

Salma el Basraoui el Yaakoubi

**ELS PROCESSOS D'INNOVACIÓ AL CAMP DE TARRAGONA A TRAVÉS DE LA
CREACIÓ DE START-UPS**

TREBALL DE FI DE GRAU

Economia i empresa

Grau d'Administració i Direcció d'Empreses



FACULTAT D'ECONOMIA i EMPRESA
Universitat Rovira i Virgili

Reus

Curs 2021-22

ÍNDEX

| | |
|---|----|
| 1. INTRODUCCIÓ | 10 |
| 2. LA MICROINNOVACIÓ: INCUBADORES D'EMPRESSES I START-UPS | 12 |
| 2.1. Aproximació al concepte de microinnovació | 13 |
| 2.2. Les incubadores d'empreses | 14 |
| 2.2.1. Objectiu de les incubadores | 16 |
| 2.2.2. Tipologia d'incubadores | 16 |
| 2.3. Les start-ups | 17 |
| 2.3.1. Tipologia de start-ups | 19 |
| 2.3.2. Fases de desenvolupament | 22 |
| 2.3.3. Finançament | 24 |
| 2.4. Incubadores, acceleradores i start-ups a Catalunya..... | 26 |
| 2.4.1. Les start-ups | 27 |
| 2.4.2. Les incubadores i acceleradores | 28 |
| 3. LA MICROINNOVACIÓ AL CAMP DE TARRAGONA | 30 |
| 3.0. Metodologia | 30 |
| 3.1. Variables econòmiques del Camp de Tarragona | 32 |
| 3.1.1. Macromagnituds | 32 |
| 3.1.2. L'estructura empresarial | 33 |
| 3.2. Les incubadores al Camp de Tarragona | 34 |
| 3.2.1. Objectius | 36 |
| 3.2.2. Funcions i serveis que ofereixen | 37 |
| 3.3. Perfil de les start-ups del Camp de Tarragona | 38 |
| 3.3.1. Evolució i sectors d'activitat | 38 |
| 3.3.2. Perfil dels fundadors | 41 |

| | |
|--|----|
| 3.3.3. Fonts de finançament | 45 |
| 3.3.4. Relació entre les startups creades i les incubadores i acceleradores | 46 |
| 3.4. Claus de la trajectòria de les startups al Camp de Tarragona | 49 |
| 3.4.1. Creació i destrucció de start-ups | 49 |
| 3.4.2. Claus del fracàs i l'èxit de les startups | 50 |
| 5. CONCLUSIONS | 53 |
| 6. REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES | 55 |
| 7. ANNEXOS | 58 |

ÍNDEX DE TAULES I GRÀFICS

| | |
|--|----|
| Taula 1: Definicions d'innovació segons diferents autors | 12 |
| Taula 2: Empreses per Tarragona i condició jurídica | 33 |
| Taula 3: Empreses per Tarragona i estrat salarial | 34 |
| Taula 4: Entitats col·laboradores que ofereixen serveis a les start-ups | 36 |
| Taula 5: Quantitat d'empreses al Camp de Tarragona, dividides per comarques | 39 |
| Taula 6: Tant per cent de startups creades a cada any | 40 |
| Taula 7: Sectors predominants entre les startups al Camp de Tarragona | 40 |
| | |
| Gràfic 1. Incubadores i acceleradores per CCAA 2022 | 28 |
| Gràfic 2. Variacions del 2022 respecte del 2021 | 29 |
| Gràfic 3. Quantitat de start-ups a cada municipi | 31 |
| Gràfic 4. VAB per sectors en % a Catalunya i al Camp de Tarragona | 32 |
| Gràfic 5. Edat dels socis de les start-ups | 41 |
| Gràfic 6. Gènere dels socis treballadors de l'empresa | 42 |
| Gràfic 7. Formació dels socis de la start-up | 42 |
| Gràfic 8. Experiències professionals dels socis, anteriors a la posada en marxa de la start-up | 43 |
| Gràfic 9. Motiu per crear la start-up | 44 |
| Gràfic 10. Oferta de productes i/o serveis | 44 |
| Gràfic 11. Fonts de finançament de les start-ups | 45 |
| Gràfic 12. Retorn de la inversió de les empreses | 46 |
| Gràfic 13. Necessitat de rebre ajuda per part d'incubadores i/o acceleradores | 47 |
| Gràfic 14. Fases en les quals la start-up ha mantingut l'ajuda | 48 |
| Gràfic 15. Tipus d'ajuda que han proporcionat les incubadores i acceleradores | 48 |

| | |
|--|----|
| Gràfic 16. Imprescindibilitat de la labor de les acceleradores i incubadores | 49 |
| Gràfic 17. Problemàtica que afecta l'èxit o fracàs de les start-ups | 52 |

Els processos d'innovació al Camp de Tarragona a través de la creació de start-ups

RESUM

El present treball tracta sobre els processos d'innovació de les start-ups del Camp de Tarragona amb menys de 5 anys de vida.

Per al desenvolupament del treball s'han consultat diverses fonts, algunes pròpies i d'altres alienes. Principalment, s'han usat com a fonts alienes, el Directori Central d'Empreses (DIRCE), l' IDESCAT, els informes Global Entrepreneurship (GEM), el Directori d'Empreses d'Espanya i Informe de Conjuntura Econòmica del 1r trimestre de l'any 2022 del Camp de Tarragona i les Terres de l'Ebre. A més de la informació pròpia, extreta de les enquestes realitzades a les start-ups i les entrevistes fetes a les incubadores d'empreses.

Les tècniques d'investigació utilitzades han sigut tres: en primer lloc, s'han consultat diverses fonts d'informació oficials, seguidament s'ha fet la transcripció d'aquells documents susceptibles de tindre dades rellevants; i per últim s'ha realitzat l'anàlisi pràctica extraient conclusions de les enquestes i entrevistes.

El principal objectiu del treball de fi de grau és analitzar l'ecosistema emprenedor de les start-ups al Camp de Tarragona, començant pels aspectes més bàsics fins a la repercussió de la seva activitat en l'economia.

El resultat obtingut ha sigut trobar-nos amb un ecosistema emprenedor, principalment, format per joves universitaris disposats a innovar i a no dependre de decisions alienes. Start-ups amb noves idees i nínxols de mercat a cobrir que principalment obtenen el finançament a través dels diners propis, fonts públics i familiars i amics. Incubadores i acceleradores amb un paper molt important per a les empreses emergents.

Paraules clau: Start-up, innovació, incubadores

RESUMEN

El presente trabajo trata sobre los procesos de innovación de las start-ups del Camp de Tarragona con menos de 5 años de vida.

Para el desarrollo del trabajo se han consultado diversas fuentes, algunas propias y otras ajenas. Principalmente, se han usado como fuentes ajenas, el Directorio Central de Empresas (DIRCE), IDESCAT, los informes Global Entrepreneurship (GEM), el

Directorio de Empresas de España y el Informe de Conjuntura Econòmica del 1r trimestre del año 2022 del Camp de Tarragona y las Terres de l'Ebre. Además de la información propia extraída de las encuestas realizadas a las start-ups y las entrevistas realizadas a las incubadoras de empresas.

Las técnicas de investigación utilizadas han sido tres: en primer lugar se han consultado diversas fuentes de información oficiales, seguidamente se ha realizado la transcripción de aquellos documentos susceptibles de tener datos relevantes; y por último se ha realizado el análisis práctico extrayendo conclusiones de las encuestas y entrevistas.

El principal objetivo del trabajo de fin de grado es analizar el ecosistema emprendedor de las start-ups al Camp de Tarragona, empezando por los aspectos más básicos hasta la repercusión de su actividad en la economía.

El resultado obtenido ha sido encontrarnos con un ecosistema emprendedor, principalmente, formado por jóvenes universitarios dispuestos a innovar y no depender de decisiones ajenas. Start-ups con nuevas ideas y nichos de mercado a cubrir que principalmente obtienen la financiación a través del dinero propio, fuentes públicas y familiares y amigos. E incubadoras y aceleradoras con un papel muy importante para las empresas emergentes.

Palabras clave: Startup, innovación, incubadoras

ABSTRACT

The present paper deals with the innovation processes of start-ups of the Camp de Tarragona with less than 5 years of life.

For the development of the work we have consulted several sources , some of their own and others from outside.

Many sources have been consulte.The Central Business Directory (DIRCE), IDESCAT, the Global Entrepreneurship (GEM) reports, the Spanish Business Directory and "*Informe de Conjuntura Econòmica del 1r trimestre de l'any 2022 del Camp de Tarragona i les Terres de l'Ebre*" have been used as external sources. Own information has been extracted from the surveys carried out on start-ups and the interviews carried out with business incubators.

In this work has been used three research techniques. The first one is the review of official sources of information, followed by the transcription of those documents likely to

have relevant data; and finally, the practical analysis has been carried out, drawing conclusions from the surveys and interviews.

The main objective of this end degree project is to analyze the entrepreneurial ecosystem of start-ups in the Tarragona region, starting with the most basic aspects up to the impact of their activity on the economy.

The result has been to find an entrepreneurial ecosystem, mainly formed by young university students willing to innovate and not depend on other people's decisions. Start-ups with new ideas and market niches to cover which, mainly, get financing through own money, public sources and family and friends. And incubators and accelerators with a very important role for start-ups.

Keywords: Startup, innovation, business incubators

PRESENTACIÓ

La motivació d'aquesta recerca neix primerament de la meva experiència personal durant les pràctiques realitzades al grau. Al llarg d'aquestes vaig estar al departament de màrqueting, innovació i vendes en una multinacional que es troba en constant canvi i adaptació per tal d'innovar i atreure els clients.

D'altra banda, durant el tercer curs vaig cursar l'assignatura d'Innovació i canvi tecnològic que em va despertar un gran interès per la innovació que pràcticament, avui en dia és de vital importància per mantenir un negoci obert i poder estar per sobre de la competència.

El meu interès, sorgeix per la incògnita de conèixer com les petites empreses de nova creació, és a dir les startups, es mouen en aquest territori. A partir d'aquesta motivació inicial, s'ha anat perfilant el tema final del treball.

Aquest treball s'ha realitzat a partir d'informes, entrevistes, enquestes i llibres de diferents autors, però també amb aportacions pròpies dels coneixements adquirits a les assignatures cursades al grau d'Administració i Direcció d'Empreses.

A continuació s'exposen aquelles que es vinculen més amb el TFG:

- Microeconomia
- Direcció financera: finançament
- Innovació i canvi tecnològic.

1. INTRODUCCIÓ

Al llarg dels anys, la societat i el món empresarial han anat evolucionant de manera ràpida i creixent plantejant nous reptes de futur, ha sigut imprescindible l'ús de la innovació en l'àmbit empresarial per poder adaptar-se a la societat canviant. *“La tecnología ha tenido un papel disruptivo y ha marcado el inicio de una nueva revolución industrial, la revolución digital (Pardo, 2017)”*

Aquest moviment, en el cas d'Espanya, s'ha vist afectat per les dues grans recessions que hem tingut durant la crisi del 2008 i la pandèmia del 2020, ja que moltes persones s'han vist en situació d'atur i han hagut de reinventar-se per iniciar projectes nous per compte propi.

El principal objectiu del treball de fi de grau és analitzar l'ecosistema emprenedor de les start-ups al Camp de Tarragona, començant pels aspectes més bàsics fins a la repercussió de la seva activitat en l'economia.

Com a objectius específics tractarem d'entendre la microinnovació des de diferents autors. Abordar el fenomen de les start-ups analitzant l'evolució d'aquestes al territori, el finançament que obtenen, com es relacionen amb les incubadores i acceleradores d'empreses i quins són els aspectes que fan que tinguin o no èxit al mercat.

El problema d'investigació que s'aborda en aquest treball és degut a l'impacte en l'economia que han començat a generar les empreses emergents i als pocs autors existents que han realitzat alguna anàlisi en profunditat sobre el tema a les comarques del sud de Catalunya.

Amb aquest treball es pretén donar resposta a diferents qüestions:

- Quins aspectes comporten l'èxit empresarial de les start-ups al Camp de Tarragona? I quins el fracàs?
- Quina relació hi ha entre les empreses emergents i les incubadores?

Pel que fa a la metodologia d'aquest treball, s'han utilitzat les entrevistes realitzades a la incubadora TIC de Redessa i a l'acceleradora Open Future. També s'han usat les enquestes que es van enviar a les 58 start-ups del Camp de Tarragona creades entre el període 2017-2022, de les quals en van contestar 46.

A més, s'ha consultat l'Institut d'Estadística de Catalunya, el Directori Central d'Empreses, el Directori d'Empreses d'Espanya, l'informe mundial Global

Entrepreneurship Monitor i Informe de Conjuntura Econòmica del 1r trimestre de l'any 2022 del Camp de Tarragona i les Terres de l'Ebre.

Aquest treball s'ha realitzat amb un abast de l'àmbit funcional del Camp de Tarragona. Els continguts que es tractaran estan estructurats en tres grans blocs:

- El primer comprèn la part més teòrica del treball on s'investiga com són les startups, les incubadores i les acceleradores; la seva estructura, d'on obtenen el finançament, la tipologia...
- El segon, anomenat la microinnovació al Camp de Tarragona, forma la part pràctica del treball on s'hi analitza diversos aspectes a través de les conclusions extretes de l'enquesta realitzada a les start-ups del Camp de Tarragona amb menys de 5 anys de vida, les entrevistes fetes a les incubadores d'empreses, i les dades proporcionades per les fonts d'informació alienes.

D'altra banda, s'exposen les conclusions més rellevants de l'estudi, relacionant els resultats amb els arguments obtinguts anteriorment i les respostes a les qüestions plantejades a l'inici.

Finalment, s'inclouen les referències bibliogràfiques que permeten identificar les referències que s'han utilitzat al treball i també, ajudaran a futurs investigadors/es.

2. LA MICROINNOVACIÓ: INCUBADORES D'EMPRESES I STARTUPS

Per conèixer el significat de la microinnovació és fonamental entendre el concepte d'Innovació. La innovació és un terme molt ampli que té anys de transcendència i que ha evolucionat adoptant diferents definicions. Ha tingut incidència en diferents camps de treball, en l'econòmic, empresarial i industrial i la seva concepció ha variat el llarg dels anys.

Taula 1: Definicions d'innovació segons diferents autors

| | |
|------------------------------|---|
| Schumpeter, 1912 | Va ser el primer autor a introduir el concepte d'Innovació i en definir-la com aquella que aplica una tecnologia desenvolupada per a un projecte i que es caracteritza per la seva exitosa posada en el mercat. A més, especifica que la innovació crea valor per aquells que la utilitzen, ja que existeix un estat d'estancament empresarial denominat circuit econòmic, i un estat de creixement, anomenat evolució. El pas d'un estat a l'altre s'efectua a través de la innovació. |
| West & Farr, 1990 | Defineixen innovació com una seqüència de tasques amb les quals un nou element s'introdueix a l'empresa, amb la finalitat de beneficiar-la i crear-ne valor. |
| Tanaka, Glaude i Gault, 2005 | Es considerarà innovació, aquella que introdueix un nou i millorat, producte, procés, mètode de comercialització i organitzatiu en les pràctiques intermèdies de l'empresa, l'organització del lloc de treball o les relacions exteriors. |
| Domènech, 2009 | La innovació és aquella que va destinada a la creació de productes que faciliten la vida quotidiana, exigeix la consciència i l'equilibri |

| | |
|-------------|--|
| | per transportar les idees des del camp imaginari al camp de les realitzacions i implementacions. |
| Ponti, 2010 | La innovació és un procés empresarial, capaç de convertir una bona idea en un producte, servei, estratègia, mètode, procés, que sigui valorat exitosament per un públic determinat. Va més enllà, suposa la col·locació de productes o serveis valorats pel client en el mercat. |

Font: Elaboració pròpia a partir de l'informe "Innovación, clave para el éxito de la gestión empresarial en la micro, pequeña y mediana empresa"

Hem observat que cada autor defineix el concepte de diferents maneres, però la majoria coincideix que és un procés empresarial que transforma les idees fictícies en productes, serveis, processos i estratègies per al públic objectiu. Així doncs, la innovació no és sinònim de crear coses noves, sinó que és un procés estratègic de gestió empresarial que identifica aquelles oportunitats de mercat que una empresa pot aprofitar per introduir o modificar productes, serveis i processos.

Segons el *Manual d'Oslo (OCDE, 2006)* la innovació es defineix de la següent manera:

“ Una innovació és la introducció d'un producte (bé o servei) o d'un procés, nou o significativament millorat, o la introducció d'un mètode de comercialització o d'organització nou aplicat a les pràctiques de negoci, a l'organització de treball i a les relacions externes.”

2.1. Aproximació al concepte de microinnovació

La microinnovació és una manera d'enfocar la innovació cap a les Petites i Mitjanes Empreses (PIMES). L'objectiu és obtenir grans resultats per al públic objectiu i per a l'empresa minimitzant l'ús de recursos i sense la necessitat de crear nous productes ni processos, simplement millorant allò que tenen.

El fet d'innovar per aquest tipus d'empreses resulta ser una tasca més fàcil de realitzar per la seva condició de PIME, ja que normalment estan millor preparades per fer-ho.

La microinnovació busca ser econòmica, intentant convertir les idees en realitat i prescindint de l'ús exhaustiu de la tecnologia. A l'hora de treballar-la es pot centrar en la tecnologia o en la creativitat, però per les PIMES l'impacte que té la creativitat en el procés genera més pes que el de la tecnologia.

Normalment, no es busca crear nous mercats, sinó millorar aquells en els quals hi son present, aconseguint liderar-los.

Amb pocs recursos, busca possibilitar la creació de processos d'innovació en les Petites i Mitjanes Empreses, millorant la posició en el mercat, aconseguint un avantatge competitiu, creant valor i aportant uns beneficis tant per al públic objectiu com per l'empresa.

La inversió que realitzen aquestes empreses en innovació permet que s'adaptin a les necessitats de forma eficient, això permet que l'empresa es centri en el client i cada cop més, puguin oferir un servei personalitzat.

Així doncs, no hi ha autors en concret que defineixin la microinnovació com a tal, ja que és un enfocament de la innovació que tracta d'aprofitar els recursos disponibles de cada petita i mitjana empresa per assolir qualsevol canvi que es busqui realitzar.

2.2. Les incubadores d'empreses

El terme incubadora d'empreses ha anat evolucionant durant els anys gràcies a les definicions que han realitzat diferents autors, administracions acadèmiques i institucions. La majoria coincideixen en la definició del concepte general:

“Són considerades com organismes que acceleren el procés de creació, creixement i consolidació d'empreses innovadores a partir de les capacitats emprenedores dels ciutadans, la seva principal labor consisteix a transferir als emprenedors una forma de pensar empresarial (Cruz, 2005).”

Una primera aproximació del concepte és realitzada per la *National Business Incubation Association (NBIA)* d'Estats Units, que defineix les incubadores com una eina de desenvolupament econòmic que impulsa el creixement i l'èxit de les empreses. A més també comenta que beneficia als emprenedors, ja que ofereix grans serveis i recursos per iniciar el negoci.

Als anys 80, la *Direcció de Política Regional de la Comissió de les Comunitats Europees (1984)* defineix a les incubadores d'empreses com un lloc i/o espai on es proporciona a les noves empreses i emprenedors una sèrie de serveis que poden enriquir el seu

negoci, aconseguint així, el desenvolupament de l'activitat econòmica i innovadora de l'empresa emergent.

En la mateixa línia de pensament, ens trobem amb *Velasco (1995)* que les identifica com empreses públiques o llogades per part de les administracions, on una empresa pública ofereix locals a les startups i on els empresaris es troben en desenvolupament, comparteixen serveis de comunicació i de recepció.

Els primers autors que van afegir un nou concepte a la definició van ser *Hunter i Allun (1996)*. Comenten que no només són un espai físic, sinó que són llocs on es recolza i es dóna èmfasi a la innovació i la transferència tecnològica.

La incubació no només està relacionada amb la cessió d'espais, sinó que s'han de proporcionar sinergies entre emprenedors, de tal manera que es dóna peu a l'aparició de nous negocis de base tradicional i tecnològica (*Ferreiro, 2008*).

La *NBIA* l'any 2012 redefineix el concepte i ja comença a mostrar les incubadores d'empreses com un procés dinàmic de desenvolupament de les empreses, on s'hi consoliden les empreses més joves, ajudant-les a sobreviure i a créixer durant el període de llançament, proporcionant ajuda i facilitant l'accés a les fonts de finançament.

Els nous emprenedors no tenen clar quin és el camí correcte que han d'agafar i en aquest moment és quan la feina de les incubadores apareix com una institució de suport amb la finalitat d'establir contactes, formals i informals, que els hi facilita l'accés als coneixements i recursos (*Bravo García, 2013*).

Les incubadores són centres de negoci que incentiven les relacions entre les universitats i les empreses, generant un ecosistema de desenvolupament i innovació. Aporten a les noves creacions, un espai físic de treball, tecnologia, logística i finançament, oferint un suport als emprenedors en aspectes claus com plans de màrqueting, estratègies de negoci, propietat intel·lectual...

Resumidament, les incubadores són organitzacions que permeten la creació de noves empreses i que amb la seva ajuda, acceleren i sistematitzen el procés de formació, oferint espais i serveis. Aquestes, permeten la creació de vincles entre el negoci i les institucions financeres. No només generen beneficis per a les noves empreses, sinó que aconsegueixen crear espais segurs de desenvolupament de nous negocis, cosa que genera un augment en la taxa d'èxit de les empreses incubades.

2.2.1. Objectiu de les incubadores

L'objectiu principal de les incubadores és crear condicions idònies per a les startups i que puguin aconseguir ser econòmicament i financerament viables (*Branstad, 2010*).

Però no només tenen l'objectiu d'oferir espais físics i material de treball a preus assequibles per a les noves empreses, sinó que les seves finalitats van més enllà i depèn de la seva tipologia.

A continuació s'enumeren els més importants:

- Oferir eines per a la creació de microempreses i el desenvolupament de negocis.
- Augmentar l'índex de rendibilitat i creixement a través de les relacions entre empreses, universitats i institucions. Generant xarxes de cooperació interempresarial i interinstitucional.
- Optimització i millora dels costos de les startups, fomentant la consolidació en els seus inicis i reduint considerablement els costos de la posada en marxa de l'activitat econòmica.
- Desenvolupar serveis d'informació, de consultoria, de finançament i assessorament especialitzat per a cada empresa.
- Millorar l'ecosistema emprenedor per contribuir al creixement i a la diversificació del territori local, potenciant les empreses i creant nous llocs de treball.
- Donar èmfasi a la creació d'associacions i clubs que donin reforç a les incubadores.
- És molt important, tindre un control de la informació, per això també tenen com a objectiu la instal·lació de sistemes d'informació per a la recollida de dades que permetin la millora continua.

2.2.2. Tipologia d'incubadores

Degut a l'evolució de les incubadores al llarg del temps, la classificació d'aquestes s'ha vist afectada, per aquest motiu, existeix un gran nombre de tipologies possibles i aplicables a les incubadores.

La majoria de les incubadores d'empreses són sense ànim de lucre i es mantenen en vida, gràcies al suport que ofereix el govern a través dels fons públics.

Segons el *Manual d'Implementació d'Incubadores d'Empreses (2015)* existeixen 3 classificacions d'incubadores:

- **De base tecnològica:** són organitzacions, públiques o privades, dedicades a donar suport a la creació d'empreses de base tecnològica, accelerant el seu creixement i visibilitzar els projectes innovadors.
Els seus objectius són promocionar el desenvolupament d'Empreses de Base Tecnològica (EBT), facilitant la iniciativa empresarial i afavorint la relació entre els investigadors i els centres acadèmics. Un dels aspectes més importants és l'èmfasi que posen aquest tipus d'incubadores en crear noves empreses d'alt valor agregat i fundades en el desenvolupament de tecnologies i la innovació.
- **De base general o mixta:** Aquest tipus d'incubadores busquen accelerar el creixement econòmic de diferents sectors. No només es dediquen a la creació d'un sol tipus d'empreses, sinó que incentiven la creació de noves empreses en un àmbit ample, ja sigui en gestió social, comercial, industrial o tecnològic.
- **De PIMES per al desenvolupament econòmic:** l'objectiu d'aquest tipus d'incubadores és ajudar i promoure la creació de noves empreses amb problemes econòmics per iniciar un negoci. Acostumen a ser una barreja de diversos tipus de negocis i les inversions que s'hi realitzen normalment són assumides per l'Estat.

2.3. Les startups

Durant els anys, molts autors i institucions acadèmiques han intentat definir el concepte de start-up. Tot i que molts d'ells coincideixen en certs aspectes rellevants sobre el terme, actualment no s'ha arribat a una definició universalment acceptada.

Una de les definicions més completes i més utilitzades és la de l'autor *Blank (2010)*, professor de l'escola de negocis Haas, Universitat de Berkeley, Califòrnia, que les descriu com *organitzacions temporals en cerca d'un model de negoci escalable i reproducible*. També afegeix que les startups són tecnològiques i que això els ha permès desenvolupar-se.

Es considera una de les millors definicions, pels aspectes que engloba

- *Organitzacions temporals:* fa referència al fet que un cop hagi passat cert temps, les startups passen de ser una organització temporal a convertir-se en empreses consolidades en el mercat o bé tanquen.

- *Models de negoci escalables i reproduïbles*, fent referència a què la majoria de les vegades, degut a l'alta innovació en els productes i serveis d'aquest tipus d'empreses, inicien el procés sense saber quin model de negoci tenen realment. Així doncs, per considerar que una empresa és una startup, *Blank* afirma que han de ser negocis escalables, és a dir amb un creixement ràpid i sostenible en el temps i reproduïbles, això és poder traslladar i imitar el negoci en altres mercats.

Es tracta d'organitzacions de base tecnològica i que es dediquen a la producció de béns i serveis innovadors a través de l'ajuda de les tecnologies de la informació i comunicació (TIC).

March-Chorda (2011), afegeix que aquest tipus d'organitzacions es caracteritzen per diferents aspectes:

- Són empreses emergents que mostren una flexibilitat molt gran en la seva organització.
- Tenen un potencial creixement ràpid.
- Empreses amb alts graus d'innovació i inversions subvencionades en Investigació i Desenvolupament.

Per part seva, *Osterwalder & Pigneur (2010)*, es considera que una start-up és una metodologia i eina empresarial que permet als emprenedors dissenyar i millorar els aspectes més importants per a la posada en marxa del negoci amb l'objectiu de substituir les empreses tradicionals.

Segons *Ries (2011)*, professor de *Stanford University & Yale University*, una start-up és una institució humana que s'ha creat per realitzar productes i serveis innovadors en situació d'incertesa i que disposa de personal de treball motivat i amb gran nivell de creativitat. Són experiments que faciliten la identificació d'un model de negoci favorable i estable i que en cas d'èxit s'utilitzen com a referència per al desenvolupament del negoci

Per a la *Guia Logic d'Inversió en Startups del 2016*, una start-up és la implementació d'una idea imaginària i brillant en situacions d'incertesa. El futur d'aquest tipus d'empreses és molt important, per això mateix s'ha de conèixer el públic objectiu i sobretot el ritme que s'ha de mantenir a l'hora de canviar l'enfocament del model de negoci, ja que implica menys temps de reacció. També s'afegeix que són companyies amb uns costos en general menors que qualsevol altra tipus d'empresa, ja que per a la posada en marxa d'aquest tipus de negocis es requereix menys capital d'inversió.

Finalment, la *“Estrategia España Nación Emprendedora”(2021)*, es defineix start-up com una empresa en etapa de desenvolupament primerenca que basa el seu negoci i activitat en tecnologia per créixer més i a major velocitat.”

Podem concloure que generalment les startups són empreses emergents i de nova creació que comercialitzen productes i/o serveis innovadors a través de l'ús de les tecnologies de la informació i la comunicació, tenen una gran capacitat de creixement gràcies a l'enfocament que tenen cap al mercat global.

La finalitat d'aquestes és aconseguir el major nombre possible de clients, per poder obtenir recursos, invertir-los i aconseguir majors beneficis. Un cop assoleixin més quota de mercat, la start-up passa a convertir-se en empresa.

Diferenciarem una start-up d'una empresa convencional, segons si compleixen o no els requisits i característiques més habituals en totes elles:

- Estan orientades a tindre els costos més baixos possibles.
- Alt grau de risc i incertesa.
- No tenen una política clara, estan obertes a qualsevol idea nova.
- Són empreses sempre obertes al canvi i a modificar la seva activitat inicial.
- Els treballadors que en formen part tenen unes funcions definides i busquen assolir el mateix objectiu.
- El líder té una acció molt important, ja que guia al seu equip cap a la consecució dels objectius.
- El client és el centre del negoci.

2.3.1. Tipologia de start-ups

És de vital importància conèixer el tipus de startups existents en el mercat, ja que d'aquesta manera es poden identificar quines són les claus per a l'èxit empresarial. És essencial que els emprenedors coneguin la tipologia de start-up que estan posant en marxa, per tal de millorar la capacitat d'innovació i el rendiment de l'equip.

Al llarg dels anys, molts autors i institucions han realitzat diferents classificacions, per aquest motiu, podem trobar variacions. En el nostre cas, ens basem, d'una banda, en la classificació de *Steve Blank (2010)* (referent de la fundació d'empreses, al llarg de la seva vida n'ha creat vuit i ha escrit quatre llibres sobre la seva experiència i aprenentatge); en segon lloc, seguirem la informació descrita a l'informe *Startup Genome Report (2012)*, un projecte administrat per l'acceleradora *Blackbox a Silicon*

Valley que determina la tipologia de startups i quines són les claus d'emprenedoria que hi contribueixen l'èxit.

Així doncs, segons *Blank (2010)* les startups es classifiquen en sis tipologies:

- **Startups modernes o autònoms:** aquest tipus de startups es caracteritza per l'estil de vida dels emprenedors d'aquests negocis, ja que els productes o serveis que desenvolupen els defineixen com a persona i els vincula amb el seu estil de vida i gustos personals. Tot ho realitzen amb passió i ganes, ja que estan treballant d'allò que els hi agrada. Per tant, les startups modernes es descriuen com negocis petits creats per emprenedors que disposen d'un gran entusiasme per fer allò que els agrada.
- **Startups de petites empreses:** són negocis que no s'han creat amb l'objectiu de créixer i fer-se grans dins del mercat, sinó que simplement es tracten d'emprenedors que busquen un propi negoci per auto alimentar-se.
- **Startups escalables:** l'objectiu d'aquestes startups és créixer. Són models de negoci creats per ser grans, repetibles i escalables. No només busquen beneficis econòmics molt alts, sinó que volen repercutir en el mercat i visibilitzar-se. Aquestes empreses atrauen els majors inversors financers i això els hi permet escalar ràpidament.
- **Startups comprables:** la finalitat de la creació d'aquests negocis és ser venut a les grans empreses i obtenir-ne un benefici alt de la venda. Segons *Blank*, durant els últims anys, aquestes empreses són les que ofereixen solucions web i aplicacions mòbils.
- **Startups d'empreses grans:** són companyies que han crescut molt, però que es troben en un punt en el qual és necessari innovar i fer modificacions degut als canvis de gustos i necessitats dels clients i a l'evolució de les noves tecnologies. *Blank* fa referència a empreses com Google o Android.
- **Startups socials:** l'objectiu final d'aquestes empreses emergents no és obtenir els màxims ingressos possibles, sinó que fer del món un lloc millor marcant la diferència. Per tant, són companyies innovadores i no lucratives.

Segons el *Startup Genome Report (2012)*, podem trobar quatre tipus de startups:

- **Startups Integradores:** aquest tipus de negoci destaca per la seva estratègia peculiar, i és que els seus clients no són persones físiques, sinó que es dirigeix a les petites i mitjanes empreses (PIMES). La principal funció és millorar els

processos de cada organització, reutilitzant les innovacions ja existents en el mercat.

Normalment, són startups dirigides a aconseguir beneficis de manera ràpida gràcies a la seva manera de treballar personalitzada i enfocada al producte. No disposen de la capacitat necessària per introduir-se en els grans mercats, però si i d'oferir productes més econòmics.

- **Startups transformadores socials:** la principal característica que defineix aquest tipus de startups és l'adquisició de clients de manera automàtica, això significa que aquest tipus de negocis tenen la capacitat d'atendre a molts clients cosa que provoca un creixement descontrolat dels usuaris.

Aquest tipus d'empreses són les que s'enfronten als majors reptes i consegüentment obtenen majors recompenses i beneficis.

Es caracteritza principalment per:

- Més probabilitats d'abordar nous mercats.
- Necessitat de tenir més capital per formar el negoci.
- Més probabilitat de tenir un gran creixement de tot l'equip de treball i sobretot en l'última etapa del cicle de vida.

Aquest tipus de start-ups estan centrades a atreure un gran nombre d'usuaris a través de la creació de valor.

- **Start-ups automatizadores:** es caracteritza principalment per ser el tipus de start-up que menys capital necessita. L'estratègia d'aquestes, està basada en el consumidor i el producte i normalment el seu cicle de vida és més curt, ja que pot assolir el creixement de manera ràpida.
- **Startups retadores:** tot i que aquest tipus de start-up es centra en un nombre menor de clients, destaquen per tenir uns ingressos per client alts. Operen en mercats grans i rígids per aquest motiu el producte o servei que ofereix ha de tindre un valor afegit molt superior al de la competència.

El factor clau és el desenvolupament d'un producte simple i que atregui els majors clients possibles. En conclusió, a diferència dels altres tipus de start-ups, aquestes tenen la capacitat d'operar en mercats molt més grans, oferint millors productes i amb la probabilitat molta alta de pivotar i tenir un gran creixement. Cal destacar, que per aquest motiu, necessita més capital.

2.3.2. Fases de desenvolupament

Es pot afirmar que generalment totes les start-ups mostren unes característiques comunes; presenten un alt potencial de creixement i necessiten fonts de finançament addicionals. Però com tota empresa, passen per diferents fases de desenvolupament al llarg de la seva vida i, per tant, les característiques canvien segons cada etapa del seu cicle de vida.

Al pas dels anys molts autors han desenvolupat diferents informes i teories sobre les fases de creixement d'una start-up, però la majoria s'han basat en el cicle de vida humà. En aquest cas, ens basem en les definicions de *Churchill (2012)*, *Lewis (2011)* i la *Startup Commons Global (2012)*

Aquestes fases podem definir-les com fase prellavor, llavor, creixement, expansió i èxit:

1. **Fase prellavor o pre-seed:** és l'etapa on sorgeix la idea de negoci i on tot són enfocaments sobre productes i serveis, sobre com du a terme el pla de negoci i guanyar diners. És el moment de formar equip i començar a pensar en una estratègia adequada per convertir la idea en un negoci viable.

La font de finançament més important en aquesta fase són els propis emprenedors, però cal destacar les 3F (*Friends, Family and Fools*), es tracta del primer recurs aliè al qual la majoria d'emprenedors acudeixen quan pensen en llançar un negoci, ja que és la font de finançament més propera.

No només hi ha aquestes vies de finançament, sinó que a més existeix l'opció d'accelerar el procés gràcies a l'ajuda de les incubadores i plataformes *crowdfunding*, una xarxa de donacions econòmiques que aconsegueix finançar projectes a canvi de participacions.

2. **Fase llavor:** és una de les etapes més importants del cicle de vida d'una start-up, ja que s'amplia l'equip i es comença a aplicar el mètode *Lean Start-up*, un sistema utilitzat per passar de projecte a empresa, posant enfocament en les necessitats del client. Així doncs, l'aplicació d'aquest mètode permet treballar el producte mínim viable, per tal de validar el model de negoci.

En aquest moment de l'etapa és molt important obtenir la validació dels clients, és a dir, aconseguir que el públic objectiu compri i de manera recurrent.

Normalment, es comença a tancar acords amb els fundadors i és quan l'emprenedor definitivament rep el finançament a través de les 3F en cas que correspongui.

Entre la fase llavor i la de creixement (*Growth Stage*) és quan entra en joc la labor tan important de les acceleradores de start-ups i els *business angels*. Aquests últims, són persones que aporten quantitats monetàries, experiència i contactes a noves empreses, amb la finalitat d'obtenir participacions i beneficis.

3. **Fase de creixement o *growth stage*:** aquesta etapa és crucial per a la start-up, ja que s'ha de centrar en el creixement del seu mercat i l'empresa comença a obtenir els seus primers ingressos.

En aquesta etapa és molt important la intervenció dels *Business Angels*, ja que són inversors que ajuden a les startups a obtenir, no només finançament, sinó que també aporten contactes i coneixements.

Així doncs, la startup en aquest moment del seu cicle de vida ja té el producte o servei final, el target al qual es dirigeix i participa activament dins del mercat.

Al final d'aquesta etapa, ens trobem amb una subetapa que molts autors l'anomenen *fase d'escalabilitat* que és quan l'empresa comença a anar a una velocitat molt ràpida de creixement i té la possibilitat d'atraure més clients i més finançament aliè.

4. **Fase d'expansió:** en aquesta etapa la startup busca expandir-se a nous nínxols, mercats i geografia on tindre una nova quota de mercat més gran. Es considera una de les etapes amb més risc, ja que la probabilitat de fracassar és major. El finançament en aquesta etapa és molt important.
5. **Fase d'èxit:** un cop l'empresa hagi aconseguit un creixement constant es considera que s'ha consolidat i establert al mercat exitosament.

Aquesta és l'etapa final, aquí es preveu l'entrada a la borsa de l'empresa o bé la venda d'aquesta a un altra empresa més gran. Això no té per què passar, ja que es tracta d'un pas opcional. La majoria de les vegades l'objectiu final de les startups és convertir-se en empreses d'alt valor i amb un gran recorregut.

I la qüestió és quan es considera que una start-up s'ha consolidat al mercat i s'encamina a ser una empresa gran. Segons *Steve Blank i Bob Dorf*, autors del "*Manual para startups, 2013*" el concepte de start-up desapareixerà quan es donin els següents indicis:

- El negoci ja té capacitat per autofinançar-se a través de la seva activitat econòmica.

- Tot comença a formalitzar-se, llocs de treball definits, horaris i jornades laborals establerts.
- Quan l'empresa té una àmplia quota de mercat i ja disposa de capacitat per atacar a la competència i fer-li front.
- En algunes organitzacions, la capacitat d'innovar es va reduint i les funcions comencen a estandarditzar-se.
- Els treballadors ja tenen un lloc de treball fix gràcies a la departamentalització.

Així doncs, una Start-up es convertirà en qualsevol altra empresa quan trobi el seu producte o mercat per escalar.

2.3.3. Finançament

Segons l'article "*Financiación de startups*" de la "*Revista de Contabilidad y Dirección*" podem classificar les fonts de finançament en funció del seu origen: fons propi o aliens.

- Fons de finançament propi

Una de les formes més típiques és l'**autofinançament** a través dels fons propis de l'empresari i/o del seu equip emprenedor. Normalment, aquest tipus de finançament s'utilitza a la fase prellavor. No sempre s'ha d'aportar capital, sinó que també es pot fer a través del treball no remunerat.

Un dels aspectes positius de l'autofinançament és la imatge de seguretat i confiança que genera al mercat, ja que d'aquesta manera es poden atraure a potencials inversors per a la startup.

Moltes vegades els empresaris recorren a un tipus de finançament intern i informal, buscant recursos econòmics de gent amb la qual guarden relacions estretes o de confiança, aquest és conegut com el finançament de les **3F (Family, Friends ad Fools)**. Acostumen a ser quantitats monetàries poc elevades però de gran importància, ja que la inversió té lloc entre la primera i segona fase de la startup, on és necessari invertir en els primers prototips, en contracta equips de treball, publicitat...

Un dels més típics i importants per a les empreses és el **finançament que aporten les acceleradores i incubadores de startups**. Són organitzacions que es creen amb l'objectiu d'aportar diversos recursos a les startups, ja sigui assessorament financer, legal i de gestió, o bé complementant les habilitats, coneixements i experiències dels integrants de l'empresa. L'ajuda que ofereixen aquestes entitats és clau en les dues primeres fases.

No obstant, la majoria dels casos, la labor de les acceleradores té un impacte més elevat en el desenvolupament de la start-up, ja que realitzen inversions econòmiques, en canvi, les incubadores simplement ofereixen un espai on duu a terme el projecte.

El **Crowdfunding o micromecenatge** és una nova manera d'invertir. Aquesta consisteix a rebre petites contribucions econòmiques realitzades per inversors i poden ser en forma de donació o a canvi d'una contrapartida (productes o serveis que ofereixi la start-up) sempre i quan s'aconsegueixi l'objectiu gràcies a les contribucions dels inversors. Cal destacar que és una pràctica que l'utilitzen poques startups, ja que és relativament nova respecte a les altres pràctiques de finançament.

“És una manera de realitzar un petit test de mercat per conèixer si hi ha interès en el producte o servei ofert, tant per part dels possibles clients, com dels socis” (Universo Crowdfunding, 2020).

Un dels finançaments típics en aquest tipus d'empreses és el **Business Angels o Àngels inversors**. Aquests són professionals amb gran experiència que inverteixen els seus diners, a canvi d'una participació en l'empresa, en projectes que presenten un alt potencial de creixement en la primera fase.

La majoria de les vegades, no només aporten diners, sinó que també, contactes, coneixements i experiència d'interès per a la start-up.

També existeix el **Venture Capital o Capital de Risc**, una activitat que desenvolupen diferents persones o entitats especialitzades. La funció d'aquestes és finançar projectes, que presenten un elevat risc, de manera temporal. Fer ús del *venture capital*, la majoria de les vegades, suposa un canvi en la direcció empresarial, ja que es substitueix l'equip inicial per professionals amb experiència.

Habitualment, recorren a ella, startups que ja es troben en fases més avançades, ja que el principal objectiu és fer créixer l'empresa de manera ràpida per vendre-la, ja sigui a un altre empresa o a la borsa.

Existeixen altres tipus de fons de finançament, però s'utilitzen en casos específics i startups determinades. Aquestes són el *crowdequity*, *family office*, *initial coin offering*, aliances estratègiques i mercats de capitals

- Fons de finançament aliens

Una de les fonts més habituals a les que recorren les startups són les **ajudes i els préstecs públics**, un tipus de finançament que es caracteritza per diferents organismes públics que donen subvencions i ajudes a les empreses emergents, sempre i quan

compleixen els requisits necessaris. Existeixen diferents opcions per als emprenedors, com per exemple Enisa, que ofereix finançament a joves emprenedors en forma de préstec. Neotec, que té com a objectiu promoure la creació de noves empreses de base tecnològica. Horizonte 2020 el major programa d'investigació i innovació a la UE.

El **finançament bancari**, tot i ser una de les fonts de finançament més antigues, no és la més típica per a les startups, ja que aquest tipus d'empreses no disposen d'un historial financer que pugui ser analitzat per l'entitat bancària, presenten un elevat risc i estan formades per gent jove amb poc capital que pugui ser avalat.

No obstant, hi ha bancs que han volgut incloure les empreses emergents com a potencials clients i han creat microcrèdits i micropréstecs.

Cal destacar que existeixen altres tipus de finançament aliè per a les startups però de difícil accés. Destaquem:

- **Mercat Alternatiu de Renda Fixa (MARF)**, dirigit a oferir recursos de finançament a empreses de tamany més reduït que les habituals que emeten títol de deute.
- **Media for equity**, és un tipus d'inversió amb la qual no s'aconsegueix finançament monetari, sinó que la start-up obté publicitat gratuïta a través de la televisió, la ràdio i la premsa a canvi d'una participació accionaria per als que ofereixen el servei.
- **Finançament no bancari**: hi destaquem finançament com el *Crowdfunding* (finançament col·lectiu), el *leasing*, el *renting* i el *factoring* (avançar els crèdits).

2.4. Incubadores, acceleradores i startups a Catalunya

Francisco José Blanco, president de la "Asociación de Viveros e Incubadoras de Empresas" relata que per entendre la situació actual de les incubadores d'empreses, cal mirar enrere, concretament als anys cinquanta, quan es va crear a Nova York, la primera incubadora amb l'objectiu d'acollir empreses dèbils al mercat.

Passada la crisi dels anys seixanta, aquestes entitats van començar a prendre més importància al mercat, ja que el seu objectiu final era fomentar el desenvolupament econòmic.

Al 1985 als Estats Units es va crear la *National Business Incubation Association (NBIA)*, l'organització més gran d'incubació d'empreses amb la finalitat de promoure la capacitat emprenedora.

A Europa aquesta tendència es va adoptar a partir dels anys setanta. L'any 1975, al Regne Unit va néixer la primera incubadora impulsada per *British Steel Industry* que va estimular la creació de PIMES.

A Espanya tot va iniciar-se més tard, als anys vuitanta amb el naixement de la incubadora BEAZ a Vizcaya impulsada per la Comissió Europea i la Diputació Foral de Vizcaya.

Tot i així, la cultura emprenedora com a tal no va iniciar-se fins principis del segle XXI com a resultat de la globalització. Entre els anys 2010 i 2015 el potencial emprenedor va augmentar molt i va haver-hi una certa estabilitat en el comportament dels nivells de participació de la població en les fases del procés emprenedor. Tot i l'arribada de la Covid-19, l'estabilitat i el funcionament de les eines d'emprenedoria s'han vist poc afectades per aquest tipus d'entitats (*Informe Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2020-2021*)

Catalunya és un territori que concentra la major part de les activitat emprenedores, i això es veu reflectit a la Taxa d'Activitat Emprenedora (TEA). Es manté com la comunitat autònoma amb la taxa més alta, d'un 6,6%, superior per 1,41 punts a l'espanyola (*GEM, 2020*).

Així doncs, com més alta sigui la TEA, més possibilitats tindran les incubadores d'acollir a noves startups i ajudar-les al seu creixement.

2.4.1. Startups

Segons l'estudi, basat en la plataforma digital i dinàmica *Barcelona & Catalonia Startup Hub*, i realitzat per ACCIÓ, *l'Agència per a la Competitivitat de l'Empresa i Coneixement*, durant l'any 2022 a Catalunya s'hi han creat un total de 1965 startups, de les quals més del 60% es concentren a Barcelona. Cal destacar que el directori recull un màxim d'empreses amb 10 anys de vida.

Durant aquest període de temps es van ampliar més de 450 start-ups. Així, entre gener i març del 2022, gairebé 60 empreses van obtenir finançament a través de les anomenades "*funding rounds*" que consisteix en la captació de capital sense haver de recórrer als mètodes tradicionals de finançament bancari, sinó als inversors més específics. A més, durant els mesos de gener, febrer i març a Catalunya s'hi van invertir més de 740 milions d'euros en aquest tipus d'empreses.

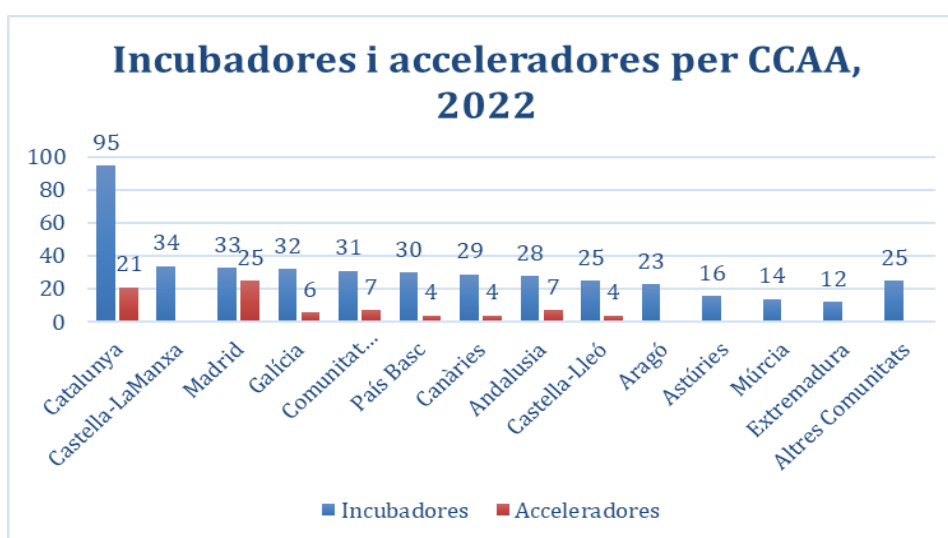
Segons les dades publicades per ACCIÓ l'abril del 2021:

- A l'ecosistema català han augmentat les startups en un 57,4% entre els anys 2016 i 2020.
- Per l'any 2020 a Catalunya, gràcies a la creació de start-ups, s'han creat més de 17 mil llocs de treball.
- El 69% de les start-ups durant la pandèmia no han tingut canvis significatius en la seva activitat.
- Durant aquest període es van crear més de 1700 start-ups a Catalunya, gairebé 300 empreses menys que el 2022. El *Barcelona & Catalonia Startup Hub* identifica cada any més start-ups a Catalunya.

2.4.2. Les incubadores i acceleradores

Pel que fa a les incubadores, segons el centre d'anàlisi *Funcas* dedicat a la investigació econòmica i social, i promotor de la interacció entre l'àmbit acadèmic i l'economia real; a Catalunya durant els anys 2020/2021 es van crear 90 incubadores, gairebé un 6% menys que pel període 2021/2022 .

Gràfic 1. Incubadores i acceleradores per CCAA, 2022.



Font: Elaboració pròpia a partir de FUNCAS: <https://www.funcas.es/wp-content/uploads/2021/04/FuncasRankingViveros2021-2022.pdf>

L'increment de les incubadores al mercat no només es dona a Catalunya, sinó que també a la resta d'Espanya, on moltes comunitats autònomes passen de no tindre a tenir alguna per primera vegada. Un clar exemple són les comunitats autònomes d'Astúries, Cantàbria, La Rioja, Aragó, les Illes Balears, Múrcia i Extremadura.

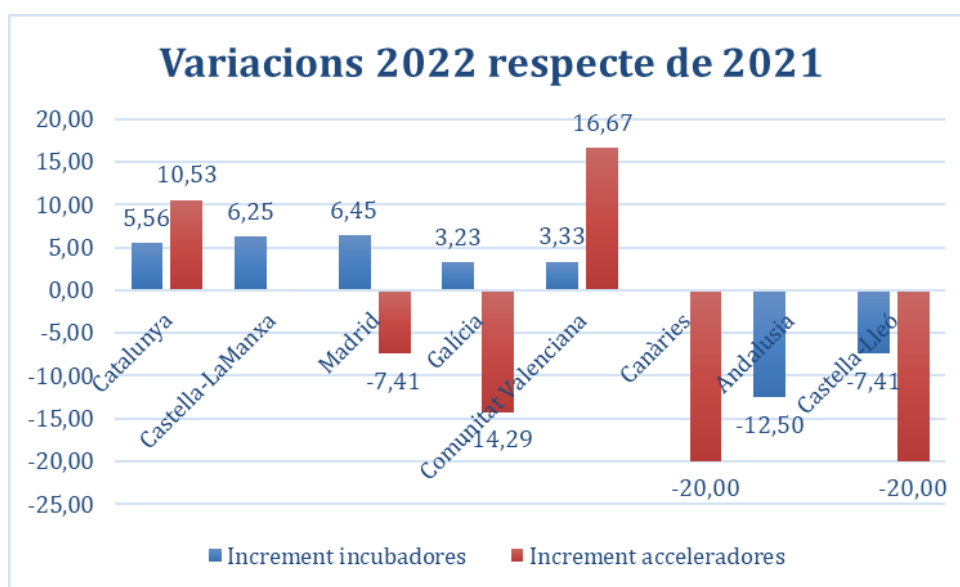
Així doncs, la tendència positiva de creixement d'aquestes entitats, es veu afectada per la creació constant de start-ups que cada vegada més acudeixen a l'ajuda que proporcionen les incubadores d'empreses.

Pel que fa a les acceleradores, i segons el centre d'anàlisi *Funcas* durant els anys 2020/2021, a Catalunya hi havia 19 acceleradores, a diferència del període 2021/2022 que van ser 21.

Com podem veure, la tendència de creixement d'aquestes entitats és menor que la de les incubadores, això és degut al fet que la major ajuda que necessiten les start-ups és a l'inici del procés de creació de l'empresa.

Així doncs, la demanda d'acceleradores cada vegada creix més, però és més baixa que la d'incubadores. Observem que a la resta d'Espanya la tendència de creixement va a la baixa.

Gràfic 2. Variacions del 2022 respecte del 2021



Font:Elaboració pròpia a partir de FUNCAS: <https://www.funcas.es/wp-content/uploads/2021/04/FuncasRankingViveros2021-2022.pdf>

3. LA MICRO-INNOVACIÓ AL CAMP DE TARRAGONA

És important tindre una visió més concreta de les start-ups al Camp de Tarragona, per això mateix, en els següents apartats s'hi desenvolupa la part més pràctica del treball, començant per la metodologia emprada i una visió general de les variables econòmiques del territori.

3.0. Metodologia

Per desenvolupar aquest apartat i els següents, la metodologia que s'ha utilitzat és la següent:

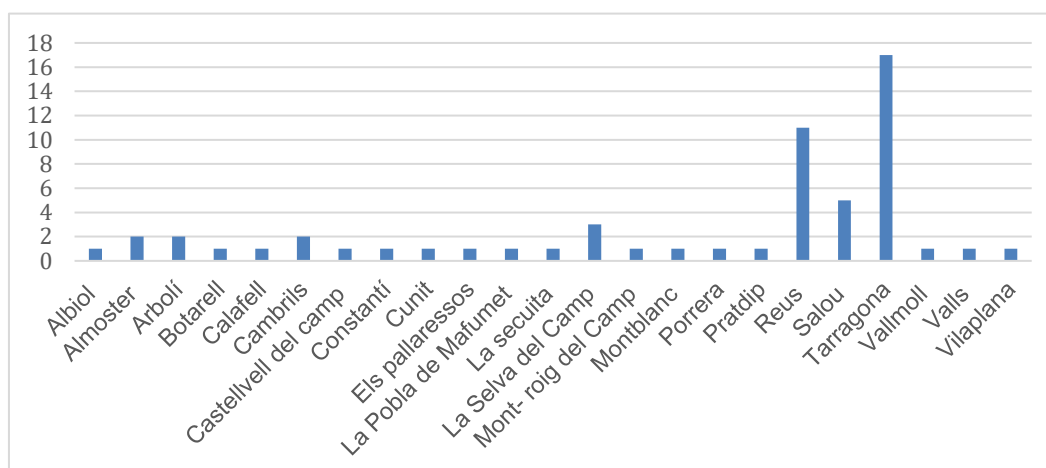
En primer lloc, les entrevistes dissenyades i realitzades a les incubadores amb més impacte al territori. L'objectiu era conèixer el punt de vista d'aquestes respecte al fenomen de les start-ups, determinar si realment l'ajuda que ofereixen pot ser profitosa per aquestes empreses emergents i conèixer quines són les claus d'èxit i fracàs. A més, de conèixer com es desenvolupen aquestes organitzacions al Camp de Tarragona i quin és el perfil d'empreses que ajuden.

Les entrevistes han sigut realitzades al responsable, *Daniel Duran*, de la incubadora TIC de Redessa i a la directora d'emprenedoria, *Valle Mellado*, de Tarragona Impulsa, una entitat que disposa del programa d'acceleració *Open Future* i d'incubació, *Explorer*.
(*Veure annex 1 i 2*)

En segon lloc, es va enviar una enquesta totalment anònima a cada una de les start-ups existents al Camp de Tarragona i creades entre el període 2017-2022, és a dir un total de 58 empreses, de les quals van contestar 46. (*Veure gràfic 3*)

Per tal de contactar amb cada una d'elles s'ha utilitzat el correu electrònic obtingut del "*Directorio de Empresas por Localidad en Tarragona*" d'elInforma o bé directament de la pàgina web de cada empresa. Per localitzar les empreses també s'ha usat el Directori Start-ups del *Hub Emprèn Catsud*.

Gràfic 3. Quantitat de startups a cada municipi



Font: Pròpia, realitzat a través de les dades extretes del "Directorio de Empresas por Localidad en Tarragona"

L'objectiu ha sigut conèixer la situació actual d'aquestes, veure com desenvolupen la seva activitat econòmica al territori, quin és el retorn de la inversió, com és l'ajuda que reben de les incubadores i acceleradores i si és necessària en l'activitat empresarial (veure annex 3).

En tercer lloc, s'han utilitzat diverses fonts d'informació alienes, per tal de completar el treball. Per conèixer les macromagnituds a nivell del Camp de Tarragona s'ha utilitzat l'Institut d'Estadística de Catalunya (IDESCAT), del qual s'ha consultat la població, el PIB i el PIB per habitant, el VAB i l'atur. Tot això, posant en context les dades de Catalunya per veure la diferència respectivament.

Un dels aspectes fonamentals és tindre una visió general i posar en context el treball respecte a l'estructura empresarial de la província de Tarragona. Així doncs, el *Directorio Central d'Empreses d'Espanya*, ha sigut la font aliena que s'ha utilitzat per determinar l'estructura empresarial tant a nivell provincial com català.

Una de les fonts, també molt presents en el treball, són les dades que ofereix *l'Informe Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* que s'han usat tant per la part més teòrica del treball com per la més pràctica.

Per conèixer més en profunditat la situació de les start-ups a Catalunya, s'ha consultat la plataforma digital *Barcelona & Catalonia Startup Hub* i l'*Agència per a la Competitivitat de l'Empresa i Coneixement (ACCIÓ)*.

També s'ha usat el centre d'anàlisi *Funcas*, amb l'objectiu de conèixer la situació de les incubadores i acceleradores a Catalunya.

A més l'1 de juny del 2022 es va assistir a la presentació de *l'Informe de Conjuntura Econòmica* del 1r trimestre de l'any 2022 del Camp de Tarragona i les Terres de l'Ebre i s'ha extret informació d'allà també.

3.1. Variables econòmiques del Camp de Tarragona

3.1.1. Macromagnituds

Segons les dades extretes de l'Institut d'Estadística de Catalunya (IDESCAT), per al 2022 al territori català hi ha un total de 7.758.615 habitants, l'IPC general es troba en 109,7 punts, el PIB s'estima en un 4,9% i l'atur es troba en un 9,29%.

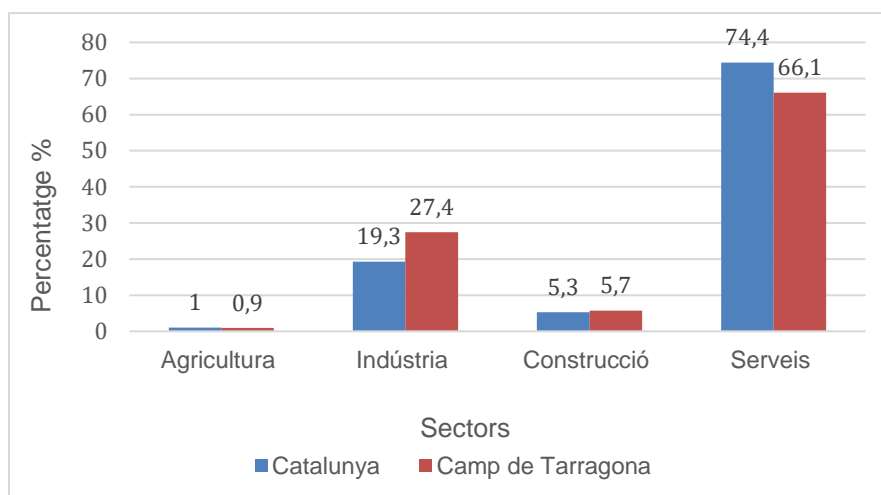
Pel que fa al PIB de Catalunya veiem que és de 224125,4 milions d'euros. En canvi, per a Tarragona és de 4605,9 milions d'euros. Si ens fixem en el Camp de Tarragona, veiem que aquest per a l'any 2019 va ser de 15583,2 milions d'euros.

El Valor Afegit Brut (VAB) del Camp de Tarragona per al 2019 és de 14301,6 milions d'euros. Si ens fixem per sectors, veiem que per a l'agricultura és de 123,6 milions d'euros, per a la indústria de 3917,4 milions d'euros, per a la construcció és de 811,9 milions d'euros i per al sector serveis és de 9448,7 milions d'euros.

El VAB per a Catalunya representa un total de 229347,2 milions d'euros, del qual 2197,8 milions € són del sector de l'agricultura, 44266,6 milions d'euros són del sector indústria, 12140,5 són del sector de construcció i finalment, el sector serveis representa 170742,4 milions d'euros.

En el gràfic següent s'hi representa el VAB per sectors en percentatge. Podem veure que el sector serveis és el que suposa un pes major tant per Catalunya com per al Camp de Tarragona, seguit del sector industrial, que el Camp de Tarragona supera Catalunya.

Gràfic 4. VAB per sectors en % a Catalunya i al Camp de Tarragona



Font: Pròpia, realitzat a través de les dades extretes del IDESCAT

Segons *l'Informe de Conjuntura Econòmica del 1T del Camp de Tarragona i les Terres de l'Ebre*, veiem que el mercat de treball no pot afrontar i absorbir els aturats de llarga durada. Si ens fixem en la variació interanual de l'atur registrat entre el 2021 i 2022, observem que per al Camp de Tarragona va disminuir en un 24,36%, a la província en un 24,19% i a Catalunya en un 26,57%.

3.1.2. L'estructura empresarial

És molt important conèixer la situació de les empreses dins de la província de Tarragona, per això mateix, s'ha utilitzat *el Directori Central d'Empreses*, en endavant DIRCE, per analitzar, d'una banda les empreses per província i condició jurídica i, d'altra banda, les empreses per província i estrat salarial pels períodes 2017-2021.

Com observem a la *taula 2* veiem que les persones físiques (autònoms/es) és la condició jurídica predominant dins de la província de Tarragona, representant així més d'un 50% sobre el total, també s'aprecia que cada any aquest percentatge ha anat augmentant, això és un clar exemple que les persones cada vegada estan més propenses a iniciar un nou projecte empresarial per compte propi.

Veiem que la segona condició jurídica predominant són les societats de responsabilitat limitada que, des del 2017 al 2021 han representat un 30% aproximadament amb lleugeres variacions. Això indica que empresaris o empresàries han decidit crear aquest tipus de societat.

Taula 2: Empreses per Tarragona i condició jurídica

| | 2021 | 2020 | 2019 | 2018 | 2017 |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|
| Total | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% |
| Sociedades anónimas | 1,57% | 1,61% | 1,76% | 2,00% | 2,07% |
| Sociedades de responsabilidad limitada | 31,37% | 31,30% | 32,32% | 32,66% | 32,53% |
| Sociedades colectivas | 0,01% | 0,01% | 0,02% | 0,02% | 0,02% |
| Sociedades comanditarias | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% |
| Comunidades de bienes | 3,68% | 3,77% | 3,81% | 3,85% | 3,91% |
| Sociedades cooperativas | 0,73% | 0,77% | 0,79% | 0,78% | 0,79% |
| Asociaciones y otros tipos | 5,47% | 5,48% | 5,38% | 5,43% | 5,57% |
| Organismos autónomos y otros | 0,23% | 0,23% | 0,23% | 0,21% | 0,22% |
| Personas físicas | 56,93% | 56,82% | 55,69% | 55,05% | 54,88% |

Font: Pròpia, realitzat a través de les dades extretes del DIRCE. Pes sobre el total

Taula 3: Empreses per Tarragona i estrat salarial

| | 2021 | 2020 | 2019 | 2018 | 2017 |
|----------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Total | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 100,00% |
| Sin asalariados | 54,3% | 54,9% | 54,6% | 53,9% | 54,5% |
| De 1 a 2 | 28,96% | 28,15% | 28,32% | 28,97% | 28,54% |
| De 3 a 5 | 9,39% | 9,35% | 9,57% | 9,63% | 9,53% |
| De 6 a 9 | 3,53% | 3,53% | 3,53% | 3,53% | 3,53% |
| De 10 a 19 | 2,12% | 2,16% | 2,18% | 2,14% | 2,05% |
| De 20 a 49 | 1,09% | 1,24% | 1,17% | 1,19% | 1,17% |
| De 50 a 99 | 0,32% | 0,36% | 0,34% | 0,33% | 0,33% |
| De 100 a 199 | 0,16% | 0,17% | 0,16% | 0,19% | 0,19% |
| De 200 a 499 | 0,05% | 0,12% | 0,11% | 0,11% | 0,10% |
| De 500 a 999 | 0,10% | 0,02% | 0,02% | 0,02% | 0,02% |
| De 1000 a 4999 | 0,02% | 0,02% | 0,02% | 0,02% | 0,02% |
| De 5000 o más asalariados | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% |

Font: Pròpia, realitzat a través de les dades extretes del DIRCE. Pes sobre el total.

Si observem la taula anterior, veiem que al llarg dels anys els valors s'han mantingut bastant estables i no hi ha hagut grans variacions en els estrats salarials. Cal destacar que més del 50% de la totalitat son persones no assalariades, l'any 2018 el percentatge es va reduir d'un 54,5% a un 53,9%. Aquesta xifra indica que més de la meitat de les persones treballen per compte propi i, per tant, no depenen d'un salari aliè.

3.2. Les incubadores al Camp de Tarragona

Segons l'últim informe GEM, veiem que el Camp de Tarragona ocupa la segona posició de Catalunya, després de Barcelona, en taxa d'activitat emprenedora.

Als seus inicis, fa 10 anys aproximadament, el fenomen de les incubadores al Camp de Tarragona era poc conegut, tot s'englobava en una petita oferta poc desenvolupada d'iniciatives d'ajuda als emprenedors/es. Avui en dia, aquesta iniciativa ha anat evolucionant i millorant, fins a aconseguir el creixement i la consolidació al mercat.

A Tarragona ens trobem diferents entitats que col·laboren oferint la seva ajuda a les startups a crear un entorn emprenedor. Aquestes són la xarxa URV Emprèn, ACCIÓ i la Diputació de Tarragona a tota la demarcació; l'ajuntament de Tarragona amb Tarragona Impulsa, Yuzz i Open Future, Redessa a Reus, Conectiva a la Conca de Barberà i l'Eina al Vendrell (*Xavier Càmara, 2020*).

L'any 2016 va ser el determinant, ja que es va celebrar la primera edició del *Fòrum d'Inversió CATSUD* amb l'objectiu de facilitar el procés de cerca de finançament per a projectes empresarials i potenciar així, l'emprenedoria al Camp de Tarragona, les Terres de l'Ebre i el Baix Penedès.

Al Camp de Tarragona hi ha diverses entitats que actuen com a incubadores d'empreses i d'altres que entre els serveis que ofereixen es troba el d'ajuda a la creació d'empreses.

Una de les més importants, donat el volum de recursos de què disposa és la Diputació de Tarragona que s'encarrega de promocionar i fer arribar l'ajuda per l'emprenedor a tots els municipis de la zona territorial.

URV Emprèn és la plataforma que coordina l'actuació de les 33 entitats adherides en l'àmbit de l'emprenedoria en el Camp de Tarragona i Terres de l'Ebre. Entre elles es troba la Diputació de Tarragona, Tarragona Impulsa, les Cambres de comerç de Reus i Tarragona, PIMEC... Està integrada per la Càtedra d'Emprenedoria de la URV i el Centre de Transferència de Tecnologia i Innovació (CTTi) de la URV.

L'Agència per a la Competitivitat de l'Empresa i Coneixement (ACCIÓ) s'encarrega d'oferir ajuda per a la innovació i la internacionalització de les empreses, a més és una via de finançament alternatiu per a les start-ups.

Redessa (Reus Desenvolupament Econòmic SA) és l'organisme que destaca per la seva gran oferta d'espais *coworking*. A part dels serveis que ofereix, disposa de la Incubadora TIC que ajuda a emprendre un negoci i a crear ocupació.

Tarragona Impulsa forma part de l'Ajuntament de Tarragona i és l'organisme que es dedica a recolzar l'emprenedoria i l'ocupació. Aquest disposa del programa d'incubació Explorer, conegut també com a Yuzz Tarragona i treballen coordinadament amb la URV

i el Banc Santander; a més del programa d'acceleració Tarragona Open Future impulsat per Telefònica i el programa TESS (Tarragona Economia Social i Solidària).

Eina és l'organisme d'ajut a l'emprenedoria i ocupació de l'ajuntament del Vendrell i ofereix espais de *coworking* per als emprenedors/es.

Cal destacar, que les Cambres de Comerç de Tarragona, Reus i Valls ofereixen diversos cursos, tallers, acompanyament a l'emprenedor/a i lloga espais de treball.

Hi ha altres entitats que col·laboren entre si, oferint espais *coworking*, especialització en perfils concrets, assessorament... (Veure taula 4).

Taula 4: Entitats col·laboradores que ofereixen serveis a les start-ups

| Entitat | Servei que ofereix |
|---|--|
| CEPTA (Confederació Empresarial de la Província de Tarragona) | Formació per qualsevol perfil. |
| Pimec | Formació per a micro, petites i mitjanes empreses. |
| Idetsa (Iniciatives de Desenvolupament Empresarial) | Disposa de dos vivers d'empreses. |
| Creu Roja | Assessorament en projectes d'autoocupació per a col·lectius en risc d'exclusió. |
| Concactiva | Disposen de vivers d'empresa i molta activitat formativa. |
| Secot | Associació de voluntaris amb experiència i que ofereixen <i>mentoring</i> . |
| Cambrils Emprèn | Disposa d'un espai <i>coworking</i> . |
| Centre d'Emprenedoria i Coneixement de Salou | Ofereixen cursos i formació. |
| Consell Comarcal Baix Penedès | Ofereix suport i acompanyament a través de cursos, tallers i altres accions d'assessorament. |
| Valls Genera | Disposa de dos vivers d'empreses. |
| Ajuntament de Calafell | Ofereix els serveis del viver d'empreses Vilarenc Zenit. |

| | |
|--------------------------|---|
| Ajuntament d'Altafulla | Ofereix recolzament i acompanyament, a més d'un espai coworking. |
| Ajuntament de Vila- Seca | A través del Centre Antic Hospital ofereix acompanyament i suport als emprenedors/es. |

Font: Pròpia, realitzada amb informació extreta de la pàgina oficial de cada una de les entitats.

3.2.1. Objectius

L'objectiu principal de les incubadores d'empreses es defineix a través de 3 característiques primordials (*National Business Incubation Association, 2020*).

- Proporcionar ajuda comercial als emprenedors i sobretot durant la fase inicial.
- Assessorament de professionals.
- Oferir suport extra a les empreses durant 2/ 3 anys.

Francisco José Blanco (2021), ens enumera els següents objectius referents a les incubadores:

- Fomentar la consolidació de les empreses emergents sempre intentant tenir els mínims costos possibles.
- Augmentar la taxa d'empreses supervivents al procés.
- Crear un ambient adequat per al desenvolupament empresarial.
- Enfortir la capacitat emprenedora, contribuint així a la generació d'ocupació tant assalariat com d'autoocupació.
- Oferir espais de treball, assessorament i consultories especialitzades i personalitzades per a cada tipus d'empresa.

Respecte a la investigació que s'ha realitzat, la incubadora TIC de Redessa té com a objectius el suport a les startups de base tecnològica mitjançant la innovació. Busca fomentar el creixement empresarial a través de les formacions que reben els empresaris. A més, un dels seus objectius és proporcionar suport i ajuda als empresaris que busquen gestionar el seu negoci, sobretot als universitaris que inicien una activitat professional (*Daniel Duran, 2022*).

Respecte a la incubadora Explorer de Tarragona Impulsa, podem concloure que els seus objectius s'apropen més als definits per les institucions esmentades anteriorment, ja que ajuda a qualsevol tipus de startups i, per tant, engloba més aspectes.

Els principals objectius d'aquesta es divideixen en tres grans grups:

- Emprenedoria, empresa i desenvolupament local: el principal objectiu és fomentar la cultura emprenedora entre la societat jove.
- Desenvolupament de polítiques actives d'ocupació per tal de donar suport a totes les persones que busquen una feina.
- Formació ocupacional.

3.2.2. Funcions i serveis que ofereixen

En aquest TFG s'han entrevistat i analitzat les dues incubadores amb més impacte al Camp de Tarragona; Redessa Incubadora TIC i Tarragona Impulsa Programa Explorer. S'ha observat que ambdues ofereixen diversos serveis diferents i que adapten a les start-ups que contacten l'ajuda.

La incubadora TIC, una entitat que només ajuda a les start-ups de base tecnològica o bé que la seva filosofia tingui un ús intensiu de la tecnologia, ofereix els següents serveis i funcions:

- Formació als emprenedors durant la fase inicial per passar de la idea de negoci a un producte mínim viable. Aquesta formació engloba àmbits com el màrqueting digital, les finances, el *go to market* ... Aquesta fase s'anomena *Bootcamp*.
- Mentories a la tercera fase del procés on les start-ups mantenen reunions bilaterals amb altres empreses.
- Assessorament i consultoria.
- Espais *coworking* on els emprenedors poden treballar.

Segons el que ens comenta *Daniel Duran*, responsable de la incubadora TIC, veiem que no només ofereixen espais de treball, sinó que acompanyen a l'empresa durant tot el procés d'incubació, a través de la formació dels emprenedors, l'assessorament i la consultoria.

Pel que fa a la incubadora Explorer, podem veure que els serveis que ofereix són semblants als de l'anterior, amb la diferència que aquest és un programa molt pautat i no es permeten modificacions ni adaptacions al tipus de start-up. Les funcions i serveis de l'Explorer són:

- Beques a 4 de les empreses participants que serveixen com a finançament.
- Assessorament sobre qualsevol tema.
- Especialistes que aporten assessorament i ajuda en 4 àmbits: màrqueting digital, estratègia i vendes, en l'àmbit jurídic i en l'àmbit econòmic-financer.

- Es dóna l'opció, d'un cop finalitzada la incubació, de mantenir el contacte entre la start-up i l'entitat incubadora, per qualsevol ajuda que es pugui necessitar en un futur.
- Durant un any es va començar a implantar un *coworking*, però no va funcionar gaire bé, però ara el que ofereix Explorer són espais on poder fer reunions puntuals amb proveïdors, clients...

3.3. Perfil de les startups del Camp de Tarragona

3.3.1. Evolució i sectors d'activitat

Segons el Directori d'Empreses d'Espanya categoritzades per codi CNAE, a la província de Tarragona actualment hi ha un total de 83905 empreses fins avui dia.

D'acord amb aquesta font, al Camp de Tarragona hi ha un total de 64845 empreses i persones autònomes, això ens indica que més de $\frac{3}{4}$ de les empreses de la província de Tarragona s'ubiquen als municipis del Camp de Tarragona. D'aquest total, s'ha vist que 13376 empreses i autònoms/es han sigut fundades durant el període 2017-2022.

Respecte a les startups, al Camp de Tarragona per al període 2017-2022 se n'han creat un total de 58 (*Veure annex 4*).

La següent taula mostra la quantitat d'empreses que disposa cada espai territorial.

Taula 5: Quantitat d'empreses al Camp de Tarragona, dividides per comarques

| | Total d'empreses creades fins l'actualitat | Empreses creades entre el 2017-2022 | Startups creades entre 2017-2022 |
|------------------|--|-------------------------------------|----------------------------------|
| Baix Camp | 21531 | 4493 | 26 |
| Tarragonès | 26691 | 5314 | 26 |
| Baix Penedès | 9970 | 2260 | 2 |
| Alt Camp | 3471 | 654 | 2 |
| Conca de Barberà | 1974 | 396 | 1 |
| El Priorat | 1208 | 259 | 1 |

Font: Pròpia, realitzat a través de les dades extretes del Directori d'Empreses d'Espanya

Després d'haver fet una recerca per tot el directori i consultat empresa per empresa, podem veure a l'annex 4, que durant el període 2017-2022 s'han creat un total de 58 startups al Camp de Tarragona.

Si ens fixem en la taula següent s'observa que el 2020 i 2021 són els anys amb més empreses creades. Tot i que van ser períodes temporals afectats per la pandèmia, veiem que la iniciativa per crear i emprendre un negoci va augmentar, degut al temps lliure del qual moltes persones disposaven.

Respecte als altres períodes veiem que el percentatge de creació de startups es manté gairebé constant, excepte per al 2022, donat que les dades no representen l'any complet.

Taula 6: Tant per cent de startups creades a cada any

| Any | % |
|------|--------|
| 2017 | 15,52% |
| 2018 | 17,24% |
| 2019 | 15,52% |
| 2020 | 22,41% |
| 2021 | 24,14% |
| 2022 | 5,17% |

Font: Pròpia, realitzat a través de les dades extretes del "Directorio de Empresas por Localidad en Tarragona"

Si ens fixem en el sector, veiem que sobretot hi predomina el sector tecnològic amb un 29,31% i el de serveis amb un 27,59%. A més, les poblacions on més empreses s'han creat són Tarragona i Reus, seguit de Salou, la Selva del Camp i Cambrils (Veure annex 4).

Taula 7: Sectors predominants entre les startups al Camp de Tarragona

| Sector | % |
|--|----------|
| Activitats professionals, científiques i tècniques | 8,62% |
| Agroalimentari | 6,89% |
| Comercial | 6,90% |
| Construcció de xarxes elèctriques i de telecomunicacions | 1,72% |
| Consultoria | 1,72% |
| Cultura | 5,17% |
| Educació | 3,45% |
| Informàtica | 3,44% |
| Publicitat | 1,72% |
| Serveis | 27,59% |
| Societats de cartera | 1,72% |
| Tecnologic | 29,31% |
| Turístic | 1,75% |

Font: pròpia, realitzat amb les dades del "Directorio de Empresas por Localidad en Tarragona"

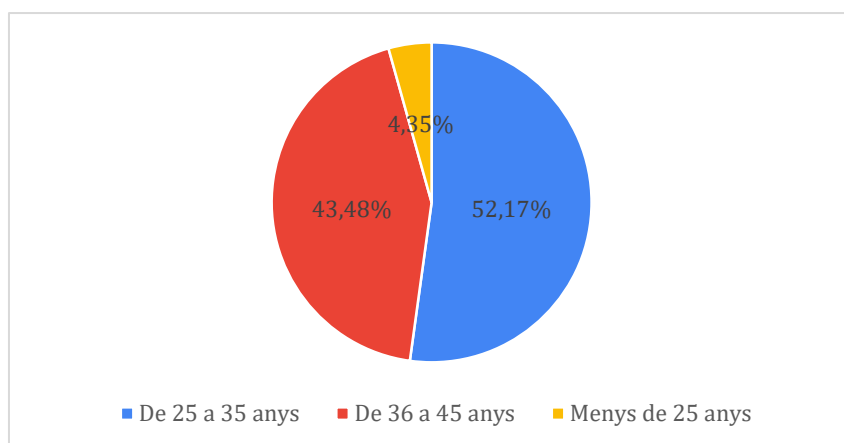
3.3.2. Perfil dels fundadors

Segons l'últim informe *Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2020)* els resultats indiquen que l'edat mitjana de les persones emprenedores a Catalunya és de 35 anys, aquesta disminueix a 34 anys quan es tracten de dones emprenedores i augmenta a 36 anys en el cas dels homes.

Pel que fa al Camp de Tarragona, s'observen diferents tendències. Si ens fixem en la mitja d'edat dels emprenedors que creen o han creat una start-up, veiem que gairebé el 53% de les persones tenen entre 25 i 35 anys, això indica que els emprenedors tarragonins tendeixen a emprendre una mica més aviat que a la resta de Catalunya.

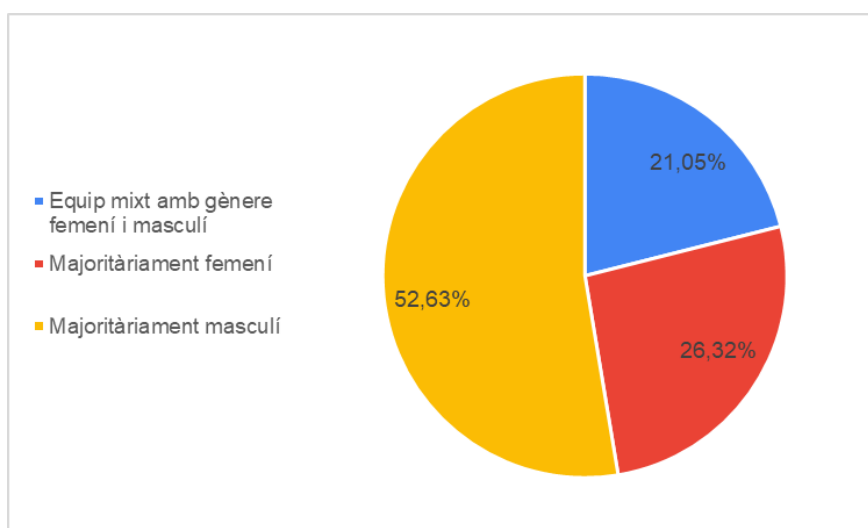
Respecte al gènere que hi predomina a l'hora de crear les empreses, els resultats indiquen que més del 50% són homes, gairebé el 27% són dones i el 21% restant són equips mixtes. A nivell general, veiem que els homes són els que probablement, tendeixen a emprendre una empresa.

Gràfic 5. Edat dels socis de les start-ups



Font: Pròpia. Pregunta 5 de l'enquesta realitzada a les start-ups de Tarragona (15-març-2022).

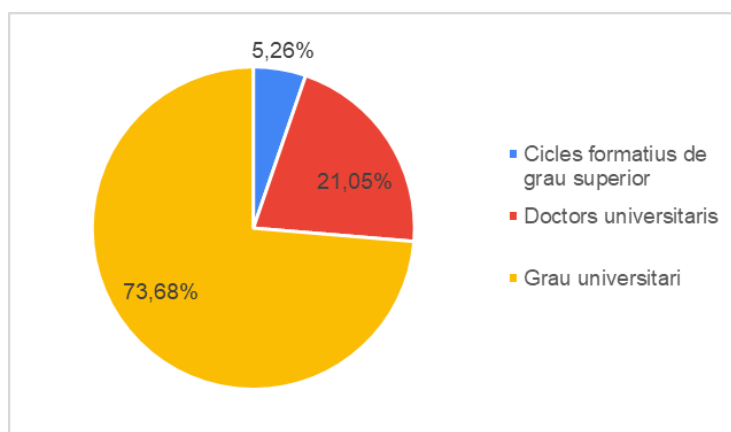
Gràfic 6. Gènere dels socis treballadors de l'empresa



Font: Pròpia. Pregunta 6 de l'enquesta a les startups de Tarragona (15-març-2022).

Quant a la formació dels emprenedors, el 94,73% són persones que han realitzat estudis universitaris, d'aquests el 73,68% han obtingut un grau universitari, i el 21,05% són doctors universitaris. La resta, són emprenedors que han realitzat cicles formatius de grau superior. Gairebé el 100% de les empreses enquestades tenen personal amb formació universitària cosa que ens indica que les persones amb estudis universitaris són més propenses a innovar i iniciar un negoci.

Gràfic 7. Formació dels socis de la start-up



Font: Pròpia. Pregunta 7 de l'enquesta a les startups de Tarragona (15-març-2022).

A la demarcació de Tarragona els empresaris que tenen una start-up actualment, anteriorment havien tingut feines en les quals treballaven a canvi d'un sou extern que proporcionava l'empresa, això es veu clarament al *gràfic 8* amb un total de 65% (22,50%, 25% i 17,50%) de treballadors per compte d'altri.

Tot això, guarda una relació estreta tant amb l'edat dels empresaris com amb la formació professional d'aquests, ja que més del 50% dels emprenedors són persones entre 25 i 35 anys que estan disposats a innovar i perdre una feina fixa a canvi de crear el seu propi negoci. A més, gairebé el 100% (73,68% grau universitari i 21,05 doctors universitaris) dels fundadors són gent amb estudis universitaris que ja venen amb certs coneixements sobre empresa i empenedoria.

Gràfic 8. Experiències professionals dels socis, anteriors a la posada en marxa de la start-up

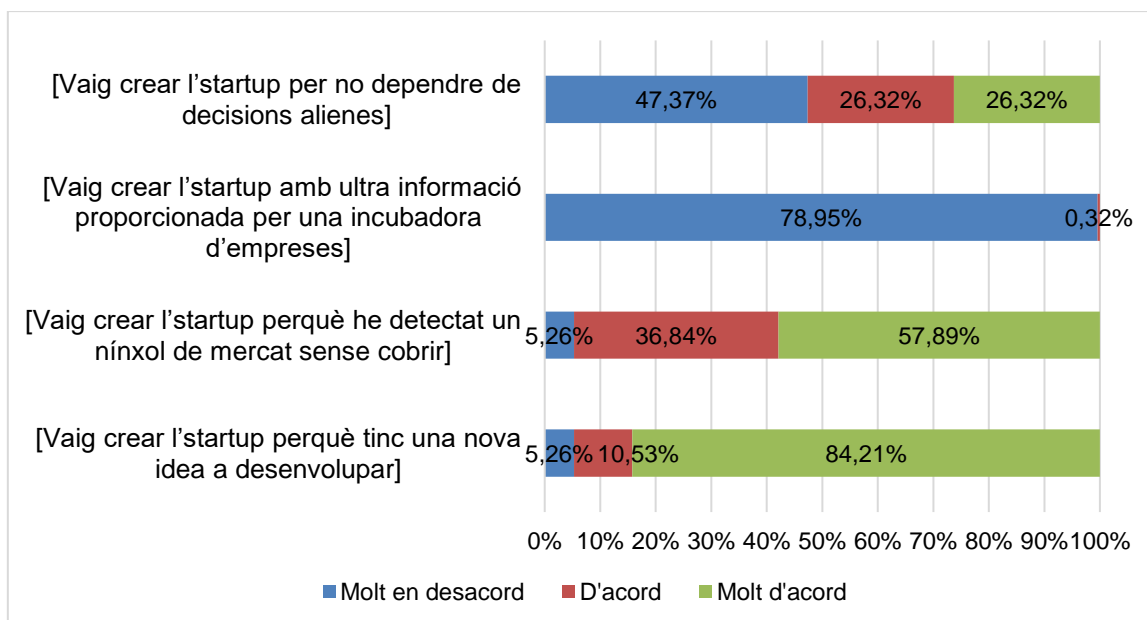


Font: Pròpia. Pregunta 9 de l'enquesta a les startups de Tarragona (15-març-2022).

No només això, sinó que el 52% dels enquestats van crear un nou negoci per tal de no dependre de decisions alienes

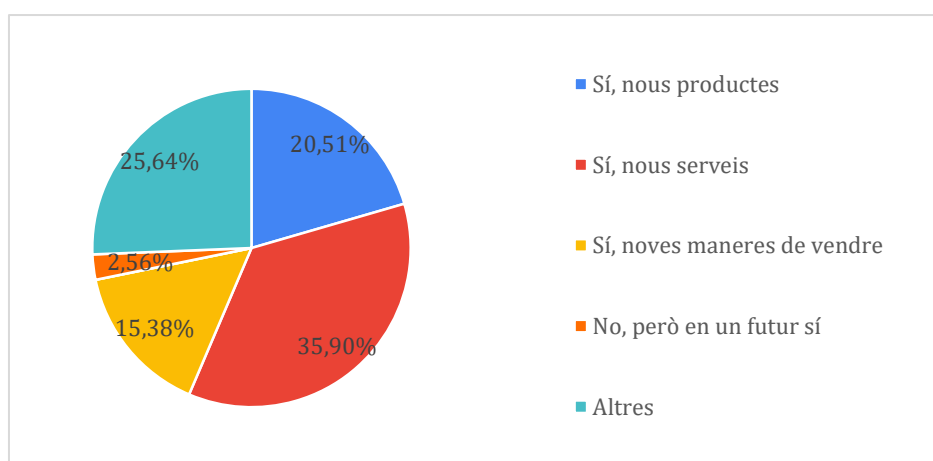
A més, gairebé el 85% dels empresaris i empresàries del Camp de Tarragona afirmen haver creat una start-up, ja que tenien una nova idea a desenvolupar.

Gràfic 9: Motiu per crear la start-up



Font: Pròpia. Pregunta 11 de l'enquesta a les startups de Tarragona (15-març-2022).

Gràfic 10: Oferta de productes i/o serveis



Font: Pròpia. Pregunta 15 de l'enquesta a les startups de Tarragona (15-març-2022).

Com podem veure a l'anterior gràfic, quasi el 72% de les empreses enquestades ofereixen nous productes, serveis o bé maneres de vendre, això ens indica que es troben en constant canvi i innovació. Això ens mostra que hi ha una clara tendència entre les start-ups del Camp de Tarragona, i és que aquestes, cada vegada més busquen adaptar-se als canvis del mercat.

3.3.3. Fonts de finançament

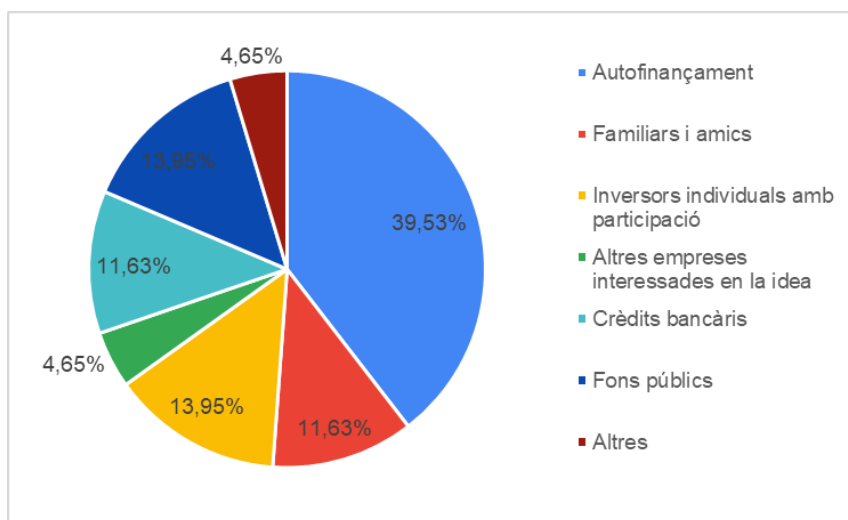
El finançament d'un nou negoci és un dels punts més importants per l'inici al mercat. Els diners propis, la família i els amics acostumen a ser les principals fonts més habituals. La majoria de les persones emprenedores tenen dificultats per accedir al finançament bancari per manca d'historial o de garanties (GEM, 2021).

Pel que fa al finançament que han rebut les startups tarragonines podem veure que gairebé el 40% han sigut capaces d'iniciar la start-up amb els seus propis diners, tot i que alguns també combinen l'autofinançament amb els diners que presten els familiars i amics, o bé ajuts i premis públics.

Observem que el 14% opten com a font de finançament per inversors amb participacions. No només recorren a l'autofinançament, sinó que la majoria de les vegades tenen diverses fonts, per tal de no dependre d'un sol "fil".

També té un pes important el finançament a través de crèdits bancaris, ja que no acostuma a ser molt habitual per aquest tipus d'empreses.

Gràfic 11. Fonts de finançament de les start-ups



Font: Pròpia. Pregunta 19 de l'enquesta a les startups de Tarragona (15-març-2022)

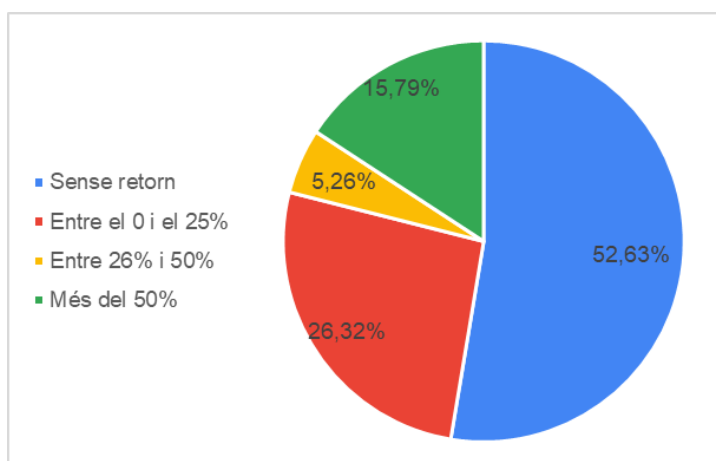
Així doncs, les start-ups del Camp de Tarragona, tendeixen a obtenir finançament a través de les fonts més properes i que no exigeixen un termini de retorn, és a dir, l'autofinançament, els amics i familiars i els premis i ajuts públics.

No només s'ha de tindre en compte el finançament, sinó que també és molt important el retorn de la inversió per a les start-ups. Tot i que els primers anys acostuma a ser nul, les empreses han d'intentar sobreviure, ja que a partir del 3r i 4t any es comencen a veure els resultats.

Com veiem al *gràfic 12*, el 52,6% de les start-ups encara no han arribat a obtenir el retorn dels diners invertits, això és degut a dues qüestions. En primer lloc, només s'han considerat aquelles empreses del Camp de Tarragona amb menys de 5 anys de vida, per tal de poder tractar-les com a start-ups. En segon lloc, gran part d'aquestes són molt joves amb tan sols 2 o 3 anys de vida al mercat.

Així doncs, el 26,3% afirmen haver obtingut un retorn d'entre el 0 i el 25%, aquestes són start-ups d'entre 3 i 4 anys. El 5,3% de les empreses d'entre 5 i 6 anys han obtingut el retorn d'entre 26% i 50%. Finalment, veiem que gairebé un 16% ha pogut tindre més del 50% del retorn de la seva inversió.

Gràfic 12. Retorn de la inversió de les empreses



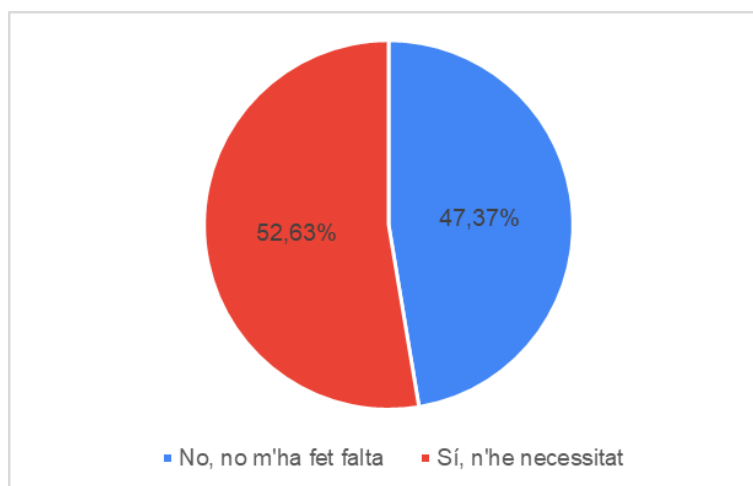
Font: Pregunta 20 de l'enquesta a les startups de Tarragona (15-març-2022). Pròpia

3.3.4. Relació entre les startups creades i les incubadores i acceleradores

Com bé sabem, obtindre l'ajuda d'una incubadora o acceleradora durant el procés de creació de la startup és molt important, però un dels beneficis principals és el creixement exponencial que permet a l'empresa desenvolupar-se i obtenir beneficis econòmics de manera més ràpida.

Al següent gràfic s'hi mostra la necessitat d'ajuda per part de les incubadores i acceleradores durant la creació de l'empresa. Com podem veure, una mica més de la meitat de les empreses, han necessitat aquesta ajuda durant el procés.

Gràfic 13. Necessitat de rebre ajuda per part d'incubadores i/o acceleradores



Font: Pregunta 21 de l'enquesta a les startups de Tarragona (15-març-2022). Pròpia

Veiem que aquestes entitats mantenen una relació directa amb les incubadores i acceleradores del Camp de Tarragona, entre les que hi predominen dues:

- Tarragona Impulsa amb Open Future (antiga Yuzz).
- Redessa amb la incubadora TIC.

Aquest impacte que han generat ambdues, en gran part és perquè són les entitats més grans del territori i amb una reputació molt bona i coneguda al mercat.

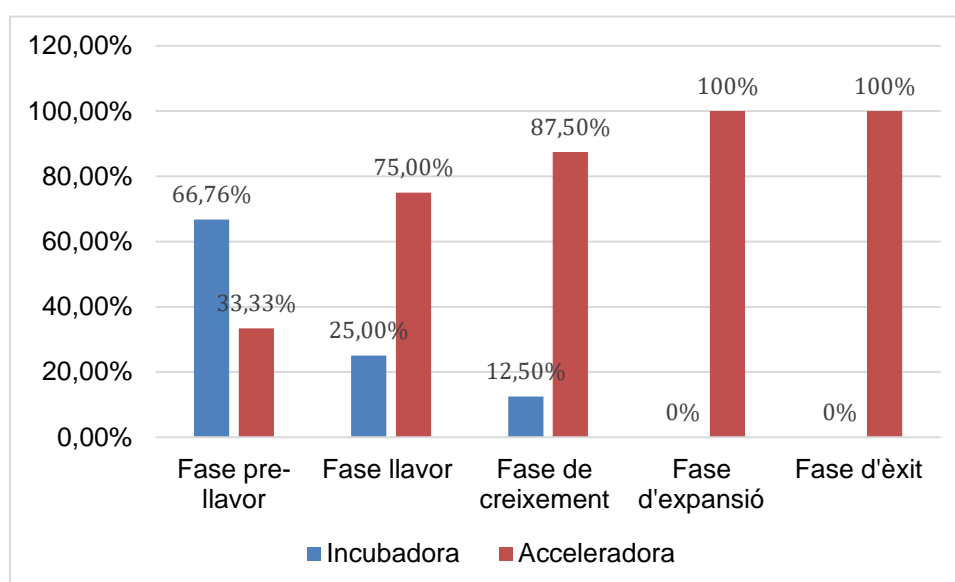
Observem, segons els resultats de l'enquesta, que algunes de les startups han optat per altres incubadores i acceleradores del territori; CaixaImpulse, Medtech accelerator, Richi Social entrepreneurs, Dhip2be, Cellnex bridge, Startsud, però totes aquestes representen una minoria (*Veure annex 3 , pregunta 22*).

L'ajuda que aquestes entitats han oferit, varia depenent de la fase en la qual es troba la start-up.

Pel que fa a la fase prellavor, les incubadores han tingut un paper fonamental, ja que gairebé el 70% de les empreses l'han necessitat. En canvi, a la fase llavor, de creixement, d'expansió i d'èxit, el paper important l'han tingut les acceleradores.

Com veiem al *gràfic 14*, clarament l'ajuda de les acceleradores ha sigut present en totes les fases, però sobretot en les 4 darreres, representant així el 100% en les dues últimes.

Gràfic 14. Fases en les quals la start-up ha mantingut l'ajuda

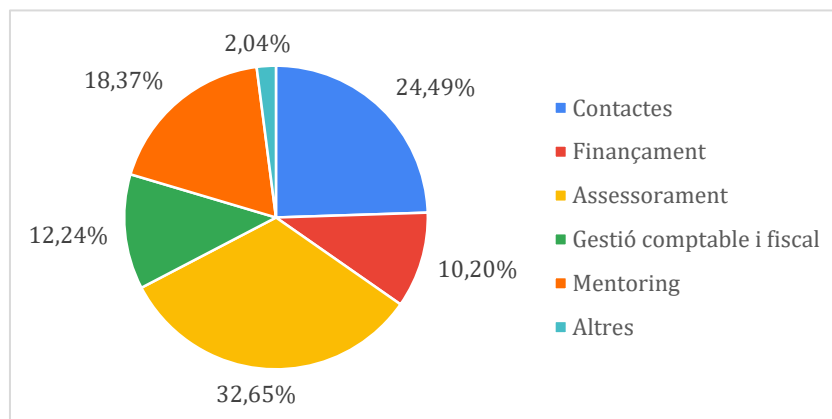


Font: Pregunta 23 de l'enquesta a les startups de Tarragona (15-març-2022). Pròpia

Tal com s'aprecia al següent gràfic, les start-ups del Camp de Tarragona afirmen que el tipus d'ajuda que més reben és l'assessorament, seguit dels contactes que els proporcionen amb altres entitats i el *mentoring*.

Pel que fa al finançament, veiem que només el 10,20% de les empreses es beneficien d'aquest tipus d'ajuda, això és perquè, com hem vist al *gràfic 11*, la majoria de les empreses recorren primerament a l'autofinançament. A més, moltes vegades les start-ups no poden complir les condicions per accedir al finançament.

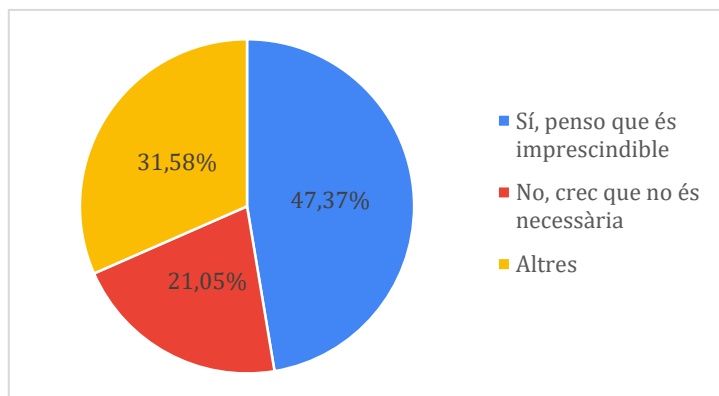
Gràfic 15. Tipus d'ajuda que han proporcionat les incubadores i acceleradores



Font: Pregunta 24 de l'enquesta a les startups de Tarragona (15-març-2022). Pròpia

Cal destacar, que el 21,05% de les start-ups enquestades, pensen que la labor que realitzen les incubadores i acceleradores d'empreses no és necessària per al desenvolupament de l'activitat empresarial. Tot i així, gairebé el 50%, pensen que és imprescindible.

Gràfic 16: Imprescindibilitat de la labor de les acceleradores i incubadores



Font: Pregunta 25 de l'enquesta a les startups de Tarragona (15-març-2022). Pròpia

3.4. Claus de la trajectòria de les startups al Camp de Tarragona

Les startups tenen més possibilitats d'entrar i créixer al mercat, però també de fracassar i acabar sent destruïdes per les grans societats. Així doncs, l'entrada o creació d'empreses al mercat influeix de manera positiva en l'economia, augmentant l'ocupació, l'eficiència de les empreses, la creació de nous nínxols i noves innovacions. A la par,

també forcen la sortida d'empreses que són ineficients i no s'adapten al mercat. Per tant, les entrades i sortides d'empreses provoquen la destrucció creativa d'empreses.

3.4.1. Creació i destrucció de startups

Durant els anys, la creació de startups al Camp de Tarragona ha anat augmentant, però a la par, s'han destruït d'altres.

Entrar o sortir d'un mercat no és fàcil per a les empreses. Els obstacles amb els que es troben s'anomenen barreres d'entrada o sortida, per tant, les primeres perjudiquen la creació de startups i les segones les destrueixen. Segons *Agustí Segarra et alii (2010)*, la creació es veu determinada per:

- Barreres estructurals a l'entrada: parlem del context general que desincentiva l'entrada de les noves empreses, dins d'aquest s'engloben les economies d'escala, la dificultat d'accés als canals de distribució, les polítiques governamentals, els requisits de capital, diferenciació de producte o servei, etc.
- És fonamental conèixer quina és la competència al mercat, per saber com afrontar-la i no quedar-se a l'ombra.
- El dinamisme tecnològic la majoria de les vegades facilita l'entrada d'empreses al mercat, ja que la informació és accessible a tot el públic. En canvi, aquell coneixement que sigui fruit de l'activitat pròpia de cada empresa marcarà la diferència i suposarà una barrera a l'entrada.
- Els factors geogràfics, políticolegals i socioculturals.

La destrucció es veu afectada per:

- El moment en què l'empresa deixa d'obtenir beneficis i comença a tindre pèrdues constants, aquestes decideixen sortir del mercat.
- El fet que hi hagi costos no recuperables. Podem veure que el 50% de les startups enquestades al Camp de Tarragona no han obtingut rendiments recuperables de moment, cosa que podria provocar la sortida del mercat.
- Fracasar al negoci depèn de la capacitat d'aprenentatge de l'empresa. *"Agustí Segarra et alii, 2010"*

3.4.2. Claus del fracàs i l'èxit de les startups

Podem definir les claus del **fracàs** des de dues visions, la de les startups i la de les incubadores i acceleradores d'empreses.

Gràcies a l'entrevista realitzada a *Daniel Duran*, responsable de la Incubadora TIC a Redessa, podem definir diferents aspectes que suposen el fracàs de les startups al mercat.

- En primer lloc, la manca de cultura empresarial que hi ha quan els joves estudiants, no només els graduats a la universitat, surten al mercat. Cal destacar que aquells que tenen coneixements econòmics i empresarials, no s'hi inclouen. És fonamental entendre la comptabilitat, el màrqueting i el funcionament de la demanda i l'oferta per tal d'iniciar una start-up.
- En segon lloc, *Duran* destaca que moltes vegades aquelles empreses que fracassen és perquè no són multidisciplinàries, és a dir, no disposen d'un equip ben format. És molt important que dins de l'empresa hi hagi professionals que puguin aportar coneixements de diferents àmbits.
- Pivotar és imprescindible per no fracassar, és a dir, s'han d'aprofitar les oportunitats de mercat i no enfocar-se únicament en la idea inicial. *(És necessari tindre una visió i perspectiva més àmplia, per veure si aquest és vàlid o no i si té una demanda de mercat: Entrevista a Daniel Duran)*

Segons *Valle Mellado*, la directora d'emprenedoria de Tarragona Impulsa, distingim diferents aspectes que comporten el fracàs d'una start-up al mercat.

- En primer lloc, i molt important, més que la pròpia idea de negoci és l'equip que forma la start-up.
- És molt important saber pivotar quan és necessari i adaptar-se a les necessitats del públic objectiu.

D'altra banda, podem abordar els **èxits** des de la perspectiva de les empreses emergents com des de les incubadores i acceleradores d'empreses.

Duran, ens defineix alguns aspectes importants que comporten l'èxit empresarial de qualsevol startup.

Segons el responsable de la incubadora TIC, quan parlem d'èxit al mercat, no ens centrem tant en aspectes econòmics, sinó en l'equip humà que hi ha darrere. Destaca sobretot la motivació com un element decisiu en l'èxit de les empreses, l'agilitat en la presa de decisions i el pivotatge.

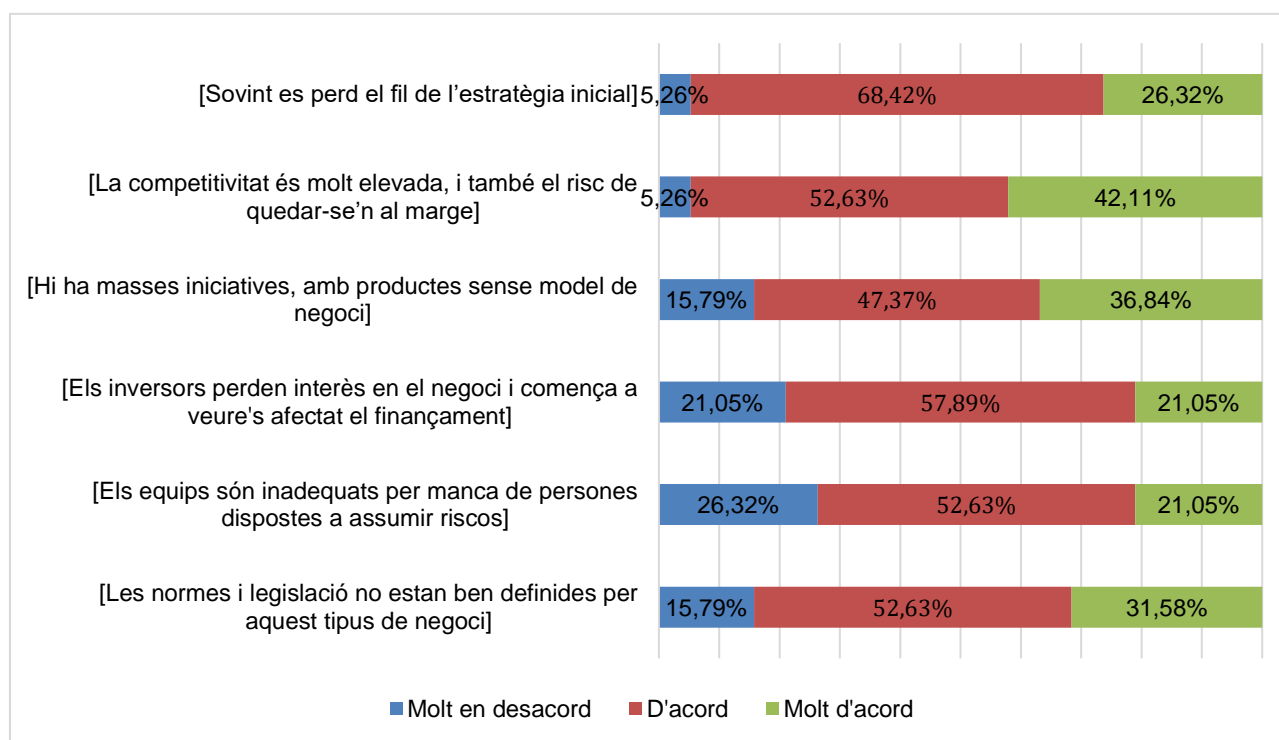
Mellado, ens recalca 3 aspectes fonamentals per a l'èxit al mercat: estar disposats a formar un bon equip, pivotar i destinar temps i recursos a l'activitat empresarial.

La conclusió que podem extreure és que, depèn del tipus d'empresa i del sector en el qual operen, però principalment les claus del fracàs són: la manca d'un bon equip, la disposició a no assumir riscos, perdre el fil de l'estratègia inicial i la pèrdua d'interès dels inversors.

Des del punt de vista de les start-ups veiem que els motius d'èxit o fracàs són diversos, però cal destacar els més importants:

- Una de les principals causes del fracàs és el fet de no tindre una estratègia ben assentada i adaptable a qualsevol canvi sense perdre el fil inicial.
- La competitivitat tan alta és una de les amenaces més fortes per a les start-ups del Camp de Tarragona, i quan no es gestiona bé, suposa el fracàs al mercat.

Gràfica 17: Problemàtica que afecta l'èxit o fracàs de les start-ups



Font: Font: Pregunta 26 de l'enquesta a les start-ups de Tarragona (15-març-2022). Pròpia

5. CONCLUSIONS

El present estudi ha tractat de conèixer els processos d'innovació al Camp de Tarragona a través de la creació de start-ups.

Aquestes, són empreses que es troben en una etapa primerenca de desenvolupament que basa el seu negoci i activitat empresarial en tecnologia per créixer més i a major velocitat (*Estratègia España Nación Emprendedora, 2021*).

Després de l'anàlisi realitzat sobre les empreses emergents a través de les enquestes, cal ressaltar la importància del paper de les start-ups al territori.

Les conclusions que s'han extret són les següents:

- Les persones més propenses a innovar i crear una start-up són joves d'entre 25 i 35 anys amb estudis universitaris i, que després tendeixen a crear equips més masculins que femenins.
- La majoria dels emprenedors/ores inicien el negoci perquè, detecten nínxols de mercat no coberts i a més no volen dependre de decisions alienes.
- Les fonts de finançament de les start-ups del Camp de Tarragona, principalment són l'autofinançament, els diners que presten la família i els amics i les fonts públiques i d'ajut.
- Més del 50% de les startups enquestades, no han aconseguit obtenir rendibilitat de la inversió inicial.
- El paper de les incubadores i acceleradores ha sigut molt important per a la majoria de les start-ups, inclús imprescindible per alguna d'elles.
- Més de la meitat de les startups afirmen haver pivotat en algun moment de l'activitat empresarial, realitzant canvis en l'estrategia inicial del negoci.
- Gran part de les startups busquen un futur millor per a l'empresa, intentant créixer i expandir-se a altres territoris. D'altres, simplement tenen l'objectiu final de vendre-la i obtindre grans beneficis.

Un dels aspectes als quals es volia donar resposta amb aquest treball és veure què comporta l'èxit o fracàs empresarial desde el punt de vista de les incubadores, acceleradores i start-ups. Podem resumir-los en:

- Tindre una estratègia ben definida des dels inicis.
- Un equip amb cultura empresarial ben assentada i clara.
- Un equip sense mancances, motivat i disposat a assumir riscos i responsabilitats.

- Capacitat per pivotar el negoci i adaptar-se als canvis del mercat i la competència.
- Saber adaptar-se a l'entorn canviant per tal de no fracassar.
- Disposar d'unes normes i lleis regulades per aquest tipus d'empresa.

Era de gran rellevància conèixer la relació entre les start-ups, les incubadores i les acceleradores.

Tal com s'ha exposat anteriorment al treball, podem concloure que al Camp de Tarragona, la relació que guarden aquestes entitats entre si és forta, ja que més del 50% de les empreses emergents han necessitat, en alguna de les seves fases, l'ajuda de les incubadores o bé acceleradores. A més, la majoria afirmen que la labor que realitzen és imprescindible o necessària per poder créixer al mercat.

Resulta evident que en el present treball no estan incloses totes les experiències, teories i evidències que expliquen la situació real de les start-ups, però si s'ha tractat de posar en importància la situació.

Durant aquesta investigació m'he trobat amb certes limitacions, la major part d'elles derivades de la dificultat d'accés a les fonts primàries. Sense dubte és un estudi inicial que en un futur em permetrà seguir investigant més a fons i ampliar la zona territorial.

6. REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

- Abadía Ferrándiz, A. (2020). Estudio sobre el liderazgo y la innovación: Las claves del éxito en startups tecnológicas. *CUADERNOS DE GESTION*, 1-10. <https://doi.org/10.5295/cdg.191140aa>
- Blank, S. G., Dorf, B., De Miguel, J. A., ??lvarez, J. G., & Peralta, A. (2013). *El manual del emprendedor: La gu??a paso a paso para crear una gran empresa*. <https://www.overdrive.com/search?q=7ADFC09B-25BF-4021-8339-21C7CCFFDD84>
- Bravo García, S. (2013). *Incubadoras de empresas, creación de empresas y redes sociales*. <https://idus.us.es/handle/11441/14890>
- Carbajal, M. de la L. M., & Hernández, R. G. (2018). Diagnóstico y evaluación de las incubadoras de empresas de tecnología intermedia en Morelia, Michoacán. *Economía y Sociedad, XXII*(39), 35-64. <https://www.redalyc.org/journal/510/51058252003/html/>
- Carrizosa, M. T. (2020). Start-ups: Explorant innovacions disruptives a Catalunya. *Publicacions URV*. <http://llibres.urv.cat/index.php/purv/catalog/view/450/467/1050-1>
- Consulte el directorio de empresas en Tarragona | *elInforma*. (s. f.). EINFORMA. Información de empresas | Informes de empresas | Datos de empresas y registros empresas. Recuperado 20 de agosto de 2022, de <https://www.einforma.com/informes-empresas/TARRAGONA/EMPRESAS-TARRAGONA-5.html>
- Cuevas Talens, J. (2018). *Study of the accelerators in Spain*. <https://riunet.upv.es/handle/10251/109751>
- Datos de empresas en Tarragona | *Información Empresas*. (s. f.). La información de empresas que busca | Información Empresas. Recuperado 7 de agosto de 2022, de <https://www.informacion-empresas.com>
- Díaz Santamaría, C. (2016). *Aproximación descriptiva y econométrica del ecosistema del «startups» en España: Un análisis de los principales factores de éxito*. <https://accedacris.ulpgc.es/jspui/handle/10553/18528>
- El 5è Fòrum d'Inversió CAT SUD busca start-ups per presentar-les a inversors. (2021, diciembre 3). *Tarragona Empresarial*. <https://tarragonaempresarial.com/03/12/2021/el-5e-forum-dinversio-cat-sud-busca-start-ups-per-presentar-les-a-inversors/>
- El emprendimiento remonta en el sur de Catalunya. (2022, marzo 29). *URV Empren*. <https://urvempren.cat/el-emprendimiento-remonta-en-el-sur-de-catalunya/>
- Gem España*. (s. f.). GEM España. Recuperado 23 de agosto de 2022, de <https://www.gem-spain.com/>
- Gimeno Casanova, G. (2016). *Análisis y repercusión de las lanzaderas de startups en España como factor de éxito para las mismas* [Proyecto/Trabajo fin de carrera/grado, Universitat Politècnica de València]. <https://riunet.upv.es/handle/10251/59512>

- Idescat. El municipio en cifras.* (s. f.). Recuperado 7 de agosto de 2022, de <https://www.idescat.cat/emex/?id=431482&lang=es>
- INEbase / Economía / Empresas / Explotación estadística del directorio central de empresas. DIRCE / Últimos datos.* (s. f.). INE. Recuperado 23 de agosto de 2022, de https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736160707&menu=ultiDatos&idp=1254735576550
- López, A. M. G. S. de. (2011). Innovación: Clave para el éxito de la gestión empresarial en la micro, pequeña y mediana empresa. *Revista Nacional de Administración*, 2(2), 61-80. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4716489>
- Los servicios que prestan los viveros y aceleradoras de empresas en España. Ranking 2021/2022.* (s. f.). Funcas. Recuperado 7 de agosto de 2022, de <https://www.funcas.es/boletines/los-servicios-que-prestan-los-viveros-y-aceleradoras-de-empresas-en-espana-ranking-2021-2022/>
- Los servicios que prestan los viveros y aceleradoras de empresas en España. Ranking 2022/2023.* (s. f.). Funcas. Recuperado 7 de agosto de 2022, de <https://www.funcas.es/boletines/los-servicios-que-prestan-los-viveros-y-aceleradoras-de-empresas-en-espana-ranking-2022-2023/>
- Manual de Oslo Español.pdf.* (s. f.). Google Docs. Recuperado 7 de agosto de 2022, de https://drive.google.com/file/d/0B4_85li_Ut0KOWVmZGZmYjMtMWFmYS00ZGMxLTlhMzgtYjU2OTM5NjVkJkZGZj/view?resourcekey=0-K_1LnMUCYWgjaR3VRKVeRA&usp=embed_facebook
- OECD. (2018). *Manual de Frascati 2015: Guía para la recopilación y presentación de información sobre la investigación y el desarrollo experimental.* Organisation for Economic Co-operation and Development. https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/manual-de-frascati-2015_9789264310681-es;jsessionid=v-PvVifBg-QKjhwIW8gxKviMkBSDnCnxlnF9C1GY.ip-10-240-5-25
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Osterwalder, A. (2015). *Generación de modelos de negocio: Un manual para visionarios, revolucionarios y retadores* (14. ed). Deusto.
- Rueda Camiña, V. (2019). *Análisis del ecosistema startup. El caso de Airbnb* [Proyecto/Trabajo fin de carrera/grado, Universitat Politècnica de València]. <https://riunet.upv.es/handle/10251/128224>
- Small business vs. Startup with steve blank // now i know.* (s. f.). Recuperado 7 de agosto de 2022, de <https://www.youtube.com/watch?v=CIA9ikESXYI>
- Startsud, l'epicentre emprenedor del sud de Catalunya.* (s. f.). Via empresa. Recuperado 7 de agosto de 2022, de http://www.viaempresa.cat/empresa/startsud-incubadora-sud-catalunya_2159854_102.html
- Start-ups.* (2021, abril 13). Emprèn Dipta. <https://www.dipta.cat/empren/hub/start-ups>

Van de Ven, A. H., Hudson, R., & Schroeder, D. M. (1984). Designing new business startups: Entrepreneurial, organizational, and ecological considerations. *Journal of Management*, 10(1), 87-108. <https://doi.org/10.1177/014920638401000108>

Virgili, U. R. i. (s. f.). *Càtedra Innovació*. Universitat Rovira i Virgili. Recuperado 23 de agosto de 2022, de <https://www.urv.cat/ca/societat-empresa/catedres/innovacio-empresarial/>

7. ANNEXOS

ÍNDEX

| | |
|---|----|
| 1. Annex 1: Entrevista realizada al responsable de la incubadora TIC Redessa | 59 |
| 2. Annex 2: Entrevista realizada a la directora d'emprenedoria de Tarragona Impulsa | 63 |
| 3. Annex 3: Resultats de l'enquesta realizada a les start-ups del Camp de Tarragona | 67 |
| 4. Annex 4: Estructura empresarial | 85 |

ANNEX 1: ENTREVISTA REALITZADA AL RESPONSABLE DE LA INCUBADORA TIC REDESSA

1. Explica'm una mica sobre la incubadora TIC (què és, a què es dedica, quins serveis ofereix...) Perquè es va crear l'empresa? Amb quins objectius inicials?

Redessa va començar l'any 1995 amb el servei de creació per intentar fomentar l'emprenedoria, això ha anat derivant amb el llarg dels anys i Redessa com a tal ja no disposa de les competències d'emprenedoria, sinó que les té l'empresa i ocupació.

Com a regidoria de Coneixement i Habitatge ens dediquem a tot el que és el suport de les Startups mitjançant la innovació o els laboratoris d'innovació.

Disposem de dos serveis:

- Incubadora TIC: incubadora tecnològica

Cada any s'agafen entre 15/20 projectes i es forma a la gent dins dels àmbits que engloba la startup (màrqueting digital, finances, *go to market*, B2B, B2C). Sempre ens adaptem a les necessitats de cadascuna.

S'ajuden sobretot aquelles empreses que ofereixen productes o serveis totalment tecnològics o bé que la seva filosofia tingui un ús intensiu de la tecnologia. Han de ser empreses amb un model de negoci fàcilment escalable. Ex: *Freshly cosmetics*

Hi ha diferents fases i el procés dura 9 mesos

1r) Call d'empreses per entrar dins del *bootcamp*, en el qual es realitzen 8/10 sessions de formació on es passa de la idea de negoci a un producte mínim viable, i per aquelles empreses que ja disposen d'un producte, se les ajuda a fer un *go to market* més directe.

2n) Fase de jurat

3r) Fase de mentories: les startups mantenen reunions bilaterals amb empreses amb consultor per poder accelerar-se.

4t) Fase *Demo day*: es mostra el producte o servei.

- Innolab: laboratori d'innovació d'empreses

És una part més d'innovació, és com un laboratori d'idees, s'agafen reptes que puguin tenir les empreses de més de 3/5 anys i des de 3 a 50 treballadors. Aquestes presenten

un repte i un equip de consultors treballen per trobar solució a qualsevol problema, no necessàriament ha de ser tecnològic.

Les empreses que passen per la incubadora, poden passar a l'innolab, ja que com a mínim han de tindre 3 anys d'existència, ja que son empreses que estan en fase de creixement.

Busquem fomentar el creixement empresarial. Fases:

1r) Captació i selecció de projectes

2n) Fase de formació

2. Amb quines entitats col·laboreu i teniu alguna aliança estratègica?

- Càtedra d'emprenedoria
- Cambra de comerç
- Equip de consultors que fa la gestió del *Bootcamp* i del *Top Brands*
- Acció
- Pimec

3. Pel que fa a les startups, quines o com són les eines i l'ajuda que els hi proporcioneu?

Disposem de dues tipologies d'ajuda

- Intangible:

És el *bootcamp* que són 8 sessions de formació on es treballa amb eines, dades de mercat, eines financeres, eines de *Lean Startup*.

- Tangible:

Es proporciona un *coworking* a aquelles empreses que passen la fase de jurat i entren a la mentoria. És un espai que cedeix Redessa.

4. Esteu especialitzats en algun sector en concret o ajudeu a qualsevol startups? (Si és que sí, en quin?)

La incubadora en si, no pot ajudar a qualsevol startup, ja que com a emprenedoria en si, no tenen la responsabilitat, sinó que estem obligats a centrar-nos en Startups de tipus tecnològic. Però la majoria de startups són ateses.

Bàsicament, perquè no gestionem els polígons industrials però sí que gestionem el Tecnoparc

5. Quin és el perfil de les startups que ajudeu? (hi ha varietat?)

Quan es fa aquest “call d’empreses” ja demanem que compleixin un requisit és que tinguin una base tecnològica. Però dintre de la tecnologia poden ser de diversos sectors diferents: turisme, *hells*, salut, indústria 4.0, agricultura, logística... És a dir, les seves eines son 100% tecnològiques.

6. Quines pràctiques utilitzeu per atreure noves startups? (He sentit parlar del *Lean startup*, n’hi ha d’altres?)

El que tenim a la incubadora són períodes d’inscripció per a les empreses, tot i que poden accedir empreses fora del període d’inscripció, però quedarien una mica coixes, ja que la primera part no l’han passat.

El que es fa al mes de gener és fer la *call*, durant 6 setmanes, i es tanca el procés, però es pot plantejar que pugui entrar una nova empresa.

7. Com determineu el rendiment de les empreses que s’han incubat? (com podeu definir que aquella startup realment ha tret beneficis de l’ajuda)

Es determina mitjançant uns KPI’s, que ens indica, segons l’estat inicial de l’empresa com han acabat finalment. Per exemple, si una empresa amb el producte mínim viable als inicis no tenia clients i gràcies a la incubadora n’ha aconseguit, es considera que tenim un KPI positiu.

8. Quantes empreses heu aconseguit ajudar/incubar? Teniu algun tipus de recompte d’empreses creades i destruïdes al llarg del procés?

No ens han aportat la informació, comenta que la informació és la que està penjada com a notes de premsa públiques.

9. Quins han sigut els vostres casos d’èxit més destacats?

Tenim diversos casos, però els més importants són:

- *Need car help* : molt actius per instagram

- *Freshly cosmetics*: va començar amb la Càtedra d'emprenedoria de la URV va passa a la incubadora TIC i actualment té una nau industrial de 1400 metres quadrats i està en el seu procés d'expansió.
- *Bionext*
- Viajes para ti

Al ser empreses que acaben de sortir al mercat, cal destaca que s'ha de deixar passar temps per determinar si han tingut èxit.

10. Per últim, donada la seva experiència en l'àmbit, quines creu que són les claus d'èxit i fracàs de les startups?

Fracàs:

- Manca de cultura empresarial quan surten dels estudis. No tindre idea que són les pèrdues i guanys, un model *Canvas*.
- No tenir nocions mínimes de màrqueting online
- No tenir una empresa multidisciplinària, és a dir, necessitem una empresa que sàpiga molt bé el tema tècnic, que porti molt bé el tema de gestió.
- Una de les coses que més es deixa de banda és el tema de vendes.
- El fet de no pivotar el teu producte o idea, ja que a vegades és necessari tindre una visió i perspectiva més àmplia, per veure si aquest és vàlid o no i si té una demanda al mercat.

Èxits:

- Posar la passió en l'empresa i en el que està fent.
- Un dels aspectes molt importants és l'agilitat en la presa de decisions i en el seu pivotatge per poder tirar endavant
- El temps que s'hi dedica.

ANNEX 2: ENTREVISTA REALITZADA A LA DIRECTORA D'EMPREDORIA DE TARRAGONA IMPULSA

1. Explica'm una mica sobre Tarragona Impulsa,(a què es dedica, quins serveis ofereix...) Perquè es va crear l'empresa? Amb quins objectius inicials?

L'origen del servei com a tal és als anys 80, el que és actualment Tarragona Impulsa és un nom comercial, realment s'anomena Servei Municipal d'Ocupació.

Ens dediquem a:

- Al disseny i desenvolupament de tot el que són polítiques actives d'ocupació, aquesta part fa referència a tots els programes i serveis que hi ha per donar suport a tota la gent que està en procés de recerca de feina o gent que per motius X, per ser massa jove o major de 45 anys o que tingui poca qualificació, és a dir col·lectius amb els que sigui necessari ajudar-los amb la seva inserció laboral.
- Formació: Oferim el servei d'orientació laboral, servei de borsa de treball, formació ocupacional.
- Emprenedoria, empresa i desenvolupament local: l'objectiu és fomentar la cultura emprenedora entre la ciutadania especialment entre la gent jove, d'altra banda, ajudar i acompanyar als emprenedors a tot el que engloba la idea de negoci, i en l'àmbit de l'empresa disposem de diferents serveis: promoció dels polígons empresarials de la ciutat. Quant al desenvolupament local el que es treballa és en l'elaboració de diagnòstics, socioeconòmics del territori, plans d'acció...

Aquests objectius són part de tots els programes que proporciona Tarragona Impulsa als empresaris.

2. Amb quines entitats col·laboreu i teniu alguna aliança estratègica?

Des de Tarragona Impulsa col·laborem amb diverses entitats. En l'àmbit d'emprenedoria totes les entitats del territori estem connectades.

El que ens diferencia a Tarragona són els programes d'incubació i acceleració d'empreses, ja que ens dediquem a organitzar i realitzar-los.

Realitzem accions conjuntes amb totes les entitats, anualment s'organitza un Fòrum d'Inversió i es fa entre els Ajuntaments de Reus i Tarragona, la URV, ACCIÓ i la Diputació de Tarragona.

Existeix una xarxa d'entitats locals que s'anomena Xarxa de la Cessetània i aquesta engloba diferents ajuntaments, entre ells el de Valls, Reus, Tarragona, Salou també s'hi troba Conca Activa...

La universitat té el departament URV Emprèn i cada mes surt un butlletí que recull totes les activitats que realitzen aquestes entitats en l'àmbit de l'emprenedoria.

3. Desde Tarragona Impulsa, disposeu de 3 projectes, em podries indicar la diferència entre ells i l'objectiu de cada un d'ells.(més enllà que uns són d'acceleració i altres d'incubació)

- Programa Explorer → Incubadora

Com a servei el programa Explorer i Open Future funcionen com a itinerari, però no te perquè realitzar-se com a tal. És un programa molt pausat.

L'Explorer és un programa adreçat a gent molt jove, ja que es pot participar fins als 31 anys sobretot persones que es troben en l'àmbit universitari.

Es treballa molt sobre competències emprenedores, i el programa està basat en les metodologies *Lean Startup* i *Design Thinking*. Amb una idea de negoci pròpia, el que fan els participants és anar passant per diferents etapes del que seria un procés d'incubació i validació de negoci, aplicant aquestes dues metodologies.

S'ha de treballar molt bé tota la part de: identificació del client, intentar validar amb el potencial client el producte o servei que volen comercialitzar.

És veritat que aquest programa es queda en aquesta fase d'idea, la gent que finalitza el programa acaba amb la idea validada i que ha passat per totes les etapes, però moltes vegades no arriben a comercialitzar.

Hi ha gent que al cap del temps acaba el procés i crea l'empresa i hi ha gent que el programa l'ajuda a trobar feines ben valorades, gràcies als contactes que es fan dins de l'Explorer.

És un programa amb 3 socis *Santander Universidades*, Universitat Rovira i Virgili i l'Ajuntament de Tarragona. Es realitza a més de 50 ciutats cada any i com a mínim de 3 països diferents. Un dels aspectes positius és que acabes tenint una xarxa de contactes molt potent i important. La seva durada és de 3 mesos.

- **Programa Open Future → Acceleradora**

És un programa de Telefònica, que es desenvolupa desde l'Ajuntament de Tarragona.

Aquí el que es busca són startups innovadores que estiguin en la fase inicial i que hagin començat a facturar però poquet. Són empreses que necessiten treballar alguns aspectes que la puguin ajuda a créixer.

- Organització jurídica
- Estratègia a mig i llarg d'empresa
- Màrqueting digital
- etc

En el cas d'Open Future, el contingut es fixa per Tarragona Impulsa i és molt personalitzat segons cada tipus de startup. Primer es realitza una tutoria amb cada startup per fer una diagnosi i saber en quina situació es troben, quins objectius es poden fixar, com fer el seguiment i fixar un pla de treball. Cadascú treballa sobre la seva propia empresa.

Aquest programa proporciona uns premis als 3 finalistes que a nivell econòmic no és un premi molt significatiu (3000,1500 ,1500) però el més important és que va acompanyat de 3 anys d'assessorament amb especialistes que puguin necessitar.

És un programa molt exigent, ja que la gent ha d'anar complint amb una sèrie de terminis. La seva durada és d'entre 5 i 6 mesos.

Programa TESS - TARRAGONA ECONOMIA SOCIAL I SOLIDÀRIA

És un programa híbrid, ja que es troba entre un Explorer i un Open Future. Es centra en l'economia social i solidària.

S'agafen projectes que els seus valors estiguin alineats amb l'economia social i solidària i també que siguin projectes col·lectius, ja que per montar una associació o cooperativa és necessari que sigui més d'1 persona.

És un programa que combina la incubació i l'acceleració i que utilitza la mateixa metodologia. En aquest cas les persones poden venir amb una idea o amb una startup de recent creació però amb una forma jurídica assimilable a l'economia social i solidària.

Es treballa molt la validació del negoci, el prototip, i intentar la sortida del mercat és un programa intensiu i es realitza al mes de juliol.

Està acompanyat d'un programa de beques, dotat amb 30000€.

4. Pel que fa a les startups, quines o com són les eines i l'ajuda que els hi proporcioneu? (Finançament, assessorament, espais de treball...)

Oferim:

- Finançament a través de les beques
- Assessorament
- Teories de consolidació amb especialistes en 4 àmbits: màrqueting digital, estratègia i vendes, àmbit jurídic i l'àmbit econòmic financer.
- Mantenir contacte
- *Coworking* que no ha acabat de funcionar, ja que la gent està acostumada a teletreballar.
- Espais per poder fer reunions puntuals amb proveïdors, clients...
- No ofereixen espais per treballar

5. Esteu especialitzats en algun sector en concret o ajudeu a qualsevol startups?

És un tema que des de Tarragona Impulsa també es planteja, ja que no sabem si hauriem de treballar sobre alguna vertical en concret o ajudar a totes les startups com fem actualment. Però sempre s'arriba a la conclusió que al territori no hi ha massa crítica.

A vegades es pensa a crear acceleradores o incubadores per al sector agroalimentari, per exemple, però es veu que realment no hi ha prou massa crítica al territori com per aconseguir 10 projectes o més d'un mateix sector.

Com a servei públic sempre treballem amb tothom, però el que sí que s'intenta és que es treballi l'element d'innovació.

6. Quines pràctiques utilitzeu per atreure noves startups? Com us promocióneu?

Per una banda, oferim aquest tipus de serveis, és a dir, els programes Explorer, Open Future i TESS, per això es va començar a fer aquest tipus de programes, ja que vam entendre que el servei habitual d'emprenedoria que oferíem, no atreia aquest tipus de públic jove i innovador.

El fet de treballar amb aquest tipus d'iniciatives, de donar suport, d'ajudar a créixer, de consolidar-se... és per aconseguir retenir el talent al territori.

Una manera de fer-nos conèixer és a través dels emprenedors, ja que per publicitar algun dels programes, demanem a les persones de programes anteriors que es gravin en un vídeo curt i que expliquen la seva experiència.

7. Com determineu el rendiment de les empreses que s'han incubat?

El fet de recollir dades reals és un dels punts dèbils, però sí que hi ha diferents indicadors:

- Que passats 1/ 2 anys aquella startup continuï funcionant.
- Que tingui treballadors, és a dir, el que es busca és que neixin empreses innovadores i que generin ocupació al territori.
- Que la gent hagi trobat feina de qualitat. Normalment això passa amb el programa Explorer, ja que molta gent que hi participa, acaba decidint no crear el negoci, ja que troba una feina de qualitat.

8. Quantes empreses heu aconseguit ajudar/incubar des de la creació?

Per al que fa al programa Explorer → no hi ha un recompte exacte, ja que no tots els participants acaben constituint l'empresa.

Per al que fa al programa Open Future → des dels seus inicis s'han ajudat a més de 100 startups

9. Quins han sigut els vostres casos d'èxit més destacats? Teniu algun tipus de recompte d'empreses creades i destruïdes al llarg del procés?

No ens han aportat la informació exacta per confidencialitat.

Fa 3 anys una persona guanyadora de l'Explorer amb una idea de negoci en la qual feia vídeos de *Stop Motion* amb una finalitat educativa. Finalment, ha acabat deixant la seva feina, per crear una empresa durant la pandèmia, això és un clar exemple d'èxit.

Per a nosaltres l'èxit és anar pivotant.

10. Per últim, donada la seva experiència en l'àmbit, quines creu que són les claus d'èxit i fracàs de les startups.

Un element molt important, més que la pròpia idea és l'equip, que estigui alineat, complementari. S'ha de ser capaç, dins d'un mateix equip, de reconèixer quines són les

debilitats i fortaleces de cadascú i qui pot aportar que. Per tant, funciona com a element d'èxit i fracàs quan no funciona.

Tenir una idea de negoci i ser capaços d'escoltar i aprendre contínuament, és a dir de pivotar la idea fent una escolta activa de les necessitats del client. Per a nosaltres l'èxit és anar pivotant.

L'èxit o fracàs també depèn de les estratègies, de saber focalitzar-se en el mercat en el client que realment t'interessa, ja que el client no pot ser tothom.

El temps de treball que s'hi destina i la part economicofinancera també són molt importants.

ANNEX 3: RESULTATS DE L'ENQUESTA REALITZADA A LES STARTUPS DEL CAMP DE TARRAGONA

Pregunta 1: Any de fundació

| Any de fundació | % |
|-----------------|--------|
| 2022 | 5,00% |
| 2021 | 17,06% |
| 2020 | 25,78% |
| 2019 | 10,00% |
| 2018 | 22,16% |
| 2017 | 20,00% |

Pregunta 2: Lloc de fundació

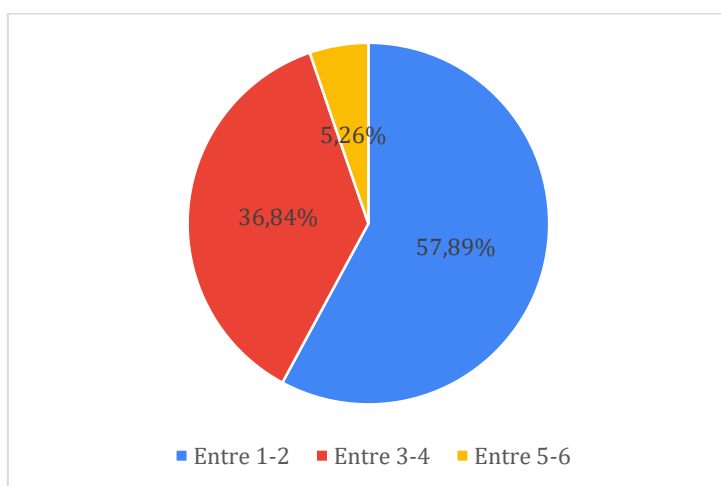
| Lloc de fundació | % |
|----------------------|--------|
| Almóster | 2,17% |
| Arbolí | 2,17% |
| Botarell | 2,17% |
| Calafell | 2,17% |
| Cambrils | 4,35% |
| Castellvell del camp | 2,17% |
| Constantí | 2,17% |
| Cunit | 2,17% |
| Els pallaresos | 2,17% |
| La Selva del Camp | 6,52% |
| Mont- roig del Camp | 2,17% |
| Montblanc | 2,17% |
| Reus | 17,39% |
| Salou | 6,52% |
| Tarragona | 36,96% |
| Vallmoll | 2,17% |
| Valls | 2,17% |
| Vilaplana | 2,17% |

Pregunta 3: Sector d'activitat

| Sector | % |
|--|--------|
| Activitats professionals, científiques i tècniques | 8,62% |
| Agroalimentari | 6,89% |
| Comercial | 6,90% |
| Construcció de xarxes elèctriques i de telecomunicacions | 1,72% |
| Consultoria | 1,72% |
| Cultura | 5,17% |
| Educació | 3,45% |
| Informàtica | 3,44% |
| Publicitat | 1,72% |
| Serveis | 27,59% |
| Societats de cartera | 1,72% |
| Tecnològic | 29,31% |
| Turístic | 1,72% |

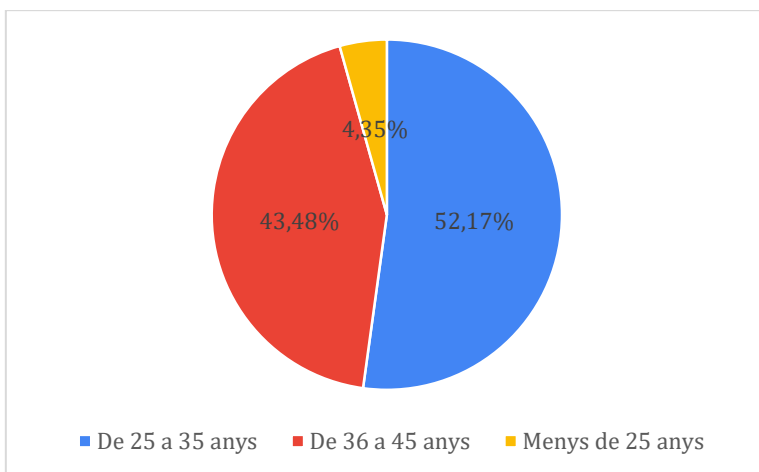
Pregunta 4: Quants socis té la startup? Definim socis com aquells que tenen una part de les accions de l'empresa i hi treballen activament.

| | |
|-----------|--------|
| Entre 1-2 | 57,89% |
| Entre 3-4 | 36,84% |
| Entre 5-6 | 5,26% |



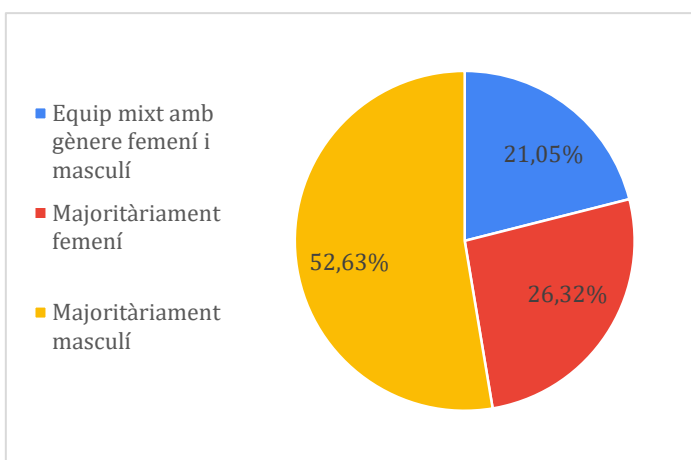
Pregunta 5: Quina és l'edat dels socis? (Selecciona els intervals necessaris)

| | |
|------------------|--------|
| De 25 a 35 anys | 52,17% |
| De 36 a 45 anys | 43,48% |
| Menys de 25 anys | 4,35% |



Pregunta 6: Quin gènere hi predomina entre els socis treballadors de l'empresa?

| | |
|--|--------|
| Equip mixt amb gènere femení i masculí | 21,05% |
| Majoritàriament femení | 26,32% |
| Majoritàriament masculí | 52,63% |



Pregunta 7: Quina formació tenen els socis de la startup?

| | |
|-----------------------------------|--------|
| Cicles formatius de grau superior | 5,26% |
| Doctors universitaris | 21,05% |
| Grau universitari | 73,68% |

Pregunta 8: En general, quin és el nivell mitjà d'idiomes?

Anglès

| | |
|-------|--------|
| Alt | 70,00% |
| Mitjà | 20,00% |
| Nadiu | 10,00% |

Alemany

| | |
|-------|---------|
| Alt | 0,00% |
| Baix | 100,00% |
| Mitjà | 0,00% |
| Nadiu | 0,00% |

Francès

| | |
|-------|--------|
| Alt | 5,26% |
| Baix | 68,42% |
| Mitjà | 26,32% |

Espanyol

| | |
|-------|--------|
| Alt | 31,58% |
| Baix | 0,00% |
| Mitjà | 0,00% |
| Nadiu | 68,42% |

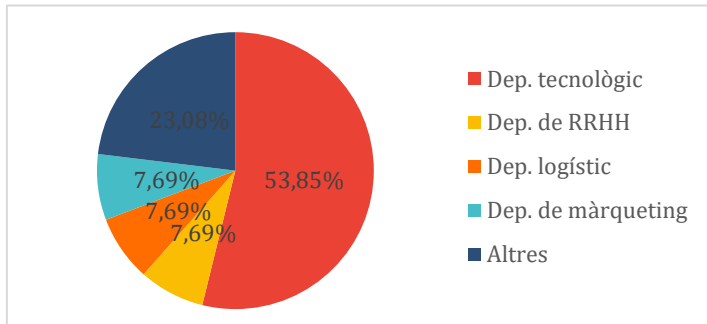
Pregunta 9: Quines han sigut les experiències professionals dels socis, anteriors a la posada en marxa de la startup? (Pot seleccionar-ne varies)

| | |
|---|--------|
| Cap experiència | 10,00% |
| Treballador per compte d'altri en una altra empresa del mateix sector | 22,50% |
| Treballador per compte d'altri en una altra empresa d'un altre sector | 25,00% |
| Soci d'una altra empresa d'un altre sector | 17,50% |
| Soci d'una altra startup | 7,50% |
| Autònom | 17,50% |

Pregunta 10: Si ha respost positivament "treballador per compte d'altri", en quina àrea/ departament?

| | |
|------------------------|--------|
| Departament financer | 0,00% |
| Departament tecnològic | 53,85% |
| Departament de RRHH | 7,69% |

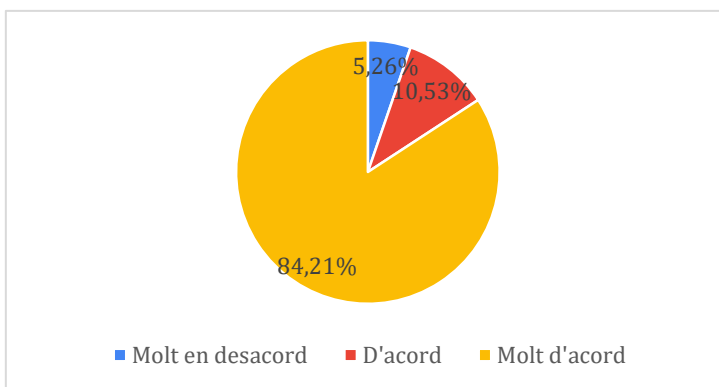
| | |
|---|--------|
| Departament d'operacions (compres i vendes) | 0,00% |
| Departament logístic | 7,69% |
| Departament de màrqueting | 7,69% |
| Altres | 23,08% |



Pregunta 11: Indiqui el seu grau d'acord amb les afirmacions següents (1 Molt en desacord; 2 d'acord; 3 Molt d'acord)

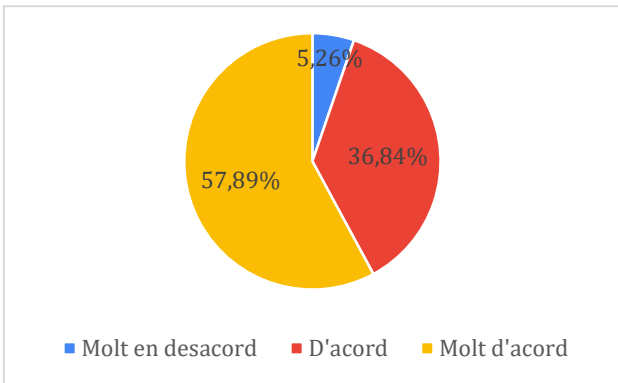
11.1. Vaig crear l'startup perquè tinc una nova idea a desenvolupar

| | |
|------------------|--------|
| Molt en desacord | 5,26% |
| D'acord | 10,53% |
| Molt d'acord | 84,21% |



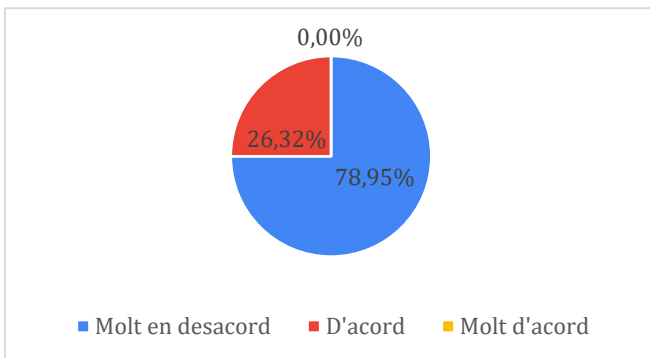
11.2. Vaig crear l'startup perquè he detectat un nínxol de mercat sense cobrir

| | |
|------------------|--------|
| Molt en desacord | 5,26% |
| D'acord | 36,84% |
| Molt d'acord | 57,89% |



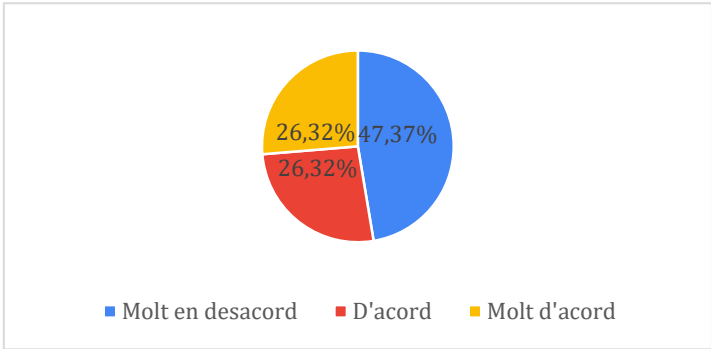
11.3. Vaig crear l'starter amb ultra informació proporcionada per una incubadora d'empreses

| | |
|------------------|--------|
| Molt en desacord | 78,95% |
| D'acord | 26,32% |
| Molt d'acord | 0,00% |



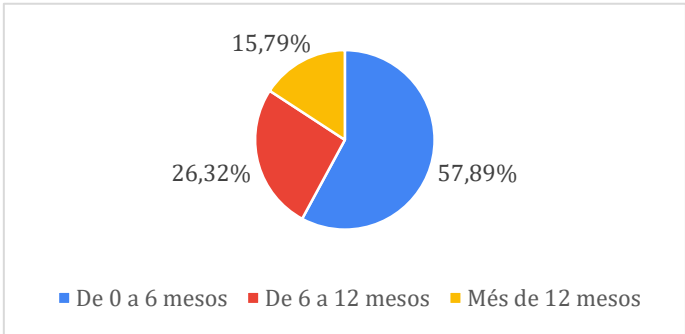
11.4. Vaig crear l'starter per no dependre de decisions alienes

| | |
|------------------|--------|
| Molt en desacord | 47,37% |
| D'acord | 26,32% |
| Molt d'acord | 26,32% |



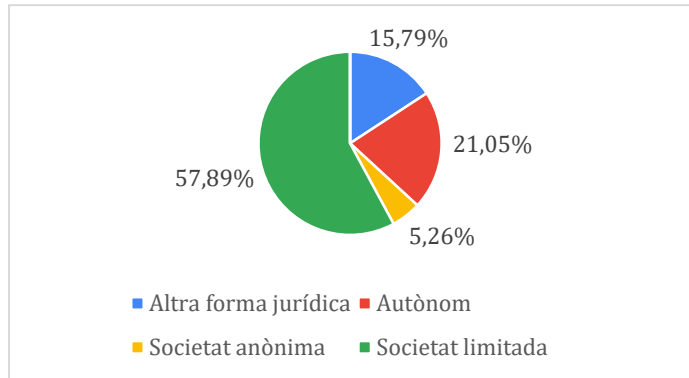
Pregunta 12: Quant de temps es va trigar a crear l'empresa?

| | |
|-----------------|--------|
| De 0 a 6 mesos | 57,89% |
| De 6 a 12 mesos | 26,32% |
| Més de 12 mesos | 15,79% |



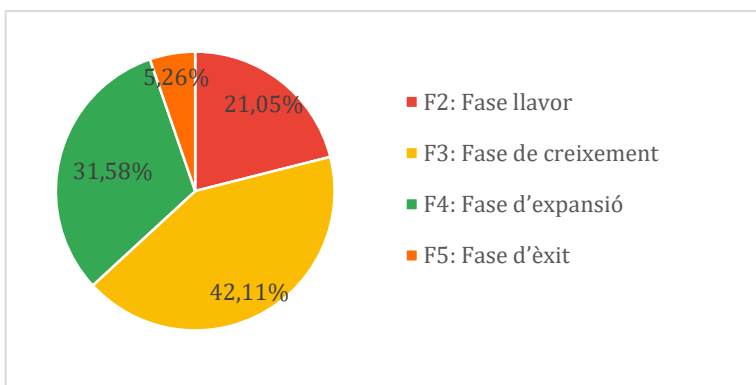
Pregunta 13: Quina forma jurídica presenta la societat?

| | |
|--------------------------------|--------|
| Altra forma jurídica | 15,79% |
| Autònom | 21,05% |
| Societat anònima | 5,26% |
| Societat limitada | 57,89% |
| Societat civil | 1,00% |
| Societat limitada nova empresa | 0,00% |



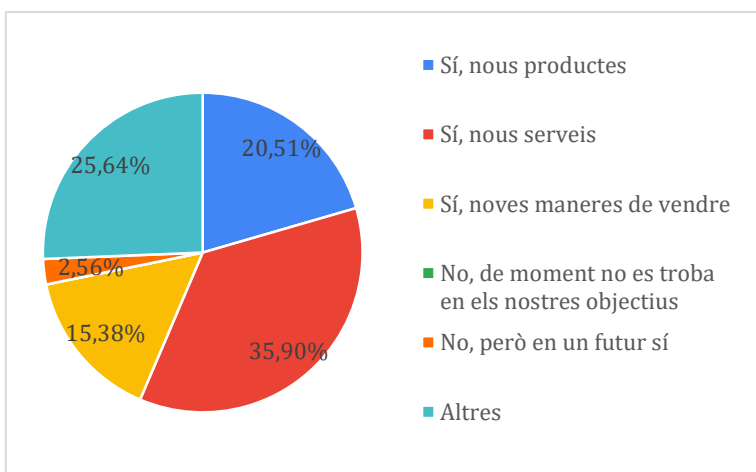
Pregunta 14: En quina fase es troba actualment la startup?

| | |
|------------------------|--------|
| F1: Fase prellavor | 0,00% |
| F2: Fase llavor | 21,05% |
| F3: Fase de creixement | 42,11% |
| F4: Fase d'expansió | 31,58% |
| F5: Fase d'èxit | 5,26% |



Pregunta 15: Esteu oferint nous productes i/o serveis o noves maneres de vendre? (Pot seleccionar-ne varies)

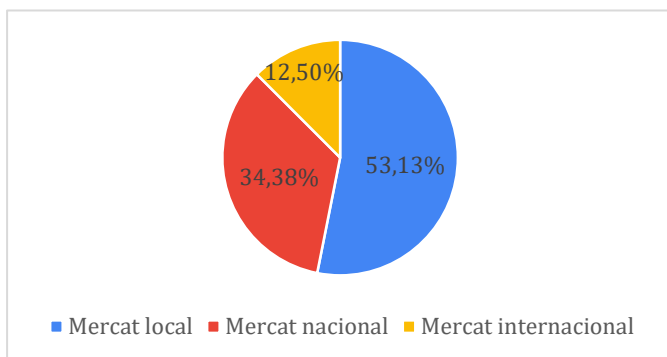
| | |
|--|--------|
| Sí, nous productes | 20,51% |
| Sí, nous serveis | 35,90% |
| Sí, noves maneres de vendre | 15,38% |
| No, de moment no es troba en els nostres objectius | 0,00% |
| No, però en un futur sí | 2,56% |
| Altres | 25,64% |



Pregunta 16: Quins són els mercats objectius?

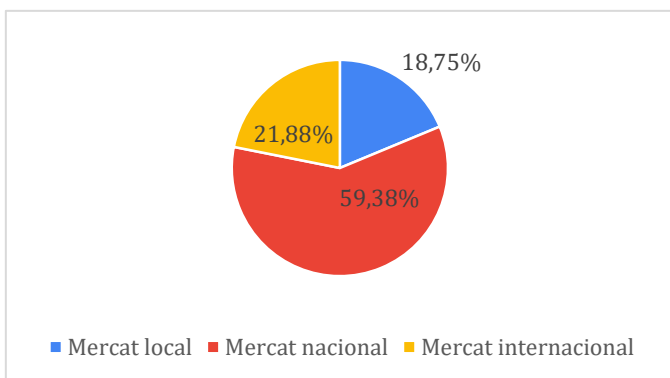
Actualment:

| | |
|----------------------|--------|
| Mercat local | 53,13% |
| Mercat nacional | 34,38% |
| Mercat internacional | 12,50% |



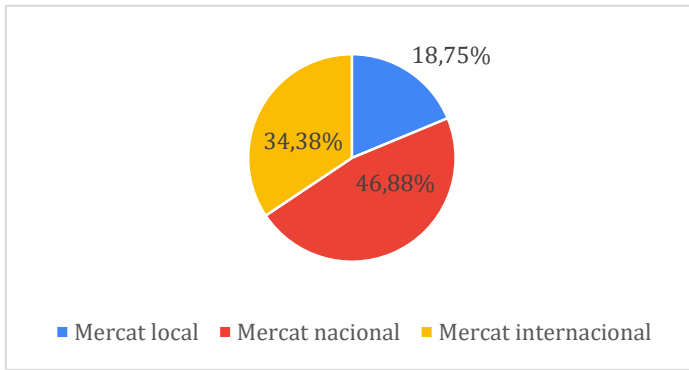
A mitjà termini:

| | |
|----------------------|--------|
| Mercat local | 18,75% |
| Mercat nacional | 59,38% |
| Mercat internacional | 21,88% |



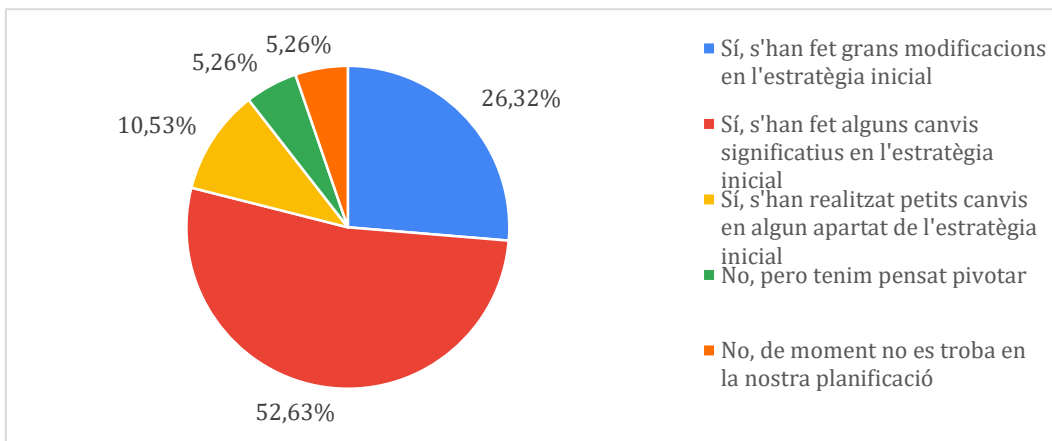
A llarg termini:

| | |
|----------------------|--------|
| Mercat local | 18,75% |
| Mercat nacional | 46,88% |
| Mercat internacional | 34,38% |



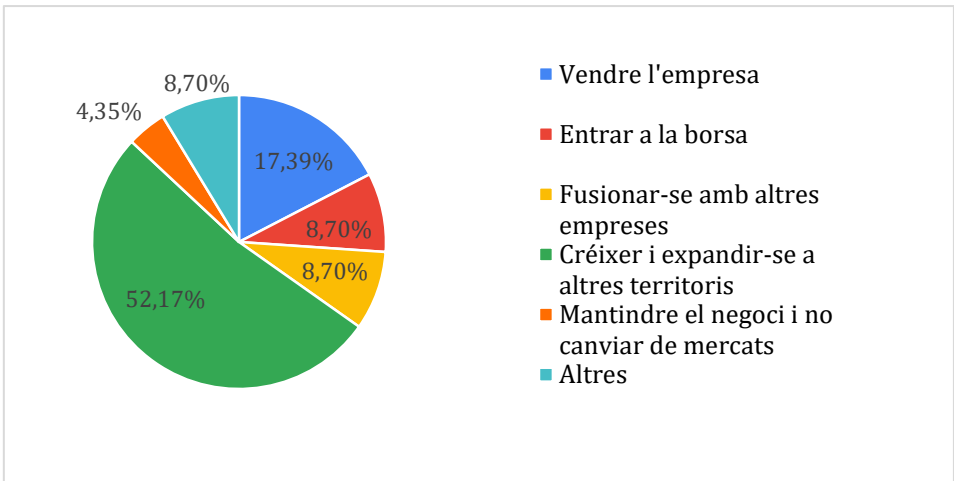
Pregunta 17: Al llarg de la vida de la startup, el negoci ha pivotat en algun moment?

| | |
|--|--------|
| Sí, s'han fet grans modificacions en l'estratègia inicial | 26,32% |
| Sí, s'han fet alguns canvis significatius en l'estratègia inicial | 52,63% |
| Sí, s'han realitzat petits canvis en algun apartat de l'estratègia inicial | 10,53% |
| No, però tenim pensat pivotar | 5,26% |
| No, de moment no es troba en la nostra planificació | 5,26% |



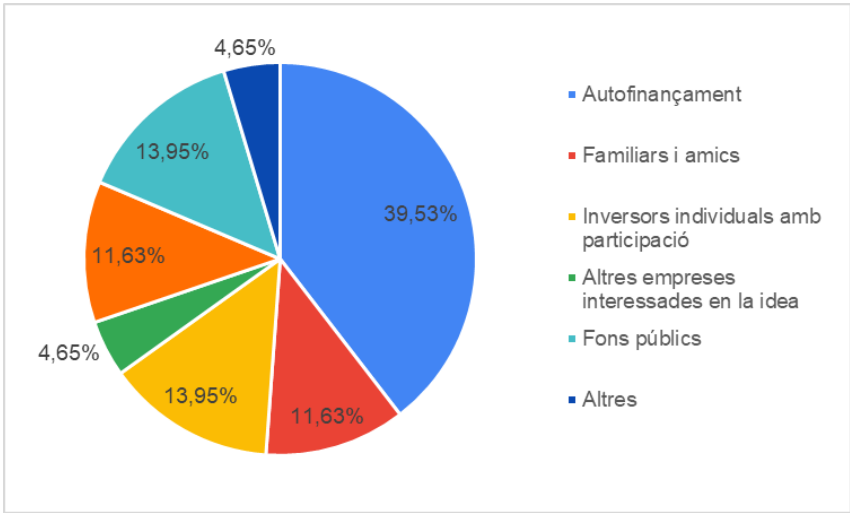
Pregunta 18: Quina és la intenció futura amb el negoci? (Pot seleccionar-ne varies)

| | |
|---|--------|
| Vendre l'empresa | 17,39% |
| Entrar a la borsa | 8,70% |
| Fusionar-se amb altres empreses | 8,70% |
| Créixer i expandir-se a altres territoris | 52,17% |
| Mantindre el negoci i no canviar de mercats | 4,35% |
| Altres | 8,70% |



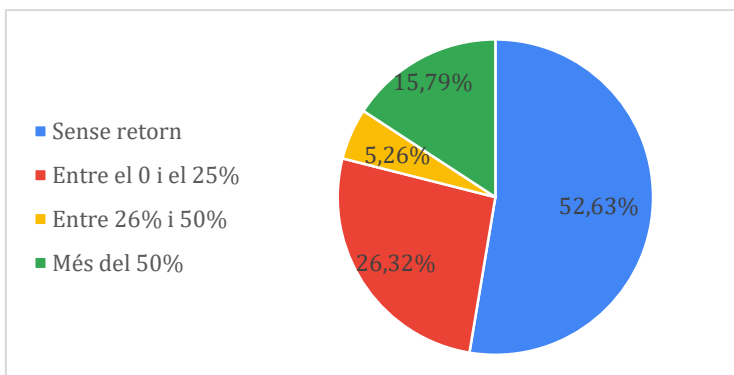
Pregunta 19: Quines són o han sigut les fonts de finançament de la startup? (Pot seleccionar-ne varies)

| | |
|---|--------|
| Autofinançament | 39,53% |
| Familiars i amics | 11,63% |
| Inversors individuals amb participació | 13,95% |
| Altres empreses interessades en la idea | 4,65% |
| Crèdits bancaris | 11,63% |
| Fons públics | 13,95% |
| Altres | 4,65% |



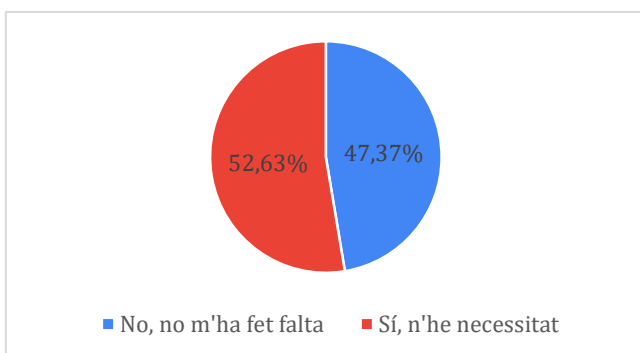
Pregunta 20: Podria indicar el retorn de la inversió de la seva empresa?

| | |
|---------------------|--------|
| Sense retorn | 52,63% |
| Entre el 0 i el 25% | 26,32% |
| Entre 26% i 50% | 5,26% |
| Més del 50% | 15,79% |



Pregunta 21: Durant el procés de creació de la startup ha necessitat ajuda d'alguna acceleradora i/o incubadora?

| | |
|-----------------------|--------|
| No, no m'ha fet falta | 47,37% |
| Sí, n'he necessitat | 52,63% |



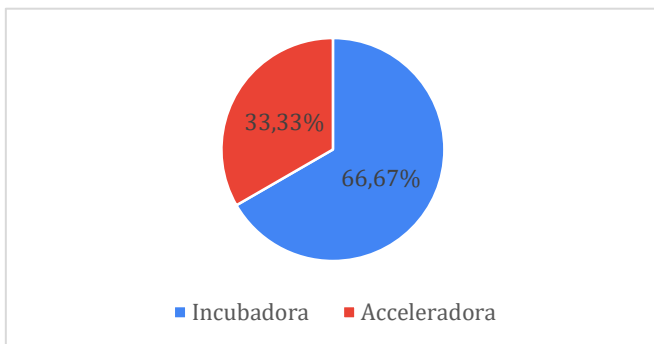
Pregunta 22: Si ha contestat "sí" a la pregunta anterior, quina acceleradora i/o incubadora li ha ofert l'ajuda?

CaixaImpulse, Medtech accelerator, Richi Social entrepreneurs, Incubadora TIC, Open future, Dhip2be, Cellnex bridge, Startsud, Tarragona Impulsa

Pregunta 23: En quines fases de desenvolupament de la startup ha mantingut l'ajuda?

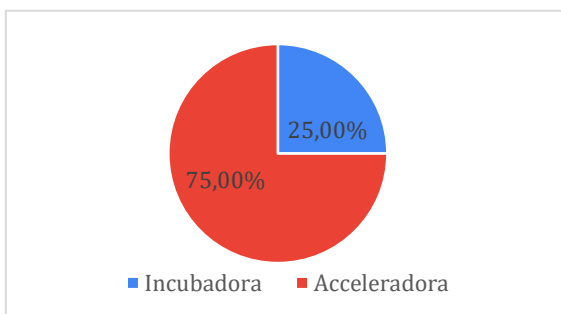
23.1.Fase prellavor

| | |
|--------------|--------|
| Incubadora | 66,67% |
| Acceleradora | 33,33% |



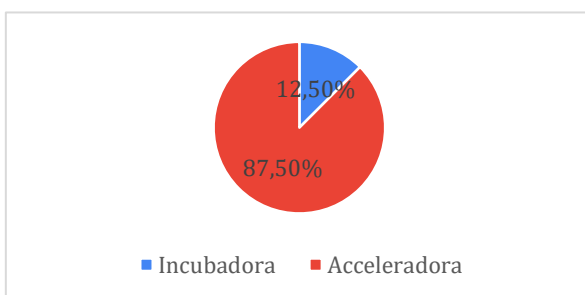
23.2.Fase llavor

| | |
|--------------|--------|
| Incubadora | 25,00% |
| Acceleradora | 75,00% |



23.3.Fase de creixement

| | |
|--------------|--------|
| Incubadora | 12,50% |
| Acceleradora | 87,50% |



23.5.Fase d'expansió

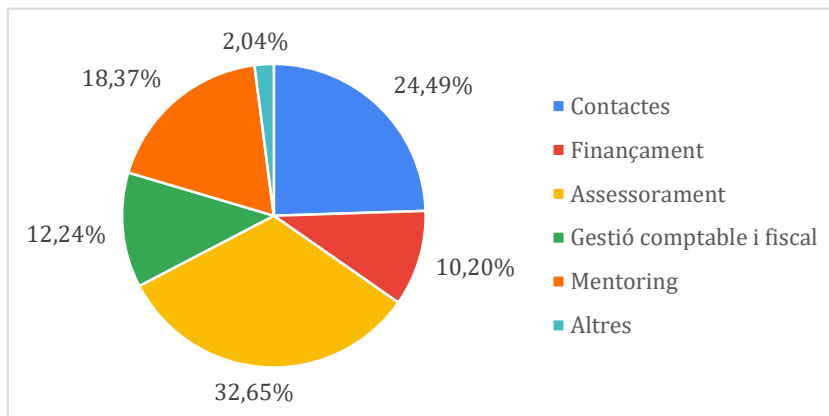
| | |
|--------------|---------|
| Incubadora | 0,00% |
| Acceleradora | 100,00% |

23.6.Fase d'èxit

| | |
|--------------|---------|
| Incubadora | 0,00% |
| Acceleradora | 100,00% |

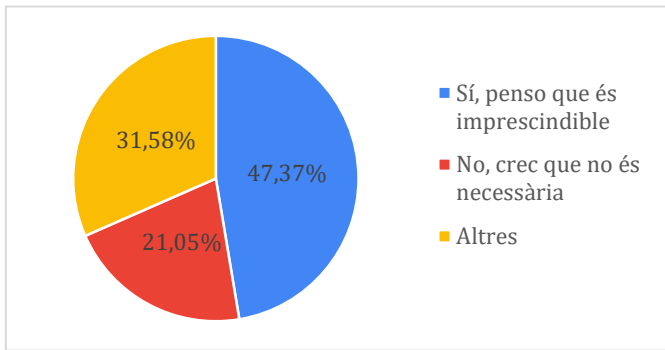
Pregunta 24: Quina és l'ajuda que ha proporcionat per a la seva empresa? (Pot seleccionar-ne varies)

| | |
|---------------------------|--------|
| Contactes | 24,49% |
| Finançament | 10,20% |
| Assessorament | 32,65% |
| Gestió comptable i fiscal | 12,24% |
| Mentoring | 18,37% |
| Altres | 2,04% |



Pregunta 25: Creu que la labor que realitzen les incubadores i les acceleradores és imprescindible per al creixement d'una startup?

| | |
|---------------------------------|--------|
| Sí, penso que és imprescindible | 47,37% |
| No, crec que no és necessària | 21,05% |
| Altres | 31,58% |



Pregunta 26: Respecte a la problemàtica que afecta les startups, indiqui el seu grau d'acord amb les afirmacions següents (1 Molt en desacord; 2 d'acord; 3 Molt d'acord)

26.1. Les normes i legislació no estan ben definides per aquest tipus de negoci

| | |
|------------------|--------|
| Molt en desacord | 15,79% |
| D'acord | 52,63% |
| Molt d'acord | 31,58% |

26.2. Els equips són inadequats per manca de persones dispostes a assumir riscos

| | |
|------------------|--------|
| Molt en desacord | 26,32% |
| D'acord | 52,63% |
| Molt d'acord | 21,05% |

26.3. Els inversors perden interès en el negoci i comença a veure's afectat el finançament

| | |
|------------------|--------|
| Molt en desacord | 21,05% |
| D'acord | 57,89% |
| Molt d'acord | 21,05% |

26.4. Hi ha masses iniciatives, amb productes sense model de negoci

| | |
|------------------|--------|
| Molt en desacord | 15,79% |
| D'acord | 47,37% |
| Molt d'acord | 36,84% |

26.5. La competitivitat és molt elevada, i també el risc de quedar-se'n al marge

| | |
|------------------|--------|
| Molt en desacord | 5,26% |
| D'acord | 52,63% |
| Molt d'acord | 42,11% |

26.6. Sovint es perd el fil de l'estratègia inicial

| | |
|------------------|--------|
| Molt en desacord | 5,26% |
| D'acord | 68,42% |
| Molt d'acord | 26,32% |

ANNEX 4: ESTRUCTURA EMPRESARIAL

| | TOTAL D'EMPRESES CREADES FINS L'ACTUALITAT | TOTAL D'EMPRESES CREADES ENTRE 2017 I 2022 | TOTAL STARTUPS CREADES ENTRE 2017- 2022 |
|---------------------------------------|--|--|---|
| BAIX CAMP | | | |
| Alforja | 149 | 27 | 0 |
| Albiol | 35 | 13 | 1 |
| Aleixar | 79 | 16 | 0 |
| Almóster | 116 | 25 | 2 |
| Arbolí | 15 | 6 | 2 |
| Argentera | 14 | 3 | 0 |
| Botarell | 104 | 11 | 1 |
| Cambrils | 4527 | 980 | 2 |
| Capafonts | 7 | 2 | 0 |
| Castellvell del camp | 216 | 49 | 1 |
| Colldejou | 21 | 5 | 0 |
| Duesaigües | 23 | 2 | 0 |
| La Febró | 3 | 0 | 0 |
| La selva del camp | 563 | 100 | 3 |
| Les Borges del camp | 205 | 37 | 0 |
| Maspujols | 49 | 6 | 0 |
| Montbrió del Camp | 243 | 49 | 0 |
| Mont-roig del Camp | 1523 | 357 | 1 |
| Prades | 83 | 17 | 0 |
| Pratdip | 51 | 14 | 1 |
| Reus | 1149 | 2406 | 11 |
| | 1 | | |
| Riudecanyes | 81 | 15 | 0 |
| Riudecols | 90 | 12 | 0 |
| Riudoms | 743 | 129 | 0 |
| Vandellós i Hospitalet de l'Infant | 734 | 129 | 0 |
| Vilanova d'Escornalbou | 83 | 19 | 0 |

| | | | |
|-----------------------|-------------|------------|-----------|
| Vilaplana | 39 | 8 | 1 |
| Vinyols i els Arcs | 244 | 56 | 0 |
| TOTAL | 2153 | 449 | 26 |
| | 1 | 3 | |
| EL TARRAGONÈS | | | |
| Altafulla | 526 | 139 | 0 |
| Constantí | 831 | 134 | 1 |
| Creixell | 315 | 77 | 0 |
| El Catllar | 356 | 76 | 0 |
| El Morell | 295 | 65 | 0 |
| Els Pallaresos | 318 | 60 | 1 |
| La Canonja | 390 | 77 | 0 |
| La Nou de Gaià | 50 | 11 | 0 |
| La Pobla de Mafumet | 253 | 63 | 1 |
| La Pobla de Montornès | 249 | 61 | 0 |
| La Riera de Gaià | 167 | 27 | 0 |
| La Secuita | 122 | 25 | 1 |
| Perafort | 153 | 37 | 0 |
| Renau | 16 | 3 | 0 |
| Roda de Barà | 792 | 172 | 0 |
| Salomó | 56 | 8 | 0 |
| Salou | 3495 | 830 | 5 |
| Tarragona | 1396 | 255 | 17 |
| | 8 | 0 | |
| Torredembarra | 1887 | 424 | 0 |
| Vespella de Gaià | 44 | 7 | 0 |
| Vilallonga del Camp | 170 | 37 | 0 |
| Vila-seca | 2238 | 431 | 0 |
| TOTAL | 2669 | 531 | 26 |
| | 1 | 4 | |

BAIX PENEDES

| | | | |
|-------------------------|-------------|------------|----------|
| Albinyana | 133 | 24 | 0 |
| Arboç | 430 | 75 | 0 |
| Banyeres del Penedès | 200 | 48 | 0 |
| | | | |
| Bellvei | 264 | 49 | 0 |
| Bisbal del Penedès | 264 | 59 | 0 |
| Bonastre | 62 | 15 | 0 |
| Calafell | 2633 | 635 | 1 |
| Cunit | 1106 | 310 | 1 |
| Llorenç del Penedès | 343 | 49 | 0 |
| Masllorenc | 41 | 9 | 0 |
| Montmell | 68 | 18 | 0 |
| Sant Jaume dels Domenys | 240 | 55 | 0 |
| Santa Oliva | 360 | 58 | 0 |
| Vendrell | 3826 | 856 | 0 |
| TOTAL | 9970 | 226 | 2 |
| | | 0 | |

| ALT CAMP | | | |
|--------------------|-------------|------------|----------|
| Aiguamúrcia | 99 | 20 | 0 |
| Alió | 49 | 6 | 0 |
| Bràfim | 54 | 12 | 0 |
| Cabra del Camp | 86 | 16 | 0 |
| Figuerola del Camp | 30 | 6 | 0 |
| Garidells (els) | 33 | 10 | 0 |
| Masó (la) | 25 | 2 | 0 |
| Milà | 13 | 5 | 0 |
| Montferri | 24 | 8 | 0 |
| Mont-Ral | 18 | 5 | 0 |
| Nulles | 39 | 6 | 0 |
| Pla de Santa Maria | 178 | 30 | 0 |
| Pont d'Armentera | 44 | 4 | 0 |
| Puigpelat | 58 | 9 | 0 |
| Querol | 35 | 13 | 0 |
| Riba (la) | 35 | 8 | 0 |
| Rodonyà | 49 | 8 | 0 |
| Rourell (el) | 23 | 5 | 0 |
| Vallmoll | 140 | 33 | 1 |
| | | | |
| Valls | 2380 | 434 | 1 |
| Vilabella | 59 | 14 | 0 |
| TOTAL | 3471 | 654 | 2 |

| CONCA DE BARBERÀ | | | |
|-------------------------|-------------|------------|----------|
| Barberà de la conca | 41 | 7 | 0 |
| Blancafort | 32 | 9 | 0 |
| Conesa | 11 | 2 | 0 |
| Espluga de Francolí | 345 | 64 | 0 |
| Forès | 5 | 1 | 0 |
| Llorac | 6 | 0 | 0 |
| Montblanc | 717 | 177 | 1 |
| Passanant | 40 | 5 | 0 |
| Piles (les) | 18 | 4 | 0 |
| Pira | 35 | 4 | 0 |
| Pontils | 12 | 3 | 0 |
| Rocafort de Queralt | 22 | 4 | 0 |
| Santa Coloma de Queralt | 367 | 68 | 0 |
| Sarral | 131 | 20 | 0 |
| Savallà del Comtat | 6 | 2 | 0 |
| Senan | 4 | 0 | 0 |
| Solivella | 49 | 7 | 0 |
| Vallclara | 9 | 1 | 0 |
| Vallfogona de Riucorb | 8 | 0 | 0 |
| Vilanova de Prades | 21 | 2 | 0 |
| Vilaverd | 25 | 5 | 0 |
| Vimbodí | 70 | 11 | 0 |
| TOTAL | 1974 | 396 | 1 |

EL PRIORAT

| | | | |
|--------------------------|-------------|-------------|-----------|
| Bellmunt del priorat | 39 | 9 | 0 |
| Bisbal de Falset (La) | 12 | 2 | 0 |
| Cabacés | 28 | 4 | 0 |
| | | | |
| Capçanes | 25 | 3 | 0 |
| Cornudella | 130 | 31 | 0 |
| Falset | 333 | 64 | 0 |
| Gratallops | 89 | 22 | 0 |
| Guiamets (els) | 33 | 7 | 0 |
| La Figuera | 17 | 5 | 0 |
| Lloar(el) | 16 | 3 | 0 |
| Marçà | 91 | 22 | 0 |
| Margalef de Montsant | 22 | 6 | 0 |
| Masroig (el) | 51 | 10 | 0 |
| Molar (el) | 27 | 2 | 0 |
| Morera de Montsant | 28 | 8 | 0 |
| Poboleda | 50 | 10 | 0 |
| Porrera | 78 | 21 | 1 |
| Pradell | 18 | 4 | 0 |
| Torre de Fontaubella | 4 | 1 | 0 |
| Torroja | 39 | 12 | 0 |
| Ulldemolins | 37 | 7 | 0 |
| Vilella Alta (la) | 14 | 1 | 0 |
| Vilella Baixa (la) | 27 | 5 | 0 |
| TOTAL | 1208 | 259 | 1 |
| | | | |
| CAMP DE TARRAGONA | 6484 | 1337 | 58 |
| | 5 | 6 | |

| NOM | LLOC | ANY DE FUNDACIÓ |
|-----------------------------------|---------------------|-----------------|
| Litigest Consultores | Cambrils | 2017 |
| Proecoway | Cambrils | 2020 |
| Espai Merlet | Montblanc | 2018 |
| The Blue Box Biomedical Solutions | Vallmoll | 2021 |
| Emund Productions SL | Constantí | 2017 |
| Caigo | La Pobla de Mafumet | 2020 |
| Oh Barri | Reus | 2018 |
| Creatsens Health, SL | Reus | 2017 |
| Adappty | Reus | 2021 |
| Audiopoints | Reus | 2018 |
| Iberinsect | Reus | 2020 |
| eAgora, l'Algorisme del Canvi | Reus | 2021 |
| Teco | Reus | 2020 |
| Oritec | Reus | 2017 |
| Easy2bwise | Reus | 2018 |
| Studio by Caigo | Reus | 2021 |
| PUNT, Progressing by Using Techno | Reus | 2020 |
| SEO alive SL | La secuita | 2019 |
| Espia dels 5 elements | Tarragona | 2020 |
| Thylab | Tarragona | 2019 |
| Al Mercat | Tarragona | 2019 |
| Prokey Drinks | Tarragona | 2018 |
| La Guarimba Bitcoin & Gourmet | Tarragona | 2017 |
| Gam Lab SCCL | Tarragona | 2021 |
| Koonerfy | Tarragona | 2018 |
| Tot comunica | Tarragona | 2021 |
| Mammalab | Tarragona | 2020 |

| | | |
|--------------------------------------|----------------------|------|
| Kaipi Marketing | Tarragona | 2020 |
| Jungle Ventures SL | Tarragona | 2019 |
| DeepSea Numerical SL | Tarragona | 2021 |
| Debug Nomad | Tarragona | 2019 |
| Travia | Tarragona | 2020 |
| Up2Smart Innovative Technological | Tarragona | 2019 |
| Myprofilejobs | Tarragona | 2020 |
| Golby | Tarragona | 2018 |
| Social media legal sl professional | Albiol | 2022 |
| Ionnavis societat limitada | Almoster | 2021 |
| Fiboarelio SL | Almoster | 2020 |
| Masos de Gallicant, SL | Arbolí | 2019 |
| Fotovoltaica Maials, sl | Arbolí | 2021 |
| JCK Plan 2022SL | Botarell | 2021 |
| Els plans planta fotovoltaica | Castellvell del camp | 2020 |
| Bekeep sport tech sl | La Selva del Camp | 2018 |
| Drone Robotics Technology sl | La Selva del Camp | 2017 |
| Bleisure Women Wines SL | La Selva del Camp | 2021 |
| Ads to cash sl | Mont- oig del Camp | 2017 |
| Soluciones bio-logicas y aplicacione | Pratdip | 2021 |
| Mugico arts sl | Vilaplana | 2022 |
| Catalonia corporate games, sl | Els pallaressos | 2017 |
| Merinocoin Criptomining sl | Salou | 2017 |
| Gamytours | Salou | 2021 |
| Marketing turístico sl | Salou | 2022 |
| MotivAcción al Máximo | Salou | 2018 |
| GuestWay Hosting | Salou | 2018 |
| SEO Digital web Brand sl | Calafell | 2019 |
| Vinuxapp SCP | Porrera | 2019 |
| Needcarhelp | Cunit | 2021 |
| Lelithhauros | Valls | 2020 |

| SECTOR | CAPITAL INICIAL | FORMA JURÍDICA |
|--|-----------------|-------------------------------|
| Activitats professionals, científiques i tècniques | 6000 | Societat limitada |
| Comercial | N/D | Societat limitada |
| Activitats professionals, científiques i tècniques | N/D | Societat limitada |
| Activitats professionals, científiques i tècniques | 60282 | Societat limitada unipersonal |
| Cultura | N/D | Societat civil |
| Cultura | N/D | Societat limitada |
| Serveis | N/D | Societat limitada |
| Serveis | 4399 | Societat limitada |
| Tecnològic | N/D | Societat limitada |
| Turístic | N/D | Societat limitada |
| Agroalimentari | 282650 | Societat limitada |
| Serveis | 3765 | Societat limitada |
| Serveis | N/D | Comunitat de béns |
| Serveis | N/D | Societat limitada |
| Tecnològic | N/D | Societat limitada |
| Tecnològic | N/D | Societat limitada |
| Tecnològic | N/D | Societat limitada |
| Serveis | 3000 | Societat limitada |
| Serveis | N/D | Societat limitada |
| Educació | N/D | Societat limitada |
| Agroalimentari | N/D | Societat limitada |
| Agroalimentari | 4061.44 | Societat limitada |
| Comercial | N/D | Societat limitada |
| Educació | N/D | Societat Cooperativa |
| Serveis | 3000 | Societat limitada |
| Serveis | N/D | Societat limitada |
| Serveis | N/D | Societat limitada |

| | | |
|--|--------|--------------------------------|
| Serveis | 2000 | Societat limitada |
| Serveis | 5030 | Societat limitada |
| Tecnològic | 3000 | Societat limitada |
| Tecnològic | 10000 | Societat limitada |
| Tecnològic | N/D | Societat limitada |
| Tecnològic | 5000 | Societat limitada |
| Tecnològic | N/D | Societat limitada |
| Tecnològic | N/D | Societat limitada |
| Activitats jurídiques | 3000 | Societat limitada professional |
| Informàtica | 5000 | Societat limitada unipersonal |
| Serveis financers i comptables | 3000 | Societat limitada |
| Serveis | 180000 | Societat limitada |
| Serveis tècnics d'enginyeria | 4000 | Societat limitada |
| Societats de cartera | 3000 | Societat limitada unipersonal |
| Construcció de xarxes elèctriques i de telecomunicació | 3000 | Societat limitada |
| Tecnològic | 3488 | Societat limitada |
| Tecnològic | 3000 | Societat limitada |
| Tecnològic | 15000 | Societat limitada |
| Comercial | 3100 | Societat limitada unipersonal |
| Laboratoris d'investigació i desenvolupament | 8000 | Societat limitada |
| Cultura | 3000 | Societat limitada |
| Activitats professionals, científiques i tècniques | 3000 | Societat limitada |
| Activitats de consultoria de gestió empresarial | 3100 | Societat limitada unipersonal |
| Tecnològic | N/D | Societat limitada |
| Tecnològic | 3000 | Societat limitada |
| Activitats professionals, científiques i tècniques | N/D | Societat limitada |
| Comercial | N/D | Societat limitada |
| Publicitat | 3000 | Societat limitada unipersonal |
| Tecnològic | N/D | Societat civil |
| Serveis | 3000 | Societat limitada |
| Tecnològic | N/D | Societat limitada |

7. ANNEXOS

ÍNDEX

| | |
|---|----|
| 1. Annex 1: Entrevista realizada al responsable de la incubadora TIC Redessa | 59 |
| 2. Annex 2: Entrevista realizada a la directora d'emprenedoria de Tarragona Impulsa | 63 |
| 3. Annex 3: Resultats de l'enquesta realizada a les start-ups del Camp de Tarragona | 67 |
| 4. Annex 4: Estructura empresarial | 85 |

ANNEX 1: ENTREVISTA REALITZADA AL RESPONSABLE DE LA INCUBADORA TIC REDESSA

1. Explica'm una mica sobre la incubadora TIC (què és, a què es dedica, quins serveis ofereix...) Perquè es va crear l'empresa? Amb quins objectius inicials?

Redessa va començar l'any 1995 amb el servei de creació per intentar fomentar l'emprenedoria, això ha anat derivant amb el llarg dels anys i Redessa com a tal ja no disposa de les competències d'emprenedoria, sinó que les té l'empresa i ocupació.

Com a regidoria de Coneixement i Habitatge ens dediquem a tot el que és el suport de les Startups mitjançant la innovació o els laboratoris d'innovació.

Disposem de dos serveis:

- Incubadora TIC: incubadora tecnològica

Cada any s'agafen entre 15/20 projectes i es forma a la gent dins dels àmbits que engloba la startup (màrqueting digital, finances, *go to market*, B2B, B2C). Sempre ens adaptem a les necessitats de cadascuna.

S'ajuden sobretot aquelles empreses que ofereixen productes o serveis totalment tecnològics o bé que la seva filosofia tingui un ús intensiu de la tecnologia. Han de ser empreses amb un model de negoci fàcilment escalable. Ex: *Freshly cosmetics*

Hi ha diferents fases i el procés dura 9 mesos

1r) Call d'empreses per entrar dins del *bootcamp*, en el qual es realitzen 8/10 sessions de formació on es passa de la idea de negoci a un producte mínim viable, i per aquelles empreses que ja disposen d'un producte, se les ajuda a fer un *go to market* més directe.

2n) Fase de jurat

3r) Fase de mentories: les startups mantenen reunions bilaterals amb empreses amb consultor per poder accelerar-se.

4t) Fase *Demo day*: es mostra el producte o servei.

- Innolab: laboratori d'innovació d'empreses

És una part més d'innovació, és com un laboratori d'idees, s'agafen reptes que puguin tenir les empreses de més de 3/5 anys i des de 3 a 50 treballadors. Aquestes presenten

un repte i un equip de consultors treballen per trobar solució a qualsevol problema, no necessàriament ha de ser tecnològic.

Les empreses que passen per la incubadora, poden passar a l'innolab, ja que com a mínim han de tindre 3 anys d'existència, ja que son empreses que estan en fase de creixement.

Busquem fomentar el creixement empresarial. Fases:

1r) Captació i selecció de projectes

2n) Fase de formació

2. Amb quines entitats col·laboreu i teniu alguna aliança estratègica?

- Càtedra d'emprenedoria
- Cambra de comerç
- Equip de consultors que fa la gestió del *Bootcamp* i del *Top Brands*
- Acció
- Pimec

3. Pel que fa a les startups, quines o com són les eines i l'ajuda que els hi proporcioneu?

Disposem de dues tipologies d'ajuda

- Intangible:

És el *bootcamp* que són 8 sessions de formació on es treballa amb eines, dades de mercat, eines financeres, eines de *Lean Startup*.

- Tangible:

Es proporciona un *coworking* a aquelles empreses que passen la fase de jurat i entren a la mentoria. És un espai que cedeix Redessa.

4. Esteu especialitzats en algun sector en concret o ajudeu a qualsevol startups? (Si és que sí, en quin?)

La incubadora en si, no pot ajudar a qualsevol startup, ja que com a emprenedoria en si, no tenen la responsabilitat, sinó que estem obligats a centrar-nos en Startups de tipus tecnològic. Però la majoria de startups són ateses.

Bàsicament, perquè no gestionem els polígons industrials però sí que gestionem el Tecnoparc

5. Quin és el perfil de les startups que ajudeu? (hi ha varietat?)

Quan es fa aquest “call d’empreses” ja demanem que compleixin un requisit és que tinguin una base tecnològica. Però dintre de la tecnologia poden ser de diversos sectors diferents: turisme, *hells*, salut, indústria 4.0, agricultura, logística... És a dir, les seves eines son 100% tecnològiques.

6. Quines pràctiques utilitzeu per atreure noves startups? (He sentit parlar del *Lean startup*, n’hi ha d’altres?)

El que tenim a la incubadora són períodes d’inscripció per a les empreses, tot i que poden accedir empreses fora del període d’inscripció, però quedarien una mica coixes, ja que la primera part no l’han passat.

El que es fa al mes de gener és fer la *call*, durant 6 setmanes, i es tanca el procés, però es pot plantejar que pugui entrar una nova empresa.

7. Com determineu el rendiment de les empreses que s’han incubat? (com podeu definir que aquella startup realment ha tret beneficis de l’ajuda)

Es determina mitjançant uns KPI’s, que ens indica, segons l’estat inicial de l’empresa com han acabat finalment. Per exemple, si una empresa amb el producte mínim viable als inicis no tenia clients i gràcies a la incubadora n’ha aconseguit, es considera que tenim un KPI positiu.

8. Quantes empreses heu aconseguit ajudar/incubar? Teniu algun tipus de recompte d’empreses creades i destruïdes al llarg del procés?

No ens han aportat la informació, comenta que la informació és la que està penjada com a notes de premsa públiques.

9. Quins han sigut els vostres casos d’èxit més destacats?

Tenim diversos casos, però els més importants són:

- *Need car help* : molt actius per instagram

- *Freshly cosmetics*: va començar amb la Càtedra d'emprenedoria de la URV va passa a la incubadora TIC i actualment té una nau industrial de 1400 metres quadrats i està en el seu procés d'expansió.
- *Bionext*
- Viajes para ti

Al ser empreses que acaben de sortir al mercat, cal destaca que s'ha de deixar passar temps per determinar si han tingut èxit.

10. Per últim, donada la seva experiència en l'àmbit, quines creu que són les claus d'èxit i fracàs de les startups?

Fracàs:

- Manca de cultura empresarial quan surten dels estudis. No tindre idea que són les pèrdues i guanys, un model *Canvas*.
- No tenir nocions mínimes de màrqueting online
- No tenir una empresa multidisciplinària, és a dir, necessitem una empresa que sàpiga molt bé el tema tècnic, que porti molt bé el tema de gestió.
- Una de les coses que més es deixa de banda és el tema de vendes.
- El fet de no pivotar el teu producte o idea, ja que a vegades és necessari tindre una visió i perspectiva més àmplia, per veure si aquest és vàlid o no i si té una demanda al mercat.

Èxits:

- Posar la passió en l'empresa i en el que està fent.
- Un dels aspectes molt importants és l'agilitat en la presa de decisions i en el seu pivotatge per poder tirar endavant
- El temps que s'hi dedica.

ANNEX 2: ENTREVISTA REALITZADA A LA DIRECTORA D'EMPREDORIA DE TARRAGONA IMPULSA

1. Explica'm una mica sobre Tarragona Impulsa,(a què es dedica, quins serveis ofereix...) Perquè es va crear l'empresa? Amb quins objectius inicials?

L'origen del servei com a tal és als anys 80, el que és actualment Tarragona Impulsa és un nom comercial, realment s'anomena Servei Municipal d'Ocupació.

Ens dediquem a:

- Al disseny i desenvolupament de tot el que són polítiques actives d'ocupació, aquesta part fa referència a tots els programes i serveis que hi ha per donar suport a tota la gent que està en procés de recerca de feina o gent que per motius X, per ser massa jove o major de 45 anys o que tingui poca qualificació, és a dir col·lectius amb els que sigui necessari ajudar-los amb la seva inserció laboral.
- Formació: Oferim el servei d'orientació laboral, servei de borsa de treball, formació ocupacional.
- Emprenedoria, empresa i desenvolupament local: l'objectiu és fomentar la cultura emprenedora entre la ciutadania especialment entre la gent jove, d'altra banda, ajudar i acompanyar als emprenedors a tot el que engloba la idea de negoci, i en l'àmbit de l'empresa disposem de diferents serveis: promoció dels polígons empresarials de la ciutat. Quant al desenvolupament local el que es treballa és en l'elaboració de diagnòstics, socioeconòmics del territori, plans d'acció...

Aquests objectius són part de tots els programes que proporciona Tarragona Impulsa als empresaris.

2. Amb quines entitats col·laboreu i teniu alguna aliança estratègica?

Des de Tarragona Impulsa col·laborem amb diverses entitats. En l'àmbit d'emprenedoria totes les entitats del territori estem connectades.

El que ens diferencia a Tarragona són els programes d'incubació i acceleració d'empreses, ja que ens dediquem a organitzar i realitzar-los.

Realitzem accions conjuntes amb totes les entitats, anualment s'organitza un Fòrum d'Inversió i es fa entre els Ajuntaments de Reus i Tarragona, la URV, ACCIÓ i la Diputació de Tarragona.

Existeix una xarxa d'entitats locals que s'anomena Xarxa de la Cessetània i aquesta engloba diferents ajuntaments, entre ells el de Valls, Reus, Tarragona, Salou també s'hi troba Conca Activa...

La universitat té el departament URV Emprèn i cada mes surt un butlletí que recull totes les activitats que realitzen aquestes entitats en l'àmbit de l'emprenedoria.

3. Desde Tarragona Impulsa, disposeu de 3 projectes, em podries indicar la diferència entre ells i l'objectiu de cada un d'ells.(més enllà que uns són d'acceleració i altres d'incubació)

- Programa Explorer → Incubadora

Com a servei el programa Explorer i Open Future funcionen com a itinerari, però no te perquè realitzar-se com a tal. És un programa molt pausat.

L'Explorer és un programa adreçat a gent molt jove, ja que es pot participar fins als 31 anys sobretot persones que es troben en l'àmbit universitari.

Es treballa molt sobre competències emprenedores, i el programa està basat en les metodologies *Lean Startup* i *Design Thinking*. Amb una idea de negoci pròpia, el que fan els participants és anar passant per diferents etapes del que seria un procés d'incubació i validació de negoci, aplicant aquestes dues metodologies.

S'ha de treballar molt bé tota la part de: identificació del client, intentar validar amb el potencial client el producte o servei que volen comercialitzar.

És veritat que aquest programa es queda en aquesta fase d'idea, la gent que finalitza el programa acaba amb la idea validada i que ha passat per totes les etapes, però moltes vegades no arriben a comercialitzar.

Hi ha gent que al cap del temps acaba el procés i crea l'empresa i hi ha gent que el programa l'ajuda a trobar feines ben valorades, gràcies als contactes que es fan dins de l'Explorer.

És un programa amb 3 socis *Santander Universidades*, Universitat Rovira i Virgili i l'Ajuntament de Tarragona. Es realitza a més de 50 ciutats cada any i com a mínim de 3 països diferents. Un dels aspectes positius és que acabes tenint una xarxa de contactes molt potent i important. La seva durada és de 3 mesos.

- **Programa Open Future → Acceleradora**

És un programa de Telefònica, que es desenvolupa desde l'Ajuntament de Tarragona.

Aquí el que es busca són startups innovadores que estiguin en la fase inicial i que hagin començat a facturar però poquet. Són empreses que necessiten treballar alguns aspectes que la puguin ajuda a créixer.

- Organització jurídica
- Estratègia a mig i llarg d'empresa
- Màrqueting digital
- etc

En el cas d'Open Future, el contingut es fixa per Tarragona Impulsa i és molt personalitzat segons cada tipus de startup. Primer es realitza una tutoria amb cada startup per fer una diagnosi i saber en quina situació es troben, quins objectius es poden fixar, com fer el seguiment i fixar un pla de treball. Cadascú treballa sobre la seva propia empresa.

Aquest programa proporciona uns premis als 3 finalistes que a nivell econòmic no és un premi molt significatiu (3000,1500 ,1500) però el més important és que va acompanyat de 3 anys d'assessorament amb especialistes que puguin necessitar.

És un programa molt exigent, ja que la gent ha d'anar complint amb una sèrie de terminis. La seva durada és d'entre 5 i 6 mesos.

Programa TESS - TARRAGONA ECONOMIA SOCIAL I SOLIDÀRIA

És un programa híbrid, ja que es troba entre un Explorer i un Open Future. Es centra en l'economia social i solidària.

S'agafen projectes que els seus valors estiguin alineats amb l'economia social i solidària i també que siguin projectes col·lectius, ja que per montar una associació o cooperativa és necessari que sigui més d'1 persona.

És un programa que combina la incubació i l'acceleració i que utilitza la mateixa metodologia. En aquest cas les persones poden venir amb una idea o amb una startup de recent creació però amb una forma jurídica assimilable a l'economia social i solidària.

Es treballa molt la validació del negoci, el prototip, i intentar la sortida del mercat és un programa intensiu i es realitza al mes de juliol.

Està acompanyat d'un programa de beques, dotat amb 30000€.

4. Pel que fa a les startups, quines o com són les eines i l'ajuda que els hi proporcioneu? (Finançament, assessorament, espais de treball...)

Oferim:

- Finançament a través de les beques
- Assessorament
- Teories de consolidació amb especialistes en 4 àmbits: màrqueting digital, estratègia i vendes, àmbit jurídic i l'àmbit econòmic financer.
- Mantenir contacte
- *Coworking* que no ha acabat de funcionar, ja que la gent està acostumada a teletreballar.
- Espais per poder fer reunions puntuals amb proveïdors, clients...
- No ofereixen espais per treballar

5. Esteu especialitzats en algun sector en concret o ajudeu a qualsevol startups?

És un tema que des de Tarragona Impulsa també es planteja, ja que no sabem si hauriem de treballar sobre alguna vertical en concret o ajudar a totes les startups com fem actualment. Però sempre s'arriba a la conclusió que al territori no hi ha massa crítica.

A vegades es pensa a crear acceleradores o incubadores per al sector agroalimentari, per exemple, però es veu que realment no hi ha prou massa crítica al territori com per aconseguir 10 projectes o més d'un mateix sector.

Com a servei públic sempre treballem amb tothom, però el que sí que s'intenta és que es treballi l'element d'innovació.

6. Quines pràctiques utilitzeu per atreure noves startups? Com us promocióneu?

Per una banda, oferim aquest tipus de serveis, és a dir, els programes Explorer, Open Future i TESS, per això es va començar a fer aquest tipus de programes, ja que vam entendre que el servei habitual d'emprenedoria que oferíem, no atreïa aquest tipus de públic jove i innovador.

El fet de treballar amb aquest tipus d'iniciatives, de donar suport, d'ajudar a créixer, de consolidar-se... és per aconseguir retenir el talent al territori.

Una manera de fer-nos conèixer és a través dels emprenedors, ja que per publicitar algun dels programes, demanem a les persones de programes anteriors que es gravin en un vídeo curt i que expliquen la seva experiència.

7. Com determineu el rendiment de les empreses que s'han incubat?

El fet de recollir dades reals és un dels punts dèbils, però sí que hi ha diferents indicadors:

- Que passats 1/ 2 anys aquella startup continuï funcionant.
- Que tingui treballadors, és a dir, el que es busca és que neixin empreses innovadores i que generin ocupació al territori.
- Que la gent hagi trobat feina de qualitat. Normalment això passa amb el programa Explorer, ja que molta gent que hi participa, acaba decidint no crear el negoci, ja que troba una feina de qualitat.

8. Quantes empreses heu aconseguit ajudar/incubar des de la creació?

Per al que fa al programa Explorer → no hi ha un recompte exacte, ja que no tots els participants acaben constituint l'empresa.

Per al que fa al programa Open Future → des dels seus inicis s'han ajudat a més de 100 startups

9. Quins han sigut els vostres casos d'èxit més destacats? Teniu algun tipus de recompte d'empreses creades i destruïdes al llarg del procés?

No ens han aportat la informació exacta per confidencialitat.

Fa 3 anys una persona guanyadora de l'Explorer amb una idea de negoci en la qual feia vídeos de *Stop Motion* amb una finalitat educativa. Finalment, ha acabat deixant la seva feina, per crear una empresa durant la pandèmia, això és un clar exemple d'èxit.

Per a nosaltres l'èxit és anar pivotant.

10. Per últim, donada la seva experiència en l'àmbit, quines creu que són les claus d'èxit i fracàs de les startups.

Un element molt important, més que la pròpia idea és l'equip, que estigui alineat, complementari. S'ha de ser capaç, dins d'un mateix equip, de reconèixer quines són les

debilitats i fortaleeses de cadascú i qui pot aportar que. Per tant, funciona com a element d'èxit i fracàs quan no funciona.

Tenir una idea de negoci i ser capaços d'escoltar i aprendre contínuament, és a dir de pivotar la idea fent una escolta activa de les necessitats del client. Per a nosaltres l'èxit és anar pivotant.

L'èxit o fracàs també depèn de les estratègies, de saber focalitzar-se en el mercat en el client que realment t'interessa, ja que el client no pot ser tothom.

El temps de treball que s'hi destina i la part economicofinancera també són molt importants.

ANNEX 3: RESULTATS DE L'ENQUESTA REALITZADA A LES STARTUPS DEL CAMP DE TARRAGONA

Pregunta 1: Any de fundació

| Any de fundació | % |
|-----------------|--------|
| 2022 | 5,00% |
| 2021 | 17,06% |
| 2020 | 25,78% |
| 2019 | 10,00% |
| 2018 | 22,16% |
| 2017 | 20,00% |

Pregunta 2: Lloc de fundació

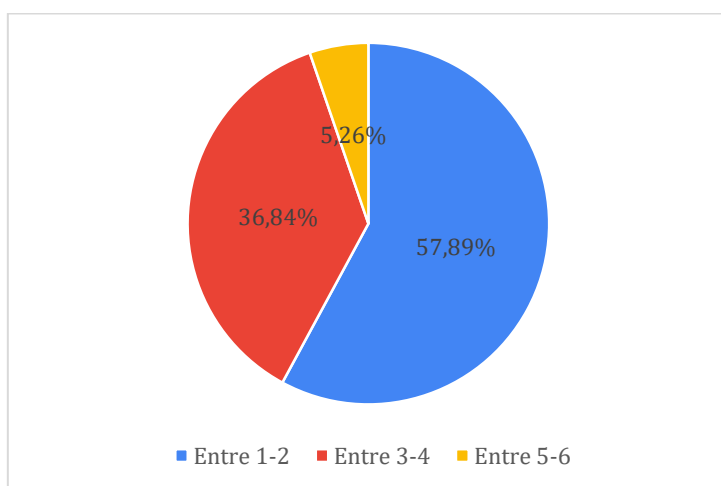
| Lloc de fundació | % |
|----------------------|--------|
| Almóster | 2,17% |
| Arbolí | 2,17% |
| Botarell | 2,17% |
| Calafell | 2,17% |
| Cambrils | 4,35% |
| Castellvell del camp | 2,17% |
| Constantí | 2,17% |
| Cunit | 2,17% |
| Els pallaresos | 2,17% |
| La Selva del Camp | 6,52% |
| Mont- roig del Camp | 2,17% |
| Montblanc | 2,17% |
| Reus | 17,39% |
| Salou | 6,52% |
| Tarragona | 36,96% |
| Vallmoll | 2,17% |
| Valls | 2,17% |
| Vilaplana | 2,17% |

Pregunta 3: Sector d'activitat

| Sector | % |
|--|--------|
| Activitats professionals, científiques i tècniques | 8,62% |
| Agroalimentari | 6,89% |
| Comercial | 6,90% |
| Construcció de xarxes elèctriques i de telecomunicacions | 1,72% |
| Consultoria | 1,72% |
| Cultura | 5,17% |
| Educació | 3,45% |
| Informàtica | 3,44% |
| Publicitat | 1,72% |
| Serveis | 27,59% |
| Societats de cartera | 1,72% |
| Tecnològic | 29,31% |
| Turístic | 1,72% |

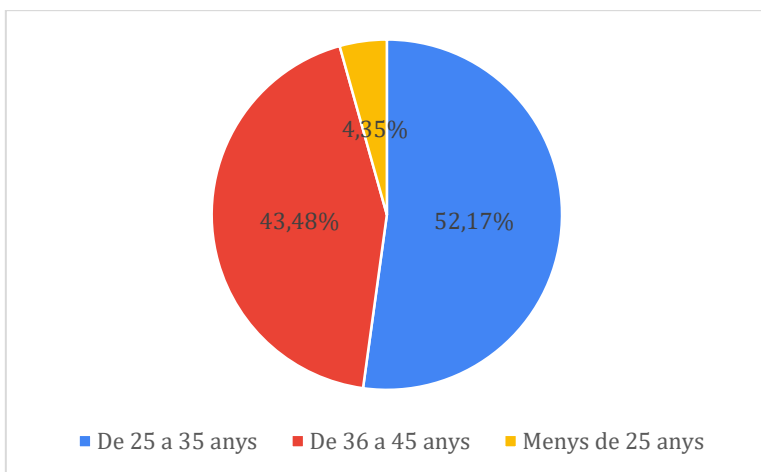
Pregunta 4: Quants socis té la startup? Definim socis com aquells que tenen una part de les accions de l'empresa i hi treballen activament.

| | |
|-----------|--------|
| Entre 1-2 | 57,89% |
| Entre 3-4 | 36,84% |
| Entre 5-6 | 5,26% |



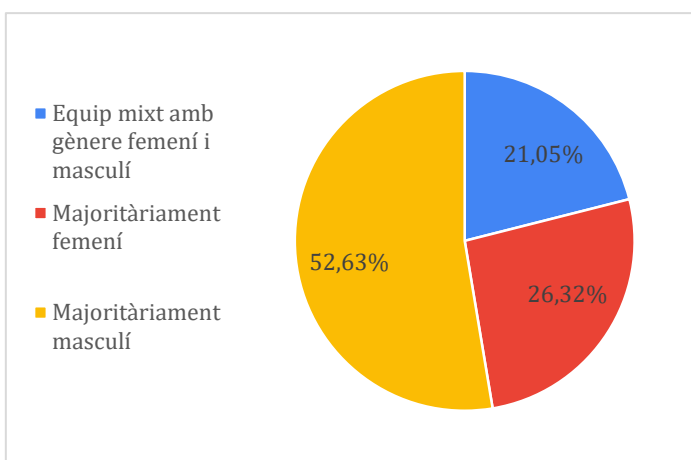
Pregunta 5: Quina és l'edat dels socis? (Selecciona els intervals necessaris)

| | |
|------------------|--------|
| De 25 a 35 anys | 52,17% |
| De 36 a 45 anys | 43,48% |
| Menys de 25 anys | 4,35% |



Pregunta 6: Quin gènere hi predomina entre els socis treballadors de l'empresa?

| | |
|--|--------|
| Equip mixt amb gènere femení i masculí | 21,05% |
| Majoritàriament femení | 26,32% |
| Majoritàriament masculí | 52,63% |



Pregunta 7: Quina formació tenen els socis de la startup?

| | |
|-----------------------------------|--------|
| Cicles formatius de grau superior | 5,26% |
| Doctors universitaris | 21,05% |
| Grau universitari | 73,68% |

Pregunta 8: En general, quin és el nivell mitjà d'idiomes?

Anglès

| | |
|-------|--------|
| Alt | 70,00% |
| Mitjà | 20,00% |
| Nadiu | 10,00% |

Alemany

| | |
|-------|---------|
| Alt | 0,00% |
| Baix | 100,00% |
| Mitjà | 0,00% |
| Nadiu | 0,00% |

Francès

| | |
|-------|--------|
| Alt | 5,26% |
| Baix | 68,42% |
| Mitjà | 26,32% |

Espanyol

| | |
|-------|--------|
| Alt | 31,58% |
| Baix | 0,00% |
| Mitjà | 0,00% |
| Nadiu | 68,42% |

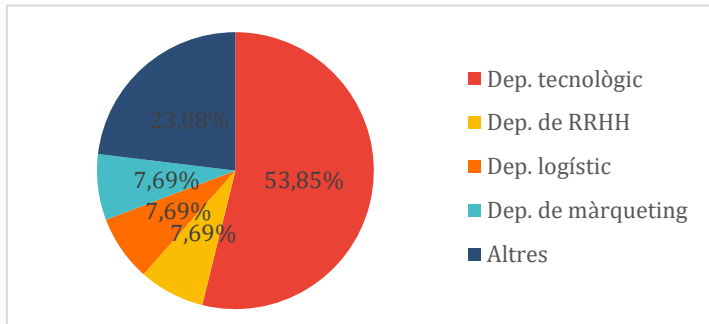
Pregunta 9: Quines han sigut les experiències professionals dels socis, anteriors a la posada en marxa de la startup? (Pot seleccionar-ne varies)

| | |
|---|--------|
| Cap experiència | 10,00% |
| Treballador per compte d'altri en una altra empresa del mateix sector | 22,50% |
| Treballador per compte d'altri en una altra empresa d'un altre sector | 25,00% |
| Soci d'una altra empresa d'un altre sector | 17,50% |
| Soci d'una altra startup | 7,50% |
| Autònom | 17,50% |

Pregunta 10: Si ha respost positivament "treballador per compte d'altri", en quina àrea/ departament?

| | |
|------------------------|--------|
| Departament financer | 0,00% |
| Departament tecnològic | 53,85% |
| Departament de RRHH | 7,69% |

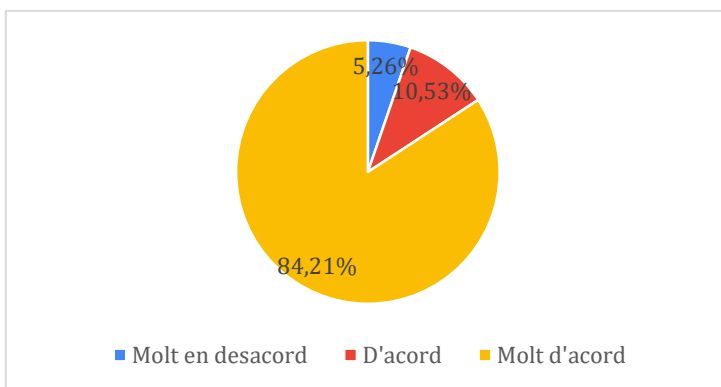
| | |
|---|--------|
| Departament d'operacions (compres i vendes) | 0,00% |
| Departament logístic | 7,69% |
| Departament de màrqueting | 7,69% |
| Altres | 23,08% |



Pregunta 11: Indiqui el seu grau d'acord amb les afirmacions següents (1 Molt en desacord; 2 d'acord; 3 Molt d'acord)

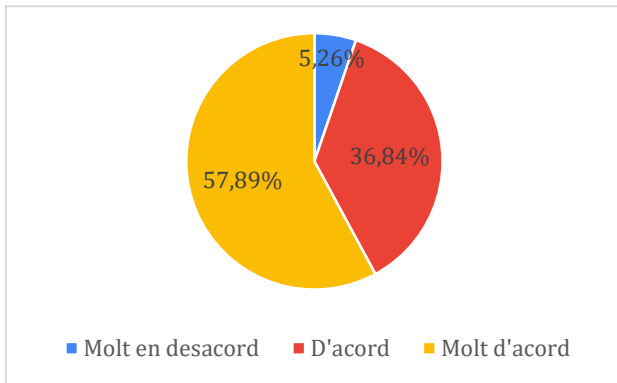
11.1. Vaig crear l'startup perquè tinc una nova idea a desenvolupar

| | |
|------------------|--------|
| Molt en desacord | 5,26% |
| D'acord | 10,53% |
| Molt d'acord | 84,21% |



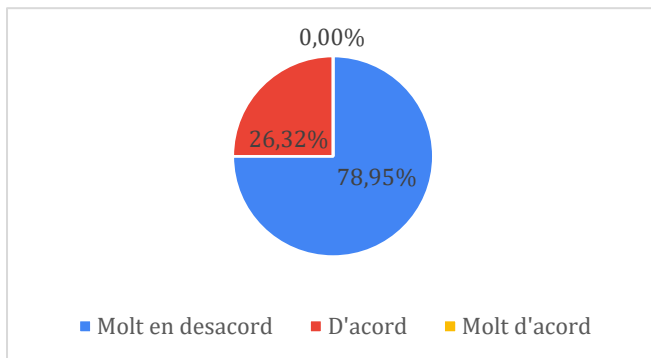
11.2. Vaig crear l'startup perquè he detectat un nínxol de mercat sense cobrir

| | |
|------------------|--------|
| Molt en desacord | 5,26% |
| D'acord | 36,84% |
| Molt d'acord | 57,89% |



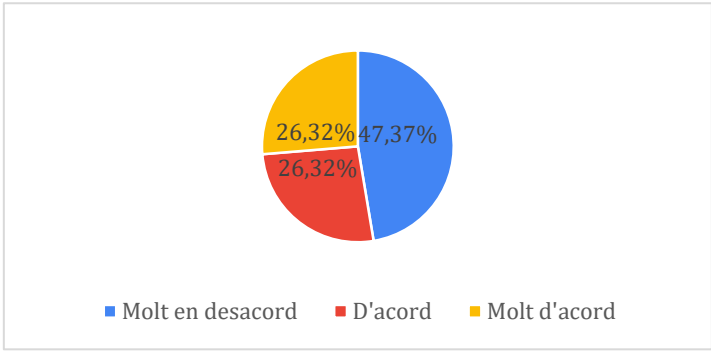
11.3. Vaig crear l'startup amb ultra informació proporcionada per una incubadora d'empreses

| | |
|------------------|--------|
| Molt en desacord | 78,95% |
| D'acord | 26,32% |
| Molt d'acord | 0,00% |



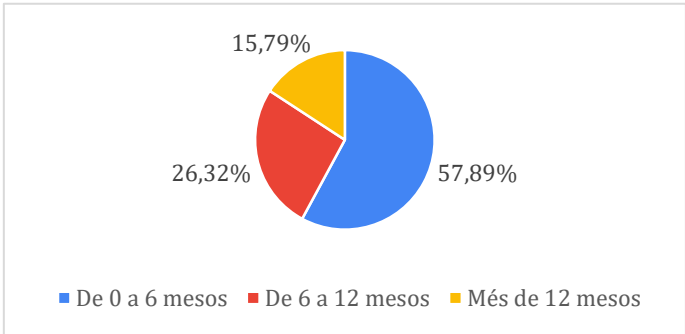
11.4. Vaig crear l'startup per no dependre de decisions alienes

| | |
|------------------|--------|
| Molt en desacord | 47,37% |
| D'acord | 26,32% |
| Molt d'acord | 26,32% |



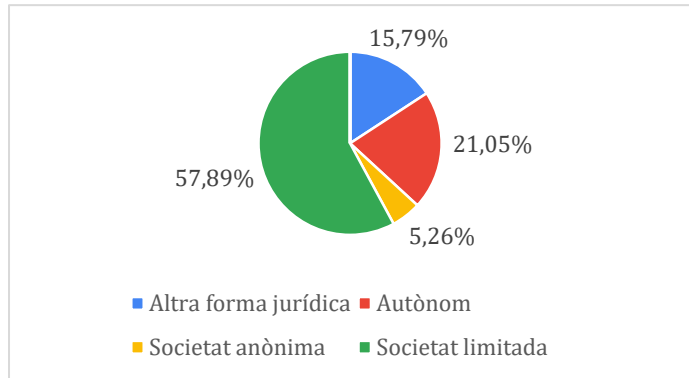
Pregunta 12: Quant de temps es va trigar a crear l'empresa?

| | |
|-----------------|--------|
| De 0 a 6 mesos | 57,89% |
| De 6 a 12 mesos | 26,32% |
| Més de 12 mesos | 15,79% |



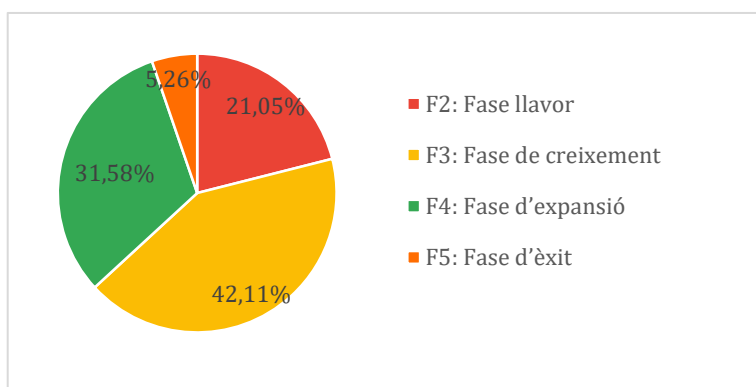
Pregunta 13: Quina forma jurídica presenta la societat?

| | |
|--------------------------------|--------|
| Altra forma jurídica | 15,79% |
| Autònom | 21,05% |
| Societat anònima | 5,26% |
| Societat limitada | 57,89% |
| Societat civil | 1,00% |
| Societat limitada nova empresa | 0,00% |



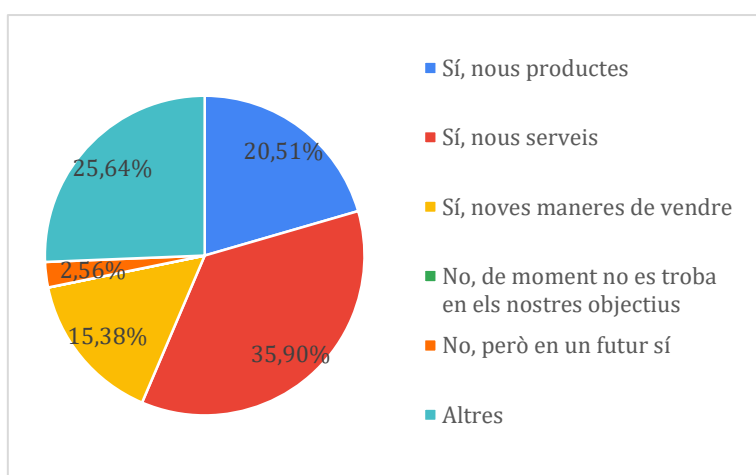
Pregunta 14: En quina fase es troba actualment la startup?

| | |
|------------------------|--------|
| F1: Fase prellavor | 0,00% |
| F2: Fase llavor | 21,05% |
| F3: Fase de creixement | 42,11% |
| F4: Fase d'expansió | 31,58% |
| F5: Fase d'èxit | 5,26% |



Pregunta 15: Esteu oferint nous productes i/o serveis o noves maneres de vendre? (Pot seleccionar-ne varies)

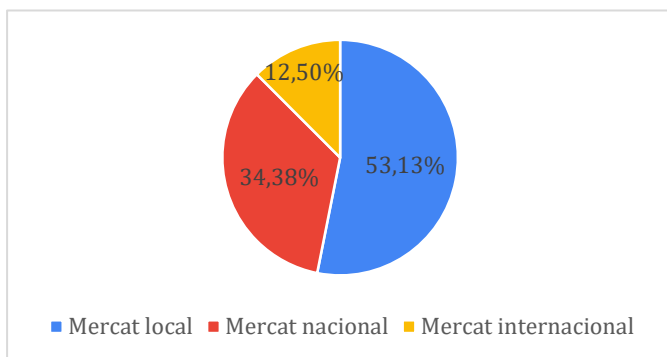
| | |
|--|--------|
| Sí, nous productes | 20,51% |
| Sí, nous serveis | 35,90% |
| Sí, noves maneres de vendre | 15,38% |
| No, de moment no es troba en els nostres objectius | 0,00% |
| No, però en un futur sí | 2,56% |
| Altres | 25,64% |



Pregunta 16: Quins són els mercats objectius?

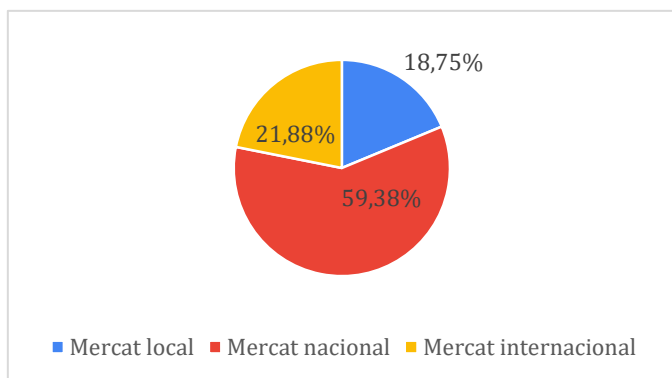
Actualment:

| | |
|----------------------|--------|
| Mercat local | 53,13% |
| Mercat nacional | 34,38% |
| Mercat internacional | 12,50% |



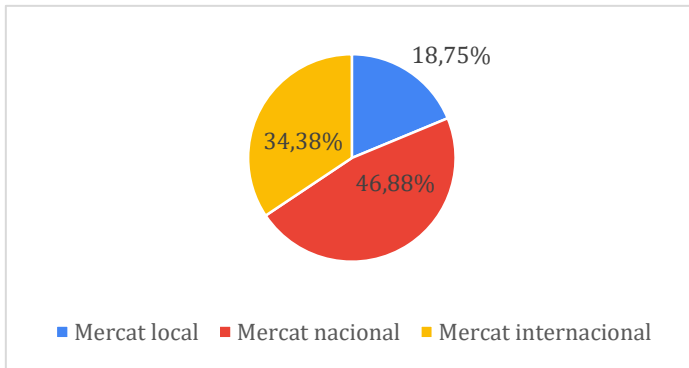
A mitjà termini:

| | |
|----------------------|--------|
| Mercat local | 18,75% |
| Mercat nacional | 59,38% |
| Mercat internacional | 21,88% |



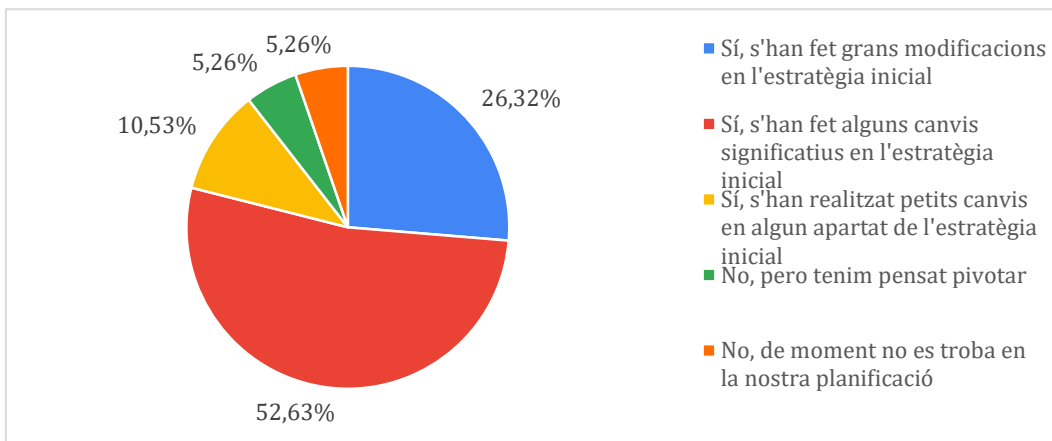
A llarg termini:

| | |
|----------------------|--------|
| Mercat local | 18,75% |
| Mercat nacional | 46,88% |
| Mercat internacional | 34,38% |



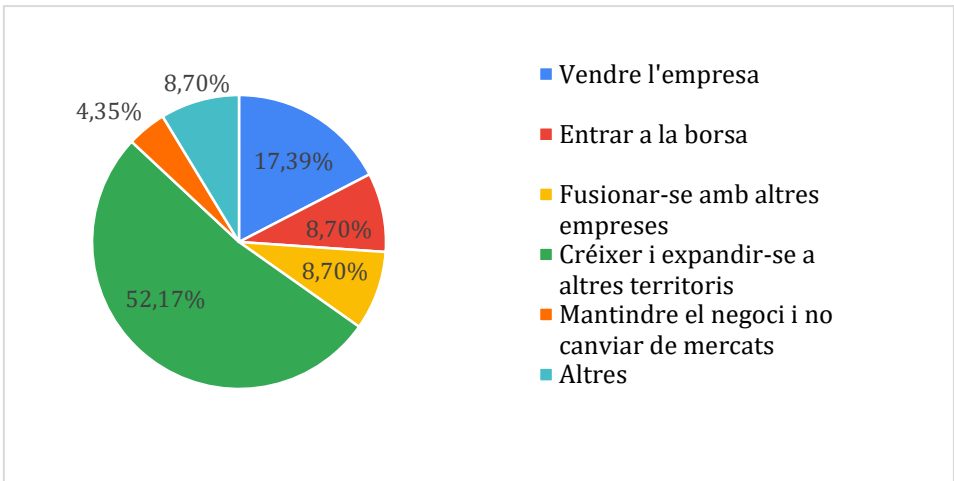
Pregunta 17: Al llarg de la vida de la startup, el negoci ha pivotat en algun moment?

| | |
|--|--------|
| Sí, s'han fet grans modificacions en l'estratègia inicial | 26,32% |
| Sí, s'han fet alguns canvis significatius en l'estratègia inicial | 52,63% |
| Sí, s'han realitzat petits canvis en algun apartat de l'estratègia inicial | 10,53% |
| No, però tenim pensat pivotar | 5,26% |
| No, de moment no es troba en la nostra planificació | 5,26% |



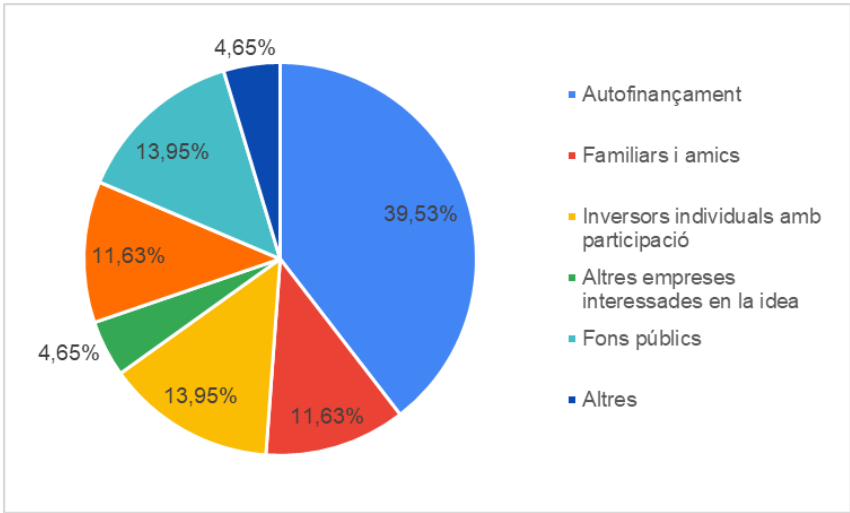
Pregunta 18: Quina és la intenció futura amb el negoci? (Pot seleccionar-ne varies)

| | |
|---|--------|
| Vendre l'empresa | 17,39% |
| Entrar a la borsa | 8,70% |
| Fusionar-se amb altres empreses | 8,70% |
| Créixer i expandir-se a altres territoris | 52,17% |
| Mantindre el negoci i no canviar de mercats | 4,35% |
| Altres | 8,70% |



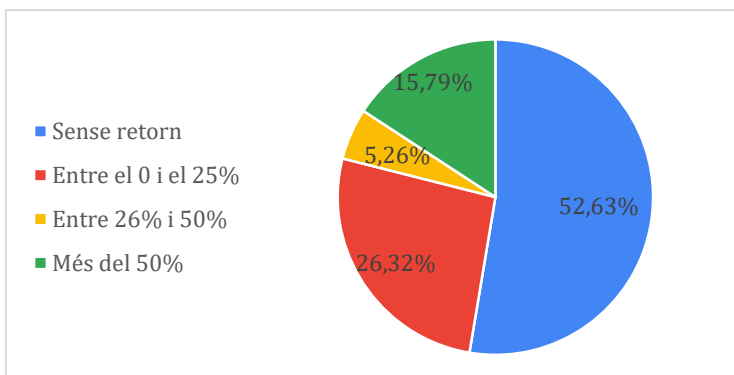
Pregunta 19: Quines són o han sigut les fonts de finançament de la startup? (Pot seleccionar-ne varies)

| | |
|---|--------|
| Autofinançament | 39,53% |
| Familiars i amics | 11,63% |
| Inversors individuals amb participació | 13,95% |
| Altres empreses interessades en la idea | 4,65% |
| Crèdits bancaris | 11,63% |
| Fons públics | 13,95% |
| Altres | 4,65% |



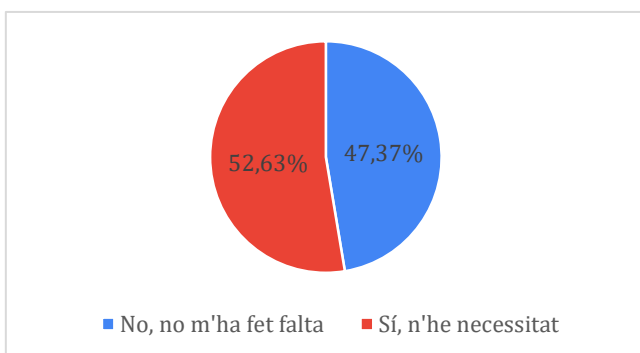
Pregunta 20: Podria indicar el retorn de la inversió de la seva empresa?

| | |
|---------------------|--------|
| Sense retorn | 52,63% |
| Entre el 0 i el 25% | 26,32% |
| Entre 26% i 50% | 5,26% |
| Més del 50% | 15,79% |



Pregunta 21: Durant el procés de creació de la startup ha necessitat ajuda d'alguna acceleradora i/o incubadora?

| | |
|-----------------------|--------|
| No, no m'ha fet falta | 47,37% |
| Sí, n'he necessitat | 52,63% |



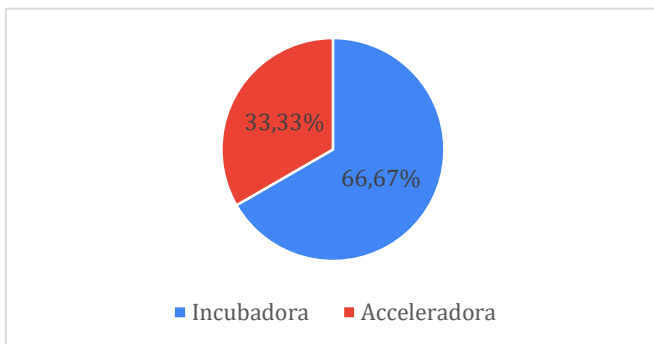
Pregunta 22: Si ha contestat "sí" a la pregunta anterior, quina acceleradora i/o incubadora li ha ofert l'ajuda?

CaixaImpulse, Medtech accelerator, Richi Social entrepreneurs, Incubadora TIC, Open future, Dhip2be, Cellnex bridge, Startsud, Tarragona Impulsa

Pregunta 23: En quines fases de desenvolupament de la startup ha mantingut l'ajuda?

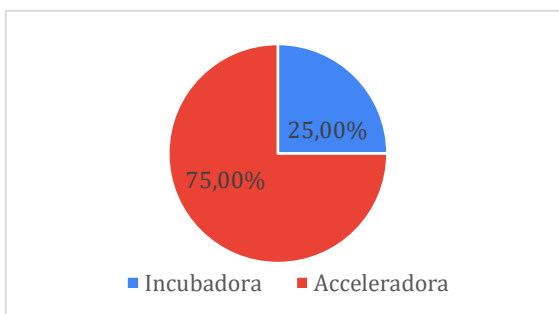
23.1.Fase prellavor

| | |
|--------------|--------|
| Incubadora | 66,67% |
| Acceleradora | 33,33% |



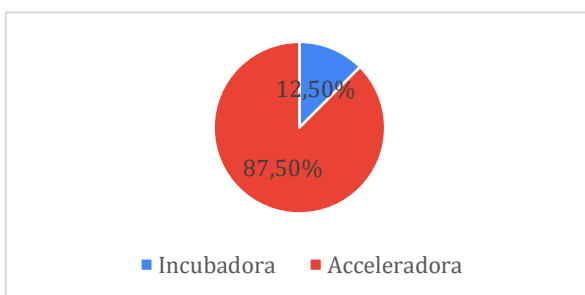
23.2.Fase llavor

| | |
|--------------|--------|
| Incubadora | 25,00% |
| Acceleradora | 75,00% |



23.3.Fase de creixement

| | |
|--------------|--------|
| Incubadora | 12,50% |
| Acceleradora | 87,50% |



23.5.Fase d'expansió

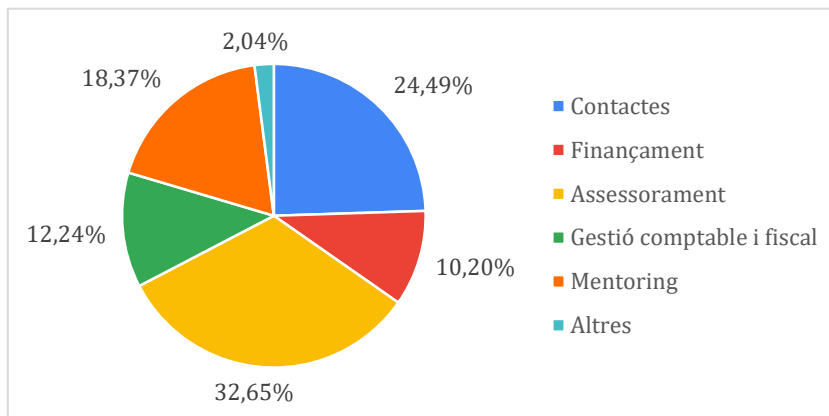
| | |
|--------------|---------|
| Incubadora | 0,00% |
| Acceleradora | 100,00% |

23.6.Fase d'èxit

| | |
|--------------|---------|
| Incubadora | 0,00% |
| Acceleradora | 100,00% |

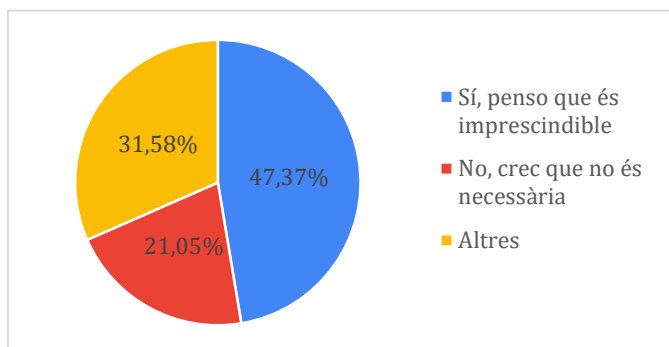
Pregunta 24: Quina és l'ajuda que ha proporcionat per a la seva empresa? (Pot seleccionar-ne varies)

| | |
|---------------------------|--------|
| Contactes | 24,49% |
| Finançament | 10,20% |
| Assessorament | 32,65% |
| Gestió comptable i fiscal | 12,24% |
| Mentoring | 18,37% |
| Altres | 2,04% |



Pregunta 25: Creu que la labor que realitzen les incubadores i les acceleradores és imprescindible per al creixement d'una startup?

| | |
|---------------------------------|--------|
| Sí, penso que és imprescindible | 47,37% |
| No, crec que no és necessària | 21,05% |
| Altres | 31,58% |



Pregunta 26: Respecte a la problemàtica que afecta les startups, indiqui el seu grau d'acord amb les afirmacions següents (1 Molt en desacord; 2 d'acord; 3 Molt d'acord)

26.1. Les normes i legislació no estan ben definides per aquest tipus de negoci

| | |
|------------------|--------|
| Molt en desacord | 15,79% |
| D'acord | 52,63% |
| Molt d'acord | 31,58% |

26.2. Els equips són inadequats per manca de persones dispostes a assumir riscos

| | |
|------------------|--------|
| Molt en desacord | 26,32% |
| D'acord | 52,63% |
| Molt d'acord | 21,05% |

26.3. Els inversors perden interès en el negoci i comença a veure's afectat el finançament

| | |
|------------------|--------|
| Molt en desacord | 21,05% |
| D'acord | 57,89% |
| Molt d'acord | 21,05% |

26.4. Hi ha masses iniciatives, amb productes sense model de negoci

| | |
|------------------|--------|
| Molt en desacord | 15,79% |
| D'acord | 47,37% |
| Molt d'acord | 36,84% |

26.5. La competitivitat és molt elevada, i també el risc de quedar-se'n al marge

| | |
|------------------|--------|
| Molt en desacord | 5,26% |
| D'acord | 52,63% |
| Molt d'acord | 42,11% |

26.6. Sovint es perd el fil de l'estratègia inicial

| | |
|------------------|--------|
| Molt en desacord | 5,26% |
| D'acord | 68,42% |
| Molt d'acord | 26,32% |

ANNEX 4: ESTRUCTURA EMPRESARIAL

| | TOTAL D'EMPRESES CREADES FINS L'ACTUALITAT | TOTAL D'EMPRESES CREADES ENTRE 2017 I 2022 | TOTAL STARTUPS CREADES ENTRE 2017- 2022 |
|---------------------------------------|--|--|---|
| BAIX CAMP | | | |
| Alforja | 149 | 27 | 0 |
| Albiol | 35 | 13 | 1 |
| Aleixar | 79 | 16 | 0 |
| Almoster | 116 | 25 | 2 |
| Arbolí | 15 | 6 | 2 |
| Argentera | 14 | 3 | 0 |
| Botarell | 104 | 11 | 1 |
| Cambrils | 4527 | 980 | 2 |
| Capafonts | 7 | 2 | 0 |
| Castellvell del camp | 216 | 49 | 1 |
| Colldejou | 21 | 5 | 0 |
| Duesaigües | 23 | 2 | 0 |
| La Febró | 3 | 0 | 0 |
| La selva del camp | 563 | 100 | 3 |
| Les borges del camp | 205 | 37 | 0 |
| Maspujols | 49 | 6 | 0 |
| Montbrió del Camp | 243 | 49 | 0 |
| Mont-roig del Camp | 1523 | 357 | 1 |
| Prades | 83 | 17 | 0 |
| Pratdip | 51 | 14 | 1 |
| Reus | 1149 | 2406 | 11 |
| | 1 | | |
| Riudecanyes | 81 | 15 | 0 |
| Riudecols | 90 | 12 | 0 |
| Riudoms | 743 | 129 | 0 |
| Vandellós i Hospitalet de l'Infant | 734 | 129 | 0 |
| Vilanova d'Escornalbou | 83 | 19 | 0 |

| | | | |
|-----------------------|-------------|------------|-----------|
| Vilaplana | 39 | 8 | 1 |
| Vinyols i els Arcs | 244 | 56 | 0 |
| TOTAL | 2153 | 449 | 26 |
| | 1 | 3 | |
| EL TARRAGONÈS | | | |
| Altafulla | 526 | 139 | 0 |
| Constantí | 831 | 134 | 1 |
| Creixell | 315 | 77 | 0 |
| El Catllar | 356 | 76 | 0 |
| El Morell | 295 | 65 | 0 |
| Els Pallaresos | 318 | 60 | 1 |
| La Canonja | 390 | 77 | 0 |
| La Nou de Gaià | 50 | 11 | 0 |
| La Pobla de Mafumet | 253 | 63 | 1 |
| La Pobla de Montornès | 249 | 61 | 0 |
| La Riera de Gaià | 167 | 27 | 0 |
| La Secuita | 122 | 25 | 1 |
| Perafort | 153 | 37 | 0 |
| Renau | 16 | 3 | 0 |
| Roda de Barà | 792 | 172 | 0 |
| Salomó | 56 | 8 | 0 |
| Salou | 3495 | 830 | 5 |
| Tarragona | 1396 | 255 | 17 |
| | 8 | 0 | |
| Torredembarra | 1887 | 424 | 0 |
| Vespella de Gaià | 44 | 7 | 0 |
| Vilallonga del Camp | 170 | 37 | 0 |
| Vila-seca | 2238 | 431 | 0 |
| TOTAL | 2669 | 531 | 26 |
| | 1 | 4 | |

BAIX PENEDEÈS

| | | | |
|-------------------------|-------------|------------|----------|
| Albinyana | 133 | 24 | 0 |
| Arboç | 430 | 75 | 0 |
| Banyeres del Penedès | 200 | 48 | 0 |
| | | | |
| Bellvei | 264 | 49 | 0 |
| Bisbal del Penedès | 264 | 59 | 0 |
| Bonastre | 62 | 15 | 0 |
| Calafell | 2633 | 635 | 1 |
| Cunit | 1106 | 310 | 1 |
| Llorenç del Penedès | 343 | 49 | 0 |
| Masllorenc | 41 | 9 | 0 |
| Montmell | 68 | 18 | 0 |
| Sant Jaume dels Domenys | 240 | 55 | 0 |
| Santa Oliva | 360 | 58 | 0 |
| Vendrell | 3826 | 856 | 0 |
| TOTAL | 9970 | 226 | 2 |
| | | 0 | |

| ALT CAMP | | | |
|--------------------|-------------|------------|----------|
| Aiguamúrcia | 99 | 20 | 0 |
| Alió | 49 | 6 | 0 |
| Bràfim | 54 | 12 | 0 |
| Cabra del Camp | 86 | 16 | 0 |
| Figuerola del Camp | 30 | 6 | 0 |
| Garidells (els) | 33 | 10 | 0 |
| Masó (la) | 25 | 2 | 0 |
| Milà | 13 | 5 | 0 |
| Montferri | 24 | 8 | 0 |
| Mont-Ral | 18 | 5 | 0 |
| Nulles | 39 | 6 | 0 |
| Pla de Santa Maria | 178 | 30 | 0 |
| Pont d'Armentera | 44 | 4 | 0 |
| Puigpelat | 58 | 9 | 0 |
| Querol | 35 | 13 | 0 |
| Riba (la) | 35 | 8 | 0 |
| Rodonyà | 49 | 8 | 0 |
| Rourell (el) | 23 | 5 | 0 |
| Vallmoll | 140 | 33 | 1 |
| | | | |
| Valls | 2380 | 434 | 1 |
| Vilabella | 59 | 14 | 0 |
| TOTAL | 3471 | 654 | 2 |

| CONCA DE BARBERÀ | | | |
|-------------------------|-------------|------------|----------|
| Barberà de la conca | 41 | 7 | 0 |
| Blancafort | 32 | 9 | 0 |
| Conesa | 11 | 2 | 0 |
| Espluga de Francolí | 345 | 64 | 0 |
| Forès | 5 | 1 | 0 |
| Llorac | 6 | 0 | 0 |
| Montblanc | 717 | 177 | 1 |
| Passanant | 40 | 5 | 0 |
| Piles (les) | 18 | 4 | 0 |
| Pira | 35 | 4 | 0 |
| Pontils | 12 | 3 | 0 |
| Rocafort de Queralt | 22 | 4 | 0 |
| Santa Coloma de Queralt | 367 | 68 | 0 |
| Sarral | 131 | 20 | 0 |
| Savallà del Comtat | 6 | 2 | 0 |
| Senan | 4 | 0 | 0 |
| Solivella | 49 | 7 | 0 |
| Vallclara | 9 | 1 | 0 |
| Vallfogona de Riucorb | 8 | 0 | 0 |
| Vilanova de Prades | 21 | 2 | 0 |
| Vilaverd | 25 | 5 | 0 |
| Vimbodí | 70 | 11 | 0 |
| TOTAL | 1974 | 396 | 1 |

EL PRIORAT

| | | | |
|--------------------------|-------------|-------------|-----------|
| Bellmunt del priorat | 39 | 9 | 0 |
| Bisbal de Falset (La) | 12 | 2 | 0 |
| Cabacés | 28 | 4 | 0 |
| | | | |
| Capçanes | 25 | 3 | 0 |
| Cornudella | 130 | 31 | 0 |
| Falset | 333 | 64 | 0 |
| Gratallops | 89 | 22 | 0 |
| Guiamets (els) | 33 | 7 | 0 |
| La Figuera | 17 | 5 | 0 |
| Lloar(el) | 16 | 3 | 0 |
| Marçà | 91 | 22 | 0 |
| Margalef de Montsant | 22 | 6 | 0 |
| Masroig (el) | 51 | 10 | 0 |
| Molar (el) | 27 | 2 | 0 |
| Morera de Montsant | 28 | 8 | 0 |
| Poboleda | 50 | 10 | 0 |
| Porrera | 78 | 21 | 1 |
| Pradell | 18 | 4 | 0 |
| Torre de Fontaubella | 4 | 1 | 0 |
| Torroja | 39 | 12 | 0 |
| Ulldemolins | 37 | 7 | 0 |
| Vilella Alta (la) | 14 | 1 | 0 |
| Vilella Baixa (la) | 27 | 5 | 0 |
| TOTAL | 1208 | 259 | 1 |
| CAMP DE TARRAGONA | 6484 | 1337 | 58 |
| | 5 | 6 | |

| NOM | LLOC | ANY DE FUNDACIÓ |
|-----------------------------------|---------------------|-----------------|
| Litigest Consultores | Cambrils | 2017 |
| Proecoway | Cambrils | 2020 |
| Espai Merlet | Montblanc | 2018 |
| The Blue Box Biomedical Solutions | Vallmoll | 2021 |
| Emund Productions SL | Constantí | 2017 |
| Caigo | La Pobla de Mafumet | 2020 |
| Oh Barri | Reus | 2018 |
| Creatsens Health, SL | Reus | 2017 |
| Adappty | Reus | 2021 |
| Audiopoints | Reus | 2018 |
| Iberinsect | Reus | 2020 |
| eAgora, l'Algorisme del Canvi | Reus | 2021 |
| Teco | Reus | 2020 |
| Oritec | Reus | 2017 |
| Easy2bwise | Reus | 2018 |
| Studio by Caigo | Reus | 2021 |
| PUNT, Progressing by Using Techno | Reus | 2020 |
| SEO alive SL | La secuita | 2019 |
| Espia dels 5 elements | Tarragona | 2020 |
| Thylab | Tarragona | 2019 |
| Al Mercat | Tarragona | 2019 |
| Prokey Drinks | Tarragona | 2018 |
| La Guarimba Bitcoin & Gourmet | Tarragona | 2017 |
| Gam Lab SCCL | Tarragona | 2021 |
| Koonerfy | Tarragona | 2018 |
| Tot comunica | Tarragona | 2021 |
| Mammalab | Tarragona | 2020 |

| | | |
|--------------------------------------|----------------------|------|
| Kaipi Marketing | Tarragona | 2020 |
| Jungle Ventures SL | Tarragona | 2019 |
| DeepSea Numerical SL | Tarragona | 2021 |
| Debug Nomad | Tarragona | 2019 |
| Travia | Tarragona | 2020 |
| Up2Smart Innovative Technological | Tarragona | 2019 |
| Myprofilejobs | Tarragona | 2020 |
| Golby | Tarragona | 2018 |
| Social media legal sl professional | Albiol | 2022 |
| Ionnavis societat limitada | Almoster | 2021 |
| Fiboarelio SL | Almoster | 2020 |
| Masos de Gallicant, SL | Arbolí | 2019 |
| Fotovoltaica Maials, sl | Arbolí | 2021 |
| JCK Plan 2022SL | Botarell | 2021 |
| Els plans planta fotovoltaica | Castellvell del camp | 2020 |
| Bekeep sport tech sl | La Selva del Camp | 2018 |
| Drone Robotics Technology sl | La Selva del Camp | 2017 |
| Bleisure Women Wines SL | La Selva del Camp | 2021 |
| Ads to cash sl | Mont- oig del Camp | 2017 |
| Soluciones bio-logicas y aplicacione | Pratdip | 2021 |
| Mugico arts sl | Vilaplana | 2022 |
| Catalonia corporate games, sl | Els pallaressos | 2017 |
| Merinocoin Criptomining sl | Salou | 2017 |
| Gamytours | Salou | 2021 |
| Marketing turístico sl | Salou | 2022 |
| MotivAcción al Máximo | Salou | 2018 |
| GuestWay Hosting | Salou | 2018 |
| SEO Digital web Brand sl | Calafell | 2019 |
| Vinuxapp SCP | Porrera | 2019 |
| Needcarhelp | Cunit | 2021 |
| Lelithhauros | Valls | 2020 |

| SECTOR | CAPITAL INICIAL | FORMA JURÍDICA |
|--|-----------------|-------------------------------|
| Activitats professionals, científiques i tècniques | 6000 | Societat limitada |
| Comercial | N/D | Societat limitada |
| Activitats professionals, científiques i tècniques | N/D | Societat limitada |
| Activitats professionals, científiques i tècniques | 60282 | Societat limitada unipersonal |
| Cultura | N/D | Societat civil |
| Cultura | N/D | Societat limitada |
| Serveis | N/D | Societat limitada |
| Serveis | 4399 | Societat limitada |
| Tecnològic | N/D | Societat limitada |
| Turístic | N/D | Societat limitada |
| Agroalimentari | 282650 | Societat limitada |
| Serveis | 3765 | Societat limitada |
| Serveis | N/D | Comunitat de béns |
| Serveis | N/D | Societat limitada |
| Tecnològic | N/D | Societat limitada |
| Tecnològic | N/D | Societat limitada |
| Tecnològic | N/D | Societat limitada |
| Serveis | 3000 | Societat limitada |
| Serveis | N/D | Societat limitada |
| Educació | N/D | Societat limitada |
| Agroalimentari | N/D | Societat limitada |
| Agroalimentari | 4061.44 | Societat limitada |
| Comercial | N/D | Societat limitada |
| Educació | N/D | Societat Cooperativa |
| Serveis | 3000 | Societat limitada |
| Serveis | N/D | Societat limitada |
| Serveis | N/D | Societat limitada |

| | | |
|--|--------|--------------------------------|
| Serveis | 2000 | Societat limitada |
| Serveis | 5030 | Societat limitada |
| Tecnològic | 3000 | Societat limitada |
| Tecnològic | 10000 | Societat limitada |
| Tecnològic | N/D | Societat limitada |
| Tecnològic | 5000 | Societat limitada |
| Tecnològic | N/D | Societat limitada |
| Tecnològic | N/D | Societat limitada |
| Activitats jurídiques | 3000 | Societat limitada professional |
| Informàtica | 5000 | Societat limitada unipersonal |
| Serveis financers i comptables | 3000 | Societat limitada |
| Serveis | 180000 | Societat limitada |
| Serveis tècnics d'enginyeria | 4000 | Societat limitada |
| Societats de cartera | 3000 | Societat limitada unipersonal |
| Construcció de xarxes elèctriques i de telecomunicació | 3000 | Societat limitada |
| Tecnològic | 3488 | Societat limitada |
| Tecnològic | 3000 | Societat limitada |
| Tecnològic | 15000 | Societat limitada |
| Comercial | 3100 | Societat limitada unipersonal |
| Laboratoris d'investigació i desenvolupament | 8000 | Societat limitada |
| Cultura | 3000 | Societat limitada |
| Activitats professionals, científiques i tècniques | 3000 | Societat limitada |
| Activitats de consultoria de gestió empresarial | 3100 | Societat limitada unipersonal |
| Tecnològic | N/D | Societat limitada |
| Tecnològic | 3000 | Societat limitada |
| Activitats professionals, científiques i tècniques | N/D | Societat limitada |
| Comercial | N/D | Societat limitada |
| Publicitat | 3000 | Societat limitada unipersonal |
| Tecnològic | N/D | Societat civil |
| Serveis | 3000 | Societat limitada |
| Tecnològic | N/D | Societat limitada |