



EL TEMPS

Raquel Gil és la impulsora de Naturfoc, la primera empresa que fabrica pèl·lets per a calderes de biomassa al País Valencià.

Abocats a emprendre

No tot ha de ser dolent en temps de crisi. L'absència d'expectatives laborals i uns índexs de desocupació alts empenyen molta gent a obrir negocis propis. Aquest és un moment propici per als emprenedors.

Raquel Gil feia quatre anys que treballava de mestra d'una escola infantil. La feina li agradava força, però trobava a faltar alguna cosa que de debò l'engrescara i que sentira com a pròpia. Així que va començar a barrinar, a pensar quins projectes, d'Ontinyent estant, podien resultar viables econòmicament, però sobretot socialment. I aleshores s'adonà, amb incredulitat, que la biomassa amb què alimentaven la caldera de l'habitatge on vivia amb el seu marit i els

seus dos fills procedia de l'Argentina. Es posà a investigar un poc i descobrí que al País Valencià a ningú no se li havia ocorregut de fabricar pèl·lets, les petites porcions de material aglomerat i comprimit que alimenten les calderes de biomassa. I tot això ho pensava mentre observava que a la seua Vall d'Albaida natal la majoria d'agricultors cremaven les restes de la poda dels conreus, pràctica que originava prou maldecaps ambientals i operatius als professionals del camp. Era la quadra-

tura del cercle: es tractava d'aprofitar les deixalles vegetals dels seus veïns i les que resultaven de la neteja dels boscos municipals per fabricar pèl·lets, un producte amb una demanda creixent. I així fou com el gener del 2010, en una nau de Montaverner, va nàixer Naturfoc, la primera empresa de pèl·lets del País Valencià. Quan acabe l'any espera haver produït 2.000 tones d'aquest producte i en un termini de dos anys calcula que començarà a recuperar la inversió inicial. "M'ha costat alguna renúncia, però s'ho ha ben merescut", apunta Raquel.

L'exemple de Raquel és com tants altres, d'una persona que ha transformat les inquietuds en una iniciativa empresarial. Aquesta ontinyentina escau a la definició d'*emprenedor* de l'*Enciclopèdia Catalana*, és a dir, una "persona que crea, desenvolupa i implanta un projecte empresarial", però també aquell qui "té iniciativa i coratge per a emprendre i dur a terme, amb una gran activitat, les pròpies empreses, especialment empreses difícils, arriscades". I, segons que sembla, i ben contràriament

Genètica de funcionari o d'emprenedor?

Si bé és cert que en contextos de crisi hi ha més gent disposada a emprendre, no és gaire difícil de constatar que són una gernació els qui aspiren a engrandir les plantilles de treballadors públics. Amb la perspectiva de més de quatre milions de desocupats i un mercat laboral depressiu, el funcionariat s'ha convertit per a molts en l'única via d'eixida. Segons dades del Ministeri de Presidència espanyol, l'any 2009 es presentaren 90.604 aspirants a les 2.653 places que oferia l'administració de l'estat. Certament, l'aspiració d'esdevenir un treballador públic per tota la vida ha arrelat amb força en la col·lectivitat. Una enquesta de l'Institut Valencià d'Investigacions Econòmiques de l'any 2008 mostrava que un 55,09% dels joves menors de trenta anys optarien abans per un contracte de 1.200 euros en l'àmbit públic que no per un contracte amb el mateix sou en el sector privat. "És una mala notícia per a la societat en conjunt –apunta Mathieu Carenzo, del centre d'empresa familiar i iniciativa empenedora del IESE–, denota falta d'ambició i demostra que allò que motiva la gent és la seguretat. L'ambició és clau per al desenvolupament d'una societat que vol créixer. Si volem créixer necessitem joves amb voluntat de crear nous negocis." També José Manuel Comeche, de l'àrea de creació d'empreses de la Universitat de València, és molt crític en aquest aspecte i lamenta que la seua generació –ell té una filla de 25 anys– "no hàgem estat capaços d'inculcar-los la cultura de l'esforç. Els hem fets còmodes." De resultes de tot plegat, a casa nostra som a molta distància dels països nòrdics en aquest àmbit, i a anys llum dels Estats Units.

Però quins elements fan que una persona es decideisca a emprendre? Hi ha un perfil de l'emprenedor? Els experts entrevistats sobre aquesta qüestió coincideixen a dir que hi ha tants empenedors com negocis, per bé que, com apunta Comeche, sí que hi ha una cosa en comú: es tracta d'algú que "creu en si mateix, no dóna les culpes a l'entorn i se sent fort davant l'adversitat". També hi fa un paper determinant l'actitud i la influència que exerceix l'entorn familiar: no és igual engegar un negoci amb el suport econòmic i moral dels qui hi ha a més a prop o sense aquest ajut. Comeche va més enllà i tot: assenyalava una certa "influència genètica". "Hi ha estudis que apunten a una certa predisposició genètica, relacionada amb substàncies com ara la dopamina, la serotonina... que explicarien per què som proclius a emprendre o per què no. A mi m'agradaria dur a terme un estudi sobre això, però de moment no hi ha diners per a fer-ho." Aquesta lluita, la dels diners, és l'altra gran batalla dels empenedors en un context com l'actual.

L'anhel funcional



a allò que podríem pensar, els contextos de crisi propicien que més persones es llancen a materialitzar "empreses difícils, arriscades" com la de Raquel. Ho certifiquen les dades (es tanquen moltes empreses, és cert, però també se n'obren un bon grapat: en total, 398.000 de clausurades contra 334.071 d'inaugurades el 2009) i ho confirmen persones vinculades al món de la formació i la creació d'empresa. "La gent pren decisions segons les oportunitats i els riscos que es perceben en un context determinat –explica Mathieu Carenzo, del centre d'empresa familiar i iniciativa empenedora del IESE–. Abans, en època de bonança, quan hi havia feina, entrar en una empresa era molt menys arriscat que no emprendre un negoci propi. En les circumstàncies actuals, en canvi, crear la teua pròpia companyia

no és, si ho comparem amb el període anterior, tan arriscat com trobar una feina. És com un risc que surt més a compte." No es tracta, per tant, que de la nit al dia una munió de persones s'hagen llançat a substanciar una idea que els ballava pel cap, sinó de gent que emprèn "bàsicament per necessitat". "Són gent que no es proposen de muntar el seu negoci en temps de bonança perquè tenen feina i hi estan conformes. Ara, en canvi, hi ha gent que perd la feina o que detecta que la seua companyia va malament; això afecta la seua carrera i acaba muntant un negoci propi", explica Carenzo. "Per a molta gent, no hi ha cap més eixida que engegar un negoci propi. Són empenedors per obligació", diu José Manuel Comeche, de l'àrea de creació d'empreses de la Universitat de València.

Sense vareta màgica. Al cap i a la fi, *crisi* significa, en el sentit etimològic, un "canvi brusc en el curs d'una malaltia, en sentit favorable o advers". Es tracta, per tant, d'una catarsi sobrevinguda en la qual l'individu es pot trobar obligat a abandonar cert conformisme per abocar-se a alguna cosa nova i arriscada. La crisi té, en l'esfera pública i en la individual, un potencial revulsiu, perquè incentiva la innovació. Els paradigmes que havien funcionat fins en un determinat moment esdevenen obsolets i és d'aquella presa de consciència que naixen les noves propostes. Sovint, no es tracta d'inventar res de nou i revolucionari (de rodes, màquines de vapor o internets, no se'n poden inventar cada dia), sinó que l'èxit està a millorar el procés de producció, encertar les vies de comercialització, analitzar les ten-



La formació és fonamental. Segons l'IVIE, una persona desocupada amb estudis superiors té una probabilitat un 59,6% superior de passar a ser autònom que si només tinguera estudis primaris.

dències de consum o simplement detectar una demanda de mercat no coberta. La parella formada per Carlo i Ulrike Vandersmissen en són un bon exemple. Procedents de Bèlgica, van aterrar a la Pobla de Montornès (Tarragonès) fa setze mesos. Ell havia estat estucador i ella havia treballat de directora d'una escoleta. I a Torredembarra van obrir El Pequeño Monstruo, una botiga per a la compra i venda de roba i accessoris de segona mà per a xiquets i nadons. Com assenyala Ulrike, "són negocis que al seu país existeixen de fa anys", però que a Catalunya havien de superar les reserves de la gent envers aquesta mena de productes. De moment, bé se n'han sortit. En temps de crisi, segons que sembla, hi ha pares que renunciïn a portar els plançons en un cotxet nou de trinxa. "La gent ens porta moltes coses: roba, cotxets, joguines, bressols. Acceptem de tot per a xiquets fins a 12 anys. A la nostra botiga hi pots comprar de tot, quasi nou, per al teu nadó pel 30% del preu que pagaries en una botiga de puericultura". La crisi econòmica, en el seu cas, els ha ben beneficiats. El Pequeño Monstruo ha cobert

una demanda emergent. "La gent de Catalunya ens demana com és possible que ningú no haguera obert abans una botiga com aquesta", explica Ulrike.

Siga com siga, tot fa pensar que les idees amb més possibilitats de reeixir en un termini mitjà o llarg seran aquelles que, com en el cas de Naturfoc, vagen vinculades a les noves tecnologies, al medi i a la sostenibilitat. No es tracta de proclamar un nou Eldorado verd, sinó d'estar atents a aquelles iniciatives que ajuden a mitigar els estrepells de l'actual model de creixement. Carlos Navarro sap bé quines possibilitats hi ha en aquest camp. Juntament amb el seu germà Gonzalo i un altre soci, Alfredo Puche, van muntar Siliken, una empresa de fabricació de plaques fotovoltaïques. Era l'any 2001, quan ningú no mirava prim a l'hora de balafiar diners en el totxo. Aquell mateix any els donaren el premi a la millor iniciativa empresarial. Avui compten la seua facturació per centenars de milions d'euros (384 l'any 2008), tenen 900 treballadors i són presents als Estats Units, Itàlia, França i Alemanya. "El meu consell—va explicar el dia 18 amb motiu del Dia de

l'Emprenedor, a València—és que si tens una idea, faces un bon pla d'empresa, perquè hauràs de passar-te tot el dia explicant a clients, bancs i socis per què han de confiar en tu."

La formació com a baluard. Com apunta Navarro, perquè una idea fructifique, cal una certa dosi de serenitat. Això mateix transmet José Manuel Comeche a través del seu *kit* d'emprenedors. Es tracta d'un curs d'estiu per a professors de disciplines universitàries no econòmiques que vol donar-los ferramentes per fomentar l'esperit emprenedor dels alumnes. Perquè, com apunta Comeche mateix, "l'esperit emprenedor no és exclusiu dels alumnes d'empresarials o econòmiques". En el seu *kit*, una de les fases consisteix en allò que ell anomena "generació/contrast". Es tracta, segons que explica, de "desenvolupar la idea. Potser tothom té bones idees, però fa falta un procés racional. Cal una reflexió. Una idea, per a ser realitzable, ha de complir certs requisits". Emprendre consisteix, al cap i a la fi, a llançar-se de cap a la piscina, però amb la certesa que és, si més no, mig plena.

Sobre això, tant Carenzo com Comeche coincideixen a apuntar l'estreta relació que hi ha entre formació i emprenedoria. "Com més formació, més capacitat emprenedora", sentència Comeche. Per a Carenzo, que treballa a l'escola de negoci del IESE colze a colze amb joves que aspiren a muntar negocis propis, "un emprenedor no naix, sinó que es fa". Segons un estudi de l'Institut Valencià d'Investigacions Econòmiques, una persona desocupada amb estudis superiors té una probabilitat un 59,6% superior de passar a ser autònom que si només tinguera estudis primaris.

"Cal desterrar la fal·làcia de l'estudiant que crea una multinacional en un garatge —apunta—. Això és un somni acabat, no la realitat. De grans èxits com Google o Facebook cal extraure'n la lliçó que eren gent amb un alt nivell de formació. El creador de Facebook estudiava a Harvard i el de Google a Stanford. L'educació et dona els coneixements i els contactes. L'experiència la vas desenvolupant."

Violeta Tena

"Per a molta gent l'única eixida és engegar un negoci propi. Són emprenedors per obligació", explica José Manuel Comeche