



**sabadell
universitat**

INFORMACIÓ
REFLEXIÓ
DEBAT
CONEIXEMENT

TERCERA EDICIÓ DE SABADELL UNIVERSITAT
DEL 5 AL 9 DE JULIOL DE 2004

**LA CREACIÓ DE NOVES EMPRESES. LA
GENERACIÓ D'IDEES DE NEGOCI I EL PAPER
DE LA CREATIVITAT**

S2. LA CREACIÓ D'EMPRESES, UNA ALTERNATIVA DAVANT LA DESLOCALITZACIÓ INDUSTRIAL?

David Urbano, professor de la UAB
Sabadell, 6 de juliol de 2004

organitzadors:



patrocinadors:



Resum ponència

“La creació de noves empreses. La generació d’idees de negoci i el paper de la creativitat”(David Urbano)

1. Introducció

És àmpliament reconegut a l’actualitat el rol fonamental que tenen les noves empreses en la generació de llocs de treball, el creixement econòmic i el potencial innovador. Per altra banda, és important considerar els factors que condicionen la creació d’empreses, tant pel que fa a la legislació i les mesures de suport relatives a les noves iniciatives, com pel que es refereix a les actituds de la societat cap a la creació d’empreses i l’esperit emprenedor. Tanmateix, en aquest context, la creativitat tindrà un paper molt rellevant en la generació d’idees de negoci com a part bàsica en el procés de creació d’una nova empresa.

2. Estructura i demografia empresarial a Catalunya

A Catalunya hi ha aproximadament mig milió de PYMES que representen el 99.9 % del total d’empreses catalanes, així com el 70 % del total d’ocupació. Aquest mig milió de PYMES són el 20 % del total de PYMES a Espanya i gairebé el 80 % estan ubicades a Barcelona. A més, el 80 % pertanyen al sector serveis i la gran majoria són empreses de menys de 10 treballadors (el 93 %). Cal remarcar que més del 50 % són empreses sense empleats.

En quant a la comparació amb les PYMES espanyoles i europees, la PYME catalana té un tamany (en número d’empleats) sensiblement més reduït que la PYME europea, tot i que similar a l’espanyola.

En relació a la demografia empresarial, cal dir que a Catalunya neixen anualment més de 50.000 noves empreses, tot i que segons els darrers estudis sobre mortalitat empresarial més del 50 % de les noves empreses catalanes desapareixen en els primers 5 anys de vida, produint-se en el primer any la mortalitat més elevada (20 de cada 100 empreses abandonen la seva activitat).

3. Factors que condicionen la creació d’empreses a Catalunya.

En aquest context, donada la importància de les noves empreses a l’economia així com les elevades taxes de mortalitat, pren especial rellevància la promoció i el foment de les noves iniciatives empresarials.

Per una banda, seran importants els factors formals, o sigui la legislació (tràmits sobretot relacionada amb la creació d’una empresa; els organismes que ofereixen algun tipus de suport als emprenedors; i l’existència de mecanismes adequats per ajudar a les noves

empreses. Per altra banda, els factors informals, o sigui, les actituds, els valors, les percepcions de la societat catalana en relació a la creació d'empreses i a la figura de l'empresari. Ens estem referint a les percepcions en quant al desig de crear una nova empresa, la viabilitat (si es creu que és més fàcil crear una empresa a l'actualitat que en dècades anteriors) i a la intencionalitat final de donar el pas per establir-se com a empresari/ària. També serà molt important el prestigi que tingui l'empresari a la societat catalana.

Així doncs, partim de la base de que l'existència d'organismes (agències, institucions, etc.) competents, que ofereixen ajudes adequades als nous empresaris, així com una percepció favorable de la creació d'empreses i de la figura de l'empresari a la societat catalana, pot afavorir de forma important la creació de noves empreses.

A Catalunya existeixen diverses institucions de suport a les noves iniciatives empresarials. Entre aquestes destaquen les següents: el CIDEM (Centre d'Innovació i Desenvolupament Empresarial), el Servei Autoempresa, la Diputació de Barcelona, Barcelona Activa, i les àrees de promoció econòmica i creació d'empreses dels diferents ajuntaments. També cal tenir en compte altres organismes com per exemple: l'AIJEC (associació independent de joves empresaris de Catalunya), la Fundació Bosch i Gimpera, la CpAc, etc., així com el paper fonamental de les universitats en la formació, assessorament i el foment de les noves iniciatives empresarials.

Pel que fa al que denominem factors informals i basant-nos en les actituds cap a la creació d'empreses, a Catalunya ens trobem que entre les mostres de la població analitzades, un alt percentatge de les mateixes (sobre el 70 %) van respondre que tenien el desig de crear una empresa, però que la majoria (un 60 %) considerava que era més difícil constituir-la a l'actualitat que en dècades passades, i a més a més només el 10 % del les persones enquestades van contestar tenir el ferm propòsit de crear una nova empresa. Per altra part, l'empresari té una imatge a la societat catalana molt més positiva que fa unes dècades. Si comparem la professió d'empresari amb d'altres professions, les dades de l'estudi realitzat mostren que només els metges, els enginyers i els directius d'empresa superen en valoració a l'empresari.

4. El paper de la creativitat en la creació d'empreses.

La creativitat té un paper fonamental en la generació d'idees de negoci com a part del procés de creació d'una nova empresa. La creativitat entesa com "la capacitat de trobar i establir relacions entre coneixements i experiències no relacionades entre sí anteriorment i que condueixen a noves concepcions i idees, productes o solucions de problemes" (Veciana, 2002), es converteix en un element bàsic en la gestació i formació de les idees empresarials, tot i que aquestes idees han de ser factibles i poder-se dur a la pràctica. Cal considerar però, que frens com la por al fracàs i al ridícul, la por a assumir riscos i a allò desconegut, el conformisme, la passivitat, el pessimisme, la necessitat d'equilibri, etc., impedeixen la generació de bones idees de negoci, desincentivant la creació de noves empreses.

En aquest sentit, seran les persones amb un perfil més creatiu (tolerància a l'ambigüitat, autocrítiques, reflexives, que cerquen activament solucions alternatives, que es troben còmodes davant de situacions problemàtiques, etc.) i no pas les persones amb un perfil menys creatiu (no tolerància a l'ambigüitat, conservadores, que fugen de la incertesa i de les situacions desestructurades, que són passives en les seves accions, etc.) les que col·laboraran d'una forma més activa i eficient en la creació de noves iniciatives empresarials.

D'aquesta manera, caldrà formar persones més creatives així com identificar i explotar nous escenaris on es puguin desenvolupar la creativitat i la generació d'idees de negoci.

5. Conclusions

(a) Les PYMES i concretament les noves empreses tenen un rol fonamental a l'economia catalana, tant pel que fa al seu impacte positiu en el creixement econòmic i la generació d'ocupació com en el potencial innovador.

(b) Les mesures de foment a la creació d'empreses són bàsiques per tal de crear més empreses i amb major probabilitat de supervivència.

(c) A Catalunya existeixen molts organismes de suport a la creació de noves iniciatives empresarials, així com molts mecanismes d'assistència als nous empresaris. De tota manera es detecta una falta de coordinació entre les institucions implicades i duplicació entre les ajudes oferides.

(d) La universitat té un rol molt important en la promoció i foment de la creació de noves empreses, tant de forma directa (formació, recerca i assessorament entre el col·lectiu d'estudiants universitaris), com de forma indirecta (transmetre la importància de crear empreses a la societat en general).

(e) En quant a les actituds cap a la creació d'empreses, tot i que el desig de crear una empresa entre les mostres considerades de la població catalana reflexen percentatges molt elevats, el percentatge referent a la intenció de crear una empresa pròpia és molt més reduït. Tanmateix, la imatge de l'empresari és més positiva a l'actualitat que en dècades passades, malgrat que podria ser millor.

(f) La creativitat té un paper fonamental en la generació d'idees de negoci com a part del procés de creació d'una nova empresa. En aquest sentit, la creativitat és un element bàsic en la gestació i formació de les idees empresarials, tot i que aquestes idees han de ser factibles i poder-se dur a la pràctica.

Bibliografia

- Bono, E. (1994): "El pensamiento creativo" Ed Paidós.
- Drucker, P. (1994): "La innovacion y el empresario innovador" Ed Planeta.
- Genescà, E.; Urbano, D.; Capelleras, J.L.; Guallarte, C. i Vergès, J. (coords.) (2003): "*Creación de empresas-Entrepreneurship*" Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- González, F.J. (2002): "*Creación de empresas. Guía para el desarrollo de iniciativas empresariales*" Ediciones Pirámide: Madrid.
- Maqueda, F.J. (1991): "*Como crear y desarrollar una empresa*" Ediciones Deusto, S.A.: Bilbao.
- Rodríguez, M. (1995) : "*Mil ejercicios de creatividad*" Ed. McGraw Hill.
- San Segundo, J. M. (2002): "*Apuntes sobre Creatividad Directiva. Seminario de Creatividad*" Universitat Autònoma de Barcelona.
- Thompson, C. (1992) : "*La Gran idea. Guia practica del pensamiento creativo*" Ed. Granica.
- Urbano, D. (2003). "*Factores condicionantes de la creación de empresas en Catalunya. Un enfoque institucional*" Tesis doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Urbano, D. i Veciana, J. M.^a (2003): "*Guía para la elaboración de un plan de empresa. Documento de trabajo*" Departament d'Economia de l'Empresa. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Veciana, J.M., Vaillant, Y., Genescà, E., Urbano, D. i Piqué, J.M. (2004): "*Global Entrepreneurship Monitor Catalunya-2004*" Diputació de Barcelona.