

El 99,8% de les empreses de l'estat espanyol són petita i mitjana empresa. Quin retrat es pot fer d'aquest teixit empresarial pel que fa a la seva competitivitat i l'aposta per la innovació?

—Les pimes són un grup absolutament heterogeni, amb comportaments i característiques molt diferents pel que fa a la seva capacitat innovadora segons el sector al qual pertanyen i la seva dimensió. Per una banda, hi ha empreses exposades a una competència internacional intensa, i tenen més necessitat d'innovar que altres que operen en sectors amb demanda creixent, en què, encara que hi hagi competència, hi ha espai per a nous entrants. En termes generals, en el conjunt de les pimes, a Espanya i Catalunya tenim un grup cada vegada més nombrós d'empreses que competeixen a la primera línia mundial en sectors tecnològicament capdavanters i també empreses grans i mitjanes líders en la producció i distribució de roba i calçat. D'altra banda, tenim els col·lectius d'empreses petites que operen en mercats més locals, com la restauració i el comerç minorista, on encara cal avançar en absorció de tecnologies i millora de la capacitat de gestió.

—En quin punt es troba l'estat espanyol pel que fa a competitivitat i innovació en relació amb la mitjana de la UE?

—En els darrers anys, des del punt de vista de la competitivitat i la capacitat innovadora de les empreses, ens estem aproximant molt a Europa, però encara estem per sota de la mitjana en esforç inversor de les empreses en general. Amb el programa Ingenio 2010 i el Pla de Foment Empresarial, aquest govern està fent un gran esforç per reduir aquesta distància, fomentant que les nostres empreses inverteixin més recursos en innovació, recerca i desenvolupament.

—L'àmbit d'investigació i recerca on s'inverteix fonamentalment és la innovació tecnològica. Caldria, però, recomanar a les empreses que aboquin més esforços en la gestió comercial per ser més competitives?

—Els estudis internacionals existents insisteixen a advertir que fins ara la majoria d'empreses han dedicat molts esforços i inversions a millorar fona-

“La innovació comercial ja és tan important com el producte tecnològic”



Maria Callejón és directora general de Política de la Pime del Ministeri d'Indústria, Turisme i Comerç. És catedràtica en Economia Aplicada de la Universitat de Barcelona.

mentalment la seva capacitat tecnològica, però s'arriba a un llindar en què tot esforç addicional en innovació tecnològica té rendiments decreixents si no va acompanyat d'una aposta ferma per la innovació en les tècniques de comercialització i el màrqueting del pro-

ducte. En última instància, una empresa ha d'aconseguir que les seves innovacions de producte tinguin una demanda en el mercat i que el client estigui disposat a pagar bé per aquestes innovacions. Cal descobrir on són els clients i quines són les seves preferències per orientar correctament des del principi la recerca i el desenvolupament tecnològic. És per això que, avui dia, la innovació en la comercialització, el màrqueting i la logística són tan importants com el producte tecnològic.

—En són conscients, les empreses, d'aquesta necessitat?

—Les més internacionalitzades ja posen en pràctica aquest concepte, perquè han comprovat que les empreses que dediquen un gran esforç i professionalitat al màrqueting i la comercialització han guanyat quota de mercat i competitivitat, que són clau per sobreviure en el mercat global. Com en tots els processos, els pioners són un grup molt selecte d'empreses, i després s'estenen a altres segments i empreses seguidores. Parlant amb empresaris i experts, he detectat que cada vegada donen més importància a aquest altre vessant de la innovació.

—Quines eines ofereix la Direcció General de Política de la Pime per orientar les empreses en aquest sentit?

—En l'administració estatal no estem tan a prop de les empreses com altres organismes regionals que sí que poden fer un assessorament directe a moltes empreses petites. Per això desenvolupem alguns programes en col·laboració amb les comunitats autònomes i les associacions empresarials que promouen la realització de projectes amb participació de moltes empreses associades. En aquest sentit, hi ha en marxa el programa InnoEmpresa, que subvenciona projectes d'innovació tecnològica, co-



mercial, organitzativa, logística i mediambiental i ofereix assessorament tecnològic. El missatge que llancem a les empreses és que el futur passa per apostar per la qualitat, la recerca i la innovació en els productes i processos, però que tot plegat no rutllarà si no hi ha una comercialització i una gestió empresarial professional i sofisticada.

—Quina relació s'estableix entre les empreses i els centres tecnològics i universitats pel que fa a la transferència de coneixements?

—Els centres tecnològics són entitats creades precisament amb la finalitat de generar i transferir coneixements tecnològics comercialitzables a les empreses. I actualment les universitats estan absolutament decidides perquè una part de la seva recerca tingui un impacte posterior en el sistema productiu. Cada empresa ha de trobar el tipus d'organisme amb qui li convé col·laborar en la transferència de coneixements i l'execució de projectes, segons les seves necessitats, capacitats i disponibilitat de recursos. En qualsevol cas, és clar que la bicicleta ja està rodant, empreses i centres de recerca són conscients de la tasca que tenen davant i ara hem de continuar pedalant per arribar allà on volem arribar en la relació entre les institucions generadores de coneixement i el món empresarial.

—Quins resultats dona el programa CIRCE de creació d'empreses de responsabilitat limitada en xarxa?

—És un programa que permet constituir una empresa en 48 hores, però té menys utilització de la que voldríem i esperem que les noves mesures que posem en marxa donin lloc a una utilització creixent de la tramitació electrònica dels agents: els emprenedors i els assessors. Actualment ja es pot constituir telemàticament tot tipus d'empresa de responsabilitat limitada (SRL) —abans només la SLNE—, i estem prenent mesures per escurçar els terminis de constitució encara més. El sistema CIRCE permet crear l'empresa en un sol tràmit, dirigint-se a una de les 180 oficines especialitzades (PAIT) que existeixen a l'estat. Tot el procés es farà en un sol formulari, estalviant a l'empresari molts maldecaps i temps.

—Es tracta d'una resposta per motivar la iniciativa empresarial? Es diu sovint que a l'estat espanyol hi ha escassetat d'emprenedors.

—Contràriament a una opinió tòpica estesa, la iniciativa emprenedora en aquest país no és pas feble. Tenim una taxa de creació d'empreses més alta que la mitjana europea, i una taxa de tancaments alta, però més baixa que la mitjana de la UE. Encara que molts pensin que en aquest país costa molt crear una empresa, en neixen moltes. El 2005, per exemple, la taxa de creació va ser del 13,5% sobre la base d'empreses existents. A l'administració ens interessa eliminar qualsevol trava innecessària a l'hora de tirar endavant un projecte empresarial, per

això fem un esforç per agilitar els tràmits.

—Quin perfil tenen les pimes que es veuen obligades a cessar la seva activitat?

—El perfil típic seria la microempresa, sobretot del sector del comerç minorista, els serveis personals i l'hostaleria, activitats que no requereixen una gran inversió en la compra d'equips ni una professionalització sofisticada. Són activitats amb molta competència perquè l'accés és relativament fàcil, i això fa que molts empresaris es llancin a l'aventura i també que molts hagin de tancar poc temps després. No obstant això, l'emprenedor que ha de tancar ha guanyat experiència i coneixements de gestió de negocis, fet positiu que de ben segur facilitarà l'èxit del seu segon projecte empresarial.

—Cal prioritzar la creació d'empreses o mesures perquè es redueixin els tancaments?

—Som en un punt en què hem de vetllar perquè se'n tanquin menys, però sobretot ens hem de centrar a ajudar les empreses que es constitueixen perquè puguin funcionar d'una manera més professionalitzada i amb suport de serveis d'assessorament, de tutorització, de coneixement del terreny on actuen i de definir el seu pla de creixement empresarial.

—Què hi pot fer l'administració pública?

—Facilitar la consolidació d'un mercat eficient de serveis a les empreses. Convé que les empreses trobin bons professionals especialitzats en els diversos aspectes de la gestió, i els serveis que a les empreses els convé adquirir exteriorment en lloc de produir internament. Per a les noves empreses tenim en marxa el programa Tutela, que permet als empresaris que han creat l'empresa telemàticament acollir-se a un programa de seguiment, tant presencial com per Internet, amb l'ajuda d'un expert que els assessora directament. També hem de convèncer les empreses que la seva rendibilitat i competitivitat milloraran si adquireixen serveis avançats externs perquè molt probablement reduiran costos i millorarà la seva capacitat innovadora i de gestió.

Gemma Aguilera