

opinió

Segons Diego Torres, professor del Taller d'Emprenedors i de l'escola universitària Esade i consultor de l'institut d'estudis estratègics de patrocini i mecenatge Noos, "el Taller és una aposta estratègica d'Andorra en relació amb la creació de noves empreses innovadores". A més a més, "ha suposat una nova definició dels programes tradicionals, perquè representa una peculiar fusió entre el concepte tradicional de viviers d'empresa i de programes de formació per a emprenedors". Dels recursos que proporciona el Taller als joves que tenen inquietuds empresarials, Diego Torres destaca "les quatre C: coneixement, consultoria, comunicació i comunitat". I afegeix que són essencials per al bon desenvolupament de qualsevol projecte, "sens dubte, el Taller ofereix formació i coneixements per crear i dirigir una nova empresa i, alhora, consultoria i assessorament per a les iniciatives empresarials". Però aquests no són els únics recursos que lloa l'expert perquè el Taller "també ofereix una important oportunitat de desenvolupar habilitats per comunicar un projecte de manera efectiva. I per últim, contribueix a posar en contacte diferents persones amb inquietuds empresarials, ajudant a crear una comunitat d'emprenedors". La necessitat de posar en funcionament iniciatives de tutela com aquesta és prioritària perquè "a tot Europa

manca esperit emprenedor i persones amb iniciativa, que es fixin més en les oportunitats que en els recursos que tenen". Així mateix, programes com el Taller "contribueixen a despertar l'esperit empresarial i a dirigir-lo de manera adequada per assolir supervivència i creixement".

Si els ingredients essencials per a l'èxit d'una empresa són les característiques innates de l'emprenedor i la qualitat del seu projecte, també "està demostrat que una bona preparació és un element clau per a l'èxit". El professor no dubta a afirmar que "en un entorn, cada vegada més complex i difícil totes les ajudes són poques. Els nous emprenedors requereixen una preparació cada vegada més completa i de més qualitat".

Per tot això, afegeix que "definir una estratègia és més necessari que quan les coses són fàcils". Si els països necessiten més joves amb capacitat de dirigir empreses amb potencial de creixement, és evident que "un programa com el Taller pot constituir un veritable centre d'irradiació de l'esperit emprenedor i ser un punt d'atracció per a nous projectes innovadors".

►► **Diego Torres**



El Taller és una aposta estratègica

Els serveis virtuals, una oportunitat per als nous emprenedors

No hi ha dubte que molts dels principis que van inflar la bombolla tecnològica amb l'afiorament de nous models de negoci segueixen vigents. Així, conceptes tan representatius d'aquesta etapa com ara "virtual" o "virtualitat", aplicats al món dels serveis, continuen representant una clara oportunitat tant per al desenvolupament del negoci d'empreses tradicionals com per als projectes més innovadors. I no es tracta ni de moda ni de tendències empresarials que tenen una durada limitada.

Els serveis virtuals, en les seves diferents concepcions (B2B, B2C...), donen resposta a necessitats reals de persones i empreses; necessitats que han sorgit arran del canvi d'hàbits i comportaments que està desenvolupant la societat actual, i en les quals el factor temps assoleix una nova significació. I és que el ritme més complex i la menor disponibilitat de temps obliguen tant els proveïdors de productes com els de serveis a satisfer nous nivells d'exigència quant a rapidesa i eficàcia en la seva prestació.

Tanmateix, a l'hora de posar en marxa un nou negoci, el repte més important que afronta l'emprenedor en el mercat dels serveis virtuals no és gaire diferent dels reptes que pot trobar en els mercats més tradicionals. En tots els casos, l'emprenedor ha tenir clara la idea o visió del negoci, portar a terme una planificació estratègica i dissenyar un pla de negoci, entre altres coses. Precisament, l'absència de coneixements i de metodologies rigoroses de gestió empresarial va provocar que molts dels negocis virtuals iniciats a començaments de segle no acabessin de qualificar a la pràctica.

Però l'empresari "virtual", a diferència de l'empresari clàssic, sí que ha de comptar amb dos condicionants que emanen de la pròpia essència del negoci virtual. El primer és que, mentre que l'emprenedor clàssic basa una part de les expectatives d'èxit en experiències ja observables al mercat, l'emprenedor "virtual" té la possibilitat de plantejar el negoci en un terreny verge, on les idees encara no s'han provat. Per tant, aquest tipus d'emprenedor ha d'interioritzar un caràcter de pioner i ser conscient que té més oportunitats però també nivells més alts de fracàs. El segon és que l'empresari "virtual" ha de tenir un domini profund, almenys a nivell teòric, dels nous recursos tecnològics d'informació i comunicació; ja que aquests sustentaran el seu negoci.

La xarxa segueix oferint oportunitats d'èxit per a un nou tipus d'emprenedors i empresaris pioners que, a més de reunir els coneixements i les capacitats de gestió empresarial de l'empresari tradicional (visió, planificació, pla de negoci...) han de dominar les noves tecnologies i assumir més riscos; tot i que també tenen més expectatives d'èxit.

andbanc.com