a fer el pas.

La formació als potencials emprenedors és inadequada. Hi ha un desconeixement sobre el procés de creació d'empreses com ara models de finançament, gestió, de mercat, etc., fet que genera una barrera d'entrada difícil d'esquivar. Segons els experts, és necessari incorporar a la formació reglada les actituds i les habilitats emprenedores. Cal, sobretot en el capítol universitari, que els alumnes tinguin la possibilitat de tenir coneixements en gestió empresarial, com també recursos als quals puguin accedir per crear la seva pròpia empresa. Cal, doncs, fomentar l'esperit emprenedor en els àmbits més susceptibles de generar iniciatives innovadores i amb un alt valor afegit.

Ara bé, aquesta progressiva introducció de matèries relacionades amb el procés emprenedor en els plans docents no s'ha de quedar, segons els experts, en l'àmbit universitari, sinó que ha d'arribar també als nivells inicials del cicle educatiu dels nostres joves. Segons els experts, el sistema educatiu no promou suficientment l'actitud i les capacitats emprenedores (iniciativa personal, independència, creativitat). En definitiva, el sistema educatiu no promou el fet d'emprendre com una carrera viable i legítima. Tant la formació professional com l'educació superior, sempre segons els experts, estan formant persones per ser assalariades, fet que està clarament en contra de la promoció de les habilitats emprenedores. A més, en molts indrets de Catalunya la manca de treballadors qualificats és un obstacle significatiu perquè els negocis i la capacitat d'emprendre es desenvolupin.

Per últim, els experts també assenyalen l'escassetat de programes de formació gratuïts, o no, per a nous empresaris amb la consegüent manca de professionalització en gestió empresarial. A més, la formació en el món dels negocis se centra molt en l'orientació del producte i, en canvi, no se centra prou en l'orientació del mercat. Això fa que algunes iniciatives aconseguixin desenvolupar-se en una primera etapa perquè són innovadores, però fracassen al cap de poc temps per manca de visió de l'entorn en el qual s'han de desenvolupar.

En referència a l'actitud de la població, l'aversion al risc de la població catalana continua apareixen com el primer obstacle que els experts assenyalen a l'hora d'iniciar un projecte empresarial. A més, segons els experts, en general, hi ha una manca de cultura emprenedora i innovadora a causa del traspàs d'una societat industrial a una economia del coneixement, amb les incerteses que aquest fet genera.

Segons els experts, també existeix una actitud conservadora i una rigidesa de pensament en la societat catalana. Tenim tendència a fer aquelles coses que han funcionat «tota la vida», és a dir, encara hi ha poca cultura innovadora, amb la qual cosa difícilment tindrem un nombre adequat d'emprenedors.

Des del punt de vista de l'actitud dels catalans, el fet més preocupant és la manca d'esperit emprenedor, sobretot entre la població jove. Segueixen instal·lats en l'imaginari col·lectiu els casos excepcionals per als quals es requereix la condició de geni per poder dur a terme qualsevol projecte empresarial.

L'encara existent estigmatització del fracàs empresarial a la nostra cultura continua sent un fre important a l'activitat emprendedora, cosa que fa que els catalans, tot sovint, no tinguin prou confiança en ells mateixos per començar nous negocis.

Com ja es va esmentar a l'edició anterior d'aquest treball, l'endeutament de la societat espanyola en general és cada vegada més elevat i redueix de manera significativa la capacitat d'estalvi, fet que fa complicat aventurar-se en iniciatives empresarials. No es disposa de capital estalviat i hi ha uns compromisos de devolució de préstecs que no donen marge d'error. A tot plegat, cal sumar-hi la incertesa sobre el comportament futur de la nostra economia que fa que aquesta actitud conservadora i adversa al risc es faci encara més present.

La burocràcia excessiva per crear un negoci apareix, un any més, com un obstacle per a la creació d'empreses. L'any passat eren molts els experts que es queixaven que no s'avançava de manera significativa en la simplificació de la tramitació per a la creació d'una empresa, amb el resultat d'un cost temporal desmesurat i inexplicable per a l'empresa. Aquest any, tanmateix, són molts menys els qui esmenten aquest fet. Pot ser, doncs, que les mesures engegades per la Generalitat per a la simplificació administrativa hagin començat a fer efecte. No obstant això, el procés no és ràpid i per això alguns assenyalen que encara cal avançar molt en la simplificació dels tràmits.

Un altre fet que esmenten els experts, al qual no s'hi havia referit mai abans fins a aquest any, és que la regulació del mercat d'ocupació crea molts obstacles per als emprendadors, sobretot per als autoocupats que no tenen beneficis d'atur ni cobertura en baixes per malaltia.

De manera resumida, segons els experts hi ha una complexitat excessiva dels processos burocràtics associats a la formalització d'un nou negoci. El nou emprendedor se sent «angoixat» amb totes les llicències i permisos que ha d'obtenir, que, en conjunt, tenen un efecte dissuasiu sobre l'activitat emprendedora a Catalunya.

A diferència d'altres anys, són pocs els experts que assenyalen la manca de suport institucional com un obstacle per al procés emprendedor. El problema principal des del punt de vista del comportament de les diferents administracions que ofereixen suport al procés emprendedor (ajuntaments, diputacions, Generalitat i Administració Central) no és la manca d'interès, ni una escassetat de recursos dedicats a aquest ajut, sinó una descoordinació entre les administracions públiques per facilitar la tramitació (lentitud en la implantació de les finestretes úniques) i la generació d'informació útil (manca de transparència en els mercats). Tanmateix, alguns assenyalen que, sovint, és difícil encaixar en els requisits necessaris per accedir als ajuts públics i que aquests de vegades tenen dificultats per arribar correctament al seu *target*.

Finalment, els experts anomenen altres factors no classificables entre els quatre grans grups esmentats abans, com ara la necessitat de més i millors infraestructures per ubicar-hi les noves empreses, l'escassetat de sòl industrial, la poca capacitat d'absorció de les empreses ja existents, sobretot en els sectors anomenats «tradicionals» o «madurs», i la manca d'idees que generin valor afegit (en els darrers anys s'han dedicat molts recursos al sector de la construcció i el comerç i pocs a la indústria i els serveis no comercials).

La manca d'un discurs intel·lectual propici a assumir riscos en noves activitats, juntament amb una manca d'estímul per animar a la conversió d'idees i projectes generats a les universitats en negocis, fa que a Catalunya el fenomen de les *spin-off* universitàries sigui més una idea que una realitat.

Per últim, la fins ara bona salut de la nostra economia ha fet que el jovent optés per la feina assalariada. Així, una bona situació econòmica, amb una creació constant d'ocupació, pot esdevenir, paradoxalment, un fre a l'activitat emprendedora. A més, el mercat de treball habitualment ofereix bones oportunitats de feina per a les persones amb millors habilitats emprendedores i més potencial emprendedor.

Taula 33 Obstacles a la creació empresarial, segons l'opinió dels experts

	Catalunya		Resta de l'Estat espanyol		Total Espanya	
	Recompte	% de casos	Recompte	% de casos	Recompte	% de casos
Suport financer	20	60,6%	196	38,1%	216	39,4%
Normes socials i culturals	16	48,5%	192	37,3%	208	38,0%
Polítiques governamentals	15	45,5%	177	34,4%	192	35,0%
Educació i formació	13	39,4%	121	23,5%	134	24,5%
Context polític, social i intel·lectual	1	3,0%	121	23,5%	122	22,3%
Capacitat emprenedora	6	18,2%	116	22,5%	122	22,3%
Infraestructura física	6	18,2%	93	18,1%	99	18,1%
Clima econòmic	1	3,0%	79	15,3%	80	14,6%
Transferència R+D	1	3,0%	62	12,0%	63	11,5%
Programes governamentals	5	15,2%	51	9,9%	56	10,2%
Infraestructura comercial i professional	0	0,0%	55	10,7%	55	10,0%
Mercat laboral	4	12,1%	44	8,5%	48	8,8%
Obertura del mercat	0	0,0%	47	9,1%	47	8,6%
Composició de la població	0	0,0%	12	2,3%	12	2,2%
Total	33		515		548	

Enguany els experts assenyalen, de manera unànime, com a factor que afavoreix l'activitat emprenedora del nostre país l'actual situació econòmica. Cal recordar que les entrevistes amb els experts es van fer durant els mesos de maig a setembre del 2007, moment en què l'actual incertesa sobre la situació econòmica encara no havia arribat. Així, doncs, algunes de les seves afirmacions en aquell moment poden ara semblar descontextualitzades donada la informació de què disposem sobre la situació econòmica a Catalunya i en el món en general.

Les bones condicions econòmiques en general a Catalunya l'última dècada han permès més capacitat d'inversió i han donat estabilitat relativa a l'entorn econòmic i financer. En conseqüència han estat propícies per a l'activitat emprenedora. Segons els experts, la bonança econòmica va despertar en el seu moment l'interès de potencials emprenedors cap a la creació de noves empreses. El cost d'oportunitat en el cas de fracàs era menor, perquè hi havia més possibilitats de reincorporar-se al món laboral. A més, un entorn de tipus d'interès baixos ha fet que els qui podien accedir al finançament ho fessin en unes condicions molt favorables.

Un accés als mercats millor, creixent i més fàcil ha obert noves oportunitats per a potencials emprenedors. L'expansió global dels mercats obre possibilitats de nous mercats, nous productes i nous processos. Així, doncs, la recent reestructuració de l'economia global ha donat a aquells individus amb més capacitats la possibilitat de desenvolupar els seus propis projectes emprenedors.

Malgrat l'elevat dinamisme i el creixement econòmic que ha tingut lloc a Catalunya en l'última dècada, alguns experts no volen passar per alt el fet que aquest creixement s'ha dirigit a sectors tradicions i no tant a empreses d'intensitat tecnològica mitjana o alta, que són les que creen més valor afegit i, en definitiva, deixen un pòsit un cop passat el període de bonança.

De la mateixa manera que alguns experts assenyalaven les polítiques governamentals com a factors que obstaculitzaven l'activitat

emprenedora, aquestes també s'esmenten com a factors que l'afavoreixen. Es destaca l'existència d'una quantitat important d'ajuts públics per a la creació d'empreses, en especial procedents de l'Administració local.

Taula 34 Suport a la creació empresarial segons l'opinió dels experts catalans

	Catalunya		Resta de l'Estat espanyol		Total Espanya	
	Recompte	% de casos	Recompte	% de casos	Recompte	% de casos
Polítiques governamentals	6	18,8%	211	41,6%	217	40,3%
Programes governamentals	19	59,4%	156	30,8%	175	32,5%
Clima econòmic	15	46,9%	156	30,8%	171	31,7%
Suport financer	4	12,5%	113	22,3%	117	21,7%
Educació i formació	5	15,6%	107	21,1%	112	20,8%
Infraestructura física	2	6,3%	95	18,7%	97	18,0%
Capacitat emprenedora	4	12,5%	81	16,0%	85	15,8%
Context polític, social i intel·lectual	4	12,5%	80	15,8%	84	15,6%
Normes socials i culturals	6	18,8%	68	13,4%	74	13,7%
Obertura del mercat	5	15,6%	67	13,2%	72	13,4%
Transferència R+D	3	9,4%	68	13,4%	71	13,2%
Mercat laboral	5	15,6%	48	9,5%	53	9,8%
Infraestructura comercial i professional	3	9,4%	48	9,5%	51	9,5%
Composició de la població	3	9,4%	26	5,1%	29	5,4%
Total	32		507		539	

En els darrers anys, els experts consideren que hi ha hagut un canvi en les actituds dels polítics i de les administracions públiques cap a la importància dels emprenedors en la societat. L'esforç esmerçat per les administracions en relació amb la promoció de l'activitat emprenedora ha fet que la població sigui cada vegada més conscient de la importància de la funció empresarial i de les PIME a la nostra societat.

Així, doncs, un any més els experts assenyalen com a factors positius per a l'activitat emprenedora l'acompanyament de les empreses per part de polítiques governamentals d'assessorament i ajuts, i el suport governamental, malgrat la queixa que, un any més, els sectors tecnològics i relacionats amb la tecnologia gaudeixen de més ajuts financers per part de l'Administració enfront dels altres sectors. La innovació és, i ha de continuar sent, un eix estratègic fonamental per a l'administració, amb la qual cosa és relativament fàcil, segons els experts, obtenir ajuts, ja sigui finançament amb condicions molt bones o directament subvencions, per al desenvolupament d'aquestes activitats, tant en empreses noves com en empreses en funcionament.

Segons els experts, el marc institucional de suport a l'activitat emprenedora, sobretot la no governamental, fa una contribució especial al desenvolupament emprenedor. El suport públic a l'activitat emprenedora ha millorat en els darrers anys tant des del punt de vista quantitatiu com qualitatiu. Els experts assenyalen, doncs, l'ampli ventall de suport públic per desenvolupar activitats emprenedores existents actualment.

D'altra banda, algunes mesures fiscals avantatjoses recentment adoptades per a negocis nous que adopten una estructura legal es-

pecífica estan ajudant aquestes empreses a assumir la càrrega d'iniciar un negoci i estan fent de l'activitat emprenedora una carrera més atractiva.

Des del punt de vista de l'acompanyament de l'activitat investigadora cap a realitats empresarials els experts assenyalen que, tot i trobar-se en un estadi molt incipient, l'assistència i el suport ofert pels centres tecnològics i les universitats tècniques als nous negocis no és menyspreable. L'activitat de suport a la creació d'empreses de base tecnològica que es fan les universitats i els centres d'investigació amb el suport del CIDEM i el COPCA, ara unides en una mateixa agència, Acció, és cada vegada més important i fructífera. A més, la implementació de polítiques de *clústers* en algunes zones de Catalunya és també decisiva per al desenvolupament de l'activitat emprenedora ja que genera *spill-overs* sobre el conjunt de l'economia.

Els governs locals són, segons els experts, cada vegada més conscients de la importància de l'activitat empresarial i, en conseqüència, estan creant climes adequats i instruments per a la creació de nous negocis. Sense anar més lluny, alguns experts han assenyalat les iniciatives de suport a l'activitat emprenedora que s'han dut a terme a la regió metropolitana de Barcelona com a generadores d'un impacte positiu en l'activitat emprenedora catalana. A més, cal destacar no només la cada vegada més abundant existència de programes públics de suport als emprenedors sinó també, i sobretot, la bona direcció en l'enfocament de les polítiques públiques de suport a la creació d'empreses i a la innovació que, segons els experts, han pres les diferents administracions que tenen incidència a Catalunya.

Així, doncs, s'ha consolidat a Catalunya una àmplia xarxa municipal i comarcal de serveis de suport a la creació d'empreses formats per tècnics amb una dilatada experiència que permet un assessorament especialitzat als qui tenen un projecte empresarial i volen posar-lo en funcionament. Això, juntament amb l'acció coordinada entre les administracions locals i supralocals, encaminada a l'establiment d'objectius comuns, dinamisme econòmic i innovació ha fet que el seu paper esdevingui fonamental en eliminar sobretot la barrera del desconeixement de l'emprenedor.

Tot i que l'ensenyament superior encara està molt lluny d'un nivell satisfactori en quant a la creació d'empreses, els experts també creuen que els majors nivells superiors de formació i l'existència de cada vegada més titulats universitaris amb inquietuds emprenedores (per bé que encara lleugerament ateses) és un factor clau en la generació d'idees i projectes. A més, en aquest sentit, els experts són també unànimes a assenyalar l'oportunitat que ens ofereix el fet de tenir a Barcelona dues de les millors escoles de negocis mundials (IESE, ESADE). El paper d'aquestes escoles en la generació de noves iniciatives empresarials és fonamental.

Tot i que les normes culturals o l'actitud dels catalans cap a l'aversiò al risc s'ha esmentat abans com un fre a l'activitat emprenedora, no és menys cert que els experts, un any més, assenyalen la cultura i la història catalanes com un factor afavoridor de l'activitat emprenedora. La marcada tradició industrial i comercial catalana ha establert un conjunt de normes socials i aptituds que han motivat a una bona activitat emprenedora a Catalunya.

Finalment, l'empresari català comença a ser realment conscient de la necessitat d'innovar per no perdre el negoci. Tot i que per a molts sectors és massa tard, darrerament aquesta consciència empeny projectes i propostes. La relació universitat-empresa comença a ser bona i el recent canvi en la política de transferència de R+D a les universitats catalanes i els centres d'investigació està permetent que iniciatives privades puguin centrifugar el coneixement generat de manera institucional. A més, les associacions empresarials, sobretot les de joves empresaris, a través de la seva feina a Internet estan impulsant nous projectes empresarials de més valor afegit.

Els experts creuen que per millorar l'activitat emprenedora a Catalunya cal actuar, sobretot, des de les administracions públiques. Una vegada més aflora la necessitat d'incidir en el sistema educatiu i de formació com a una mesura per millorar l'activitat emprenedora. Són molts, altre cop, els experts que proposen la introducció d'assignatures que promoguin la cultura emprenedora en els programes educatius. Així, fóra bo introduir noves matèries en els programes escolars com ara la creativitat o la presa de decisions.

Així com l'any passat apareixia el context polític i social com un dels aspectes en els quals calia incidir per millorar l'activitat emprenedora, aquest any cap expert no l'ha esmentat. Així, doncs, es confirma, una vegada més, que el clima de crispació política viscut durant el 2006 a Catalunya amb el procés d'elaboració de l'Estatut va poder influir no només en l'activitat emprenedora catalana, sinó també en la preocupació dels experts que han estat entrevistats.

Per acabar, i de manera més concreta, els experts esmenten les mesures següents com afavoridores de l'activitat emprenedora. Moltes d'aquestes es repeteixen any rere any, amb la qual cosa no només les administracions, sinó la societat en general hauríem de prendre'n nota per tal d'orientar, els anys vinents, tant els recursos polítics com els privats cap a les mesures que els experts proposen.

Des del punt de vista del sector públic:

1. Gestió coordinada entre les diferents institucions i nivells de govern per a la creació de noves empreses per evitar solapaments i oferir una assistència més completa i organitzada als emprenedors.
2. Més i millor assignació de recursos públics cap a les activitats i programes de suport a l'activitat emprenedora.
3. Més promoció i acompanyament de les noves empreses cap a les oportunitats que ofereix la cada vegada més important obertura dels mercats.
4. Més seguiment, incloent-hi la formació, la tutorització i el suport en general disponible per a les empreses de nova creació, amb un èmfasi especial en l'empresarialització de l'autoocupació.
5. Adopció de polítiques orientades a reduir els riscos personals dels emprenedors a l'hora de crear un negoci.
6. Continuar construint l'èxit dels centres de negoci existents i les incubadores per donar una resposta més adient a la demanda creixent dels serveis que ofereixen les institucions.
7. Aprofundir en la reestructuració del suport públic a la creació de negocis (visió integrada, un únic programa, coordinació i *networking*).
8. Creació de línies de subvenció més generals per ampliar el perfil dels emprenedors que puguin tenir ajuts a la creació d'empreses.
9. Donar suport als centres tecnològics que generen iniciatives empresarials per explotar resultats de la seva R+D.
10. Enfortiment de la relació entre el món de l'empresa, les universitats i les administracions públiques sobre la base del desenvolupament de projectes concrets.

Des del punt de vista de la burocràcia, la legislació i la fiscalitat:

1. Implantació real de finestretes úniques per evitar que alguns emprenedors es quedin pel camí per por o mandra a l'hora de tramitar el procés de posada en funcionament del seu negoci.
2. La càrrega d'impostos per als nous empresaris hauria de ser un sistema gradual d'imposició que permetés que les noves empreses es beneficiessin de més exencions fiscals que desapareguessin amb el temps. En definitiva, reduir la pressió fiscal sobre les noves empreses en el període de consolidació de la iniciativa.
3. La regulació del mercat laboral hauria de canviar en el sentit d'afavorir l'activitat emprenedora i l'autoocupació.
4. Reformar la legislació laboral per tal de permetre més flexibilitat a les PIME.
5. Millorar la legislació de capital risc.

Des del punt de vista de l'educació i l'àmbit universitari:

1. Millores generals en l'educació, sobretot la formació professional i els nivells universitaris cap a la cultura emprenedora.
2. Canvi en els actuals mitjans d'ensenyament en el sistema escolar, amb processos més participatius i interactius entre els alumnes, els professors i el món empresarial.
3. Més promoció i inclusió de l'educació en matèria d'activitat emprenedora a tots els nivells del sistema educatiu.

4. La imatge de l'activitat emprenedora i els emprenedors ha de reforçar-se dins la societat i sobretot entre els joves a través d'esforços especials a les escoles.
5. Dirigir la formació professional cap a activitats que aportin valor afegit i de tecnologies de la informació.
6. Posada en funcionament de mecanismes que afavoreixin la interacció entre els titulats universitaris i els doctors amb les escoles de negocis i els seus titulats, per tal d'afavorir la creació d'equips mixtos dirigits al llançament de noves empreses innovadores. A més, promoure espais de relació entre nous emprenedors per a l'intercanvi d'experiències i generació de relacions i de complicitat a partir de projectes concrets.
7. Suport directe als nous llicenciats per a la creació d'empreses com a sortida real al món laboral.

Des del punt de vista de l'actitud i el comportament de la població i del finançament, les mesures proposades són pràcticament les mateixes dels anys anteriors. Així, doncs, és potser en aquest aspecte on més hauríem d'incidir:

1. Sensibilitzar en la iniciativa emprenedora tots els col·lectius educatius, per tal de facilitar el coneixement i fomentar l'activitat emprenedora des de la base educadora. Actuar transversalment amb els altres agents econòmics i socials implicats, amb l'objectiu de delimitar polítiques transversals que ajudin el foment de l'activitat emprenedora.
2. Afavorir l'acompanyament als emprenedors durant els primers anys de vida de l'empresa a través de tècnics propers. És a dir, invertir en els tècnics propers als emprenedors per facilitar-ne l'acompanyament.
3. Promoure la generació d'oportunitats tecnològiques principalment a partir de la promoció de la recerca pública de base. Les oportunitats diferencials es generen en un entorn de coneixement.
4. Desenvolupar instruments financers per a tots els sectors i els territoris, no només els de base tecnològica o en els territoris en declivi. Aquests instruments han de facilitar l'accés al finançament de tota mena de projectes amb perspectives de viabilitat, a partir d'una anàlisi seriosa i rigorosa, de manera que s'esmorteeixi el risc personal dels emprenedors. Així s'estendrà la cultura d'emprendre, que és la base del desenvolupament econòmic i social.
5. Afavorir l'ús de les TIC i donar suport a mesures formatives que ajudin a millorar la competitivitat de les PIME.
6. Promoure i establir vincles forts i xarxes entre els potencials emprenedors, entre els qui tenen els coneixements i els qui tenen el capital.
7. Millorar l'orientació de la promoció de l'activitat emprenedora cap a col·lectius específics amb perfils que ofereixin més potencial emprenedor.
8. Promoure més el *networking* i els contactes entre els potencials emprenedors i els qui han tingut èxit.
9. Invertir més en infraestructures de R+D que desenvolupin models de transferència de tecnologia semblants als que ja existeixen en els països escandinaus.

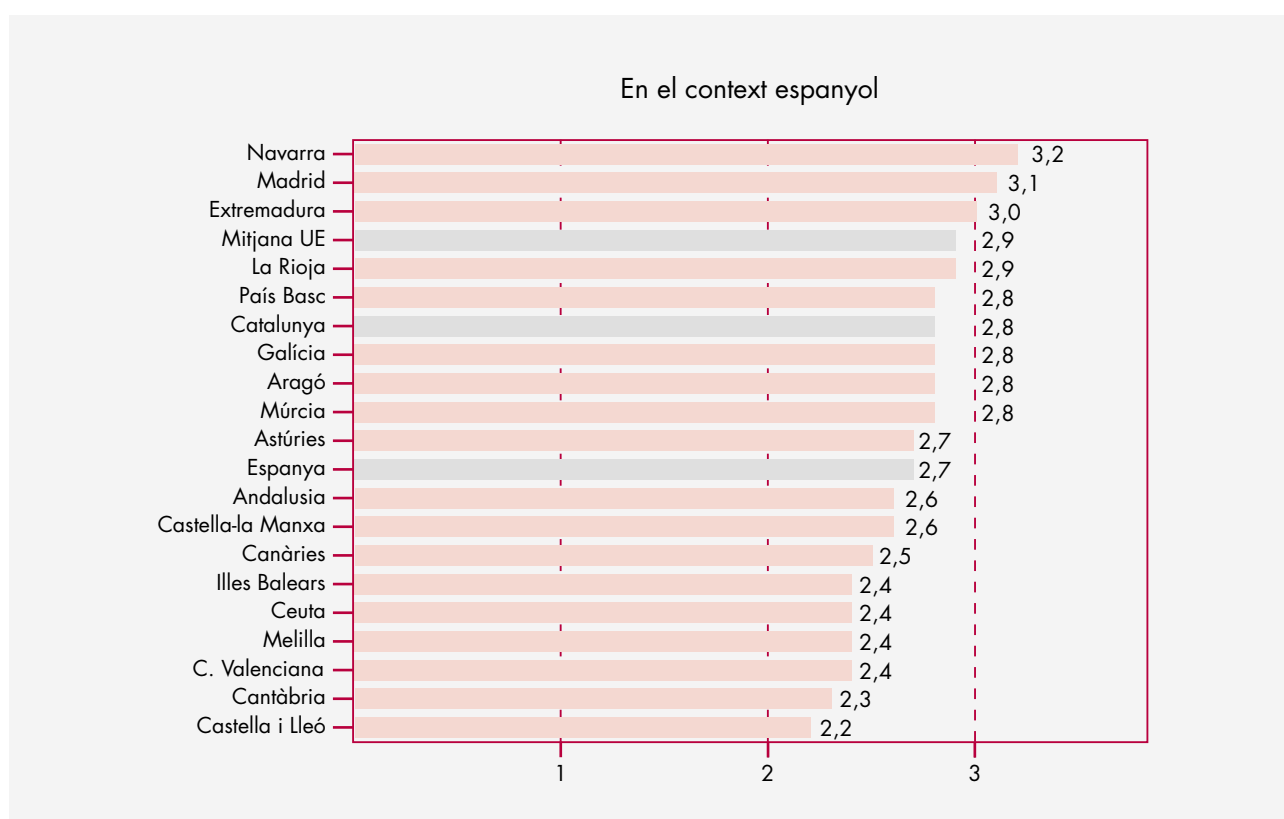
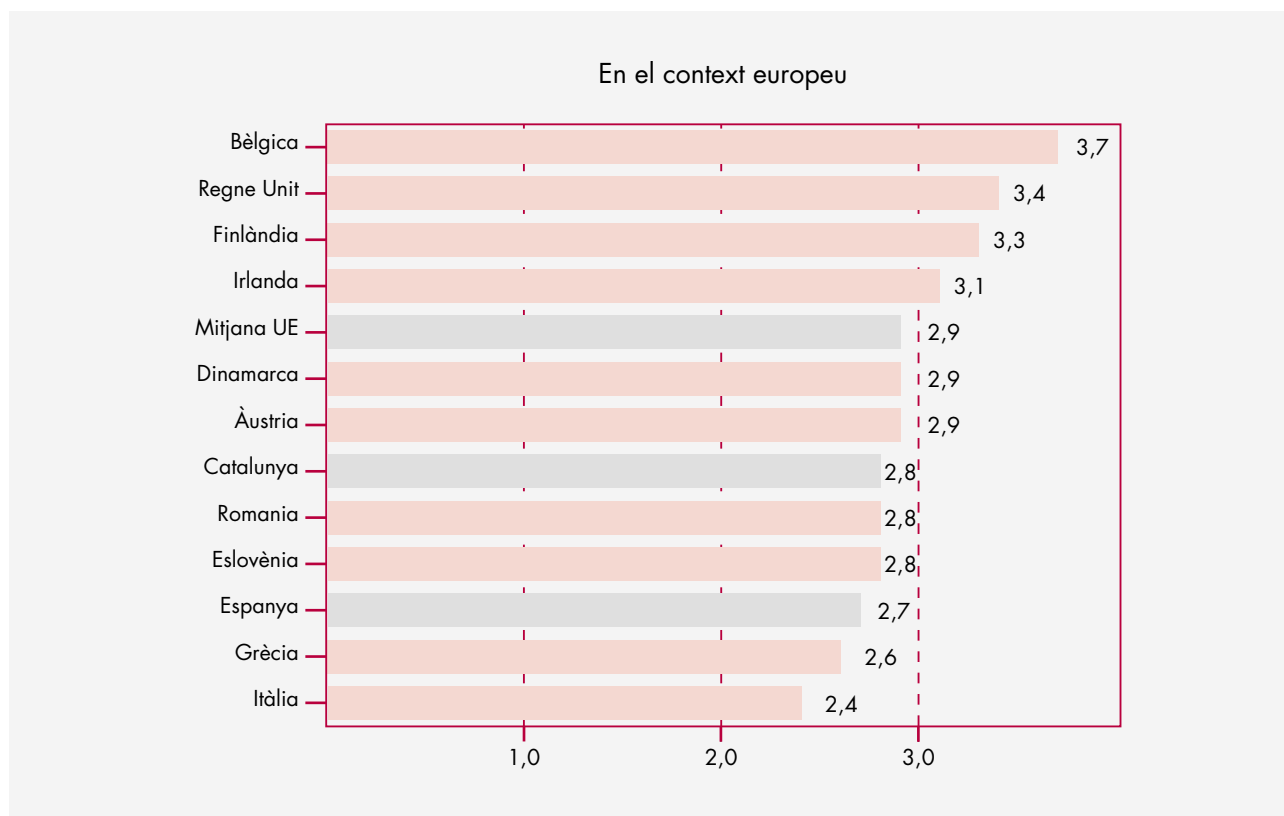
Taula 35 Temes tractats pels experts catalans en les recomanacions sobre polítiques públiques per millorar l'entorn de la creació empresarial

	Catalunya		Resta de l'Estat espanyol		Total Espanya	
	Recompte	% de casos	Recompte	% de casos	Recompte	% de casos
Educació i formació	20	60,6%	263	52,0%	283	52,5%
Polítiques governamentals	18	54,5%	265	52,4%	283	52,5%
Suport financer	9	27,3%	186	36,8%	195	36,2%
Programes governamentals	16	48,5%	175	34,6%	191	35,4%
Normes socials i culturals	12	36,4%	73	14,4%	85	15,8%
Transferència R+D	3	9,1%	80	15,8%	83	15,4%
Infraestructura comercial i professional	2	6,1%	57	11,3%	59	10,9%
Infraestructura física	1	3,0%	56	11,1%	57	10,6%
Context polític, social i intel·lectual	0	0,0%	48	9,5%	48	8,9%
Capacitat emprenedora	1	3,0%	43	8,5%	44	8,2%
Obertura del mercat	2	6,1%	32	6,3%	34	6,3%
Clima econòmic	0	0,0%	8	1,6%	8	1,5%
Mercat laboral	1	3,0%	5	1,0%	6	1,1%
Composició de la població	0	0,0%	3	0,6%	3	0,6%
Total	33		506		539	

8.4. Posició catalana en l'àmbit internacional i espanyol sobre l'estat de les condicions de l'entorn avaluades pels experts

Les figures següents mostren la posició relativa de Catalunya, tant en l'entorn internacional GEM com en l'espanyol, sobre les condicions avaluades pels experts. Les conclusions que s'extrauen de l'anàlisi es resumeixen a continuació.

Catalunya (2,8) continua ocupant una posició similar a la mitjana europea pel que fa a suport financer a la creació d'empreses. Tot i així, els experts catalans ho valoren per sobre de la mitjana espanyola, just per darrere de les comunitats del nord peninsular (Navarra, el País Basc, la Rioja), Extremadura i la Comunitat de Madrid.

Figura 43 Valoració mitjana dels experts sobre l'entorn. Suport financer

Quant a les polítiques governamentals de suport a la creació d'empreses a Catalunya, els experts les valoren lleugerament per sota de la mitjana espanyola i, a diferència de l'any passat, també de la mitjana europea (2,7 punts sobre 5, 2,9 i 2,9 per a Catalunya, l'Estat espanyol i la Unió Europea, respectivament). A més, en la seva posició relativa, els experts catalans són dels que menys valoren les mesures de suport de les polítiques governamentals, només per darrere de Cantàbria, Galícia, Canàries i Castella i Lleó (figura 44) i la valoració ha minvat gairebé 4 dècimes respecte de l'any 2006. Cal afegir-hi també que els experts catalans avaluen els tràmits i les lleis derivades de les polítiques governamentals de manera positiva (2,6 sobre 5), per sobre de la mitjana europea, per bé que amb una valoració d'unes dècimes per sota de la de l'any passat. En l'àmbit espanyol, l'opinió dels experts catalans perd posicions i se situa, un any més, per darrere de la mitjana europea. Així, doncs, l'avaluació global de Catalunya en programes governamentals se situa per sobre de la mitjana europea i per sota de l'espanyola, amb una avalució de 3,1 punts sobre 5, una valoració semblant a la de l'any passat.

Figura 44 Valoració mitjana dels experts sobre l'entorn. Mesures de suport en les polítiques governamentals

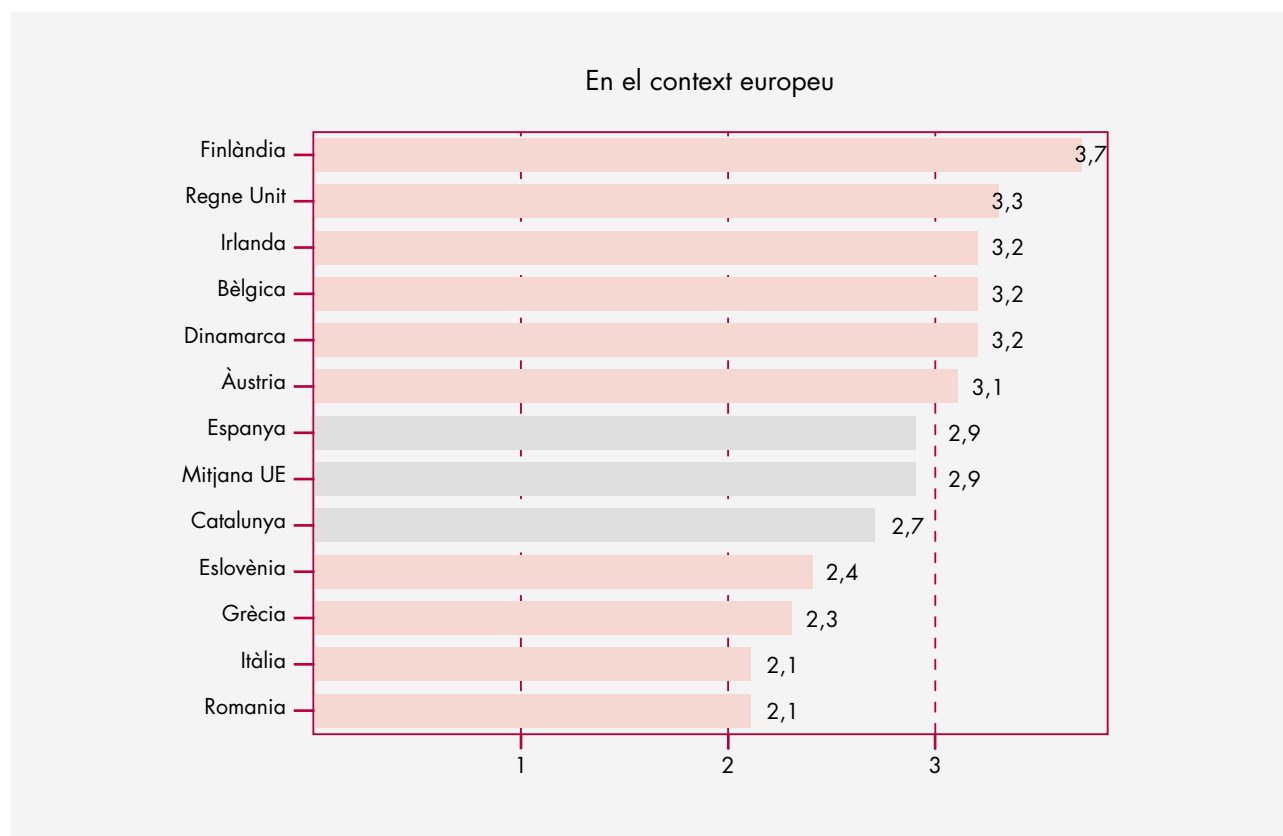


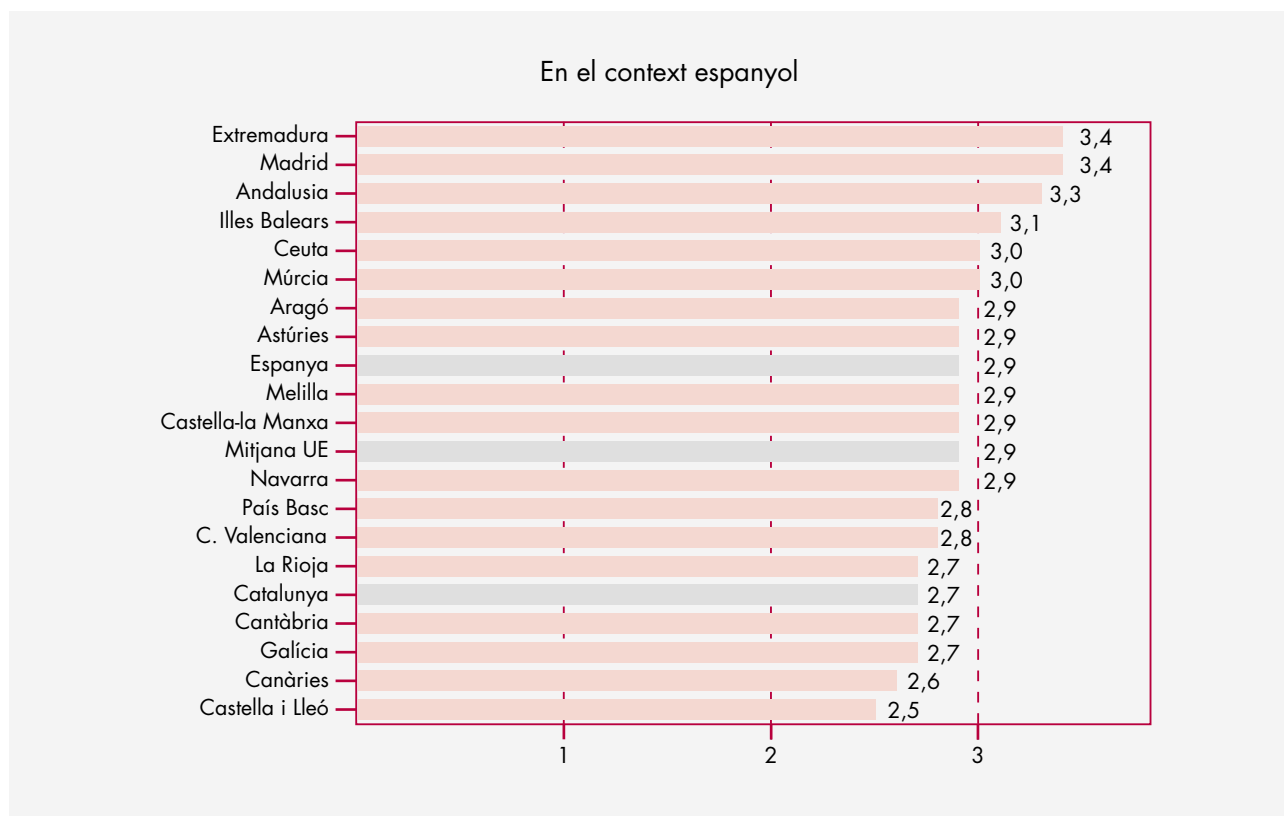
Figura 44 (Continuació)

Figura 45 Valoració mitjana dels experts sobre l'entorn. Tràmits i lleis derivades de les polítiques governamentals

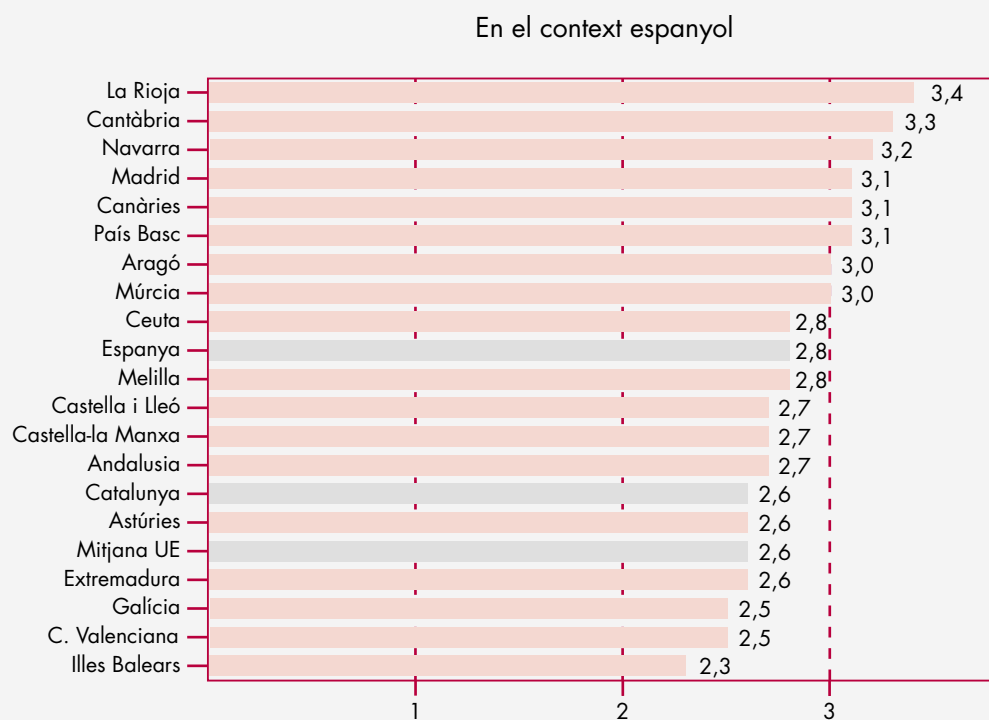
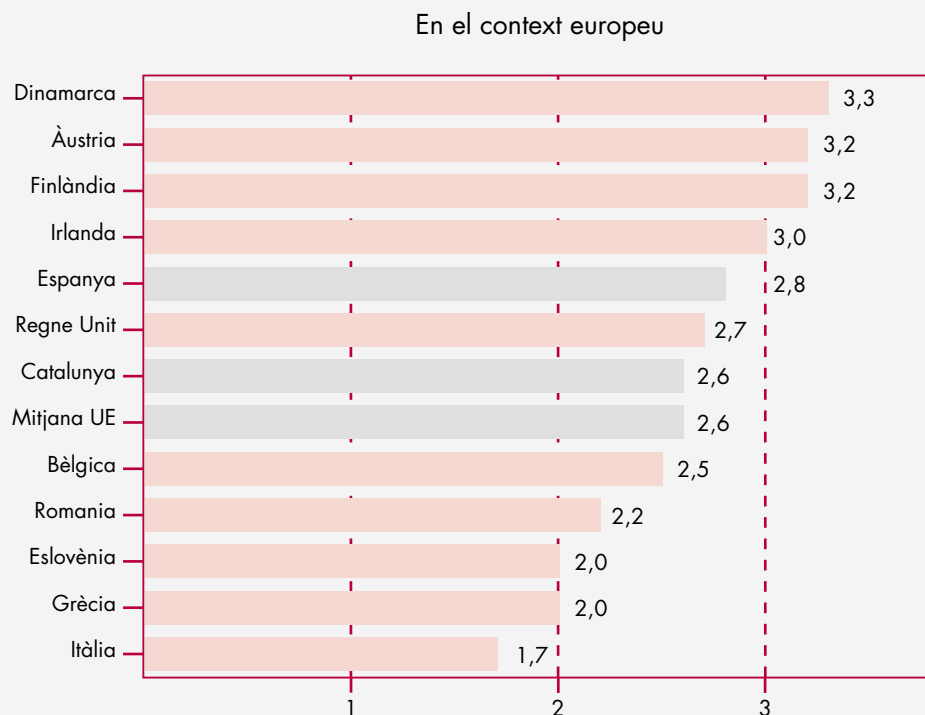
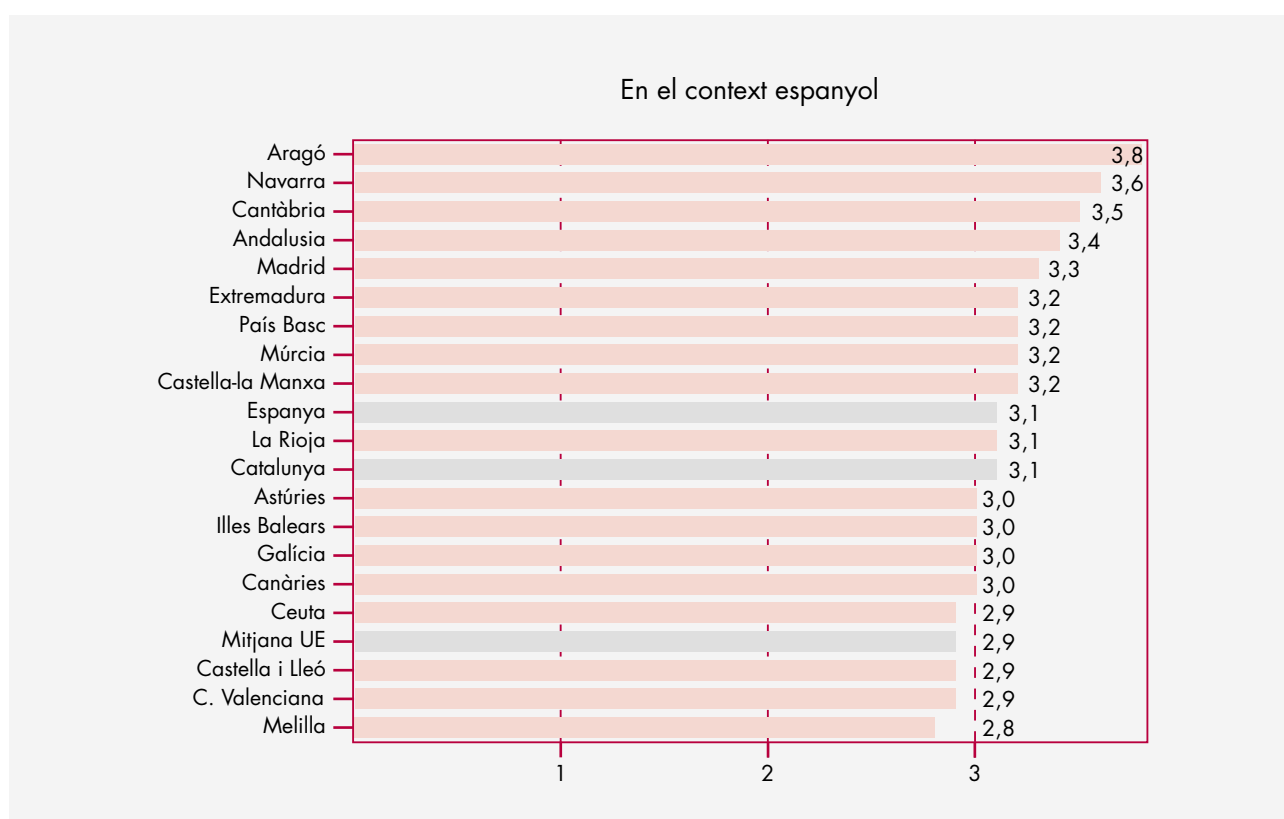
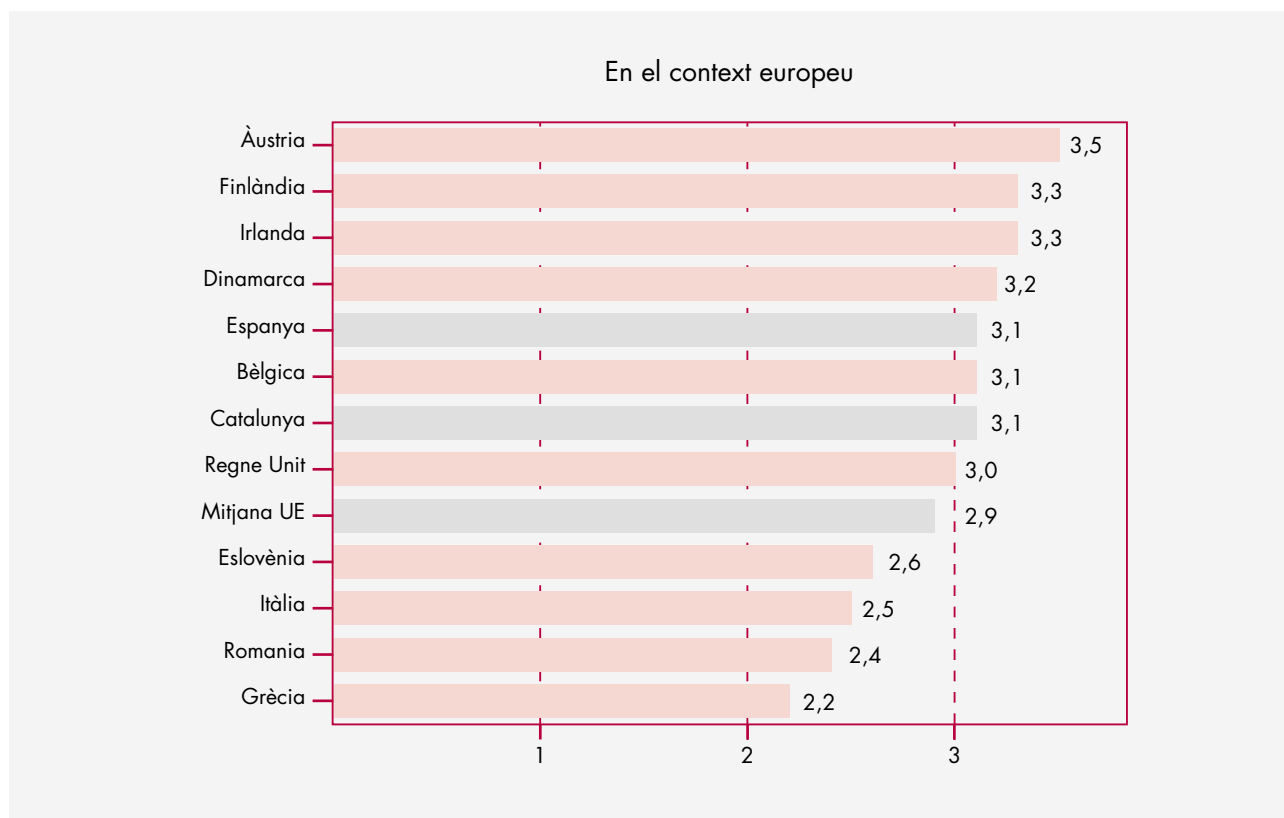


Figura 46 Valoració mitjana dels experts sobre l'entorn. Polítiques governamentals en global.

L'educació i la formació obtenen una avaluació per sota de la mitjana europea, per bé que Catalunya se situa en posicions més bones que l'any passat, per davant d'Itàlia, Grècia i Àustria. Aquesta valoració és coherent amb el debat sobre el model educatiu de Catalunya i amb l'Informe Pisa d'aquest any, que situen l'Estat espanyol i Catalunya en els darrers llocs en quant a coneixements i habilitats dels més joves. Tanmateix, aquest informe situa Finlàndia a la capçalera dels països europeus en qüestions d'educació i formació, però, en canvi, els experts finlandesos no són els que valoren amb una nota més alta l'educació primària i secundària com a factors de suport a la creació d'empreses en el seu país, sinó que són els danesos i els irlandesos els qui ho fan l'any 2007 (2,8 punts i 2,6 punts sobre 5, respectivament). També és preocupant el fet que l'avaluació dels experts sobre l'educació primària i secundària s'hagi mantingut en els mateixos nivells de l'any passat.

Figura 47 Valoració mitjana dels experts sobre l'entorn. Educació primària i secundària

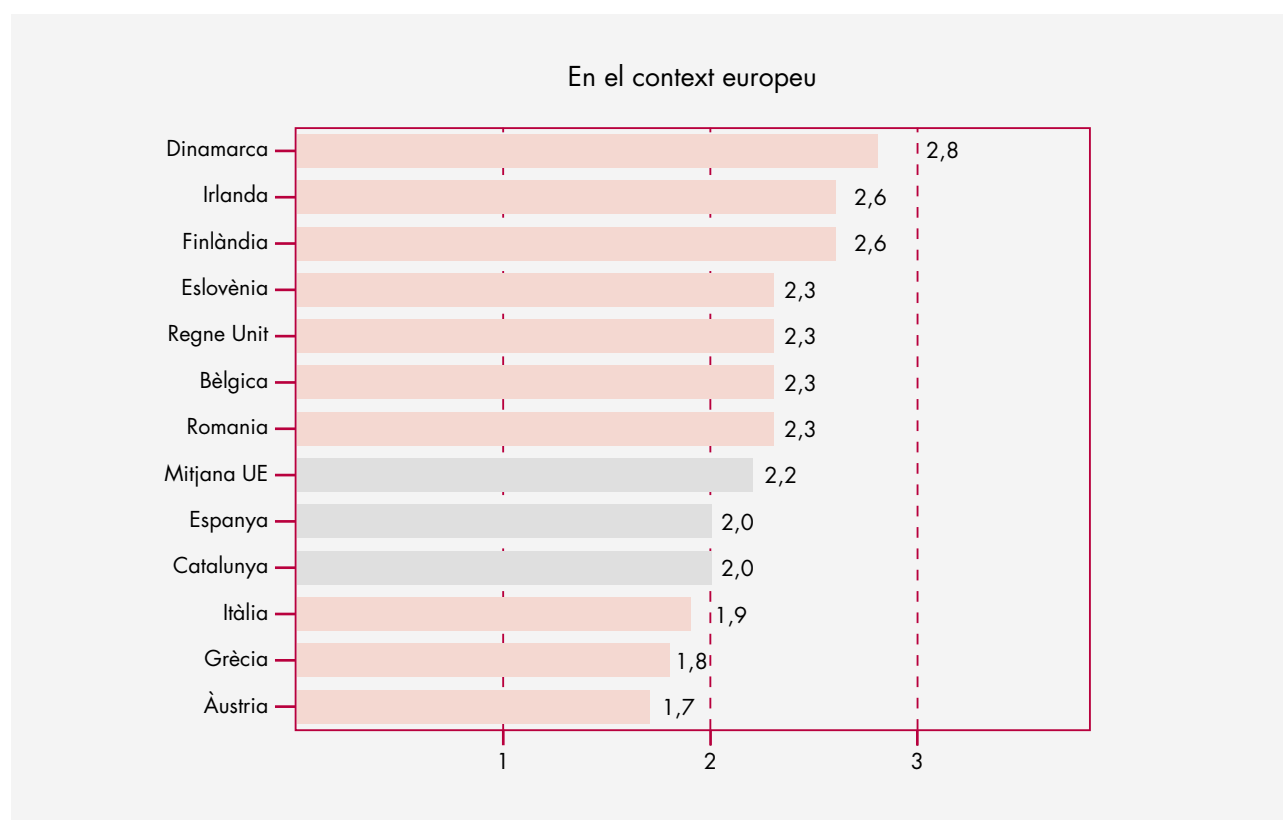
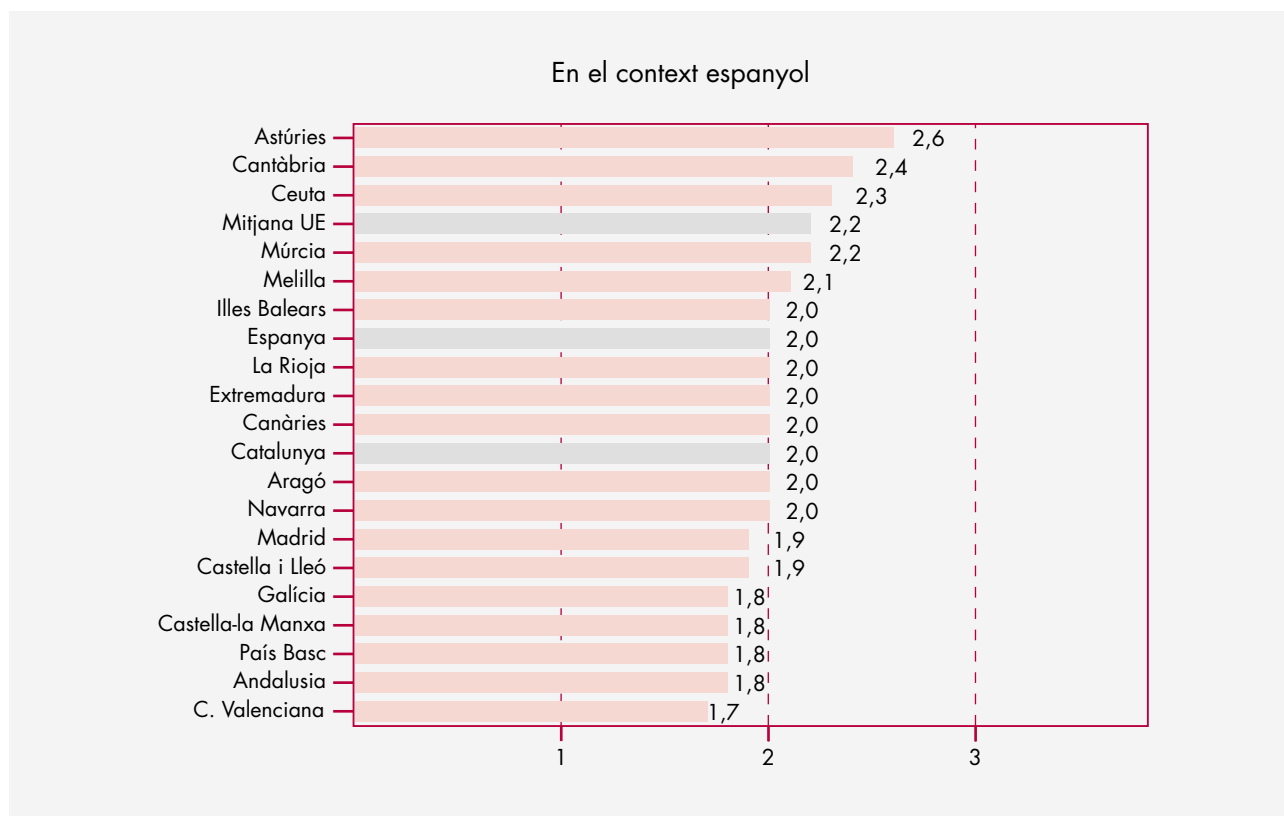
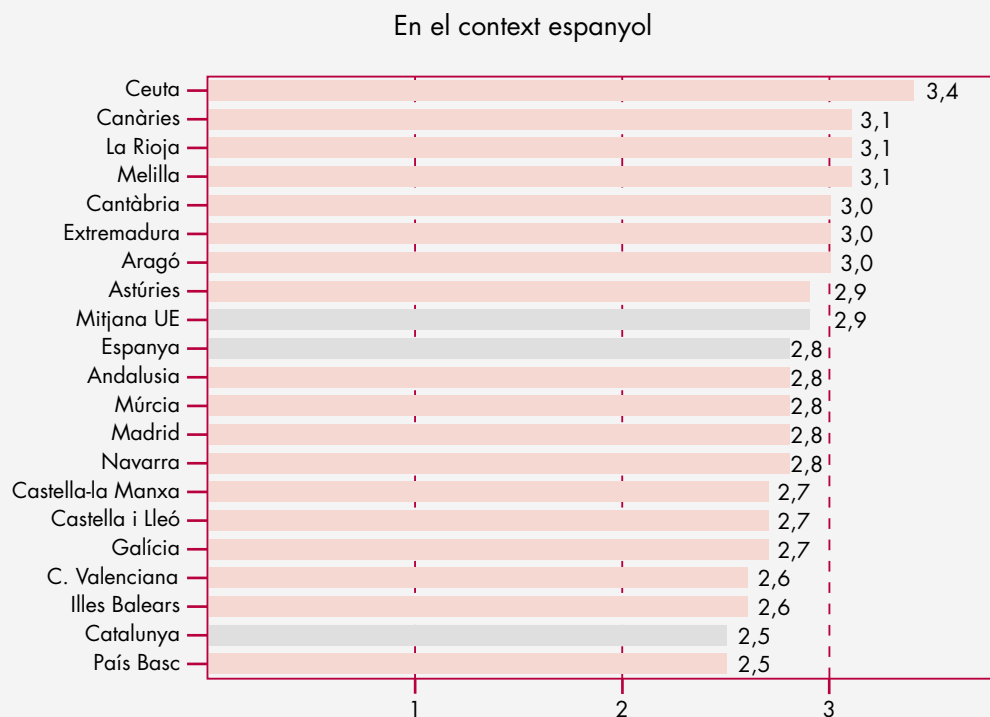
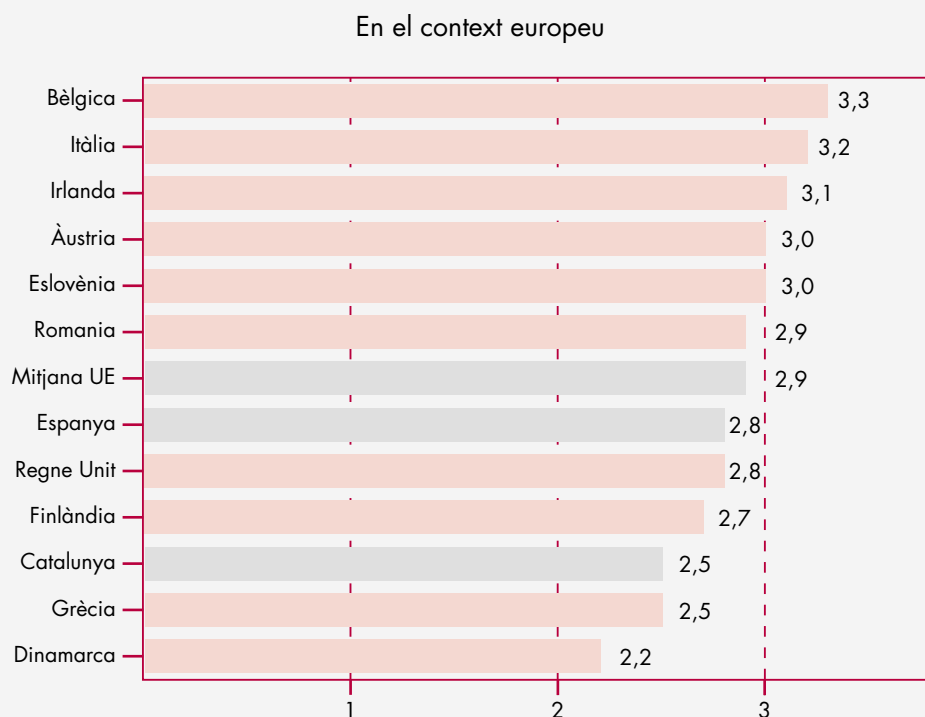


Figura 47 (Continuació)

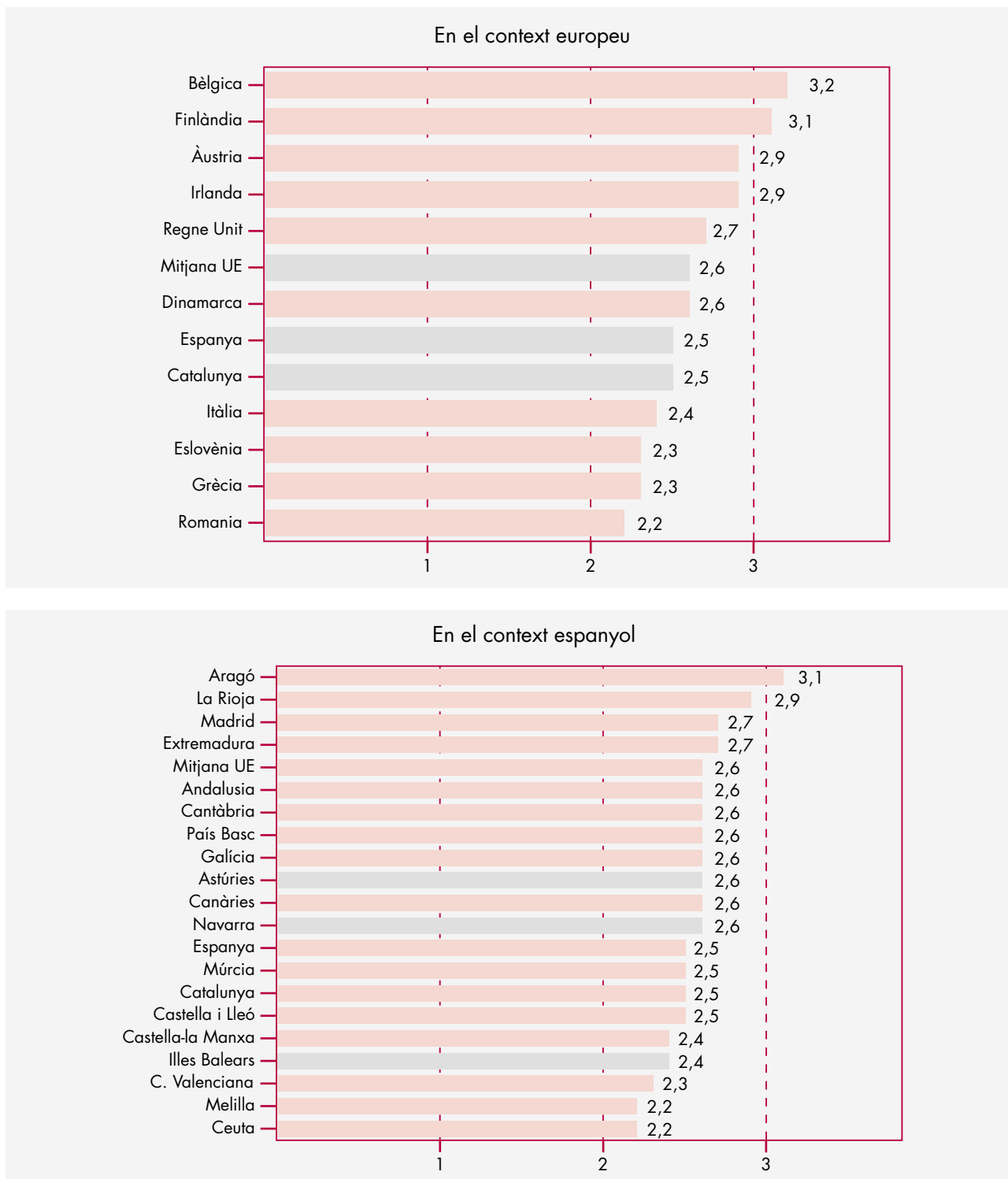
L'any 2007, els experts fan també una pobra valoració de l'educació postsecundària a Catalunya, en situar-la per sota de la mitjana europea, amb una diferència de gairebé mig punt sobre 5. El 2006 aquesta diferència va ser de poc menys de 10 dècimes. No obstant això, la comparació amb la resta de les comunitats autònomes espanyoles la situa per sota de la mitjana espanyola i només per davant del País Basc, en una posició relativa molt inferior a la de l'any 2006, on Catalunya tenia per darrere comunitats autònomes com ara Madrid o la Comunitat Valenciana. La caiguda de la valoració de l'educació postsecundària és també força important en el País Basc. Els experts de Ceuta són els qui millor valoren el seu sistema educatiu postsecundari malgrat no tenir en el seu territori cap universitat.

En aquest sentit, aquesta valoració dels experts és coherent amb les veus que s'han alçat a Catalunya des les universitats sobre la manca de recursos i la necessitat d'un nou pla d'inversions. Una millora del finançament del sistema universitari català, com també de la transferència de coneixements, podria afavorir, segons els experts, l'activitat emprenedora a Catalunya.

Figura 48 Valoració mitjana dels experts sobre l'entorn. Educació postsecundària

Tot i així, la transferència de tecnologia i R+D comença a ser esperançadora, per bé que s'estabilitza respecte de l'any passat a Catalunya, dins d'un discret panorama internacional (2,5 punts sobre 5, 10 dècimes per sota de l'avaluació europea). en l'àmbit espanyol, els experts catalans no difereixen de la mitjana dels espanyols. Tanmateix, altres comunitats obtenen valoracions lleugerament millors, com, per exemple, Aragó, que, per segon any consecutiu, encapçala la llista de les comunitats autònomes.

Figura 49 Valoració mitjana dels experts sobre l'entorn. Transferència de tecnologia i R+D



Segons els experts entrevistats, Catalunya té unes infraestructures comercials i de serveis molt favorables per a la creació d'empreses. Les valoren amb 3,3 punts sobre 5. L'avaluació, a més, està per sobre de la del 2006, per bé que no assoleix els valors del 2005. Cal afegir també que ensens torna a recuperar posicions en la comparació amb les mitjanes europea i espanyola.

Aragó torna a ser, un any més, la regió d'Espanya que obté una valoració més bona, per bé que la distància respecte de Catalunya s'ha reduït. El 2006 les separava gairebé un punt, mentre que el 2007 aquesta diferència és només de 40 dècimes. Segurament la ZAL de Saragossa continua contribuint de manera notòria a aquesta avaluació a causa de l'important paper que aquesta plataforma logística té en l'economia aragonesa.

Figura 50 Valoració mitjana dels experts sobre l'entorn. Infraestructures comercials i serveis

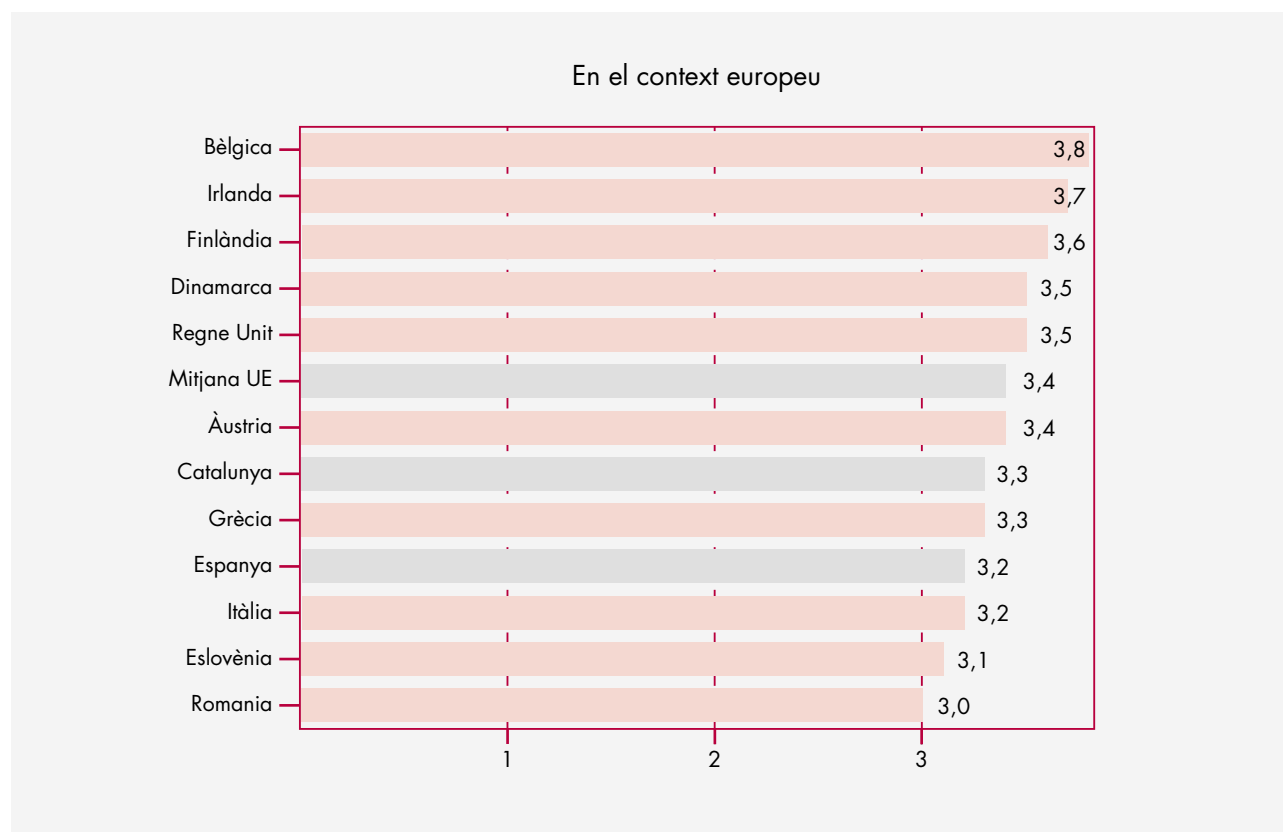
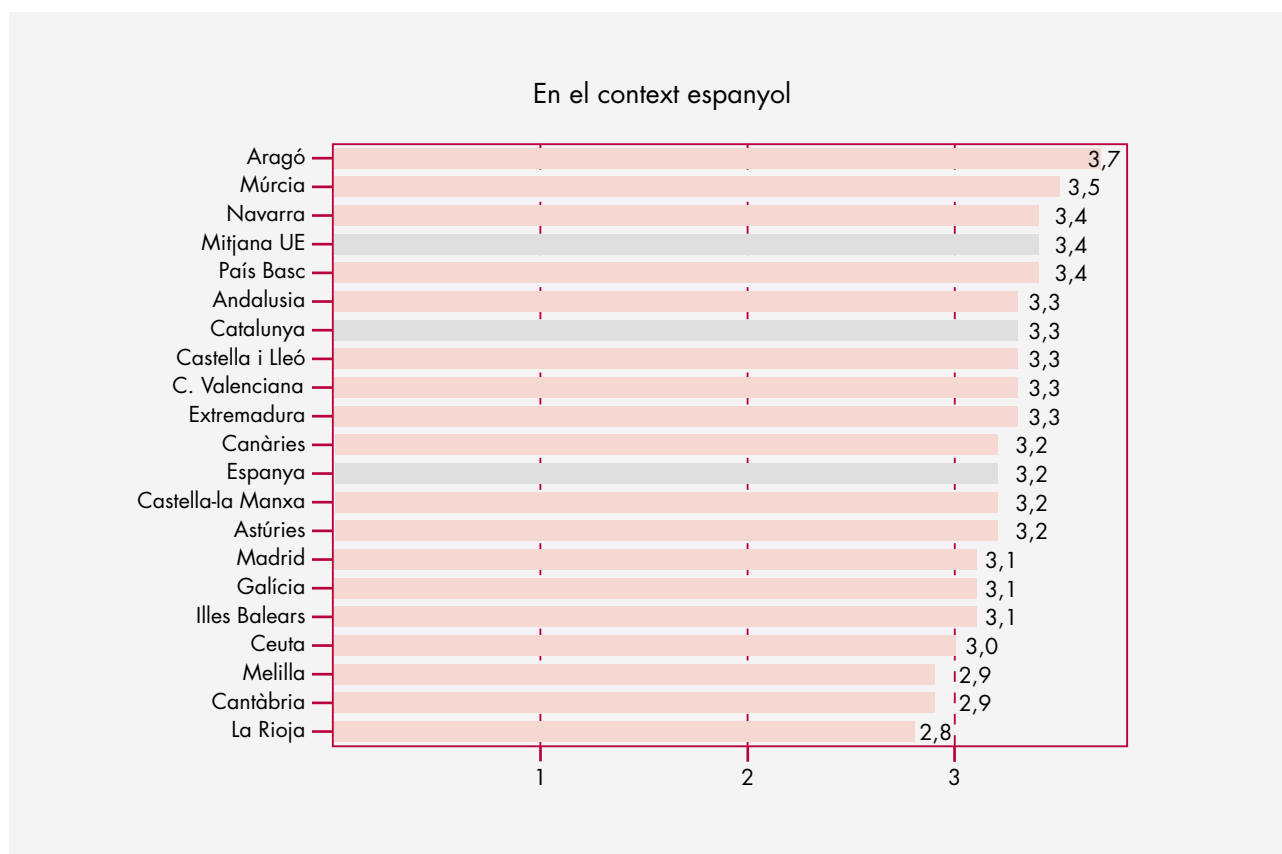
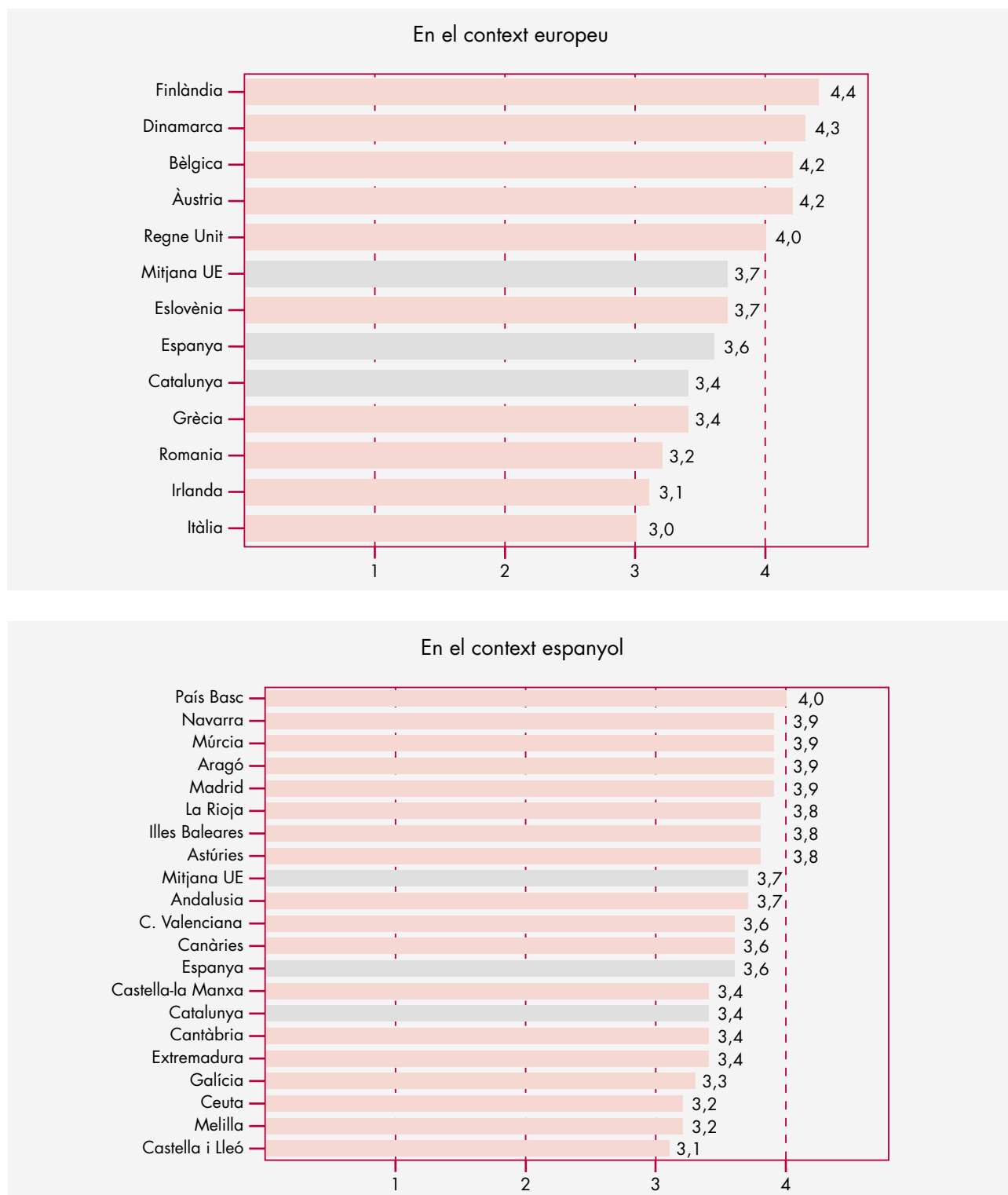


Figura 50 (Continuació)

Així com l'any 2006 la situació d'accés a les infraestructures físiques era molt preocupant, l'any 2007 la situació ha millorat. Catalunya s'ha allunyat de les últimes posicions, tot i que se situa per davant de regions més perifèriques com ara Galícia i Extremadura o Ceuta i Melilla. Tanmateix, a pesar de la seva millorar relativa, l'avaluació de les infraestructures físiques continua sent la mateixa que l'any 2006: 3,4 punts sobre 5. Aquesta valoració pot estar basada en el dèficit d'inversió en infraestructures que Catalunya pateix en els darrers anys i l'endarreriment d'alguns projectes. A més, és coherent amb l'opinió dels experts: només un 6,3 d'ells va esmentar les infraestructures físiques com un suport a la creació d'empreses a Catalunya.

Figura 51 Valoració mitjana dels experts sobre l'entorn. Accés a infraestructures bàsiques

Crida l'atenció també el valor que els experts atorguen a la capacitat de reacció dels catalans davant l'obertura del mercat intern. Els experts avaluen de manera positiva, i per sobre de les mitjanes espanyola i europea, la supressió de barreres en el mercat intern com a factor que afavoreix l'activitat emprendora. Ara bé, alhora també atribueixen a la poca capacitat de reacció dels catalans

davant aquesta obertura del mercat com un fre per a l'activitat emprenedora. D'aquesta manera, els experts valoren en 2,1 punts sobre 5 la capacitat de reacció dels catalans (enfront dels 2,2 punts del 2006) i els experts espanyols ho fan amb una valoració igual. Amb tot, s'ha de dir que l'avaluació europea també és relativament baixa.

Figura 52 Valoració mitjana dels experts sobre l'entorn. Capacitat de reacció davant l'obertura dels mercats interns

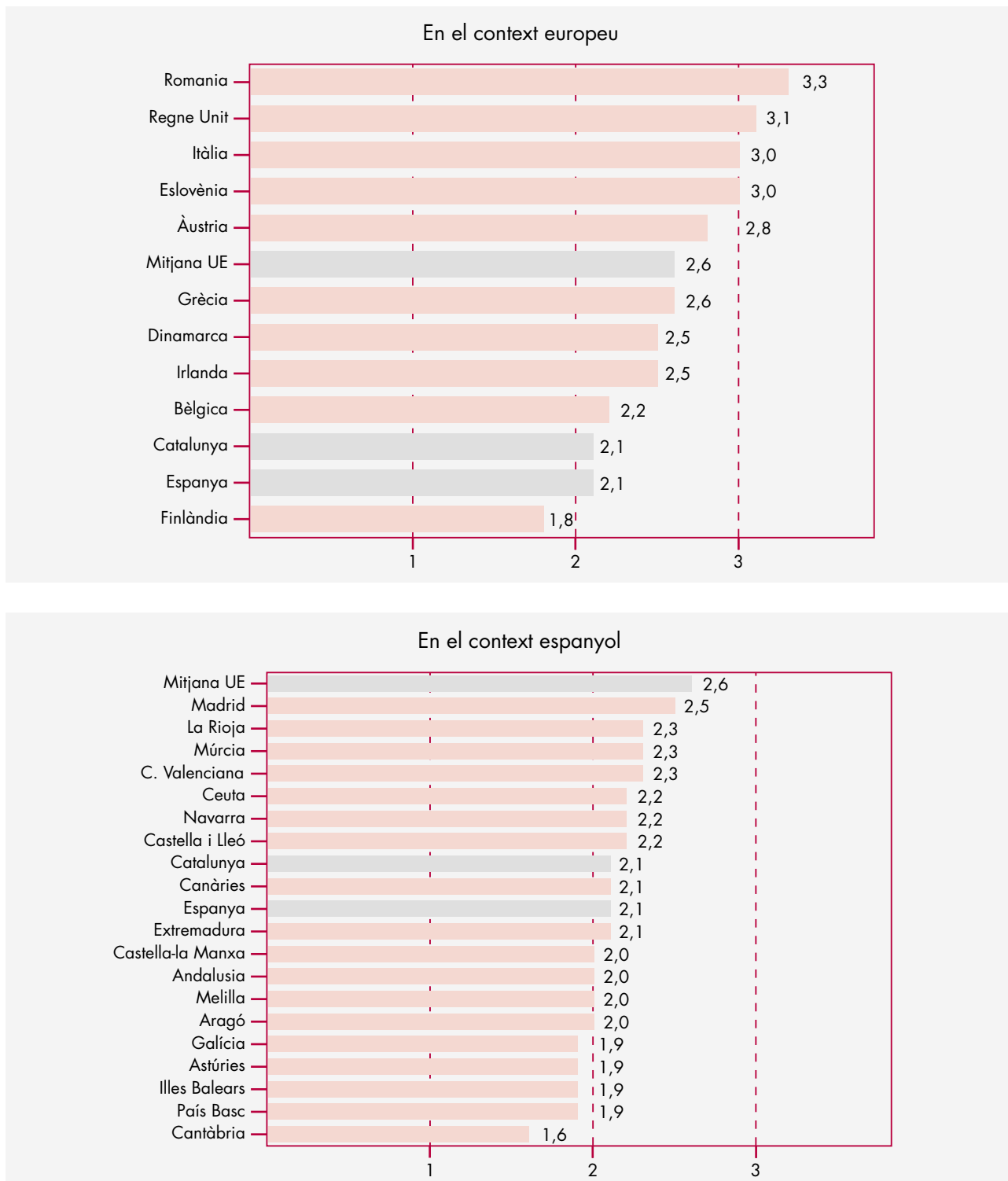
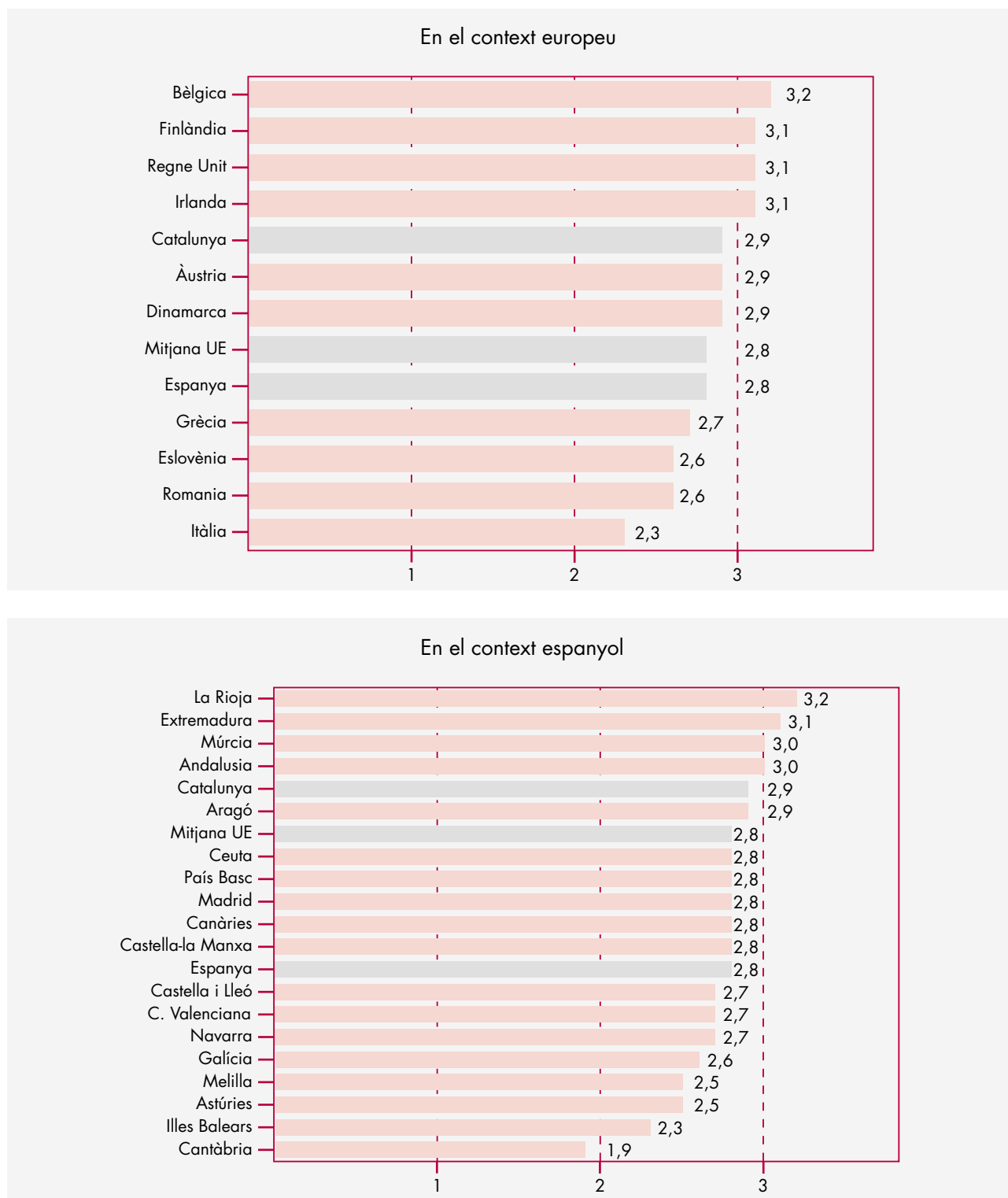
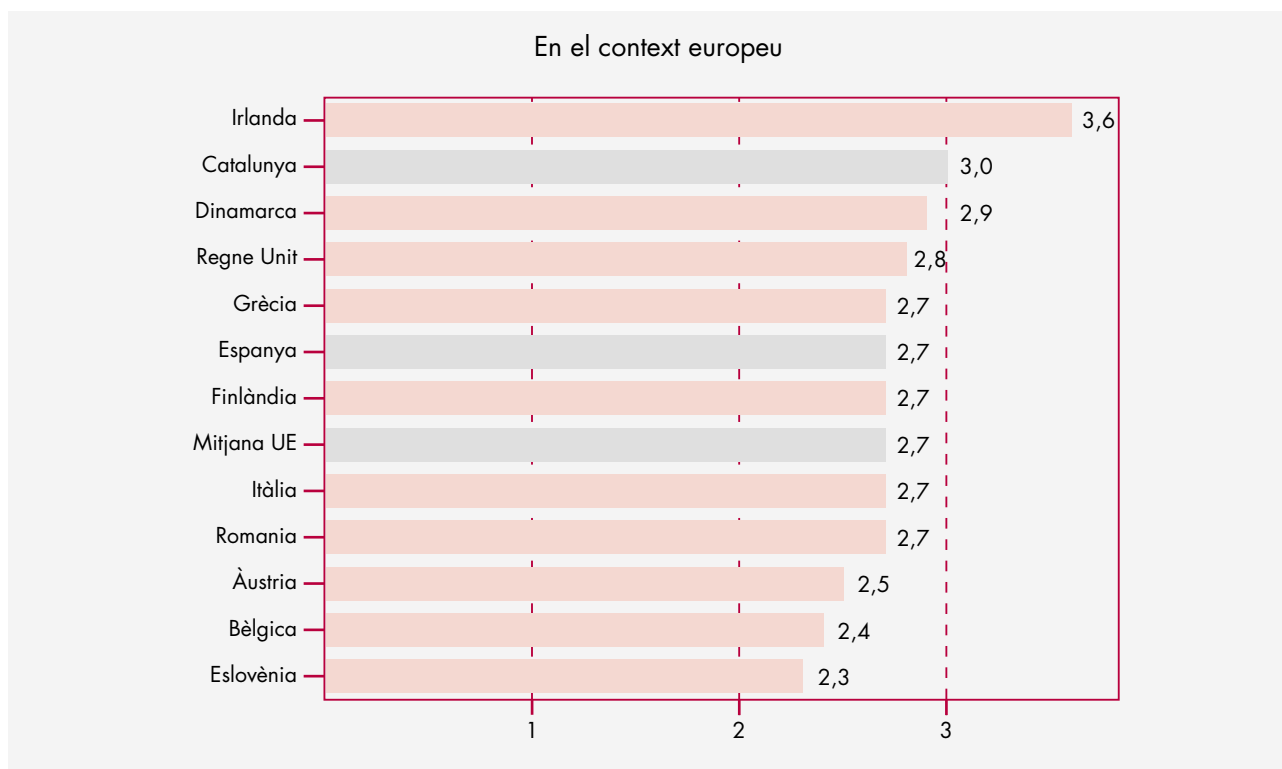


Figura 53 Valoració mitjana dels experts sobre l'entorn. Eliminació de barreres per a l'obertura del mercat



Per últim, l'avaluació de les normes socials i culturals a Catalunya com a factor positiu per a l'activitat emprendedora està per sobre de les mitjanes europea i espanyola (3,0 enfront del 2,7 i el 2,7 de la UE i de l'Estat espanyol, respectivament), a més de 10 dècimes per sobre de la puntuació del 2006. Catalunya se situa en segona posició, només per darrere d'Irlanda.

Figura 54 Valoració mitjana dels experts sobre l'entorn. Normes socials i culturals

Tal com ja s'ha dit a la primera part d'aquest capítol, les noves polítiques de suport a la dona es consideren un estímul per a la creació d'empreses. Aquestes polítiques han estat valorades de manera molt positiva pels experts catalans en comparació amb l'any 2006. Mentre que la valoració del 2006 era de 2,9 punts sobre 5, el 2007 és de 3,4 punts i se situa a la par amb la mitjana europea i

10 dècimes per sobre de la mitjana espanyola. Així, doncs, cal destacar que les noves polítiques de suport a la dona implementades a Catalunya comencen a donar els seus fruits.

Un any més, els països escandinaus són els que mostren unes avaluacions més bones en aquest sentit, i en l'àmbit espanyol, les regions del nord peninsular: Aragó, la Rioja, Astúries, Cantàbria i Navarra per aquest ordre (figura 55).

Figura 55 Valoració mitjana dels experts sobre l'entorn. Suport a la dona emprenedora

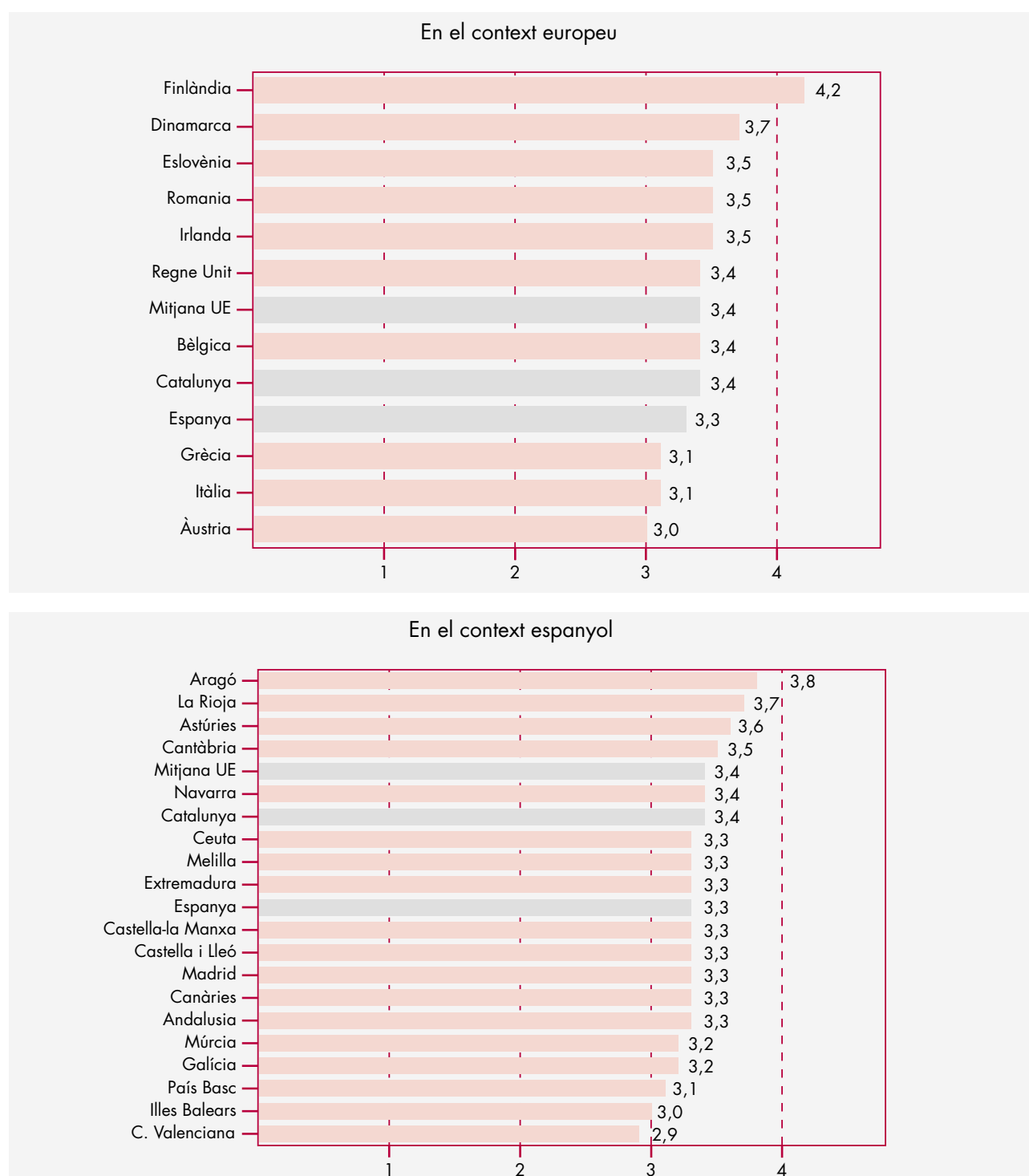
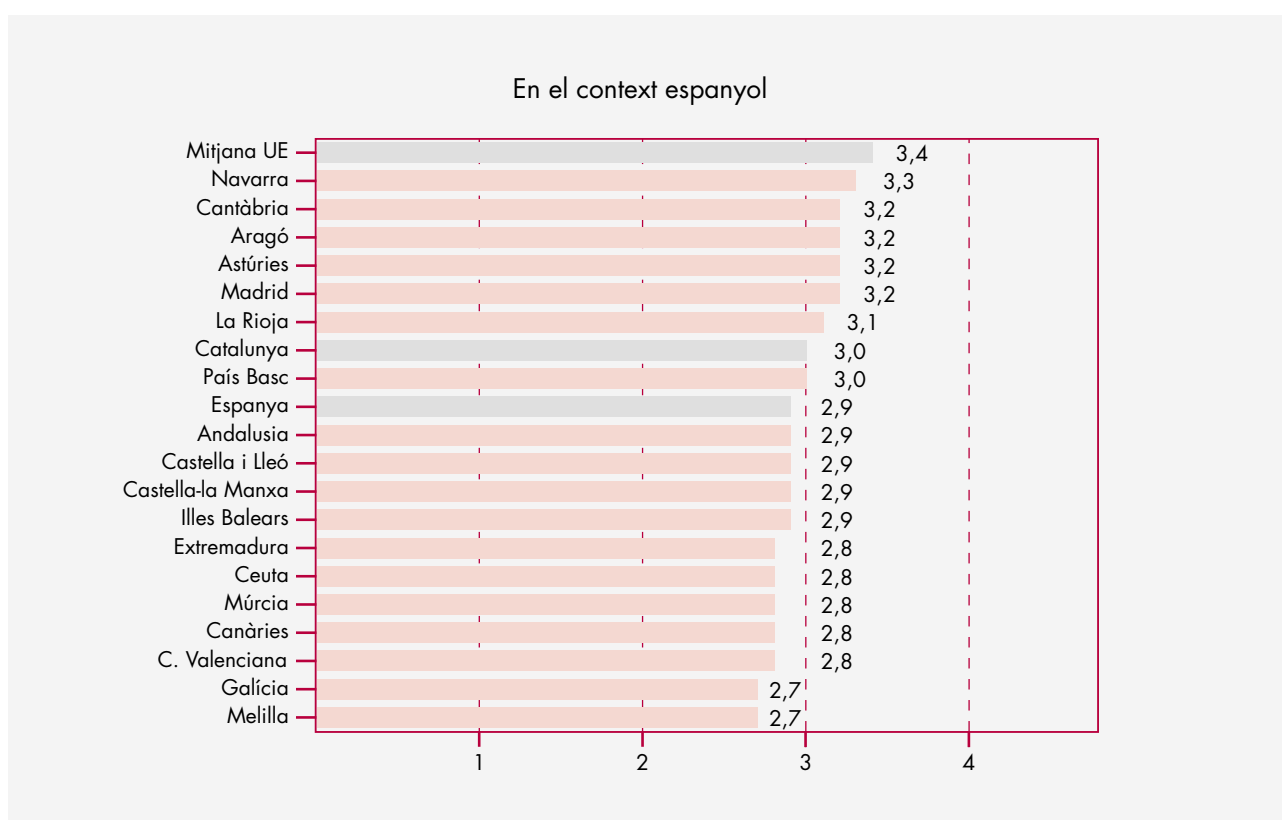
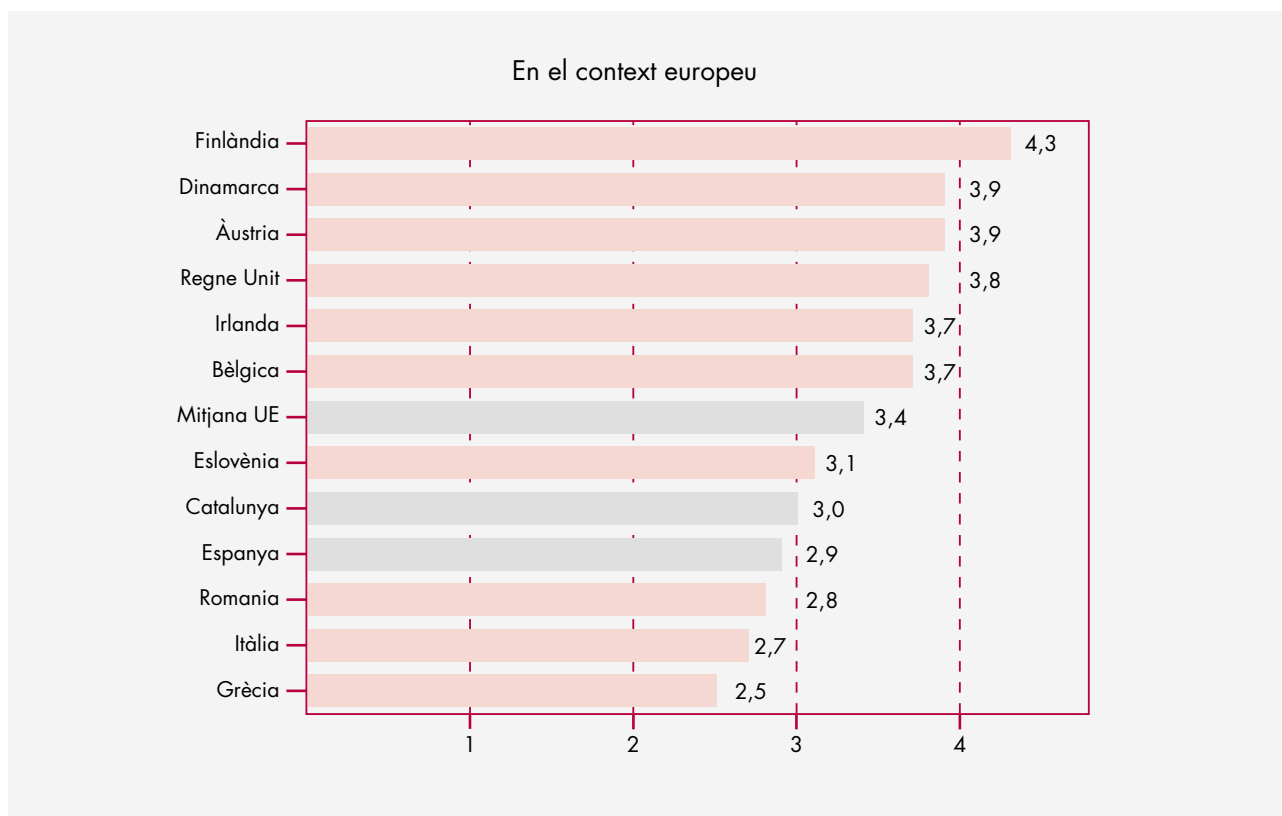
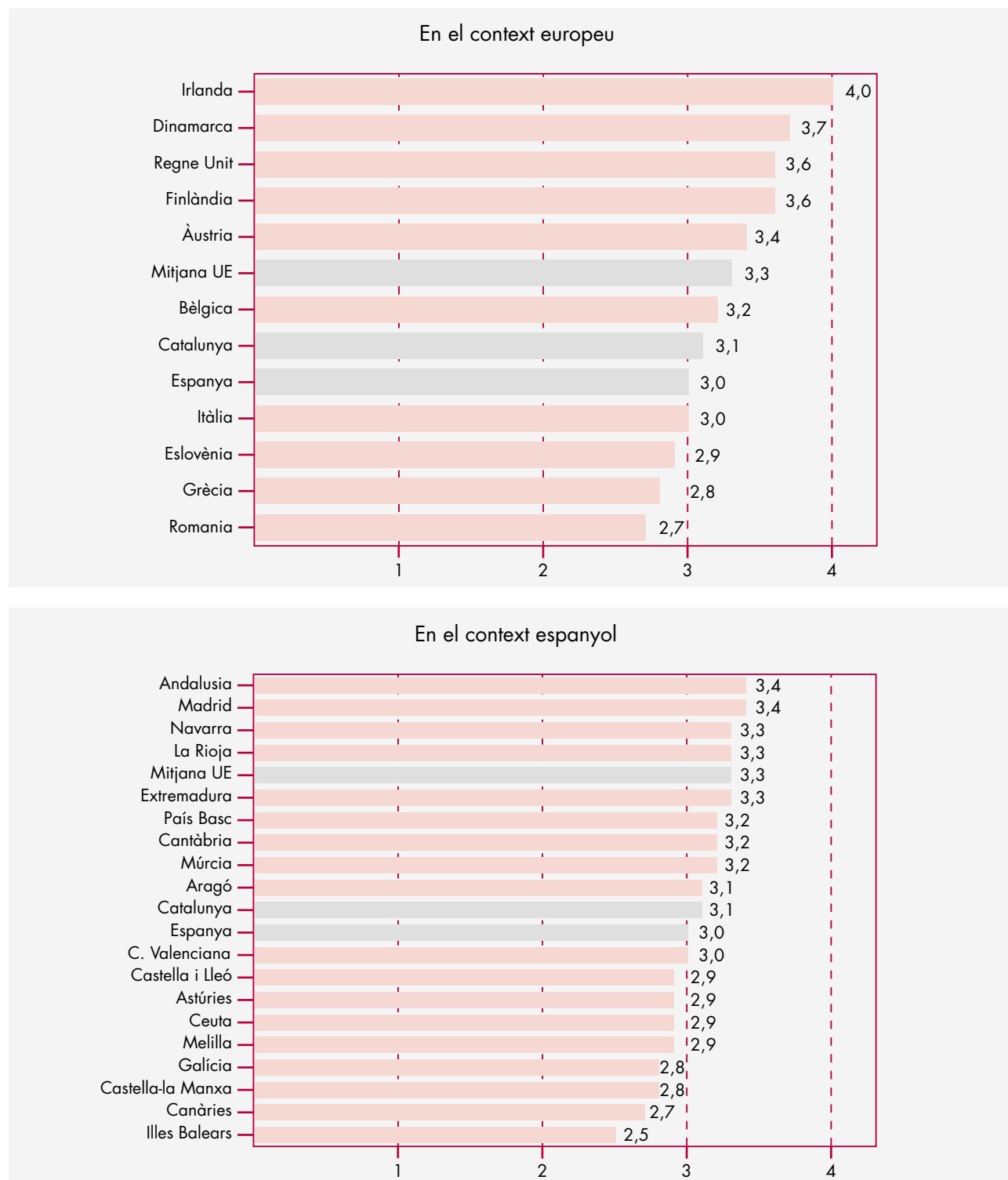


Figura 56 Valoració mitjana dels experts sobre l'entorn. Protecció de la propietat intel·lectual

Per últim, és interessant ressaltar que, a diferència del 2006, la valoració que els experts fan sobre la creació d'empreses d'alt potencial de creixement i desenvolupament, malgrat que és bona (3,1 punts sobre 5), és inferior a la de l'any passat i a la mitjana europea.

Figura 57 Valoració mitjana dels experts sobre l'entorn. Creació d'empreses d'alt potencial de creixement i desenvolupament



LES NOVES EMPRESES EN EL PROCÉS D'INNOVACIÓ EN LA SOCIETAT DEL CONEIXEMENT

José María Veciana (Departament d'Economia de l'Empresa. UAB)

Plantejament del problema i objectius

No cal dir que vivim en la societat del coneixement. L'economia en els països occidentals s'està transformant i passant de la producció en massa i caracteritzada pel predomini de les grans empreses a una economia basada en el coneixement, en la innovació i les PIME, fet que evidentment no significa que les grans empreses hagin de desaparèixer, sinó que les noves i petites adquireixen més pes en el teixit industrial.

Els grans canvis tecnològics que s'han produït en les últimes dècades han comportat un canvi qualitatiu de l'estructura econòmica dels països industrialitzats. En l'escena econòmica s'ha produït tant una *globalització* com una *localització* o *regionalització* de l'economia. En els sectors que basen el seu avantatge competitiu en la mobilitat del capital i la immobilitat del factor treball, la globalització porta a la deslocalització de la producció dels països amb salaris alts cap a països amb mà d'obra barata. Ara bé, quan l'avantatge competitiu es basa en el coneixement, la proximitat geogràfica i el territori es converteixen en factors decisius de l'activitat econòmica, ja que s'ha demostrat que el coneixement es desenvolupa més i millor en xarxes socials pròpies de contextos, territoris i *clústers* innovadors. En els països occidentals, l'economia industrial tradicional, anomenada també economia gerencial (*managed economy*) perquè està regida, segons Galbraith, per la «tecnestructura», es va convertint en una economia empresarial o emprendora (*entrepreneurial economy*), en la qual el factor decisiu de l'economia i l'avantatge competitiu és la innovació i la creació de noves empreses de base tecnològica en una àrea geogràfica reduïda. Sorgeix, així, la *regionalització* com a contracorrent a la *globalització*. El *territori* es converteix, doncs, en un concepte clau.

Quan parlem de *territori* ens referim a un sistema de relacions econòmiques, socials, polítiques i legals en un espai geogràfic relativament reduït. El que és important en aquest concepte no és la delimitació geogràfica, sinó la vida econòmica de l'espai i inclou l'estructura productiva, el nivell de formació, la cultura i la capacitat empresarials, el funcionament de les institucions, etc. Per tant, el territori no és quelcom estàtic, sinó que es concep com un procés que pretén optimitzar els elements, els recursos i les actuacions dels agents, i crear les condicions i l'entorn necessaris per al *desenvolupament territorial endogen*. El concepte central que el justifica i explica és l'anomenat *efecte vessament* (*spillover effect*), que fa referència a l'efecte de difusor del coneixement i l'experiència que fomenta la creativitat i millora la productivitat de les companyies en un determinat territori, permetent mantenir el creixement endogen. La recerca dels darrers anys en aquest camp posa de manifest que el processos d'aprenentatge, de la difusió del coneixement i, per tant, el *vessament* es produeixen i es faciliten fonamentalment a través de les xarxes socials, la mobilitat social i, sobretot, del capital empresarial o emprendedor.

La innovació i la creació de noves empreses estan relacionades íntimament perquè la innovació porta a la creació de noves empreses i, al seu torn, la creació de noves empreses suposa, normalment, una innovació. Ambdues constitueixen una simbiosi i actualment es consideren la base del desenvolupament i el creixement econòmics. Per tant, la generació de coneixement, la innovació i la creació de noves empreses s'han convertit en objectius prioritaris de tots els països. D'aquí que les administracions públiques estiguin molt interessades a conèixer què poden fer per contribuir a la consecució d'aquests objectius.

Aquest article persegueix els objectius següents: en primer lloc, tractar el paper de les noves empreses en el procés d'innovació en el sentit més ampli en la societat del coneixement, com també els principals factors que n'afavoreixen la creació; en segon lloc, assenyalar les polítiques públiques que, al nostre parer, són necessàries per fomentar tant la innovació com la creació de noves empreses de base tecnològica.

1. Aquest article és una versió reduïda de "Las nuevas empresas en el proceso de innovación en la sociedad del conocimiento: evidencia empírica y políticos públicos", *Economía Industrial*, 363, 2007.

Creació d'empreses i innovació

En aquest apartat analitzarem com i per què la creació d'empreses s'ha convertit en un mecanisme importantíssim per a la innovació i, per tant, per al desenvolupament econòmic i la competitivitat d'un país. Per refermar els nostres arguments ens referirem als quatre factors principals que ho reforcen segons l'evidència empírica disponible: a) El capital empresarial o empenedor; b) la universitat; c) els immigrants, i d) la creativitat.

Capital empenedor i creació d'empreses

Per capital empresarial o empenedor s'entén la capacitat de crear noves empreses en una unitat geogràfica determinada. No es tracta de l'existència de capital físic, sinó del que tradicionalment s'ha anomenat *esperit empresarial*, que en investigacions recents s'ha mesurat a través del nombre de noves empreses creades en una àrea i un període determinats.

La recerca basada en el concepte de capital empresarial o empenedor ha sorgit arran de la constatació que les inversions en R+D –un dels factors que tradicionalment ha estat considerat com a factor de desenvolupament endogen– no sempre han portat al creixement econòmic.

Efectivament, la recerca d'Acs *et al.* (2005) ha confirmat altre cop que no existeix cap relació sistemàtica entre la inversió en R+D i el creixement del PIB, com hem assenyalat més amunt. Per tant, els models de desenvolupament endogen esmentats abans no ofereixen cap explicació del perquè alguns països com ara el Japó o Suècia, amb inversions en R+D més elevades que a altres llocs, van tenir una creixement econòmic baix les darreres dècades, mentre que altres, com Irlanda i Dinamarca, amb un conjunt de coneixements inferior, han experimentat taxes de creixement més elevades i persistents. La investigació GEM (Global Entrepreneurship Monitor) confirma aquest fet. Mentre que Irlanda i Dinamarca tenen taxes de creació d'empreses més altes (Irlanda: 8,10% el 2004; 9,83% el 2005 i 7,4% el 2006; Dinamarca: 5,88% el 2004; 4,75% el 2005 i 5,3% el 2006), les de Japó i Suècia són molt més baixes (2,76%; 2,22%; 3,4% i 4,12%; 4,4%; 2,9%, respectivament).

Tant Schumpeter com més recentment Chandler (1977, 1990) ja van assenyalat la funció de l'empresari o l'habilitat de les empreses a l'hora d'aprofitar el progrés tècnic. Per tant, l'explicació vindria donada per la capacitat empenedora i la funció que aquesta fa en la transferència de tecnologia (Michelacci, 2003).

Com va assenyalat Alan Greenspan, expresident de la Reserva Federal dels Estats Units: «En aquests moments hi ha un grau important de tecnologia disponible que no se està explotant, cosa que implica que en algun moment pot haver-hi un augment significatiu de producció per hora» (*La Vanguardia*, 8 de maig de 2005).

Per tant, tot i que les inversions en R+D i l'existència d'un estoc de coneixements científics i tècnics són, en general, factors decisius en la nova economia, la seva existència en un determinat territori no és cap garantia de creixement econòmic malgrat l'efecte vessament. Aquest sembla que és insuficient quan es tracta de convertir determinats tipus de coneixements científicotecnològics en coneixements econòmics. És l'empresari qui, amb la seva perspicàcia, habilitat i esperit de risc, fa aquesta importantíssima tasca en la societat del coneixement creant noves empreses.

«Si volem triomfar en la nova economia del coneixement, la primera assignatura pendent que té l'Estat espanyol és la conversió del coneixement de les universitats en valor per a les empreses», ha afirmat Rosa Maria Garcia, consellera delegada de Microsoft Ibèrica, des de Catalunya (*Expansión*, 12 de maig de 2005).

Per tant, la creació de noves empreses és el mecanisme, la corretja de transmissió més important de conversió de coneixement

científic en coneixement econòmic, capaç de generar nous productes i serveis i nous llocs de treball d'alt valor afegit a la societat del coneixement.

La recerca d'Audretsch i Keilbach (2004) ha posat de manifest que els principals factors territorials significatius que expliquen el capital empresarial o empenedor i les diferències del desenvolupament endogen entre 327 comarques a Alemanya, són els següents:

- Força laboral com a formació superior i mitjana (els anomenats *knowledge workers*)
- Immigrants
- Diversitat de la força laboral
- Aglomeracions
- Atractiu local
- Diversitat social

Els dos primers factors són els que tenen més influència.

D'altra banda, Bartik (1989) a la seva investigació sobre la variació de les taxes de creació d'empreses en els diferents estats dels Estats Units, va comprovar que els principals factors territorials que influïen positivament en la taxa de creació d'empreses eren:

- La demanda
- Els serveis públics
- Els immigrants estrangers
- El nivell de formació de la força laboral

i els factors que influïen negativament eren:

- El sistema fiscal
- El grau de sindicació, per bé que en menor mesura

Per tant, a la societat actual el que és important no és crear noves empreses per reduir l'atur, sinó crear noves empreses de base tecnològica capaces de créixer i de crear llocs de treball d'alt valor afegit.

Universitat i creació d'empreses

Per aconseguir aquest objectiu de crear noves empreses de base tecnològica, la universitat té un paper molt important perquè se la considera una de les fonts principals de la innovació d'un país o territori. Juntament amb la indústria, és la que inverteix més en R+D. La universitat ha passat de ser considerada com una institució centrada exclusivament en la recerca bàsica per assignar-li el paper de convertir els coneixements científics i tecnològics en innovacions que contribueixin a la competitivitat i al creixement econòmic. Per assolir aquest objectiu, no només es tracta d'establir els vincles necessaris per a la transferència de tecnologia de la universitat a l'economia, sinó que els esforços van dirigits a la creació d'empreses *spin-off*, és a dir, empreses creades per científics i professors de la universitat. Per això, les universitats s'estan dotant de parcs científics, tecnològics i incubadores per facilitar la creació d'empreses *spin-off*.

Les empreses *spin-off* tenen una importància cabdal perquè: a) són una forma de convertir coneixements científico-tecnològics en coneixements econòmics; b) són empreses d'alt valor afegit i potencial de creixement; c) creen llocs de treball d'altra retribució; d) generen més ingressos per a les universitats que concedint llicències a les empreses existents; e) fomenten la recerca addicional tant a la universitat com a les mateixes noves empreses, i f) contribueixen al desenvolupament territorial (Shane, 2004).

Segons l'evidència empírica disponible, la creació d'empreses *spin-off* des de la universitat està condicionada per dos factors importants. D'una banda, per la quantitat d'inversió que la universitat fa en R+D, i, per l'altra, per la cultura de la pròpia universitat.

La investigació de Kirchhoff *et al.* (2002) confirma que la despesa en R+D de les universitats té un efecte estadísticament significatiu sobre la taxa de creació de noves empreses en general (i no només *spin-off*). Aquest efecte és la conseqüència de dos fenòmens. D'una banda, la universitat produeix universitaris, i en diverses investigacions s'ha demostrat una forta relació entre el capital social mitjà per la concentració de la població adulta amb estudis universitaris, el creixement de les àrees urbanes i la creació de noves empreses. D'altra banda, a més de la creació d'empreses *spin-off*, les activitats de R+D de les universitats produeixen el mateix fenomen que hem indicat abans respecte de l'«efecte vessament» a la indústria i els clústers.

A més, l'esmentada investigació de Kirchhoff ha posat de manifest que l'efecte de la despesa en R+D de les universitats sobre la creació de noves empreses perdura durant cinc anys com a mínim després d'haver-se produït la despesa. Aquest efecte està causat no solament pel creixement de les noves empreses creades com a conseqüència de les inversions i/o coneixements tecnològics generats arran de la R+D de la universitat, sinó també pels efectes secundaris de l'existència i el creixement d'aquestes empreses.

L'evidència empírica aportada per la recerca de Kirchhoff confirma els resultats de la de Birch, Haggerty i Parson (2000) sobre el creixement econòmic durant cinc anys en àrees metropolitanes grans, petites i en àrees rurals. En aquesta investigació es va posar de manifest que els principals factors condicionants del creixement territorial són, per ordre d'importància: les universitats, la mà d'obra qualificada, els aeroports i un entorn agradable per viure-hi.

A més de la creació d'empreses *spin-off*, la despesa en R+D a les universitats té un efecte important sobre la creació d'empreses en general en el seu territori per l'efecte vessament esmentat abans. Així, per exemple, l'evidència empírica aportada per la recerca d'Armington i Acs (2002) mostra que la creació de noves empreses és més gran en àrees on el percentatge d'universitaris és més elevat que en aquelles en què predomina la força de treball no qualificada, assenyalant que hi ha una relació positiva entre l'estoc de coneixements d'un territori i la taxa de creació d'empreses.

La universitat no només fomenta la creació de noves empreses en general i *spin-off* en particular, sinó que també atrau la localització de noves empreses de base tecnològica. Audretsch i Lehmann (2005) van comprovar que les empreses de base tecnològica tendeixen a situar-se prop de les universitats, sens dubte per accedir al vessament de coneixements.

La cultura d'una universitat influeix en l'activitat de les empreses *spin-off*. Bauer (2001) explica que la cultura de la universitat reforça l'activitat empresarial que, al seu torn, estimula la creació d'empreses *spin-off*. Contràriament, altres universitats emeten senyals molt subtils que descoratgen l'activitat empresarial. Blair i Hitchens (1998) van trobar que una universitat tenia problemes en la creació d'empreses *spin-off* perquè s'opinava que les empreses *spin-off* diluïen i anaven en contra del treball científic i podien posar en dubte la reputació de la universitat. En una altra universitat, en entrevistar el personal de l'oficina de transferència de tecnologia, van trobar que l'administració central no veia amb bons ulls entrar a formar part d'una empresa *spin-off* amb una participació minoritària.

Kenney i Goe (2004) van trobar que dels departaments de la Universitat de Berkely havien sorgit menys empreses *spin-off* que dels de Stanford perquè Berkely té una cultura que dona menys suport a les *spin-off*. Louis *et al.* (1989) a la seva investigació de les facultats experimentals de les universitats nord-americanes, van trobar que les diferències quant a la cultura organitzativa i les actituds constitueixen el factor més important per predir la participació dels investigadors i si afavorien altres activitats emprenedores.

La presència de models de rols empresarials a la universitat és un altre factor que afavoreix la creació d'empreses *spin-off*. La presència d'empresaris entre els professors d'una facultat o un departament és crucial per a la formació d'empreses *spin-off* (Hsu i Bernstein, 1997; Bauer, 2001).

Immigrants i creació d'empreses

Des del punt de vista socioeconòmic durant molt de temps els immigrants han estat considerats com a treballadors que aportaven mà d'obra no qualificada i barata a les economies industrialitzades d'Occident. Tanmateix, últimament l'atenció s'ha dirigit als immigrants de països menys desenvolupats com una font de creadors de noves empreses.

Tot i que a la dècada dels setanta, Light (1972) ja va publicar la primera investigació sobre els immigrants com a creadors de noves empreses als Estats Units, titulada *Ethnic Enterprise in North America: Business and welfare among chinese, japanese and blacks*, no ha estat fins fa dues dècades que la recerca sobre aquest tema no s'ha estès a la majoria dels països industrialitzats (vegeu Kloosteran i Rath, 2003).

La primera conclusió important que han posat de manifest els estudis empírics és que la taxa de creació de noves empreses en la població d'immigrants és més alta que en la població general autòctona (Min, 1984; Saxenian, 1999; Audretsch & Keilbach, 2004; etc.). Ara bé, els darrers estudis en aquest camp se centren en els immigrants amb estudis universitaris i sobretot en els científics i enginyers, immigrants legals, i no en els immigrants en general en els quals predomina la mà d'obra no qualificada.

Així, per exemple, Saxenian, en el seu estudi titulat *Silicon Valley's New Immigrants Entrepreneurs* (1999), es va referir al desenvolupament de l'economia regional de Silicon Valley i al paper que hi tenen els immigrants. Un dels resultats més interessants fou que els enginyers xinesos i indis estaven al capdavant del 24% de les empreses tecnològiques creades entre el 1980 i el 1998. Saxenian va concloure que els científics i els enginyers nascuts a l'estranger estaven creant bona part dels nous llocs d'ocupació i de riquesa de l'economia de Califòrnia. Fins i tot, aquells que havien tornat als seus països d'origen per tal d'aprofitar allí les oportunitats, establien vincles amb els Estats Units i estimulaven la innovació tecnològica i el desenvolupament econòmic de Califòrnia.

La importància de la contribució de la població immigrant amb estudis a la creació de noves empreses ha estat novament confirmada per un estudi recent dut a terme per Vivek Wadhwa *et al.*, de la Universitat de Duke (Wadhwa, *et al.*, 2007). L'objectiu d'aquesta investigació fou comprovar la contribució intel·lectual i econòmica dels immigrants tecnològics i enginyers a nivell nacional als Estats Units.

Segons els resultats d'aquest estudi, algunes característiques de les empreses de base tecnològica creades als Estats Units al llarg del decenni 1995-2005 són les següents:

- En el 25,3% d'aquestes noves empreses, com a mínim un dels seus fundadors era resident estranger. Els estats amb un percentatge de noves empreses fundades per immigrants per sobre de la mitjana nacional són Califòrnia (39%), New Jersey (38%), Georgia (30%) i Massachussets (29%).
- La creació de noves empreses per immigrants a Califòrnia es concentra a Silicon Valley, on més de la meitat (52%) de les noves empreses tenen un o més immigrants com a fundadors en comparació amb la mitjana de Califòrnia (38,8%).
- En l'àmbit nacional, les noves empreses creades per immigrants van produir un volum de vendes de 52 bilions de dòlars.

- Els immigrants procedents de l'Índia han creat més noves empreses de base tecnològica als Estats Units en la dècada passada que els immigrants del Regne Unit, la Xina, Taiwan i el Japó junts. De totes les empreses creades per immigrants, el 26% dels seus fundadors són indis.
- Prop del 80% de les empreses creades per immigrants als Estats Units ho van ser només en dos sectors: el programari i els serveis relacionats amb les innovacions en el procés productiu.
- Si es comparen aquests resultats amb els de la recerca de Saxenian de l'any 1999, s'hi observa que el percentatge d'empreses creades per indis o xinesos ha augmentat del 24 al 28%.
- Quant a les patents, en el 24,2% de les sol·licituds de patents internacionals procedents dels Estats Units, figuren immigrants com a inventors o coinventors.
- El major grup d'immigrants inventors van ser els xinesos (de la Xina i Taiwan). Els indis van ser el segon grup, seguits dels canadencs i els britànics.
- Les sol·licituds de patents presentades per immigrants eren patents sobre aspectes teòrics, sobre ordinadors o aspectes pràctics, més que no pas qüestions mecàniques, estructurals o d'enginyeria tradicional.

L'informe conclou que «els immigrants contribueixen a la innovació, a la creació de llocs de treball i riquesa, i s'han convertit en una important força impulsora de la creació de noves empreses de base tecnològica i de la propietat intel·lectual als Estats Units» (Wadhwa, *et al.*, 2007: 4-5).

Creativitat, innovació i creació d'empreses

La creativitat es troba a l'inici de qualsevol procés d'investigació, innovació i creació d'empreses.

Segons Popper (1962), qualsevol descobriment científic té un «element irracional» o una «intuïció creadora». Einstein (1934) ja parlava de manera semblant quan feia referència a la «recerca d'aquelles lleis summament universals» i deia que no hi ha cap camí lògic que porti cap a elles. Només es poden assolir a través de la intuïció.

La innovació estratègica resultant de la combinació de nous factors de producció o l'increment de la xifra de negocis provinents de nous productes¹ és el fruit de la creativitat. És a dir, la innovació que condueix a la competitivitat i al desenvolupament econòmic no procedeix únicament ni exclusivament de la inversió en R+D, sinó que també depèn de la creativitat i de la capacitat de direcció dels directius d'empresa.

De manera semblant, la creació d'una nova empresa és un acte altament creatiu. Com ja hem dit en un altre lloc (Veciana, 2005), el punt de partida d'una nova empresa és sempre una IDEA. Per iniciar un negoci, obrir un comerç, muntar una fàbrica d'un producte determinat o configurar un nou servei, el futur empresari ha de tenir una *idea de negoci*, la *idea empresarial*, que configura l'objectiu, les activitats i la forma de la nova empresa. Cal que hagi identificat una *oportunitat empresarial* el desenvolupament i l'explotació de la qual satisfaci una necessitat latent o manifesta en el mercat.

La creativitat com a factor estimulador del desenvolupament regional és una línia de recerca que fou iniciada per Park *et al.* (1925) i ha estat continuada per Jacobs (1961), Thompson (1965), Lucas (1988), Desrochers (2001) i altres. Park *et al.* van posar de manifest el paper de les ciutats a l'hora de concentrar i estimular la creativitat humana. Jacobs va explicar com les

1. A tall d'exemple voldríem assenyalar el programa Innova de Nestlé per fomentar la creativitat i la innovació. Es va iniciar l'any 1996 amb l'objectiu de doblar l'impacte de la innovació que prové dels nous productes i va estar centrat en l'entorn, la creativitat i els processos. Pels cursos de creativitat organitzats amb aquesta finalitat van passar 190 persones procedents de màrqueting, vendes, departaments tècnics, R+D, etc. Arran d'aquest programa es van rebre 5.135 idees procedents de totes les àrees de l'empresa (2.042 de l'oficina central, 2.560 de fàbriques, 126 de jubilats, 407 de les regions de venda). I el percentatge de la xifra de negoci provinent de la innovació va passar del 5% el 1996 a l'11% l'any 2006.

ciutats funcionen com a sistemes oberts per atraure persones de talent amb diferent formació i experiència, i estimulen així les seves capacitats creatives. D'altra banda, Thompson fou el primer a suggerir que les ciutats funcionen com a «incubadores» de noves idees i d'innovació. Lucas va formalitzar les idees de Jacobs en una teoria bàsica argumentant que les ciutats funcionen com a recol·lectors de capital humà i d'aquesta manera generen noves idees i creixement econòmic. Desrochers assenyala que la diversitat econòmica és un factor clau en el creixement de les ciutats i les regions, ja que s'hi concentren persones creatives amb formació diferent i procedències diverses que generen noves combinacions de les tecnologies i els coneixements existents que porten a innovacions i a la creació de noves empreses.

Lee *et al.* (2002) mostren que la creativitat, la diversitat i el capital humà tenen una relació positiva i significativa amb la innovació regional mitjana a través de la producció de patents *per capita*. Florida i Gates (2001) van trobar que la diversitat està positivament relacionada amb una elevat *output* de tecnologia i creixement. Audertsch i Keibach (2004) van investigar sobre les diferències comarcals en la creació d'empreses a Alemanya i van trobar que la diversitat era un factor important, com hem vist més amunt.

En aquest sentit, en relació amb les característiques socials d'un territori determinat i la creació d'empreses, s'emmarca una nova línia de recerca centrada concretament a investigar la relació entre la creativitat i la creació d'empreses. Mentre que les investigacions anteriors s'havien centrat a investigar la relació entre el capital humà i la creació d'empreses, la línia de recerca actual vol esbrinar quins són els factors que expliquen la concentració de capital humà en un territori concret i la seva relació amb les taxes de creació d'empreses.

La investigació de Lee, Florida i Acs (2004) confirma la relació positiva i significativa entre *creativitat, diversitat i capital humà* i la tasa de creació d'empreses en un territori determinat, de resultes que d'aquests tres factors la creativitat és el que està més estretament correlacionat amb la tasa de creació d'empreses.

Les noves teories i la nova recerca empírica en el marc de la geografia econòmica confirmen la importància de l'aglomeració i el context social en el creixement econòmic (Krugman, 1991 i Acs & Varga, 2004).

Polítiques públiques per al foment de la innovació, la creació d'empreses i el creixement econòmic

De tot el que hem dit fins ara es desprèn implícitament quins haurien de ser els eixos d'una política pública de foment de la innovació i la creació d'empreses com a mitjà per incrementar la competitivitat, la innovació i el creixement econòmic d'un país. Tanmateix, en nom de la claredat, els sintetitzarem en tres: a) les noves empreses; b) la generació de coneixement, i c) el territori. aquests tres eixos constitueixen el que podríem anomenar *triangle màgic* de la política pública en aquest cap.

Per tal de no estendre'ns en excés, en el quadre 1 resumim els objectius i els mitjans d'aquest triangle màgic. Amb aquest quadre volem il·lustrar que per establir una política que fomenti la creació d'empreses i la innovació és necessària una actuació en tots els nivells, que integri i coordini els camps interrelacionats. Les polítiques han de contemplar la participació activa tant de l'administració pública i les universitats com del sector privat, per bé que la iniciativa de l'administració pública és fonamental. I perquè les polítiques tinguin èxit han de ser fruit de la creativitat i de l'adaptació a la realitat del territori.

Quadre 1 Resum d'una política pública per al foment de la creació d'empreses de base tecnològica a la societat del coneixement

Objectiu	Fomentar la creació d'empreses de base tecnològica	Fomentar la generació de coneixement	El territori com a factor de desenvolupament endogen
Mitjans	• Inversió en R+D+I • Sistema educatiu • Establir l'àrea de coneixements i/o especialitat de «creació d'empreses i PIME» • Canvi de cultura a la universitat • Promoure el canvi de valors i normes culturals • Promoure la funció social i la imatge de l'empresari • Promoure la cultura del risc • Promoure una societat emprenedora	• Impulsar la creació de noves empreses de base tecnològica • Afavorir l'entrada d'immigrants universitaris • Evitar la fugida de cervells • Promoure una adequada cultura investigadora i emprenedora a les universitats • Augmentar el nombre de graduats universitaris en les àrees experimentals i tecnològiques • Crear un entorn i un territori que doni suport i estimuli l'esperit empresarial, la creativitat, l'atracció de talent, etc. • Establir incentius fiscals adequats i amb poca burocràcia	• Crear i/o millorar les infraestructures necessàries (universitat/s, aeroport, carreteres, FF.CC., empreses de capital risc, servei de consultoria, etc.) • Convertir la/les universitat/s de la zona en institucions al servei del territori • Crear i fomentar les xarxes en el territori entre les institucions • Atraure talents tant nacionals com estrangers

Bibliografia

- Acs, Z.J.; Audretsch, D.B.; Braunerhjelm, P.; Carlsson, B. (2005): "The Knowledge Filter and Entrepreneurship in Endogenous Growth", Discussion Paper on Entrepreneurship, Growth and Public Policy No. 0805, Germany: MPI Jena.
- Acs, Z.J.; Audretsch, D.B.; Braunerhjelm, P.; Carlsson, B. (2005): "The Knowledge Spillover Theory of Entrepreneurship", Discussion Paper on Entrepreneurship, Growth and Public Policy No.2705, Germany: MPI Jena.
- Acs, Z.J.; Varga, A. (2004): "Entrepreneurship, Agglomeration and Technological Change", Discusión Paper on entrepreneurship, Growth and Public Policy, MPI, Jena.
- Armington, C.; Acs, Z.J. (2002): "The Determinants of Regional Variation in New Firm Formation", Regional Studies, 36:33-45.
- Audretsch, D.B.; Lehmann, E. (2005): "'Mansfield's missing link: The impact of knowledge spillovers on firm growth", Journal of Technology Transfer, 30:207-210..
- Audretsch, D.B.; Keilbach, M. (2004): "Entrepreneurship Capital and Economic Performance". Regional Studies, 38:949-959.
- Bartik, T. J. (1989): "Small Business Start-Ups in the United States: Estimates of the Effects of Characteristics of States", Southern Economic Journal, Vo.55, No.4.
- Bauer, E. (2001): "Effects of patenting and licensing on research", presentation to the National Academies Board on Science, Technology, and Economic Policy Committee on Intellectual Property Rights in the Knowledge-Based Economy, 17 April.
- Birch, D.; Hagerty, A.; Parsons, W. (2000): "Entrepreneurial Hot Spots: The Best places in America to Start and Grow a Company", Cambridge, MA: Cognetics, Inc.
- Blair, D.; Hitchens, D. (1998): "Campus companies – UK and Ireland", Aldershot, UK: Ashgate.
- Chandler, A. (1977): "The Visible Hand: The Managerial Revolution in American Business", Cambridge: Belknap Press.
- Chandler, A. (1990): "Scale and Scope, The Dynamics of Industrial Capitalism. Cambridge: Harvard University Press.
- Desrochers, P. (2001): "Local diversity, human creativity, and technological innovation". Growth and Change, 32:369-394.
- Florida, R.; Gates, G. (2001): "Technology and Tolerance: The importance of Diversity to High-technology Growth". Brookings Institution, Washington, D.C.
- Hsu, D.; Bernstein, T. (1997): "Managing the university technology licensing process", Journal of the Association of University Technology Managers, 9:1-33.
- Jacobs, J. (1961): "The Death and Life of Great American Cities". Random House, New York.
- Kenney, M.; Goe, W.R. (2004): "The Role of Social Embeddedness in Professional Entrepreneurship: A Comparison of Electrical Engineering and Computer Science at UC Berkley and Stanford", Research Policy, 33(5):691-707.

- Kloosterman, R.; Rath, J. (2003): "Immigrant Entrepreneurs: Venturing Abroad in the Age of Globalization", Oxford y New York: Berg.
- Kirchhoff, B.A. (2002): "The Influence of R&D Expenditures on New Firm Formation and Economic Growth", A Research Report for the Office of Economic Research, U.S. Small Business Administration, Washington, D.C.
- Krugman, P. (1991): "Increasing returns and economic geography", *Journal of Political Economy*, 99(3):483-499.
- Lee, S.Y., Florida, R.; Acs, Z.J. (2004): "Creativity and Entrepreneurship: A Regional Analysis of New Firm Formation", *Regional Studies*, 38(8):879-891.
- Lee, S.; Florida, R.; Gates, G. (2002): "Innovation, Human Capital, and Creativity". Software Industry Center Working Paper, Carnegie Mellon University, Pittsburgh.
- Light, I. (1972): "Ethnic Enterprise in North America: Business and Welfare among Chinese, Japanese, and Blacks", Berkeley and Los Angeles: University of California.
- Louis, K.; Blumenthal, D.; Gluck, M.; Stoto, M. (1989): "Entrepreneurs in academe: An exploration of behaviors among life scientists", *Administrative Science Quarterly*, 34:110-131.
- Lucas, R. (1988): "On the Mechanics of Economic Development", *Journal of Monetary Economics*, 22:3-39.
- Michelacci, C. (2003): "Low Returns in R&D due to the Lack of Entrepreneurial Skills", *The Economic Journal*, 111:207-225.
- Min, P.G. (1984): "From white-collar occupations to small business: Korean immigrants' occupational adjustment", *The Sociological Quarterly* 25(3):333-352.
- Park, R.; Burgess, E.; McKenzie, R. (1925): "The City". University of Chicago Press, Chicago.
- Popper, K.R. (1973): "La lógica de la investigación científica", Editorial Tecnos, Madrid.
- Saxenian, A. (1999): "Silicon Valley's New Immigrant Entrepreneurs", Public Policy Institute of California, University of California, Berkeley.
- Shane, S. (2004): "Academic entrepreneurship", Edward Elgar.
- Thompson, W. (1965): "A Preface to Urban Economics", John Hopkins Press, Baltimore.
- Veciana, J.M. (2005): "La Creación de Empresas: un enfoque gerencial". Colección de estudios económicos, La Caixa, Barcelona.
- Wadhwa, V., Saxenian, A.; Rissing, B.; Gereffi, G. (2007): "America's New Immigrant Entrepreneurs", Master of Engineering Management Program, Duke University; School of Information, U.C. Berkeley, January 4.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR



9. EL PROCÉS EMPRENEDOR EN DIFERENTS COL·LECTIUS A CATALUNYA

9.1. L'activitat empenedora femenina a Catalunya

9.2. Activitat empenedora i immigració a Catalunya

D'assalariats a autoocupats. Una aproximació qualitativa a les iniciatives empresarials dels immigrants

Sònia Parella i Leonardo Cavalcanti (GEDIME. Departament de Sociologia. UAB)

9. EL PROCÉS EMPRENEDOR EN DIFERENTS COL·LECTIUS A CATALUNYA

9.1. L'activitat emprenedora femenina a Catalunya

A tot el món, la creació d'empreses per part de dones ha crescut considerablement i té perspectives de continuar amb aquesta tendència. A més, durant l'última dècada ha estat reconeguda com una font infrautilitzada de creixement econòmic (OCDE, 2004).

En aquest apartat s'analitza la situació de les dones empresàries amb l'objectiu de detectar les possibles carències o dificultats amb què es troben a l'hora de posar en funcionament un negoci o gestionar-lo i poder elaborar polítiques públiques que disminueixin els possibles problemes i potenciar aquesta activitat.

Les principals característiques de l'activitat emprenedora femenina a Catalunya són les següents:

- La taxa d'activitat empresarial (fig. 58) és la més alta (6,1%) de la Unió Europea (3,6%). Dins l'Estat espanyol, Catalunya està situada a la zona del mig.
- La TEA femenina s'ha anat incrementant durant els últims quatre anys, des del 4% el 2003 a més del 6% el 2006, amb un lleuger descens aquest últim any (fig. 59).
- La ràtio dona/home per a la TEA es mou entorn del 0,6 (0,55 el 2005; 0,64 el 2006, i 0,58 el 2007). Aquesta dada indica que aquest any hi ha 58 dones empresàries per cada 100 homes, xifra superior tant a la mitjana espanyola (0,56) com europea (0,5) (fig. 60).
- L'evolució de l'activitat emprenedora catalana (fig. 61 i taula 36) indica que el percentatge d'empresàries en fase inicial ha disminuït respecte al 2006, mentre que ha augmentat el de les consolidades i potencials (que s'ha duplicat).
- Característiques de la dona emprenedora en fase inicial:
 - S'ha reduït la mitjana d'edat, i s'ha situat en els 35,9 anys (39,8 anys el 2005 i 40,2 anys el 2006). Es manté l'edat de les empresàries potencials entorn dels 33 anys, la mateixa xifra que el 2006, quan es va produir un notable descens de 10 anys. És interessant destacar que el 43% de les dones que han tancat un negoci es troben en l'interval de 25 a 34 anys.
 - El 43% ha cursat estudis superiors, enfront del 29% dels homes.
 - El 42% de les emprenedores en fase inicial (el 27% dels homes) ho són en poblacions de menys de 5.000 habitants (rurals d'acord amb la terminologia GEM). Abans ja hem dit que això és significatiu des del punt de vista social perquè indica la important utilització de la creació d'empreses per part de les dones de les zones rurals com a substitució del seu rol tradicional, que ha estat eliminat de l'agricultura moderna. La creació d'aquestes activitats empresarials per part de les dones té un paper fonamental en la diversificació del teixit econòmic d'aquestes zones.
 - Han iniciat l'activitat empresarial quan han detectat una oportunitat (75,5%)
 - El principal motiu d'emprendre per oportunitat ha estat la independència (50,8%) (taula 38), igual que els homes.
- Respecte dels factors psicosocials que condicionen la creació d'empreses, gairebé tots s'han mantingut amb valors semblants als del 2006. Continua cridant l'atenció que només el 33% de les dones enquestades conegui un empresari (taula 39), com també que la por al fracàs continua sent un dels principals frens (48,9%).

La diferència d'aquests factors, segons si s'és emprenedor o no, es pot veure a la taula 40. Així, per exemple, el 69,1% de les dones emprenedores no creu que la por al fracàs freni la creació d'una empresa, mentre que el 50% de les dones no emprenedores pensa el contrari. El 92% de les dones i dels homes emprenedors opinen que tenen habilitats per a la creació d'empreses, enfront del 44,6% de les dones i el 54,5% dels homes no emprenedors que difereixen en la resposta. El coneixement d'un emprenedor és molt superior en els empresaris que en els qui no ho són.

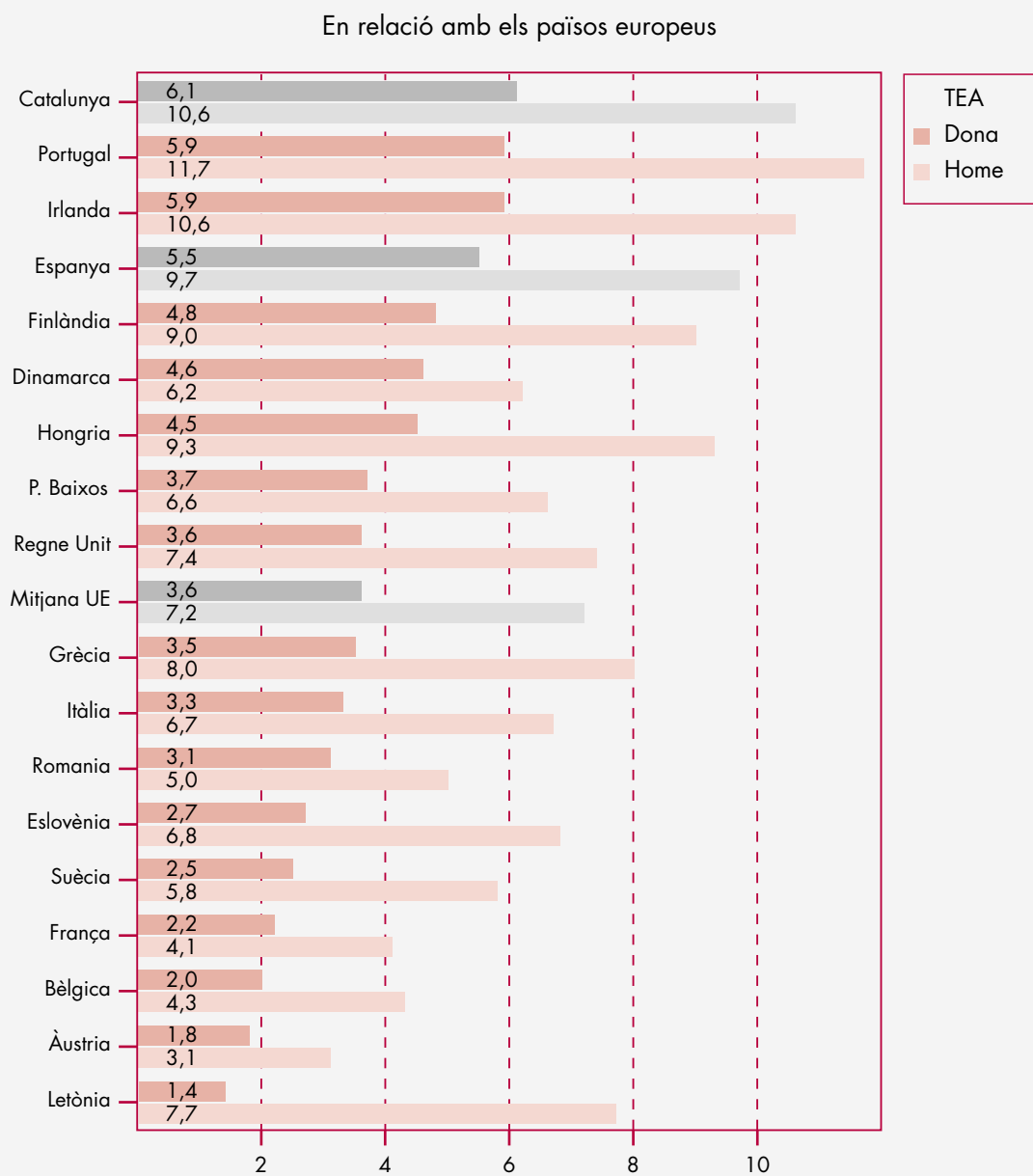
Figura 58 TEA dona i TEA home a Catalunya

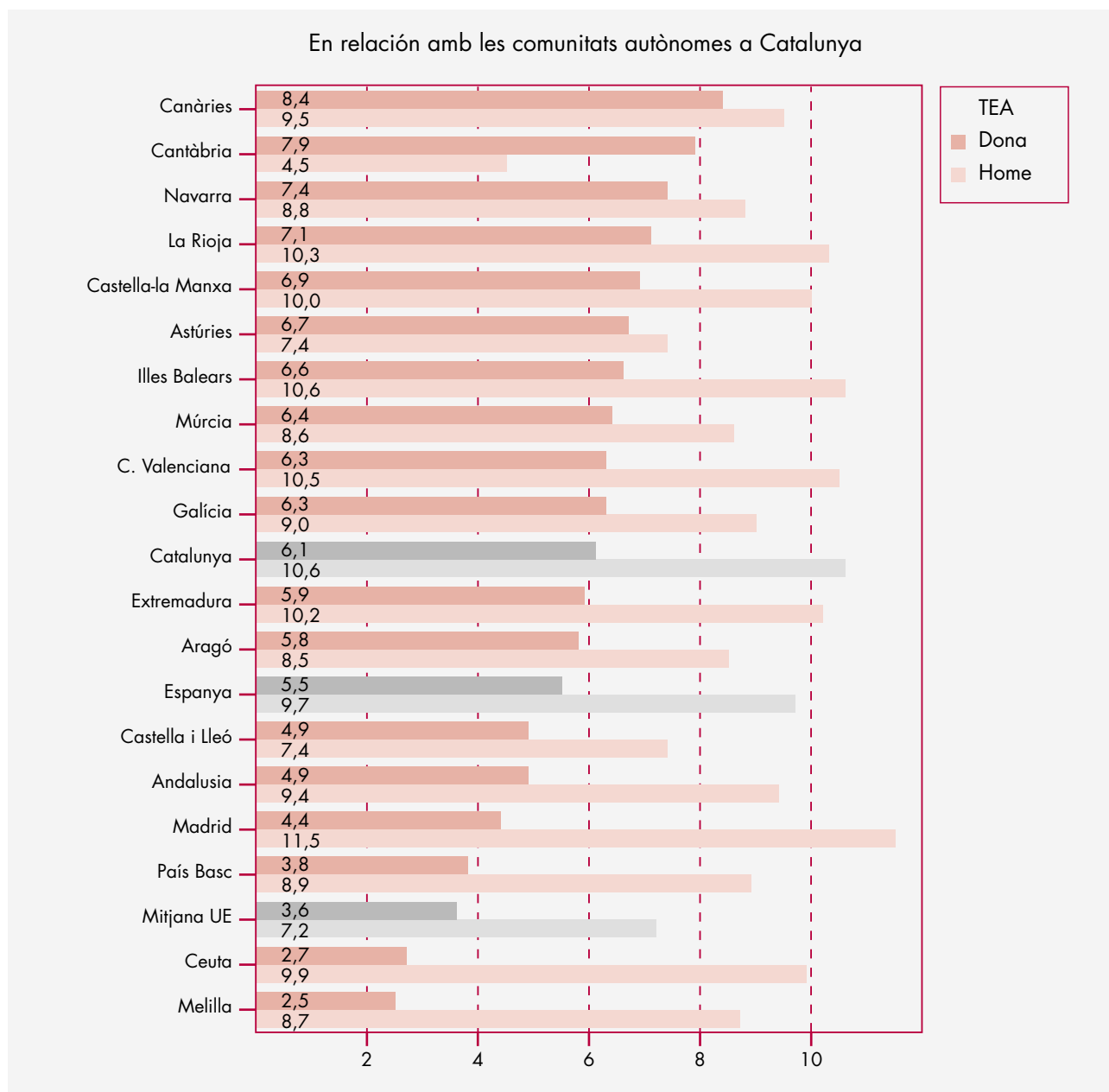
Figura 58 (continuació)

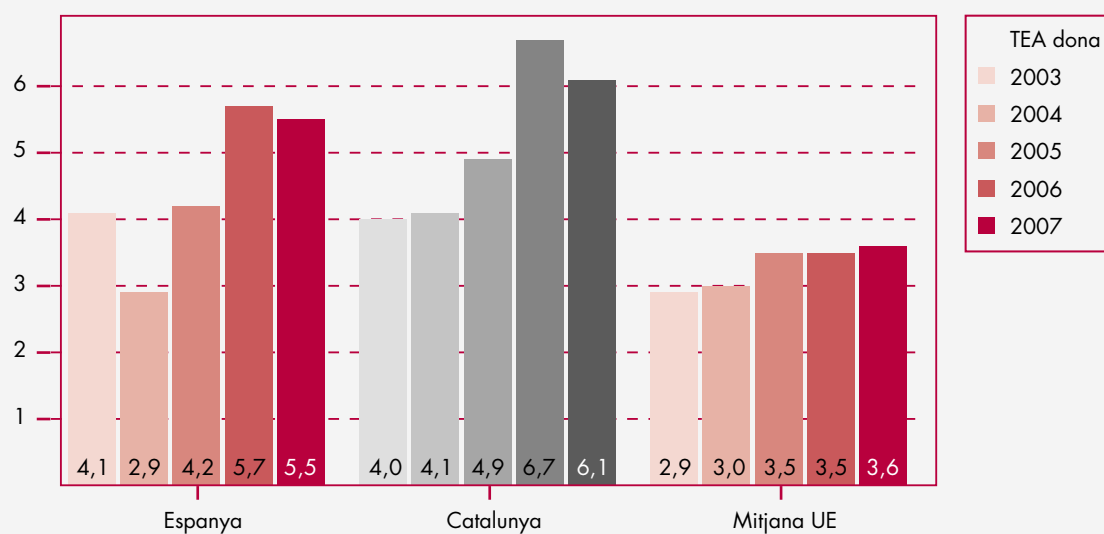
Figura 59 Evolució de l'activitat emprendedora de la dona catalana**Figura 60** Ràtio TEA dona / TEA home a Catalunya

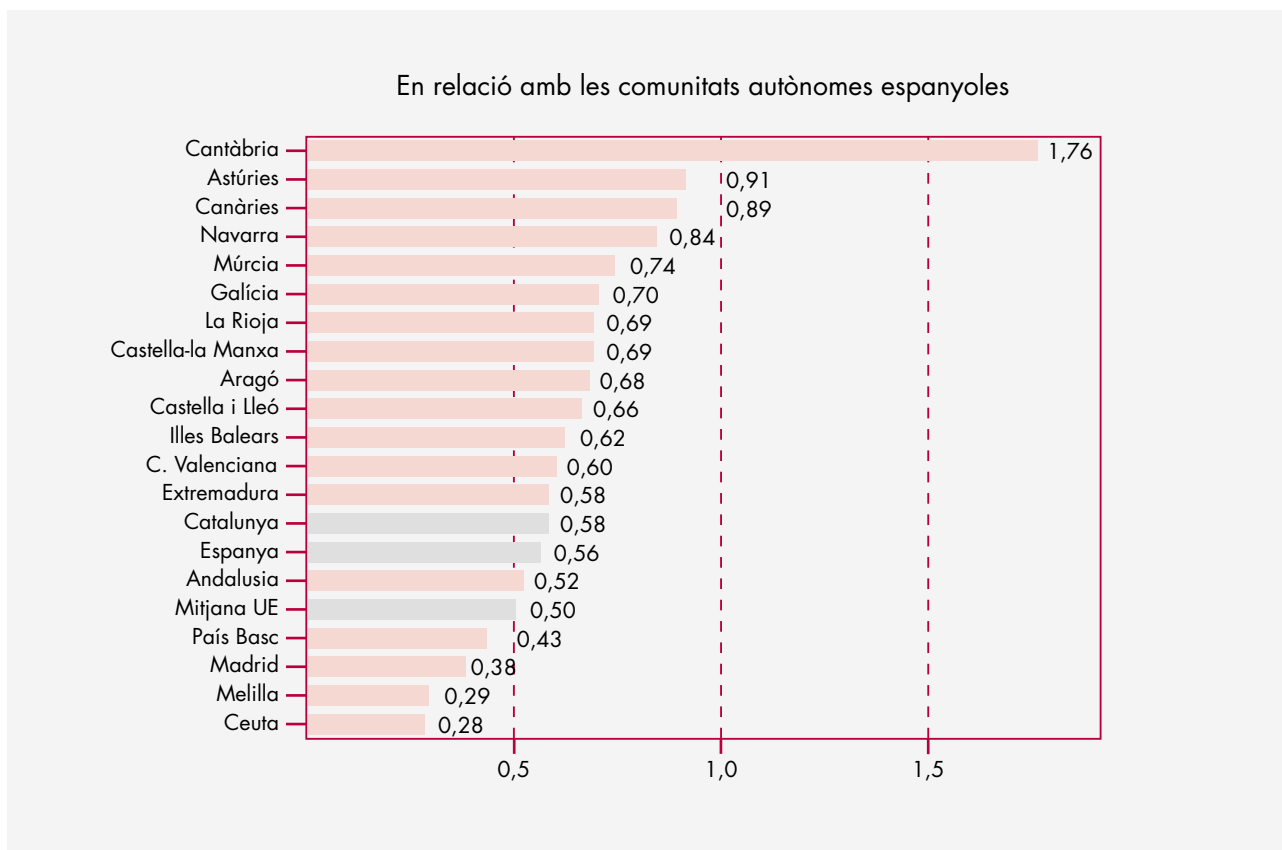
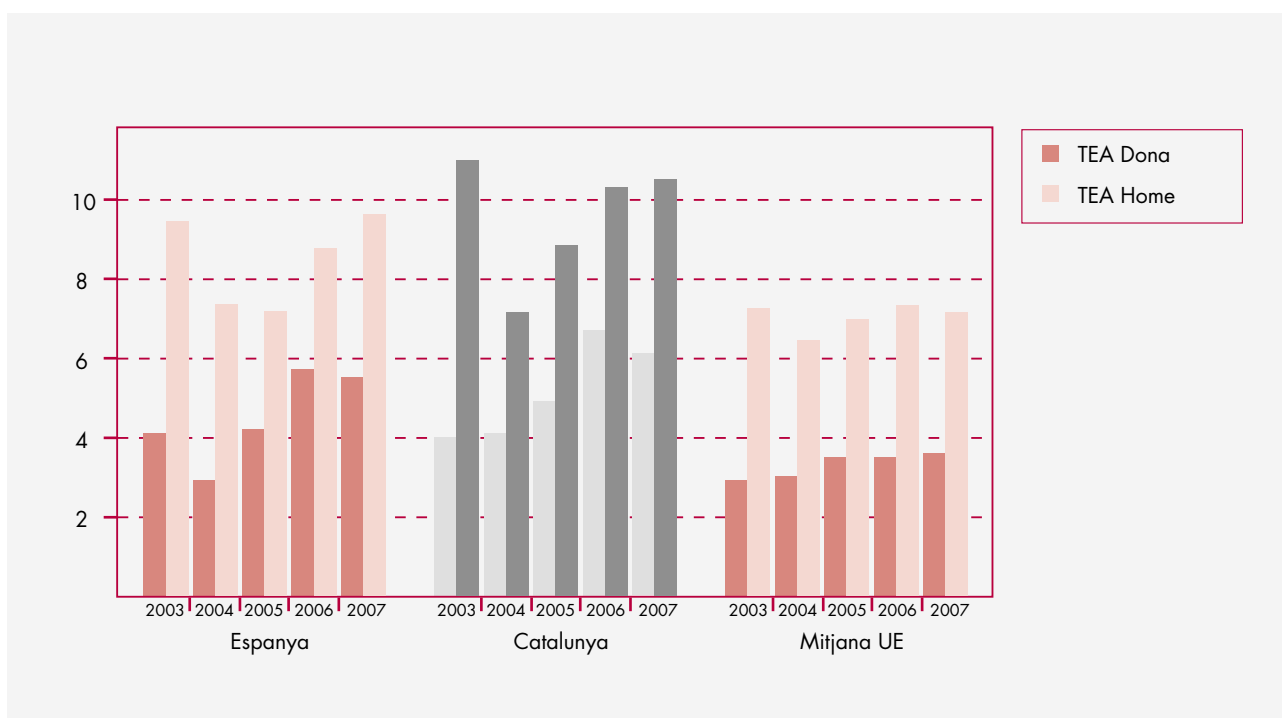
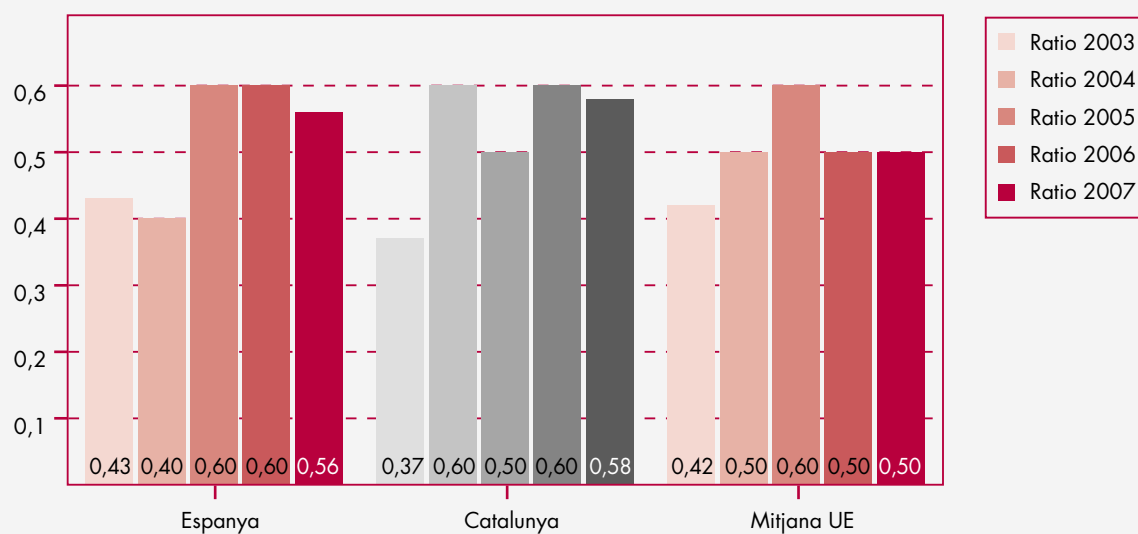
Figura 60 (Continuació)**Figura 61** Evolució de l'activitat emprenedora catalana: dona vs. home

Figura 62 Evolució de l'activitat empenedora catalana: ràtio dona/home**Taula 36** Evolució de l'activitat empenedora segons el gènere (% sobre la població adulta catalana)

	2007		2006	
	Dona	Home	Dona	Home
Emprenedors naixents	3,8%	4,5%	3,2%	5,0%
Emprenedors nous	2,5%	6,5%	3,6%	5,6%
Emprenedors en fase inicial	6,1%	10,6%	6,7%	10,4%
Emprenedors consolidats	4,6%	8,5%	3,0%	7,9%
Emprenedors que han abandonat	0,8%	0,8%	0,7%	1,5% _j
Emprenedors potencials	6,6%	7,6%	3,3%	5,3% _j
Mida del mostreig	1.009	991	1.017	1.001

Al 95% de confiança, error mostral de $\pm 3,09\%$ per a dones i de $\pm 3,11\%$ per a homes.

Taula 37 Perfil de l'emprenedor català en funció del gènere

		Emprenedors en fase inicial		Emprenedors consolidats		Emprenedors que han abandonat		Emprenedors potencials	
		Dona	Home	Dona	Home	Dona	Home	Dona	Home
Edat	18-24	8%	8%	0%	4%	17%	10%	23%	18%
	25-34	48%	42%	21%	20%	43%	18%	40%	38%
	35-44	23%	22%	20%	19%	0%	29%	20%	22%
	45-54	16%	17%	39%	37%	20%	11%	13%	16%
	55-64	5%	10%	19%	21%	21%	32%	5%	4%
	Mitjana	35,9	37,8	44,5	44,5	39,9	45,4	33,5	35,1
Desv. típica		10,0	11,3	9,2	11,3	14,0	14,1	11,2	10,7
Educació	Sense estudis	4%	1%	0%	2%	0%	11%	0%	2%
	Primària	24%	26%	20%	29%	57%	0%	16%	21%
	Secundària	8%	23%	14%	15%	0%	14%	26%	27%
	Mitjans	21%	21%	29%	28%	21%	43%	26%	26%
	Superiors	43%	29%	37%	26%	21%	32%	32%	25%
Renda mensual	< 600 €	3%	4%	2%	0%	0%	0%	1%	6%
	600-1.200 €	18%	21%	5%	11%	47%	11%	21%	33%
	1.200-1.800 €	18%	14%	14%	21%	0%	39%	22%	19%
	1.800-2.400 €	14%	22%	29%	17%	0%	25%	14%	18%
	> 2400 €	16%	23%	21%	23%	21%	14%	19%	15%
	Ns/Nc	31%	16%	28%	27%	32%	10%	23%	8%
Tipus de zona	Zona urbana	58%	73%	74%	71%	89%	79%	82%	72%
	Zona rural	42%	27%	26%	29%	11%	21%	18%	28%

Tabla 38 Algunes comparacions entre la TEA femenina i la TEA masculina de la població adulta catalana

		Dona	Home	Total
Tipus de comportament emprenedor	Oportunitat pura	52,0%	58,8%	56,4%
	Oportunitat en part	23,5%	22,1%	22,6%
	Subtotal oportunitat	75,5%	81,0%	79,0%
	Necessitat	24,5%	19,0%	21,0%
Motivació en l'aprofitament d'oportunitats per emprendre	Independència	50,8%	55,3%	53,8%
	Augmentar ingressos	39,7%	34,2%	36,0%
	Mantenir ingressos actuals	9,5%	10,5%	10,2%

Taula 39 Evolució dels factors psicosocials en funció del gènere

		2007		2006	
		Dona	Home	Dona	Home
Percep oportunitats empresarials	Sí	33,5%	40,3%	31,4%	39,2%
	No	66,5%	59,7%	68,6%	60,8%
Veu bones oportunitats per crear una empresa en els pròxims 6 mesos	Sí	32,3%	39,3%	30,1%	37,8%
	No	67,7%	60,7%	69,9%	62,2%
Té habilitats per a la creació d'empreses	Sí	47,7%	58,6%	46,2%	60,8%
	No	52,3%	41,4%	53,8%	39,2%
La por al fracàs el frena per crear una empresa	Sí	48,9%	44,6%	44,8%	39,6%
	No	51,1%	55,4%	55,2%	60,4%
A la gent li agrada que tothom tingui un nivell de vida semblant	Sí	63,6%	60,5%	66,2%	61,4%
	No	36,4%	39,5%	33,8%	38,6%
Posar en funcionament una empresa o un negoci és una bona elecció	Sí	66,2%	66,9%	68,9%	70,0%
	No	33,8%	33,1%	31,1%	30,0%
L'èxit en un negoci nou suposa millorar el prestigi	Sí	55,4%	60,9%	56,2%	57,5%
	No	44,6%	39,1%	43,8%	42,5%
En els mitjans de comunicació hi ha notícies sobre negocis exitosos	Sí	42,5%	43,9%	37,8%	46,4%
	No	57,5%	56,1%	62,2%	53,6%
Ha conegut personalment un emprenedor en els darrers 2 anys	Sí	33,3%	42,1%	32,3%	41,2%
	No	66,7%	57,9%	67,7%	58,8%

Taula 40 Factors psicosocials en funció del gènere i de l'emprenedor

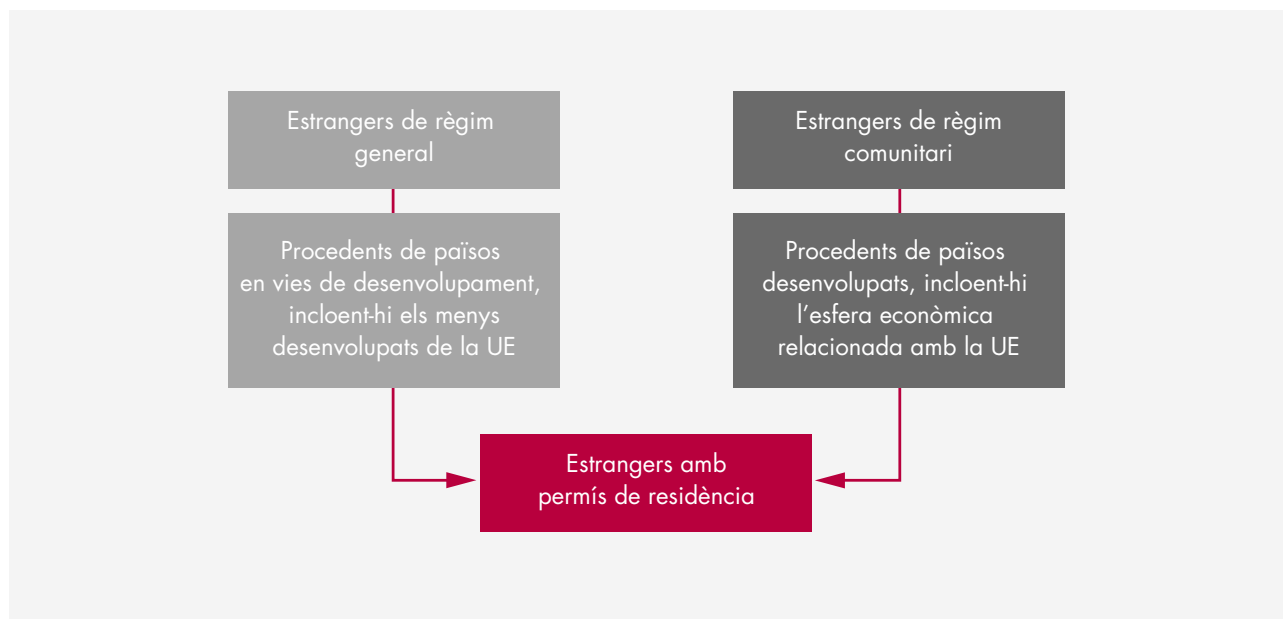
		Emprenedor/a		No empenedor/a	
		Dona	Home	Dona	Home
Percep oportunitats empresarials	Sí	49,7%	46,1%	32,5%	39,5%
	No	50,3%	53,9%	67,5%	60,5%
Veu bones oportunitats per crear una empresa en els pròxims 6 mesos	Sí	45,1%	50,2%	31,9%	38,5%
	No	54,9%	49,8%	68,1%	61,5%
Té habilitats per a la creació d'empreses	Sí	92,7%	92,0%	44,6%	54,5%
	No	7,3%	8,0%	55,4%	45,5%
La por al fracàs el frena per crear una empresa	Sí	30,9%	33,0%	50,0%	46,0%
	No	69,1%	67,0%	50,0%	54,0%
A la gent li agrada que tothom tingui un nivell de vida semblant	Sí	51,0%	53,0%	64,4%	61,4%
	No	49,0%	47,0%	35,6%	38,6%
Posar en funcionament una empresa o un negoci és una bona elecció	Sí	57,4%	59,3%	66,8%	67,9%
	No	42,6%	40,7%	33,2%	32,1%
L'èxit en un negoci nou suposa millorar el prestigi	Sí	41,6%	64,0%	56,3%	60,6%
	No	58,4%	36,0%	43,7%	39,4%
En els mitjans de comunicació hi ha notícies sobre negocis exitosos	Sí	47,7%	53,8%	42,2%	42,7%
	No	52,3%	46,2%	57,8%	57,3%
Ha conegut personalment un empenedor en els darrers 2 anys	Sí	56,8%	58,2%	31,8%	40,3%
	No	43,2%	41,8%	68,2%	59,7%

9.2. L'activitat emprenedora i la immigració a Catalunya

El fenomen de la immigració ha adquirit una gran rellevància durant els últims anys. El projecte GEM estima que a Catalunya el 8% de la població adulta és immigrant. D'aquests, el 86% ho és per necessitat (o procedeix de països amb situacions econòmiques, socials o polítiques que afavoreixen l'emigració) i el 14% ho és per un altre motiu.

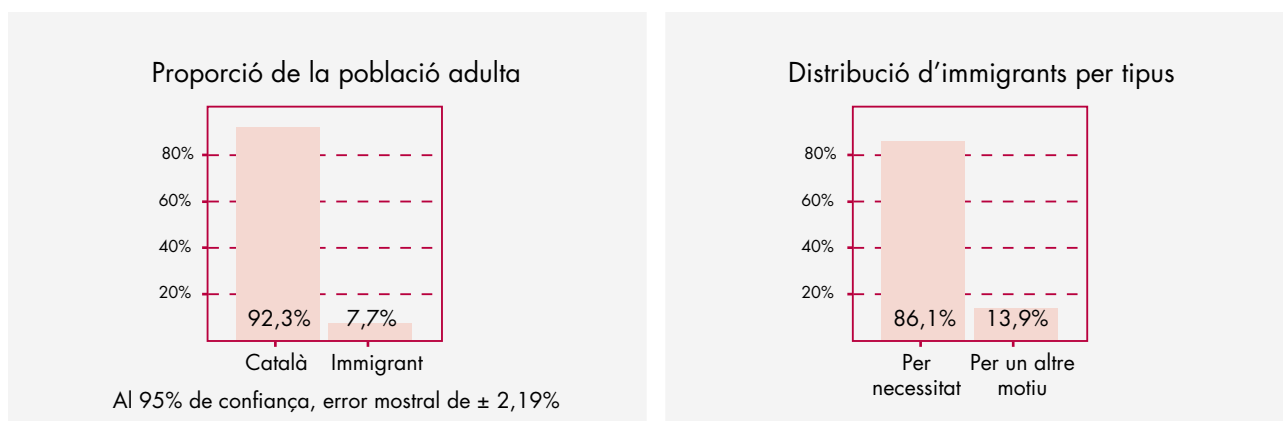
A causa de la tècnica que es fa servir per recollir la informació, l'enquesta telefònica, hi ha més probabilitats que responguin persones amb domicili estable, telèfon fix i que parlin català o castellà, cosa que introdueix un possible biaix en els resultats i, per tant, cal tractar-los amb cautela.

Figura 63 Composició de la població estrangera amb permís de residència a l'Estat espanyol



La taxa d'activitat empresarial en fase inicial dels immigrants (16,4%) és una mica més del doble de la dels nadius catalans (7,7%), i això encara és més acusat en les empreses naixents (el triple). Per tant, els emigrants són molt més emprenedors que els catalans, sobretot els que vénen a aquest país per necessitat.

Figura 64 Immigrants segons l'enquesta del projecte GEM a Catalunya



Taula 41 Activitat emprendedora en fase inicial dels immigrants a Catalunya

		General	Comunitari	Total immigrants	Català
Iniciatives naixents	%	10,9%	8,0%	10,5%	3,6%
Iniciatives noves	%	5,1%	10,6%	5,9%	4,1%
Emprenedor/a en fase inicial	%	16,0%	18,6%	16,4%	7,7%
	Nombre	50.081	9.367	59.448	336.521
	Mostra	18	4	22	130

En el cas de Catalunya no és possible fer un estudi de l'activitat emprendedora dels immigrants perquè els resultats no serien estadísticament significatius. No obstant això, aquesta mancança queda compensada, d'una banda, amb la col·laboració de Sònia Parella i Leonardo Cavalcanti (GEDIME, UAB) i, de l'altra, amb les conclusions a les qual s'arriba a l'Informe GEM Espanya 2007, la mostra d'immigrants del qual agrupa totes les comunitats autònomes, i que reproduïm a continuació:

- “Els estrangers són, proporcionalment, més emprendadors que els espanyols.
- Els estrangers en règim general de permanència són, proporcionalment, més emprendadors que els espanyols i que els estrangers comunitaris.
- L'any 2006 va començar a sorgir un col·lectiu que no vol respondre sobre del seu lloc d'origen. Aquest col·lectiu (que no apareixia el 2005) ha augmentat el 2007 i, tant aquest any com l'anterior, és el proporcionalment més empenedor de tots. Aquest col·lectiu pot està format per persones que tenen desconfiança pel que fa a revelar la seva procedència, si bé el fet que estiguin davant d'una activitat implica necessàriament que han de tenir permís per a la seva obertura i desenvolupament i, per tant, en principi, no s'hauria d'associar a immigració il·legal.
- Els estrangers tenen, proporcionalment, més propensió a emprendre, sobretot els de règim general. Això es deu a dos motius: d'una banda, una mentalitat més desenvolupada en relació amb el fet de crear iniciatives, i de l'altra, una major necessitat de fer-ho per subsistència en els que són de règim general.
- Els estrangers comunitaris i els espanyols tenen una taxa d'abandonament o tancament d'iniciatives inferior a la dels estrangers amb règim general, a causa que poden, normalment, tenir més recursos monetaris i suport institucional.
- Els estrangers de règim general coneixen en major proporció empenedors que els espanyols i els comunitaris, resultat natural si es pensa en les elevades taxes d'activitat emprendedora dels països en vies de desenvolupament.
- Els estrangers, especialment els comunitaris, tenen menys por al fracàs que els espanyols, perquè han estat educats de manera diferent pel que fa a l'assumpció de riscos i a afrontar el fracàs en un negoci.
- Els estrangers estan proporcionalment més convençuts que emprendre és una bona sortida professional, i també afirmen en major mesura que els espanyols que tenen els coneixements i les habilitats bàsics per muntar un petit negoci.
- Els estrangers, sobretot els de règim general, tenen una major percepció d'oportunitats.
- Els estrangers comunitaris són bastant més competitius que els espanyols i que els estrangers de règim general, ja que mostren un menor percentatge de preferència per un nivell de vida igualitari a la població.
- Els estrangers de règim general i els espanyols es mostren més convençuts que els comunitaris que l'èxit com empenedor pot conduir-los a assolir un bon estatus social.
- Les diferències més remarcables en quant al perfil dels empenedors estrangers i els espanyols són les següents: més joventut entre els que estan en règim general, una edat mitjana més elevada entre els comunitaris i, enmig de totes dues se situen els espanyols. La participació femenina és gairebé sempre inferior a la masculina, però entre els immigrants de règim comunitari, les diferències s'escurcen considerablement. La proporció d'empenedors amb nivell d'educació superior és més alta entre els comunitaris i els espanyols, però no és gens menyspreable el percentatge d'empenedors immigrants en règim general que també tenen estudis superiors. Finalment, pel que fa a la renda, els empenedors procedents de països en vies de desenvolupament són clarament els menys afavorits.”

D'ASSALARIATS A AUTOOCUPATS. UNA APROXIMACIÓ QUALITATIVA A LES INICIATIVES EMPRESARIALS DELS IMMIGRANTS

Sònia Parella i Leonardo Cavalcanti (GEDIME. Departamento de Sociologia. UAB)

L'autoocupació de la població d'origen immigrant posa de manifest que la immigració, lluny de tractar-se d'una categoria social homogènia, és diversa quant a projectes, situacions i condicions socials (Aramburu, 2002). A pesar de l'experiència relativament breu de Catalunya com a societat receptora d'immigració estrangera, la proliferació i la implantació d'iniciatives empresarials a càrrec d'estrangers resident és un fenomen en ple auge, que està transformant fisonòmicament i productivament les nostres ciutats i la nostra economia, sobretot els últims anys. El creixement i la consolidació de l'autoocupació entre la població immigrant és un fenomen relativament recent que ens situa en les dinàmiques que ja han començat a experimentar molt abans les societats amb més tradició com a receptores de fluxos migratoris internacionals (els Estats Units, França, els Països Baixos, el Regne Unit, etc.).

L'autoocupació de la població immigrant evidencia la capacitat de la immigració de constituir per ella mateix una font de creació de riquesa i ocupació. Es tracta d'una realitat que fa més complex l'imaginari social sobre els immigrants –tot sovint conceptualitzats com a mà d'obra assalariada poc qualificada–, en posar de manifest el paper que poden assumir com a actors clau en els fluxos econòmics (importació de capital), de capital humà (habilitats i coneixements) i relacionals (recursos ètnics, vincles transnacionals, etc.) (Solé i Parella, 2005). L'autoocupació com a estratègia seguida per alguns estrangers permet qüestionar la imatge que es té d'aquests treballadors, basada en la percepció errònia que són agents passius que només s'insereixen en els estrats més baixos de l'estructura ocupacional.

L'entorn tendeix a percebre aquestes iniciatives des d'una certa «hostilitat». Es força habitual emmarcar-les dins el fenomen de la migració com a «problema», des del desconeixement i el rebuig cap al qui comparteixen el mateix espai social. Es tracta de negocis que sovint són utilitzats com a «cap de turc» en períodes de mutacions socials o de crisi econòmica. L'estratègia és usar estereotips, mites i rumors, que es mantenen a causa del desconeixement mutu, la desconfiança i la manca de ponts de comunicació. Es tracta d'un rebuig que no pertany tant a un ordre cultural, sinó que té el seu fonament en les pràctiques econòmiques dels empresaris d'origen immigrant. Uns empresaris que són construïts des de l'«altre» i que es veuen com «una amenaça que ve de fora». Se'ls rebutja des del moment que se'ls atribueix un poder d'exclusió econòmica i una competència «deslleial» per la seva condició d'empresaris alhora que immigrants (Cachón, 2005).

Tanmateix, l'existència d'empresaris d'origen immigrant també contribueix a lluitar contra els prejudicis de la societat receptora. Ajuda a superar l'estereotip dels immigrants com a força de treball homogènia en la seva composició, amb escassa educació, indocumentada, fluctuant en un mercat laboral limitat i hostil (Landolt, *et al.*, 2003). Ser empresari requereix mecanismes de suport financer i administratiu, com també abundància de recursos, coneixements i experiència. Des d'aquesta perspectiva, els empresaris d'origen immigrant propicien la inserció laboral i la transformació productiva en les economies urbanes. L'existència d'empresaris suggereix que la població immigrant es diferencia internament en l'aspecte econòmic, en la posició social, el poder i els nivells d'influència.

Aquests pàgines recullen una breu síntesi dels principals resultats d'una investigació qualitativa, dirigida per la Dra. Carlota Solé, amb el títol «L'empresari immigrant a Espanya» (Solé, Parella, Cavalcanti, 2007), finançada i publicada per l'Obra Social de La Caixa¹. L'estudi presenta una tipologia de caràcter qualitatiu tant dels perfils dels empresaris d'origen immigrant procedents de països no comunitaris a l'Estat espanyol, com de les característiques dels seus negocis. Així, s'aprofundeix

1. Aquesta publicació està disponible on line a: <http://obrasocial.lacaixa.es>

en el coneixement científic d'un creixent nombre d'immigrants amb menor aversió al risc, amb el fi de mostrar, en termes de representativitat tipològica, els trets i el potencial de les empreses regentades per immigrants.

La recerca intenta transcendir l'estudi de les iniciatives empresarials estrictament comercials dels immigrants. S'aproxima als empresaris d'origen immigrant tenint en compte la creixent heterogeneïtat interna del col·lectiu i l'ampli espectre d'activitats empresarials que realitzen. Tot i que moltes de les iniciatives empenedores dels immigrants tenen lloc en l'àmbit de les microempreses i del comerç com a activitat principal (és el cas de les botigues, els bars, les agències de viatges, les perruqueries, els locutoris, etc.), cada vegada són més habituals altres tipus d'activitats empresarials com ONG, agències de cooperació internacional, associacions culturals, espais educatius, mitjans de comunicació social, empreses de serveis domèstics, empreses de reformes i construcció, professionals liberals com ara odontòlegs, gabinets jurídics, etc..

Les objectius i les hipòtesis de la recerca es concreten a partir de tres nivells d'anàlisi diferenciats:

- I) Aproximació a l'empresari d'origen immigrant en qualitat d'actor individual.
- II) Estudi del capital social dels empresaris, atès que es tracta d'agents que no operen en el buit social, sinó que estan inserits en xarxes socials (els «recursos ètnics»).
- III) Anàlisi de la reacció i els vincles entre les iniciatives empresarials dels immigrants i la transformació de l'estructura econòmica urbana.

La primera part de la recerca contextualitza les transformacions econòmiques, socials i culturals esdevingudes en les economies occidentals, que permeten situar els diversos tipus d'iniciativa empresarial dels immigrants a l'Estat espanyol. El punt de partida de la recerca és la teoria de la «incrustació mixta» (*mixed embeddedness*) (Rath i Kloosterman, 2000f; Kloosterman, Van der Leun i Rath, 1999). A partir dels postulats d'aquesta teoria, els immigrants assumeixen el risc de convertir-se en empresaris perquè es troben incrustats en xarxes socials i protegits per aquestes («recursos ètnics») que els proporcionen informació sobre l'entorn, mà d'obra, proveïdors, clients i maneres de finançament. Alhora, l'estructura socioeconòmica i institucional de la societat receptora condiciona la ubicació d'aquestes activitats empenedores en determinats entorns urbans. La posició socioeconòmica dels empresaris immigrants no només s'entén per la seva incrustació en xarxes socials, sinó també per l'existència d'una estructura socioeconòmica, política i institucional de la societat receptora, que comprèn els factors de transformació estructural de les economies urbanes; el marc institucional de l'estat de benestar en el qual es realitzen inversions i operen els negocis; l'impacte del mercat internacional i la globalització, etc.

Aquest context constitueix el marc de la segona part de la investigació, en la qual es procedeix a l'anàlisi dels projectes empresarials dels immigrants entrevistats, amb la finalitat d'identificar i classificar les causes per les quals decideixen establir-se pel seu compte i les característiques dels seus negocis quant a orientació (tipus de productes i serveis), estratègies de finançament i estratègies de gestió².

Pel que fa a l'anàlisi de les motivacions que condueixen alguns immigrants a culminar un iniciativa empresarial, les narracions de les persones entrevistades mostren la heterogeneïtat de projectes migratoris, perfils d'empresaris, trajectòries i estratègies que hi ha rere qualsevol activitat empresarial. Els resultats permeten identificar tres enfocaments diferents: I) L'enfocament del «desavantatge»; II) L'enfocament de l'«estructura d'oportunitats favorable», i III) L'enfocament del projecte empresarial com a conseqüència de la cultura empenedora i els «recursos de classe».

2. Pel que fa a la metodologia de l'estudi, s'han fet 50 entrevistes en profunditat a empresaris d'origen immigrant durant el període que va de març a novembre del 2006: 21 a l'àrea metropolitana de Madrid, 15 a l'àrea metropolitana de Barcelona i 15 a la ciutat de València. Les persones entrevistades han estat seleccionades sota els criteris d'accessibilitat i d'heterogeneïtat, quant a varietat i tipicitat: activitat de l'empresa, àrea o país d'origen de l'empresari; lloc d'emplaçament del negoci i sexe de l'empresari (Solé, Parella i Cavalcanti, 2007).

Quadre 1 Tipologia de causes que condueixen a l'autoocupació

Tipus de causes	Descripció	Exemples
I) Enfocament del desavantatge	Resposta als obstacles en el mercat de treball de la societat receptora (atur, discriminació laboral per la condició d'immigrants, dificultat de reconeixement de les seves credencials educatives, etc.).	«Bé, des que hi vaig arribar vaig treballar a la construcció, en el camp durant dos anys perquè no sabia parlar [...]. Després vaig començar a buscar una fàbrica i des del 1996 vaig treballar en una fàbrica fins aquest any [...]. El sou no m'arribava a final de mes, perquè jo tinc dos nens, amb mil euros no podia fer res, i per això he pensat a muntar un negoci per sobreviure, perquè mil euros per a quatre persones no arriba...» (Usama, empresari marroquí).
II) Enfocament de l'estructura d'oportunitat favorable	Un entorn econòmic social i legal que afavoreix la creació de negocis (concentració residencial de connacionals, demandes de productes i serveis no explotades, existència de vacants, normativa favorable, etc.).	«De la construcció, sí, sí. Vaig començar aquí a veure, perquè hi ha moltes coses que un no té ni idea i vaig començar a treballar i ara ja em dedico al que sé fer [...]. Jo sé posar, col·locar marbre, sé col·locar, tal com li dic, bigues. Aquí molts han de ser tècnics per poder fer aquest tipus de feina, col·locar bigues, col·locar aquesta mena de coses, fer escales, fer façanes, fer pisos, bé. Llavors, aquest arquitecte em va dir «tu en saps, tu en saps, de fer aquestes coses, si aconsegueixes un petit grup podràs sortir endavant». Bé, em donava una idea, i un per guanyar primer ha de perdre, oi?» (César, empresari equatorià)
III) Projecte empresarial com a conseqüència de la cultura emprendedora i dels «recursos de classe»	Elements etnoculturals (valors i patrons de conducta) i de caràcter material (propietat, mitjans de producció, patrimoni, capital humà, financer, etc.) que es transmeten a través d'una socialització emprendedora i de l'herència familiar.	«Sempre em va agradar molt treballar pel meu compte [...] als 16 anys estudiava, vaig acabar la secundària, després no vaig fer carrera universitària perquè em vaig casar, però sempre em va agradar, sí, el tema de muntar un negoci i fer ja mateixa les coses. No sé, crec que tinc un esperit una mica inquiet» (Cristina, empresària argentina) «Diuen que els «antioqueños», nosaltres venim dels «antioqueños», que són els de Medellín, que són gent molt emprendedora. Arreu on vagis, pertot el món, et pots trobar un colombià i sobretot un «antioqueño» que està creant una empresa. Ara no recordo qui m'ho va explicar, un germà que va estar al desert o un lloc semblant i s'hi va trobar un colombià que venia camells. Jo crec que sí, que som gent emprendedora.» (Humberto, empresari colombià) «Bé, primer la nostra mentalitat, sempre treballem molt, estalviem una mica, sempre i quant puguem tirar endavant el teu propi negoci. Així tothom, jo crec que així tota la comunitat xinesa. Sempre pensem el mateix, tenir un negoci propi. Però abans, clar, cal treballar molt i de mica en mica, ajudant-nos entre nosaltres, els amics i familiars, muntar el nostre negoci.» (Chen, empresari xinès)

A manera de síntesi, a l'hora d'interpretar les motivacions que fan que alguns immigrants optin per la via empresarial, els resultats mostren una casuística complexa i heterogènia. Per a determinats perfils d'immigrants, amb un nivell d'educació baix i sense experiència empresarial prèvia, predominen els negocis «de necessitat». Les seves empreses es caracteritzen per l'escassa innovació i rendibilitat. S'opta per l'autoocupació com a font immediata i complementària d'ingressos, sense perspectiva empresarial a mitjà o llarg termini. Altres empresaris atribueixen la seva iniciativa als insalvables obstacles del mercat laboral. Sovint es tracta de persones amb un nivell educatiu alt, relegades a situacions objectives d'«inconsistència d'estatus» en el mercat general. Saben aprofitar, de manera creativa, les noves oportunitats que els ofereixen els processos de globalització econòmica i migració internacional. Per últim, cal distingir altres iniciatives empresarials que són el resultat no tant d'un context de recepció determinat, sinó d'un projecte migratori impregnat, des de la seva gènesi, de la cultura empenedora i dels recursos materials i educatius necessaris per assolir l'èxit empresarial.

Pel que fa al tipus d'empresa que posen en funcionament els immigrants, la investigació detecta cinc perfils diferenciats, definits per l'orientació de l'empresa (tipus de producte o servei i tipus de públic o clientela a la qual va dirigit) i a la presència o no de vincles transnacionals en l'origen i la gestió del negoci.

- a) Les *empreses d'orientació ètnica* neixen, originalment, per proveir una comunitat determinada de productes culturalment afins i inexistents a l'Estat espanyol. Les carnisseries halal per a la població musulmana són l'exemple més clar; però també els diaris, els programes de ràdio, els importadors de menjar, de música, etc. Es tracta de negocis focalitzats de manera exclusiva o preferent en una clientela immigrada que comparteix referents culturals que no satisfà el mercat general.
- b) Les *empreses circuit* comprenen negocis que tenen els seus orígens en el mateix procés migratori i en els vincles que aquest genera entre les societats d'origen i de destinació (Landolt, *et al.*, 2003). Constitueixen l'arquetip de l'empresa comercial transnacional. La necessitat dels immigrants de mantenir un contacte regular amb els seus conacionals en el país d'origen proporciona el terreny adequat per al desenvolupament d'aquestes activitats. D'aquesta manera, les *empreses circuit* abasten qualsevol tipus d'activitat que faciliti aquesta interacció transnacional entre països d'origen i de destinació. Un bon exemple són els locutoris, les agències de tramesa de diners, les botigues d'importació-exportació, entre altres.
- c) Les *empreses especialitzades* en població *immigrant* engloben activitats empresarials que orienten els seus serveis a un públic immigrant en general (professionals liberals, immobiliàries, assessories jurídiques, ONG orientades a l'atenció dels col·lectius d'immigrants, etc.). Es tracta de clients amb una sèrie d'especificitats no ateses o no prou contemplades pel mercat general, a tenor de la seva condició jurídica d'estrangers, o de la seva estigmatització social com a immigrants (carència dels permisos de residència i de treball, dificultats lingüístiques, discriminació en l'accés als recursos per la seva condició d'immigrants com ara l'habitatge, l'accés a finançament, etc.).
- d) Les *empreses que exploten el component exòtic*, en quart lloc, es dirigeixen a un públic ampli. Es caracteritzen per fer servir l'element ètnic com a reclam simbòlic per a la clientela autòctona. Restaurants, botigues d'artesanía o teràpies mèdiques alternatives se situarien en aquesta categoria.
- e) Finalment, els empenedors immigrants s'obren pas, cada vegada més, al capdavant d'*empreses generalistes*. Aquestes noves activitats dels immigrants busquen desmarcar-se d'un model d'orientació ètnica, cada cop més saturat, i accedir a una parcel·la major del mercat, que inclogui els autòctons, els immigrants i els estrangers en general. A la nostra recerca s'ha detectat una diversificació creixent de la clientela i de l'horitzó empresarial en moltes de les trajectòries empresarials analitzades.

Quadre 2 Tipologia de les empreses regentades per immigrants

	Zona d'ubicació	Origen mà d'obra	Orientació nacional/transnacional del negoci	Tipus de públic/client
Empreses d'orientació ètnica	Àrea de concentració residencial dels immigrants	Immigrant majoritàriament	Promou els vincles transnacionals	Immigrants majoritàriament
Empreses circuit	Àrea de concentració residencial d'immigrants	Immigrant majoritàriament	Promou els vincles transnacionals	Immigrants majoritàriament
Empreses especialitzades en població immigrant	Àrea de concentració residencial d'immigrants	Autòctons, immigrants i estrangers en general	Centrada en el país d'immigració	Autòctons, immigrants i estrangers en general
Empreses que exploten el component exòtic	Agrupació sectorial d'acord amb les característiques del producte	Autòctons, immigrants i estrangers en general	Centrada en el país d'immigració	Autòctons, immigrants i estrangers en general
Empreses generalistes	Agrupació sectorial d'acord amb les característiques del producte	Autòctons, immigrants i estrangers en general	Centrada en el país d'immigració	Autòctons, immigrants i estrangers en general

Font: Solé, Parella i Cavalcanti (2007:107)

Com a conclusió cal dir que la proliferació de negocis regentats per immigrants a Catalunya és un fenomen recent, fet que permet encara la consolidació d'un teixit empresarial organitzat –tret d'algunes excepcions com ara els empresaris d'origen xinès o pakistanès. Tanmateix, aquestes primers negocis –entre els quals predomina la forma jurídica de treballador autònom, com també les petites empreses, sovint de caràcter familiar– poden facilitar, en els pròxims anys, un major nombre d'activitats empresarials, cada vegada més diverses pel que fa a les dimensions i l'activitat. Així ha succeït en altres societats com als Estats Units, el Regne Unit o Alemanya.

Algunes iniciatives empresarials han propiciat processos de mobilitat social ascendent, que es concreten en l'accés a recursos educatius (estudis universitaris per a les segones generacions) i capital econòmic i social (processos de creació de riquesa i de llocs de treball). Les trajectòries empresarials d'alguns dels entrevistats que han participat en el nostre estudi així ho posen de manifest. Així mateix, cal tenir present que quan es produeix concentració espacial dels connacionals, l'impacte positiu d'aquestes empreses pot arribar a transcendir la dimensió individual de la mobilitat social ascendent i beneficiar el conjunt de la comunitat.

Bibliografia

- Aramburu, Mikel (2002): “Los comercios de inmigrantes extranjeros en Barcelona y la recomposición del ‘inmigrante’ como categoría social”, *Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*. Universitat de Barcelona, vol. vi, núm. 108 [<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-108.htm>].
- Cachón, Lorenzo (2005): *Bases sociales de los sucesos de Elche de septiembre de 2004. Crisis industrial, inmigración y xenofobia*, Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Kloosterman, Robert, Van der Leun, Joanne y Rath, Jan (1999): “Mixed Embeddedness: (In)formal Economic Activities and Immigrant businesses in the Netherlands”, *International Journal of Urban and Regional Research* vol. 23, núm. 2, p. 253-267.
- Landolt, Patricia *et al.* (2003): “Del hermano lejano al hermano mayor: la dialéctica del transnacionalismo salvadoreño”, en A. Portes *et al.* (coord.), *La globalización desde abajo: transnacionalismo inmigrante y desarrollo*, México D.F.: FLACSO.
- Rath, Jan i Kloosterman, Robert (2000): “Outsider’s Business. A critical Review on Immigrant Entrepreneurship”, *International Migration Review* vol. 34, núm. 3, p. 656-680.
- Solé, Carlota i Parella, Sonia (2005): *Los comercios de los inmigrantes no comunitarios en Catalunya*, Barcelona: Fundació CIDOB
- Solé, Carlota; Parella, Sonia i Cavalcanti, Leonardo (2007): *El empresariado inmigrante en España*, Barcelona: La Caixa.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

10

10. PROCÉS EMPRENEDOR A NIVELL TERRITORIAL

- 10.1. El procés empenedor i la dinàmica empresarial per províncies
 - 10.2. Característiques del procés empenedor i perfil de l'empresari
 - 10.3. Característiques de les activitats resultants del procés empenedor per províncies
 - 10.4. Factores psicosocials en el procés empenedor per províncies
-

10. PROCÉS EMPRENEDOR A NIVELL TERRITORIAL

El fet d'haver fet una anàlisi agregada en els capítols anteriors i per tal de no estendre'ns massa en aquest informe, en aquest capítol ens limitarem a proporcionar les dades bàsiques de comparació de les principals variables que caracteritzen el procés empenedor de les quatre províncies de Catalunya.

10.1. El procés empenedor i la dinàmica empresarial per províncies

L'activitat empenedora i la dinàmica empresarial presenten algunes diferències provincials, tal com es pot veure a la taula 42.

Tarragona és la província que ha oscil·lat més els darrers anys. De ser la primera en taxa d'activitat empresarial el 2005 (8,5%) va passar a ser l'última el 2006 (5,8%) i ha tornat al primer lloc el 2007 (9,2%). Les altres províncies catalans han descendit lleugerament, sobretot Girona. Barcelona ha consolidat la notable millora que va experimentar el 2006.

A tres de les províncies (Barcelona, Girona i Tarragona) la TEA de les dones és gairebé la meitat que la dels homes (taula 43), mentre que a Lleida és igual i la més elevada (8%).

Taula 42 Activitat empenedora catalana segon les províncies (% sobre la població adulta catalana de cada província)

	Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	Total
Emprenedors naixents	3,9%	5,2%	4,1%	3,5%	4,1%
Emprenedors nous	4,7%	3,2%	3,9%	6,0%	4,5%
Emprenedors en fase inicial	8,3%	8,2%	8,0%	9,2%	8,4%
Emprenedors consolidats	4,4%	7,7%	8,1%	8,4%	6,6%
Emprenedors que han abandonat	0,8%	0,9%	1,2%	0,2%	0,8%
Emprenedors potencials	6,7%	7,3%	6,7%	8,0%	7,1%
Mida del mostreig	800	400	400	400	2.000
Error mostrat	3,46%	4,90%	4,90%	4,90%	2,19%

Error mostrat al 95% de confiança suposant la màxima indeterminació $p=q=0$,

Taula 43 Activitat empenedora catalana segons el gènere i la província

	Barcelona		Girona		Lleida		Tarragona	
	Dona	Home	Dona	Home	Dona	Home	Dona	Home
Emprenedors naixents	3,4%	4,5%	4,7%	5,6%	3,9%	4,4%	3,7%	3,3%
Emprenedors nous	2,0%	7,4%	1,4%	5,0%	4,1%	3,6%	2,9%	8,7%
Emprenedors en fase inicial	5,0%	11,5%	6,1%	10,2%	8,0%	8,0%	6,7%	11,5%
Emprenedors consolidats	2,7%	6,1%	8,0%	7,5%	5,0%	11,0%	4,6%	11,8%
Emprenedors que han abandonat	0,9%	0,7%	0,8%	1,0%	0,8%	1,6%	0,4%	0,0%
Emprenedors potencials	6,2%	7,2%	6,9%	7,7%	6,9%	6,6%	6,6%	9,2%

10.2. Característiques del procés empenedor i perfil de l'empresari

L'aprofitament d'una oportunitat és el principal comportament empenedor a totes les províncies. Els valors superiors es donen a Lleida (84,8%) (taula 44).

Destaca el fet que la motivació per necessitat a Girona s'ha multiplicat per més de quatre en un any (del 4,6% el 2006 al 20,9% el 2007) i que la motivació en l'aprofitament de l'oportunitat per emprendre ha estat del 43,5% per augmentar els ingressos, més del doble que l'any passat.

A les altres tres províncies, la motivació principal continua sent la independència.

Respecte del perfil dels empenedors en fase inicial (taula 45), crida l'atenció el següent:

- A Lleida la meitat (49%) són dones; un nivell d'educació menor (44% primària i només el 24% tenen estudis superiors); una renda mensual menor (només un 7% entre 1.800 i 2.400 euros) i majoritàriament de zona rural (62%).
- A Barcelona el 70% són homes; fonamentalment entre els 25 i els 34 anys d'edat (55%), perquè l'edat mitjana és la menor (36,2 anys); amb estudis superiors (38%) i de zona urbana (91%). Aquestes dades, sobretot l'edat i el nivell formatiu, són molt importants, ja que, tal com s'ha dit al capítol 4, els resultats de Barcelona estan en consonància amb la tendència internacional que sol mostrar el grup dels 25 als 34 anys com el més actiu en el desenvolupament d'activitats empresarials i, com hem vist en el capítol 5, també són els més propensos al creixement i internacionalització de les seves iniciatives. Tal com s'indicava en el cinquè capítol, el nivell d'educació formal influeix directament en l'èxit de les empreses, ja que és l'única característica personal dels empresaris que no dona resultats contradictoris en relacionar-la amb la supervivència de les empreses.

Taula 44 Algunes comparacions de la TEA per províncies

		Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	Total
Tipus de comportament empenedor	Oportunitat pura	54,4%	56,8%	71,5%	48,1%	56,4%
	Oportunitat en part	26,1%	22,3%	13,3%	23,7%	22,6%
	Subtotal oportunitat	80,5%	79,1%	84,8%	71,8%	79,0%
	Necessitat	19,5%	20,9%	15,2%	28,2%	21,0%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Motivació en l'aprofitament d'oportunitats per emprendre	Independència	52,0%	41,3%	63,7%	57,9%	53,8%
	Augmentar ingressos	35,8%	43,5%	36,3%	28,8%	36,0%
	Mantenir ingressos actuals	12,2%	15,2%	0,0%	13,3%	10,2%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Taula 45 Perfil de l'emprenedor català en funció de la província

		Emprenedor/a en fase inicial				Emprenedors consolidats			
		Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona
Gènere	Dona	30%	37%	49%	34%	31%	51%	30%	26%
	Home	70%	63%	51%	66%	69%	49%	70%	74%
Edat	18-24	4%	6%	19%	7%	0%	0%	5%	5%
	25-34	55%	36%	34%	40%	21%	25%	9%	26%
	35-44	16%	32%	10%	36%	27%	13%	10%	26%
	45-54	18%	15%	26%	9%	43%	39%	44%	26%
	55-64	6%	10%	10%	9%	9%	24%	32%	17%
	Mitjana	36,2	38,6	37,6	37,3	43,8	44,9	47,8	41,8
Educació	Desv. típica	10,3	10,4	13,3	9,8	9,4	10,4	10,6	11,2
	Sense estudis	0%	3%	0%	8%	3%	0%	3%	0%
	Primària	20%	30%	44%	17%	19%	24%	33%	31%
	Secundària	22%	17%	10%	15%	22%	10%	13%	12%
	Mitjans	20%	19%	23%	23%	24%	23%	30%	35%
	Superiors	38%	32%	24%	36%	31%	44%	21%	23%
Renda mensual	< 600 €	0%	8%	10%	0%	0%	0%	2%	0%
	600-1.200 €	16%	16%	23%	26%	9%	5%	8%	15%
	1.200-1.800 €	18%	7%	13%	23%	14%	14%	18%	31%
	1.800-2.400 €	16%	30%	7%	25%	20%	27%	18%	22%
	> 2.400 €	25%	26%	22%	7%	27%	26%	24%	11%
	Ns/Nc	25%	14%	25%	19%	30%	29%	30%	21%
Tipus de zona	Zona urbana	91%	46%	38%	68%	100%	71%	39%	72%
	Zona rural	9%	54%	62%	32%	0%	29%	61%	28%

Taula 46 Perfil de l'emprenedor català potencial i el que ha abandonat en funció de la província

		Emprenedors que han abandonat				Emprenedors potencials			
		Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona
Gènere	Dona	56%	43%	34%	100%	46%	47%	50%	39%
	Home	44%	57%	66%	0%	54%	53%	50%	61%
Edat	18-24	32%	0%	0%	0%	11%	21%	35%	23%
	25-34	25%	0%	64%	0%	47%	41%	29%	32%
	35-44	18%	33%	0%	0%	17%	17%	17%	35%
	45-54	0%	21%	18%	100%	22%	15%	9%	7%
	55-64	25%	46%	18%	0%	3%	6%	9%	3%
	Mitjana	39,0	51,3	39,8	54,0	35,6	33,9	33,6	33,1
Educació	Desv. típica	15,7	7,0	14,0	0,0	10,3	10,8	13,1	9,8
	Sense estudis	13%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	4%
	Primària	31%	43%	0%	100%	14%	25%	27%	15%
	Secundària	18%	0%	0%	0%	30%	24%	16%	30%
	Mitjans	0%	57%	64%	0%	24%	13%	34%	34%
	Superiors	38%	0%	36%	0%	31%	37%	24%	17%
Renda mensual	< 600 €	0%	0%	0%	0%	3%	0%	9%	4%
	600-1.200 €	45%	21%	0%	100%	13%	37%	36%	34%
	1.200-1.800 €	0%	24%	48%	0%	25%	14%	11%	27%
	1.800-2.400 €	18%	0%	18%	0%	23%	12%	8%	16%
	> 2400 €	0%	33%	34%	0%	20%	22%	25%	3%
	Ns/Nc	38%	22%	0%	0%	16%	15%	12%	16%
Tipus de zona	Zona urbana	100%	78%	64%	100%	94%	62%	56%	76%
	Zona rural	0%	22%	36%	0%	6%	38%	44%	24%

10.3. Característiques de les activitats resultants del procés empenedor per províncies

La dimensió de les empreses per províncies presenta valors semblants al 2006. Continua predominant la microempresa, que representa el 90% de les iniciatives (taula 47).

Taula 47 Distribució de les activitats empenedores catalanes segons la província i la dimensió

		Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	Total
Nombre d'empleats	D'1 a 9 empleats	91,0%	90,8%	92,6%	89,0%	90,8%
	De 10 a 49 empleats	9,0%	9,2%	5,6%	11,0%	8,8%
	De 50 a 249 empleats	0,0%	0,0%	1,7%	0,0%	0,4%
	250 o més empleats	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Les millors expectatives de situació de la plantilla d'aquí a cinc anys es troben a les províncies de Girona (creix el 93,9%) i de Barcelona (86,2%). Només s'espera que disminueix un 3,2% a la província de Tarragona (taula 48).

Taula 48 Expectatives de la situació de la plantilla al cap de cinc anys en funció de la província

		Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	Total
Emprenedor/a en fase inicial	Creix	86,2%	93,9%	76,2%	74,1%	83,1%
	No creix	13,8%	6,1%	23,8%	22,7%	16,1%
	Disminueix	0,0%	0,0%	0,0%	3,2%	0,7%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Emprenedors consolidats	Creix	35,7%	40,6%	23,3%	29,5%	32,4%
	No creix	61,7%	48,5%	73,9%	64,7%	62,0%
	Disminueix	2,6%	10,9%	2,8%	5,8%	5,6%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

A Tarragona és on els percentatges d'empreses innovadores són més alts, tant pel que fa a naixents com a noves (taula 49), com també l'ús de noves tecnologies a les iniciatives naixents (taula 50).

Taula 49 Empreses innovadores a Catalunya en funció de la província

		Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	Total
Emprenedors naixents	Completament innovadora	26,0%	10,1%	46,2%	20,6%	25,0%
	Una mica innovadora	25,6%	16,7%	14,1%	49,0%	25,2%
	Gens innovadora	48,3%	73,2%	39,7%	30,4%	49,8%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Emprenedors nous	Completament innovadora	4,9%	11,1%	39,3%	22,0%	16,1%
	Una mica innovadora	25,4%	31,7%	4,9%	24,3%	22,6%
	Gens innovadora	69,7%	57,2%	55,7%	53,7%	61,3%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Emprenedors consolidats	Completament innovadora	7,9%	16,0%	12,3%	13,7%	12,4%
	Una mica innovadora	22,8%	31,6%	20,4%	21,2%	23,9%
	Gens innovadora	69,2%	52,4%	67,3%	65,1%	63,7%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Taula 50 Ús de les noves tecnologies a l'empresa catalana en funció de la província

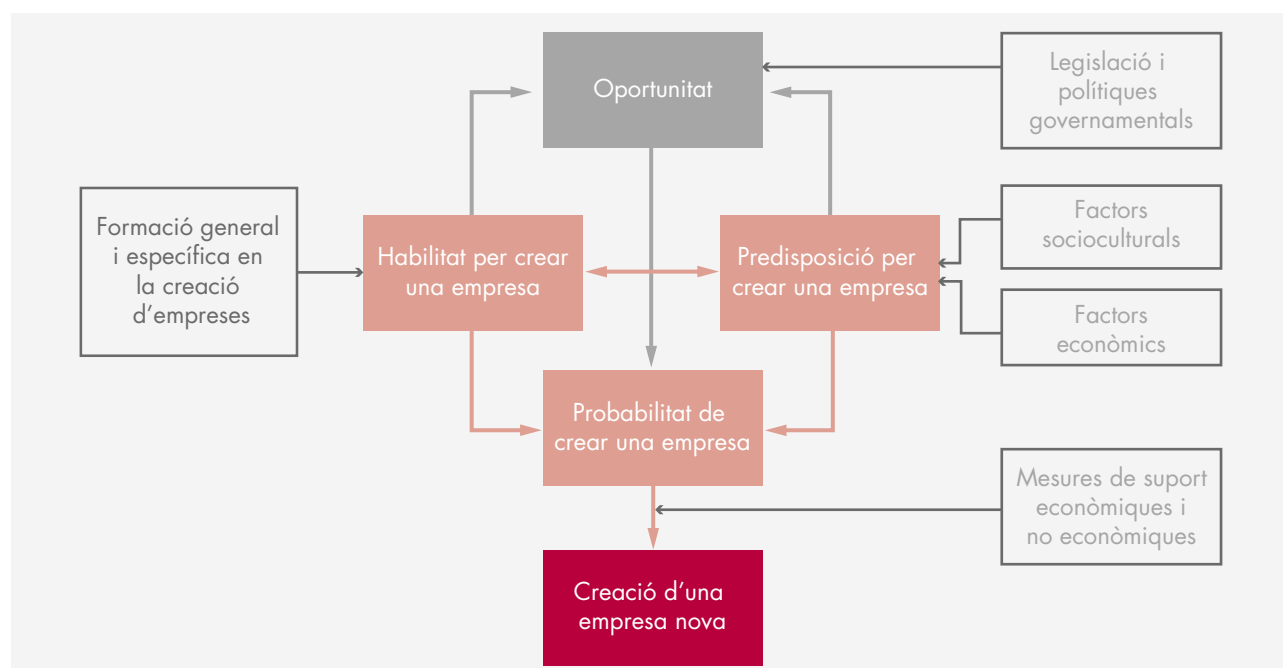
		Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	Total
Emprenedors naixents	Tecnologia nova	6,7%	10,1%	31,5%	18,8%	14,4%
	Tecnologia recent	17,1%	10,9%	8,8%	6,0%	12,1%
	Tecnologia antiga	76,2%	79,0%	59,6%	75,2%	73,5%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Emprenedors nous	Tecnologia nova	7,4%	0,0%	14,0%	5,9%	7,0%
	Tecnologia recent	15,4%	11,1%	4,9%	29,8%	16,9%
	Tecnologia antiga	77,1%	88,9%	81,1%	64,4%	76,0%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Emprenedors consolidats	Tecnologia nova	4,4%	16,0%	12,2%	10,7%	10,6%
	Tecnologia recent	13,0%	14,0%	15,0%	27,8%	17,5%
	Tecnologia antiga	82,6%	70,0%	72,8%	61,6%	71,9%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Nota: S'entén per tecnologia nova la que té menys d'1 any; tecnologia recent, d'1 a 5 anys; i tecnologia antiga, més de 5 anys

10.4. Factors psicosocials en el procés empenedor per províncies

La decisió de crear una empresa i, per tant, la taxa d'activitat empenedora depenen de diversos factors (fig. 65). Alguns d'aquests, relacionats amb les actituds, les percepcions i els aspectes psicosocials de l'empenedor, estan recollits en el projecte GEM, com ara:

- Si percep oportunitats empresarials.
- Si veu bones oportunitats per crear una empresa durant els pròxims sis mesos en l'àrea on viu.
- Si coneix personalment algú que hagi engegat un nou negoci en els darrers anys.
- Si té els coneixements, les habilitats i l'experiència que es necessiten per posar en funcionament un nou negoci.
- Si la por al fracàs suposa un fre per muntar un negoci.
- Si la majoria de la gent prefereix que tothom tingui el mateix nivell de vida.
- Si la majoria de la gent considera que iniciar un negoci és una opció professional atractiva.
- Si a Catalunya aquells que assoleixen l'èxit en obrir un negoci nou obtenen una alta posició i prestigi socials.
- Si els mitjans de comunicació transmeten habitualment notícies sobre nous negocis d'èxit.

Figura 65 Factors que incideixen en la decisió de crear una empresa

Font: Gnyawali i Fogel (1994)

Els factors psicosocials de la població catalana són bastants similars per províncies (taula 51). Continua sent preocupant que el 62% de la població adulta entrevistada no hagi conegut personalment cap emprenedors en els darrers dos anys.

Respecte als qui ja són emprenedors (taula 52), cal ressaltar l'altíssima percepció d'oportunitats empresarials (73,35%) i per crear una empresa (72,6%) a Lleida.

Taula 51 Factors psicosocials en funció de la província

		Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	Total
Percep oportunitats empresarials	Sí	36,9%	35,0%	39,9%	36,2%	37,0%
	No	63,1%	65,0%	60,1%	63,8%	63,0%
Veu bones oportunitats per crear una empresa en els pròxims 6 mesos	Sí	36,0%	35,8%	36,4%	34,9%	35,8%
	No	64,0%	64,2%	63,6%	65,1%	64,2%
Té habilitats per a la creació d'empreses	Sí	52,8%	53,9%	51,5%	55,1%	53,2%
	No	47,2%	46,1%	48,5%	44,9%	46,8%
La por al fracàs el frena per crear una empresa	Sí	46,1%	48,3%	49,0%	44,1%	46,7%
	No	53,9%	51,7%	51,0%	55,9%	53,3%
A la gent li agrada que tothom tingui un nivell de vida semblant	Sí	62,4%	61,6%	61,7%	62,1%	62,0%
	No	37,6%	38,4%	38,3%	37,9%	38,0%
Posar en funcionament una empresa o un negoci és una bona elecció	Sí	67,9%	66,1%	68,1%	63,2%	66,6%
	No	32,1%	33,9%	31,9%	36,8%	33,4%
L'èxit en un negoci nou suposa millorar el prestigi	Sí	58,8%	60,5%	61,8%	51,2%	58,2%
	No	41,2%	39,5%	38,2%	48,8%	41,8%
En els mitjans de comunicació hi ha notícies sobre negocis exitosos	Sí	43,7%	38,2%	48,2%	42,6%	43,2%
	No	56,3%	61,8%	51,8%	57,4%	56,8%
Ha conegut personalment un emprenedor en els darrers 2 anys	Sí	36,4%	37,7%	39,6%	39,2%	37,8%
	No	63,6%	62,3%	60,4%	60,8%	62,2%

Taula 52 Factors psicosocials en funció de la província per als qui són emprenedors

		Barcelona	Emprenedor/a en fase inicial			Total
			Girona	Lleida	Tarragona	
Percep oportunitats empresarials	Sí	41,5%	36,2%	73,3%	45,1%	47,3%
	No	58,5%	63,8%	26,7%	54,9%	52,7%
Veu bones oportunitats per crear una empresa en els pròxims 6 mesos	Sí	42,0%	31,8%	72,6%	53,7%	48,5%
	No	58,0%	68,2%	27,4%	46,3%	51,5%
Té habilitats per a la creació d'empreses	Sí	91,5%	97,7%	87,0%	93,1%	92,2%
	No	8,5%	2,3%	13,0%	6,9%	7,8%
La por al fracàs el frena per crear una empresa	Sí	31,0%	28,5%	43,3%	28,9%	32,3%
	No	69,0%	71,5%	56,7%	71,1%	67,7%
A la gent li agrada que tothom tingui un nivell de vida semblant	Sí	50,0%	39,7%	56,0%	62,3%	52,3%
	No	50,0%	60,3%	44,0%	37,7%	47,7%
Posar en funcionament una empresa o un negoci és una bona elecció	Sí	65,5%	47,6%	56,7%	57,8%	58,7%
	No	34,5%	52,4%	43,3%	42,2%	41,3%
L'èxit en un negoci nou suposa millorar el prestigi	Sí	59,7%	60,9%	43,2%	54,4%	55,7%
	No	40,3%	39,1%	56,8%	45,6%	44,3%
En els mitjans de comunicació hi ha notícies sobre negocis exitosos	Sí	50,7%	43,8%	62,8%	50,8%	51,6%
	No	49,3%	56,2%	37,2%	49,2%	48,4%
Ha conegut personalment un emprenedor en els darrers 2 anys	Sí	56,8%	58,2%	47,9%	67,8%	57,7%
	No	43,2%	41,8%	52,1%	32,2%	42,3%

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

- Bates, T. (1989): "Entrepreneur human capital endowments and minority business viability". *Journal of Human Resources*, vol. 20, pp. 540-554
- Gimeno, J.; Folta, T.; Cooper, A.; Woo, C. (1997): "Survival of the fittest? Entrepreneurial human capital and the persistence of underperforming forms". *Administrative Science Quarterly*, vol. 42, pp. 750-783.
- Gnyawali, D.R. i Fogel, D.S. (1994): "Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications". *Entrepreneurship Theory and Practice*, juny, p. 43-62
- Julien, P.A. (2000): "High growth SMEs: explanatory factors", *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 15, pp. 39-56.
- OECD (2004) "Women's Entrepreneurship: Issues and Policies". 2nd OECD Conference of Ministers Responsible for Small and Medium-sized Enterprises (SMEs). Istanbul, Turkey, 2004
- Storey, D.J. (1994): *Understanding the Small Business Sector*, London: Routledge.
- Vaillant, Y. (2005): *La creación de empresas en zonas rurales*. IERMB y Departamento de Economía de la empresa de la UAB.
- Viladomiu, L.; Rosell, J.; Vaillant, Y. (2004) : *Empresas y empresarios en las comarcas rurales de Cataluña*. Centro de Economía Industrial. Fundación Empresa y Ciencia. Barcelona.

ÍNDEX DE TAULES

Taula 1	Fitxa tècnica de l'enquesta a la població adulta catalana	11
Taula 2	Activitat emprenedora en fase inicial en la població adulta catalana	17
Taula 3	Empreses consolidades en la població adulta catalana	23
Taula 4	Abandonament d'iniciatives a la població adulta catalana	25
Taula 5	Emprenedors potencials en la població adulta catalana	27
Taula 6	Tipus de comportament emprenedor a la població adulta catalana	33
Taula 7	Principal motivació subjacent en l'aprofitament d'oportunitats per emprendre	36
Taula 8	Perfil de l'emprenedor català	41
Taula 9	Classificació dels emprenedors catalans per grans sectors d'activitat	53
Taula 10	Nombre de propietaris de les iniciatives naixents, noves i consolidades	53
Taula 11	Dimensió de les activitats emprenedores catalanes segons el nombre d'empleats actual	54
Taula 12	Dimensió de les activitats emprenedores catalanes segons el nombre esperat d'empleats al cap de cinc anys	54
Taula 13	Estimació del creixement total en ocupació generat pel procés emprenedor a Catalunya	55
Taula 14	Distribució de les iniciatives en funció del seu volum de facturació anual prevista	58
Taula 15	Empreses innovadores a Catalunya	58
Taula 16	Ús de noves tecnologies a l'empresa catalana	59
Taula 17	Nivell tecnològic del sector on actua l'empresa catalana	59
Taula 18	Grau d'expansió del mercat a les empreses catalanes	59
Taula 19	Nivell de competència esperat per les empreses catalanes	60
Taula 20	Activitat exportadora a les empreses catalanes	60
Taula 21	Capital llavor mitjà necessari per començar i percentatge mitjà aportat per l'emprenedor naixent	71
Taula 22	Fonts de finançament que utilitzen els emprenedors naixents per a la creació	72
Taula 23	Perfil de l'inversor informal català de tipus <i>business angel</i>	76
Taula 24	Activitat emprenedora de l'inversor informal català de tipus <i>business angel</i>	77
Taula 25	Opinions de l'inversor informal català de tipus <i>business angel</i>	78
Taula 26	Percepció d'oportunitats per part de tota la població adulta catalana	89
Taula 27	Àmbit d'influència dels experts entrevistats a Catalunya	91
Taula 28	Percepció d'oportunitats des del punt de vista dels experts catalans	92
Taula 29	Motivació per emprendre en la població adulta catalana	93
Taula 30	Avaluació mitjana dels experts sobre factors que influeixen en la motivació per emprendre	94
Taula 31	Opinió dels experts sobre les habilitats i els coneixements que té la població per emprendre	98
Taula 32	Opinió dels experts sobre les condicions de l'entorn	111
Taula 33	Obstacles a la creació empresarial, segons l'opinió dels experts catalans	115
Taula 34	Suport a la creació empresarial segons l'opinió dels experts catalans	116
Taula 35	Temes tractats pels experts catalans en les recomanacions sobre polítiques públiques per millorar l'entorn de la creació empresarial	120
Taula 36	Evolució de l'activitat emprenedora segons el gènere (% sobre la població adulta catalana)	156
Taula 37	Perfil de l'emprenedor català en funció del gènere	157
Taula 38	Algunes comparacions entre la TEA femenina i la TEA masculina de la població adulta catalana	157
Taula 39	Evolució dels factors psicosocials en funció del gènere	158
Taula 40	Factors psicosocials en funció del gènere i de l'emprenedor	159
Taula 41	Activitat emprenedora en fase inicial dels immigrants a Catalunya	161
Taula 42	Activitat emprenedora catalana segon les províncies (% sobre la població adulta catalana de cada província)	171

Taula 43	Activitat emprenedora catalana segons el gènere i la província	171
Taula 44	Algunes comparacions de la TEA per províncies	172
Taula 45	Perfil de l'emprenedor català en funció de la província	173
Taula 46	Perfil de l'emprenedor català potencial i el que ha abandonat en funció de la província	173
Taula 47	Distribució de les activitats emprenedores catalanes segons la província i la dimensió	174
Taula 48	Expectatives de la situació de la plantilla al cap de cinc anys en funció de la província	174
Taula 49	Empreses innovadores a Catalunya en funció de la província	174
Taula 50	Ús de les noves tecnologies a l'empresa catalana en funció de la província	175
Taula 51	Factors psicosocials en funció de la província	176
Taula 52	Factors psicosocials en funció de la província per als qui són emprenedors	177

ÍNDEX DE FIGURES

Figura 1.	El model conceptual del projecte GEM	9
Figura 2.	El procés emprenedor: les definicions operacionals del projecte GEM	10
Figura 3.	Activitat emprenedora en fase inicial a Catalunya (activitats naixents i noves)	18
Figura 4.	Comparativa del nombre absolut estimat d'iniciatives de fins a 42 mesos de vida a les comunitats i ciutats autònomes espanyoles el 2007	19
Figura 5.	Evolució de l'activitat emprenedora catalana	20
Figura 6.	Activitat emprenedora dels països de l'OCDE que participen al GEM 2007	21
Figura 7.	Activitat emprenedora a la resta dels països participants al GEM 2007	21
Figura 8.	Relació de dependència del TEA respecte del nivell de desenvolupament dels països GEM 2007 com a conjunt total	22
Figura 9.	Empreses consolidades a Catalunya (% població adulta)	23
Figura 10.	Evolució dels emprenedors consolidats catalans	24
Figura 11.	Principal motiu de tancament	25
Figura 12.	Tancament d'activitats emprenedores a Catalunya (% població adulta)	26
Figura 13.	Evolució del tancament d'activitats catalanes	27
Figura 14.	Emprenedors potencials a Catalunya (% població adulta)	28
Figura 15.	Evolució dels emprenedors potencials catalans	30
Figura 16.	Activitat emprenedora per oportunitat i necessitat a Catalunya	34
Figura 17.	Evolució de l'activitat emprenedora per oportunitat i necessitat	35
Figura 18.	Principal motivació subjacent en l'aprofitament d'oportunitats per emprendre a Catalunya	36
Figura 19.	Distribució per gènere	42
Figura 20.	Distribució per edat	43
Figura 21.	Distribució per nivell d'estudis	44
Figura 22.	Distribució per renda mensual	45
Figura 23.	Distribució per tipus de zona	46
Figura 24.	Distribució per ocupació	46
Figura 25.	Empreses catalanes en fase inicial amb un alt potencial de creixement en ocupació	55
Figura 26.	Evolució dels emprenedors catalans amb un alt percentatge de creixement en ocupació	56
Figura 27.	Classificació general de les activitats que integren el procés emprenedor	57
Figura 28.	Empreses catalanes amb un nivell d'exportació alt (més del 50% de les vendes)	61
Figura 29.	Evolució de les empreses catalanes amb un nivell d'exportació alt (més del 50% de les vendes)	62
Figura 30.	Distribució del percentatge de capital llavor aportat pels emprenedors naixents a Catalunya	72
Figura 31.	Quantitat de retorn de la inversió que espera aconseguir l'emprenedor naixent i temps en què espera aconseguir-ho	73
Figura 32.	Percentatge de capital llavor aportat per l'emprenedor en funció de la quantitat que espera com a retorn i el temps en què espera aconseguir-ho	73
Figura 33.	Percentatge de la població adulta catalana que actua com a <i>Business angel</i> informal	74
Figura 34.	Relació entre l'activitat emprenedora i els <i>Business angel</i> a Catalunya	75
Figura 35.	Quantitat que espera obtenir de retorn el <i>Business angel</i> català	78
Figura 36.	Població adulta catalana que veu bones oportunitats per emprendre en els pròxims 6 mesos	90
Figura 37.	Evolució del % de la població adulta catalana que veu oportunitats per emprendre i la seva relació amb la TEA	91
Figura 38.	Valoració mitjana dels experts sobre la motivació de la població per emprendre en els respectius països	94
Figura 39.	Percentatge de la població adulta catalana que creu tenir habilitats i coneixements per emprendre	96
Figura 40.	Percentatge de la població adulta catalana que creu tenir habilitats i coneixements per emprendre	96

Figura 41.	Evolució del % de la població adulta catalana que creu que té habilitats per emprendre	97
Figura 42.	Valoració mitjana de les condicions de l'entorn per emprendre a Catalunya	110
Figura 43.	Valoració mitjana dels experts sobre l'entorn. Suport financer	121
Figura 44.	Valoració mitjana dels experts sobre l'entorn. Mesures de suport en les polítiques governamentals	122
Figura 45.	Valoració mitjana dels experts sobre l'entorn. Tràmits i lleis derivades de les polítiques governamentals . . .	124
Figura 46.	Valoració mitjana dels experts sobre l'entorn. Polítiques governamentals en global.	125
Figura 47.	Valoració mitjana dels experts sobre l'entorn. Educació primària i secundària	126
Figura 48.	Valoració mitjana dels experts sobre l'entorn. Educació postsecundària	128
Figura 49.	Valoració mitjana dels experts sobre l'entorn. Transferència de tecnologia i R+D	129
Figura 50.	Valoració mitjana dels experts sobre l'entorn. Infraestructures comercials i serveis	130
Figura 51.	Valoració mitjana dels experts sobre l'entorn. Accés a infraestructures bàsiques	132
Figura 52.	Valoració mitjana dels experts sobre l'entorn. Capacitat de reacció davant l'obertura dels mercats interns .	133
Figura 53.	Valoració mitjana dels experts sobre l'entorn. Eliminació de barreres per a l'obertura del mercat	134
Figura 54.	Valoració mitjana dels experts sobre l'entorn. Normes socials i culturals	135
Figura 55.	Valoració mitjana dels experts sobre l'entorn. Suport a la dona emprenedora	136
Figura 56.	Valoració mitjana dels experts sobre l'entorn. Protecció de la propietat intel·lectual	137
Figura 57.	Valoració mitjana dels experts sobre l'entorn. Creació d'empreses d'alt potencial de creixement i desenvolupament	138
Figura 58.	TEA dona i TEA home a Catalunya	152
Figura 59.	Evolució de l'activitat emprenedora de la dona catalana	154
Figura 60.	Ràtio TEA dona / TEA home a Catalunya	154
Figura 61.	Evolució de l'activitat emprenedora catalana: dona vs. home	155
Figura 62.	Evolució de l'activitat emprenedora catalana: ràtio dona/home	156
Figura 63.	Composició de la població estrangera amb permís de residència a l'Estat espanyol	160
Figura 64.	Immigrants segons l'enquesta del projecte GEM a Catalunya	160
Figura 65.	Factors que incideixen en la decisió de crear una empresa	176

