

Empresa i Municipi

Compendi de propostes que s'adrecen a les administracions públiques davant l'inici del nou període de mandat municipal, quan ens trobem immersos en una conjuntura de crisi econòmica i social sense precedents a la què cal fer front també des dels àmbits locals, a partir de la concertació entre els sectors públics i privats i de l'ús compartit i eficaç de tots els recursos disponibles.

Aquest document té el propòsit d'abordar, des de la visió empresarial, un seguit d'aspectes que formen part de la realitat social i econòmica dels nostres municipis i que, ara més que mai, haurien de ser considerats entre els de major prioritat; particularment tots aquells que tenen a veure amb la preservació de l'ocupació i la generació de nous llocs de treball.

Pel que fa als nostres mercats laborals, amb tancaments freqüents o amb interrupcions de l'activitat en tota mena de centres de cotització, són les empreses les que poden assumir l'exercici de regeneració de la demanda. Per tal de propiciar aquest restabliment és ineludible afavorir la continuïtat de les activitats ja existents i promoure la consolidació de noves iniciatives.

Aquest entorn favorable per a l'activitat empresarial depèn d'un marc normatiu adequat i d'un seguit d'incentius establerts per les administracions estatal i autonòmica, però també hi poden ajudar de manera molt decisòria les disposicions promogudes per les administracions locals, atesa la seva proximitat i atès el seu particular coneixement del territori.

El paper de les municipalitats, doncs, esdevé rellevant si volem confegir el mapa d'activitats i vitalitzar les economies locals, a partir dels factors de competitivitat, dels actius i atractius ja existents i des d'una rigorosa planificació estratègica que marqui el calendari de la recuperació econòmica del territori.

Al costat dels governs locals, els agents socials i econòmics han d'assumir el seu compromís. Ara es fa necessària la seva participació de manera solidària i corresponsable, tot contribuint a l'arquitectura d'un paisatge idoni per a les activitats productives i de prestació de serveis i tot compassant, alhora, la posada en marxa d'actuacions dinamitzadores de relacions, intercanvis i coneixements.

Les urgències a l'hora de trobar solucions a curt termini no han de suplir la necessària planificació estratègica. Convé definir els reptes a mitjà i llarg termini, cal marcar directrius i prioritzar actuacions i sobretot cal posar un calendari d'implementació per a totes i cadascuna de les accions; d'aquesta manera se'n podria fer una revisió periòdica.

Les propostes que s'exposen en els propers paràgrafs s'han agrupat en els corresponents marcs relacionals o bé amb les respectives parcel·les de competència amb el propòsit de fer més llegible i entenedor el document.

Per endavant, l'ADEG vol remarcar que el seu propòsit no és altre que suggerir determinades actuacions i mostrar-se a disposició, oferir-se!, per tot i per a tot allò que tingui a veure amb el progrés econòmic i la generació d'oportunitats per a les persones i per a les empreses dels nostres municipis. En tot moment, l'Associació sotmet cadascuna de les propostes al respecte i la consideració que mereixen els professionals i els responsables polítics de les nostres administracions més properes per als quals reitera la seva total col·laboració.

SÍNTESI DEL DOCUMENT

Factors de competitivitat en el municipi

Identificar i potenciar els factors de competitivitat

La cultura emprenedora

Promoure la pedagogia de les actituds i l'esperit emprenedors

Estimular el talent creatiu i emprenedor, des de les primeres edats escolars

Divulgar les actituds emprenedores entre els estudiants de secundària i de batxillerat

Treballar l'emprenedoria entre els alumnes dels cicles formatius i universitaris

Suport a la iniciativa empresarial

Afavorir l'atenció, l'assessorament i l'acompanyament als iniciadors d'activitat

Concertar actuacions i compartir recursos entre la municipalitat i l'empresariat

Disposar espais operatius francs per a l'exercici de noves iniciatives emprenedores

Orientar el model clàssic de viver a les activitats manufactureres o d'oficis manuals

Adequar equipaments municipals per a la concentració de noves activitats empresarials

Facilitar l'adopció de nous recursos tecnològics per part dels ciutadans i les empreses

Donar suport i incentivar les indústries culturals, audiovisuals i vinculades a la creativitat

Participar les administracions locals en la difusió de models alternatius de finançament

Ajudar a la creació de grups d'inversors locals

Dotar les ordenances municipals d'estímuls i incentius a la creació d'empresa

Estimular la preservació i la generació d'ocupació des de les mateixes ordenances fiscals

Procurar la gestió diligent dels tràmits d'obertura d'activitat així com l'agilitat dels expedients

Integrar els procediments administratius per tal de reduir els temps de resposta

Obrir un punt d'atenció especialitzat i un espai web amb la informació d'interès per a l'empresa

Establir un pont d'informació entre els departaments públics i les organitzacions empresarials

Suport a les activitats empresarials ja existents

Treballar per a la gestació d'entorns favorables i competitiu per a l'activitat

Perseverar en la consecució de xarxes de comunicació avançades

Insistir en la millora de la mobilitat i la potenciació dels transports públics

Garantir la fiabilitat i la suficiència dels subministraments energètics i de l'abastament d'aigua

Procurar la disponibilitat "sensata" de sòl i sostre per a les activitats industrials i comercials

Exposar l'oferta de sòl i sostre existent -pública i privada-, amb els seus preus de referència

Lluitar contra l'intrusisme i la concurrència per part d'activitats no declarades

Assegurar que els controls de la inspecció a les activitats siguin iguals per a tothom

Dotar l'acció inspectora d'una raonable tolerància i facilitar l'aplicació de mesures correctores

Vigilar el compliment estricte de les normatives d'horaris comercials

La capacitat i qualificació de les persones

Pal·liar els déficits de la formació professional mitjançant programes propis o mancomunats

Activar els centres públics de formació ocupacional amb fonts de finançament alternatives

Suport als productes de casa

Promocionar els productes autòctons i, en general, els productes fets al territori

Les relacions entre l'administració local i les empreses

Revisar els criteris d'aplicació de les taxes per la prestació de serveis
Atendre els compromisos de pagament amb els proveïdors de manera rigorosa
Congelar el pagament dels tributs que els correspondria pagar a les empreses creditors
Prioritzar les empreses de l'entorn a l'hora de contractar o adquirir productes i serveis
Promoure l'agrupació temporal d'empreses per tal que puguin optar a contractes públics
Evitar l'exercici d'activitats d'oferta que suposin un monopoli o un greuge competitiu
Evitar la duplictat de funcions entre les administracions i les organitzacions empresarials

El síndic d'empresa

Crear una figura de mediador entre l'administració local i les empreses: el síndic d'empresa

La cohesió econòmica del territori

Coordinar les polítiques de desenvolupament econòmic entre les administracions locals
Suport a la creació d'oficines gestores i promotores del desenvolupament econòmic comarcal
Desenvolupar actuacions de concertació i complementarietat amb les administracions veïnes

Planificar la promoció econòmica

Promoure la concertació entre les mateixes administracions locals
Promoure la concertació entre les administracions locals i els agents socials i econòmics
Disseny d'estratègies de desenvolupament econòmic basat en realitats i en potencialitats reals
Planificació estratègica amb actuacions tangibles, mesurables i susceptibles de ser revisades
Periodificació de directrius estratègiques emmarcades en terminis d'execució o compliment

La internacionalització i la cooperació

Posicionar el territori en la geografia de la globalitat i promoure relacions internacionals
Cooperar amb d'altres municipis i d'altres comarques per a l'assoliment de nous mercats
Vincular els municipis de l'Alt Penedès i el Garraf a la marca "Costa de Barcelona"
Reforçar la participació del Baix Penedès en la denominació turística "Costa Daurada"
Dimensionar i exportar la marca "Penedès" com a segell de garantia vinculat al territori
Apostar per la regió euromediterrània i fer-ne ús per a un millor posicionament internacional
Treure rendiment econòmic i empresarial dels agermanaments amb ciutats d'arreu del món

ARGUMENTARI

Factors de competitivitat en el municipi

El municipi sempre pot ser més competitiu i alhora més atractiu, tant per a la convivència de les persones com per a la consolidació de les activitats empresarials.

Els indicadors de competitivitat tenen en compte els transports públics i la mobilitat, els traçats i les connexions viàries, la connectivitat per banda ampla i l'accés fiable a les xarxes, la qualitat en l'abastament d'aigua, la potencialitat dels subministraments energètics, la gestió de residus, l'accés dels ciutadans a la formació, el nivell de qualificació del capital humà, les condicions de seguretat, la suficiència de l'oferta sanitària i assistencial, el dinamisme comercial i la vitalitat del teixit empresarial.

A més, la inserció en la gran àrea metropolitana de Barcelona és un condicionant que només podem interpretar en clau d'oportunitats i avantatges, de la mateixa manera que la proximitat a un aeroport amb connexions internacionals. I cal treure'n major profit. Com també cal posar en valor l'extraordinària posició geogràfica, que ens fa més propers i més accessibles per a la internacionalització de les activitats i per a la importació dels nostres actius. També la bonança climatològica és un factor d'atracció prou determinant.

La qualitat i la solvència d'aquests indicadors de competitivitat depenen –gairebé tots- de la decisió política i de les actuacions consegüents per part de la municipalitat. Es pot actuar i cal actuar en cadascun d'aquests factors; o bé, cal influir i exercir la necessària pressió per obtenir-ne una major disposició per part de les administracions que en tinguin competència.

La cultura emprenedora

D'altres aspectes que incideixen en la dinamització d'un territori tenen a veure amb el seu passat i la seva idiosincràsia. El talent emprenedor és una de les conseqüències d'aquesta genètica, a voltes propícia i d'altres adversa. Però també s'hi pot actuar en la pedagogia de les actituds i l'esperit emprenedors, encara que els resultats siguin a llarg termini.

A diferents centres d'ensenyança primària, experiències recents pel que fa a la docència de l'actitud emprenedora han estat valorades com a molt satisfactòries per part dels mestres i per part dels pares i les mares dels alumnes.

L'ADEG suggereix als municipis que adoptin aquest apèndix formatiu per tal d'estimular el talent creatiu i emprenedor, des de les primeres edats escolars.

D'una altra manera, amb mètodes més participatius i de simulació, resultaria clau la divulgació de les actituds emprenedores entre els estudiants de secundària i de batxillerat; amb major incidència entre els alumnes dels cicles formatius i universitaris.

De nou, l'ADEG s'ofereix a tots els ajuntaments i als centres de formació per a la impartició de sessions puntuals o de programes perioditzats -d'una manera contributiva i sense requeriments ni retribució d'honoraris- que tinguin com a objectiu la difusió dels hàbits de l'esforç, la cultura del risc i l'esperit emprenedor.

Suport a la iniciativa empresarial

L'atenció, l'assessorament i l'acompanyament als iniciadors d'activitat són exigibles tant més que es vulgui afavorir la consolidació dels nous projectes empresarials. La disposició, exclusiva o mancomunada, d'aquest servei d'orientació per part dels municipis cal considerar-la com a molt oportuna en un moment en què bona part dels ciutadans desocupats no troben altra alternativa que posar-se pel seu compte i obrir negoci.

L'ADEG exposa la necessitat de donar resposta als dubtes i a la incertesa per part dels iniciadors o emprenedors i reforça la seva disposició amb els ajuntaments i les entitats mancomunades per tal d'ajudar també en aquests propòsits. A més, des de l'Associació d'Empresaris es pot aconseguir la integració de les noves iniciatives en relació amb els mercats més propers, tot afavorint un millor posicionament i facilitant l'establiment de contactes i relacions comercials. En aquest punt, es pretéxia notablement la concertació d'actuacions i la compartició de recursos entre la municipalitat i l'empresariat.

En un altre aspecte, una de les carències amb què es troben els iniciadors d'activitat és la d'un espai operatiu per a les primeres passes del negoci. En alguns casos, la mateixa municipalitat és propietària o promotora d'immobles -ara ociosos o sense activitat- que poden ser objecte de convenis de cessió als iniciadors, amb determinades condicions pel que fa a la temporalitat i els objectius a assolir a curt i mitjà termini. Aquesta pràctica quedaria sotmesa a l'existència d'un comitè d'avaluació que validaria la viabilitat i l'oportunitat dels plans d'empresa; aquest comitè podria ser de composició mixta, amb representants de l'administració local i experts del sector privat.

També els promotors privats podrien tenir interès en participar d'aquests convenis de cessió i, per tant, caldria convidar-los a participar d'aquest propòsit.

En un altre sentit, l'adequació d'equipaments municipals per a la concentració de noves activitats, en modalitat de viver d'empresa o en modalitat *cowork*, cal plantejar-la objectivament en relació amb el retorn que se'n pugui obtenir. Cal procurar que en aquests centres i a través d'aquests recursos s'aconsegueixi una germinació d'iniciatives que esdevinguin contributives laboralment i fiscalment o bé que afegixin valors de novetat a l'entorn.

Particularment, l'ADEG advoca per una revisió actualitzada dels models de vivers d'empresa, bona part dels quals han quedat obsolets i de difícil justificació. Per contra, en el cas de les empreses de serveis, els models de planters virtuals no exigeixen la dedicació de gaire recursos i donen la mateixa possibilitat d'interrelació, assessorament i acompanyament.

Des de l'ADEG es donarà el màxim suport a aquelles actuacions promogudes per les administracions locals que tinguin com a objectiu afavorir l'adopció de nous recursos tecnològics per part dels ciutadans i les empreses. Encara més, cal prendre com a referent les noves tecnologies com a motor de noves activitats empresarials de valor afegit i com a nínxols d'ocupació per a treballadors qualificats. De la mateixa manera, cal afavorir i incentivar les indústries culturals, audiovisuals i totes aquelles activitats vinculades a la creativitat i la producció artística.

El model tradicional de viver d'empresa sí que manté la seva vigència en el cas de les empreses que requereixen un espai d'obra o taller per al desenvolupament de la seva activitat. L'ADEG considera que són aquestes activitats a les que cal dotar d'espais de creixement en el seu primer cicle.

Encara un altre dèficit per als iniciadors i emprenedors, com és el finançament necessari per a la posada en marxa de noves iniciatives. En aquest punt, es proposa la participació de les administracions locals en la difusió de models alternatius de finançament i en el suport a la creació de grups d'inversors locals, iniciatives en les que des de l'ADEG s'està treballant per tal de posar-les a disposició dels iniciadors i per a les que seria de màxima utilitat la implicació dels consistoris.

Pel que fa a les ordenances fiscals dels municipis, aquestes han de contenir estímuls i incentius a la creació d'empresa, com també a la preservació i la generació d'ocupació. L'exempció de determinades figures impositives i la bonificació de les taxes que s'apliquen en funció de l'activitat són dues disposicions que mostren el compromís i la intenció dels respectius ajuntaments.

En un altre ordre, els consistoris han de procurar la gestió diligent dels tràmits d'obertura d'activitat així com l'agilitat dels expedients de sol·licitud que tinguin a veure amb l'exercici empresarial. Més que una finestra única, es demana la integració dels procediments administratius per tal de reduir els temps de resposta i les corresponents resolucions. Aquest objectiu quedaria resolt amb un punt d'atenció especialitzat i amb l'obertura d'una finestra internètica que oferís tota la informació d'interès per a l'empresa.

Com a assignatura afegida, entre les organitzacions empresarials i els departaments públics que tracten i coneixen les noves iniciatives empresarials s'ha d'establir un transvasament d'informació continuada. D'aquesta manera es procuraria la integració de projectes i es podria animar l'associació o cooperació entre dos o més iniciadors i, fins i tot, entre nous emprenedors i activitats empresarials ja existents que requerissin l'entrada de capital humà amb determinades capacitats o actituds. Com també, des de les organitzacions empresarials es podrien ajudar determinades iniciatives tot promocionant-les en els circuits de capital risc; en aquest cas, dotant al projecte del finançament necessari per al seu desenvolupament. Fruit d'aquestes integracions s'obtindrien projectes empresarials amb major navegabilitat i amb certes garanties de consolidació.

El mateix pont d'integració construït per a la detecció de projectes, bé per a la seva fusió amb d'altres o bé per a facilitar el finançament, pot tenir un segon pretext també prou interessant, com ho és la prospecció de talent emprenedor. De nou, la figura de la integració ens ofereix una altra possibilitat: relacionar les actituds emprenedores amb idees de negoci, i unes i altres amb les fonts de finançament.

Suport a les activitats empresarials ja existents

Preservar l'ocupació existent i multiplicar les condicions per generar nova ocupació passen per actuacions centrades en les activitats empresarials ja existents. Les empreses grans, les pimes, les micro-pimes i també els autònoms són, cada figura en la seva proporció, les palanques principals que poden activar la demanda en el mercat de treball.

Tot i patir les limitacions d'un marc normatiu molt discutible pel que fa a la contractació i l'estabilitat de les relacions laborals -qüestions alienes a les administracions territorials-, aquestes condicions són les mateixes per a totes les empreses de l'estat espanyol. En aquest sentit, les municipalitats no tenen atribució normativa però tenen la facultat de posar les coses més fàcils i estimular amb mesures alternatives o paliatives el moviment positiu dels respectius mercats de treball.

La política de gestos -també necessària- ha d'anar acompanyada per actuacions concretes, per compromisos fermes. No és qüestió de subvencionar -tampoc no hi ha diners per fer-ho- sinó d'afavorir entorns favorables i competitius. Aquesta ha de ser la funció de l'administració local si vol regenerar el teixit productiu i, per tant, contributiu.

Com ho pot fer? Cal perseverar en la consecució de xarxes de comunicació avançades, que arribin a tots els nuclis i a totes les perifèries de la població. S'ha de plantejar la infraestructura de telecomunicacions dins del planejament de les noves urbanitzacions així com en les re-urbanitzacions dels polígons i de trama urbana. Cal insistir en la millora de la mobilitat, tant en els centres comercials com en els polígons industrials, amb la disposició d'un transport públic eficient, una senyalització adequada i unes condicions idònies per al transport de mercaderies i per a les activitats de càrrega i descàrrega. Cal garantir la fiabilitat i la suficiència dels subministraments energètics així com la qualitat i l'abastament de l'aigua.

I encara ens queda un altre condicionant clau com és la disponibilitat "sensata" de sòl i sostre per a les activitats industrials i comercials. Des de la gestió municipal s'hi pot incidir amb una política informativa de l'oferta existent -la dels promotors públics i la dels promotors privats-, de manera exhaustiva, actualitzada i amb la deguda exposició dels preus de referència; d'aquesta manera, s'aconseguiria una certa plataforma en què convergís l'oferta, a l'abast de qualsevol inversor potencial i accessible per als cercadors d'escenaris competitius.

Afavorir les activitats empresarials del municipi també exigeix protegir-les de l'intrusisme i de la competència per part d'activitats clandestines, subversives o simplement no declarades. D'una banda, es demana major rigor a l'hora d'impedir el comerç il·legal a la mateixa via pública; d'una altra, es demana que els controls de la inspecció a les activitats sigui igual per a tothom i que no es cometin greuges comparatius a l'hora d'exigir determinats complimentes. En aquest sentit, també cal suggerir l'exercici d'una acció inspectora exhaustiva però alhora raonablement tolerant i facilitadora pel que fa a les condicions i els terminis d'aplicació de les mesures correctores quan siguin preceptives.

Té relació amb el paràgraf anterior la vigilància estricta del compliment de la normativa dels horaris comercials, de manera igual per a tothom i sense excepcions. En aquest aspecte, convé una major cohesió en els criteris d'aplicació dels horaris comercials per part dels municipis d'una mateixa demarcació, tot evitant greuges comparatius que afecten determinats establiments comercials pel fet d'estar ubicats en un municipi més restrictiu en relació amb el poble del costat.

Aquests i d'altres factors infraestructurals i d'operativitat han de ser acaronats per cadascun dels ajuntaments, perquè això ajudarà a la continuïtat de les empreses ja existents i alhora addicionarà majors atractius per a iniciatives provinents de fora.

El principi d'atracció del territori -la seva capacitat d'atreure inversions i talent- té el precedent ineludible en la seva capacitat de retenir el capital humà, les idees i les iniciatives. La primera qualitat no s'esdevindrà mai sense la segona.

La capacitat i qualificació de les persones

En un altre aspecte, l'empresa necessita contractar perfils laborals que la facin més competitiva; i això vol dir, persones capacitades i qualificades, amb aptituds, amb competències i amb habilitats. També en aquest punt la municipalitat hi pot jugar molt favorablement tot procurant pal·liar els dèficits de la formació professional i de reciclatge mitjançant programes propis o mancomunats amb altres municipis o concertats amb els agents privats. De nou, l'ADEG ofereix el seu bagatge de més de vint anys dedicats a la formació contínua i el posa a disposició de les regidories corresponents, amb les què es podrien dissenyar programes específics a les necessitats palesades en cada cas.

Pel que fa als centres de formació ocupacional, la seva dependència de les subvencions provinents de la Generalitat provoca avui dia -tot just quan més es necessiten- una certa inactivitat i, com a conseqüència, sovint els equipaments i els recursos associats es troben en situació ociosa, molt per sota de la seva capacitat operativa. Convé dinamitzar aquests centres de capacitat a partir de fonts de finançament alternatives, com ho poden ser la via del patrocini o l'establiment de convenis amb professors i experts col·laboradors. L'ADEG es posa a total disposició per col·laborar en aquestes alternatives per a la formació ocupacional.

Les relacions entre l'administració local i les empreses

Quan es parla de les seves relacions amb les respectives municipalitats, les empreses denuncien unes ordenances fiscals que semblen penalitzar l'activitat empresarial i uns processos de tramitació burocràtica que allarguen els expedients de sol·licitud de manera onerosa. L'alentiment de les tramitacions instades per les empreses pot derivar en el cessament de l'activitat i en la consegüent pèrdua d'ocupació, al temps que s'impedeix el desenvolupament d'un exercici comercial o de producció que podria generar aspectes contributius a la mateixa hisenda municipal.

Quant a l'aplicació de les taxes derivades de la prestació de serveis, s'ha de fer un esforç per racionalitzar els criteris d'aplicació dels barems i tenir en compte la tipologia d'activitats i no només els metratges o superfícies dels establiments. Aquest seria el cas de la taxa de residus que grava de manera desproporcionada a les empreses comercials dels sectors de l'automoció i mobiliari, només com a exemple.

I encara un clam cada vegada més reiterat, com és el fet que algunes administracions locals no atenen degudament -ni legalment- els compromisos de pagament amb els seus proveïdors. L'ADEG demana als ajuntaments i als consells comarcals que tenen dificultat en satisfer les factures als seus proveïdors que assumeixin el compromís de pagament de manera rigorosa, amb la determinació de la data de pagament i, en l'endemig, amb la congelació de les taxes i tributs que els correspondria pagar a les empreses creditors.

Com a clients o consumidors les administracions locals compleixen un paper rellevant, atès que en molts casos el mateix consistori és un dels compradors més importants del municipi, tant en la contractació de serveis com en l'adquisició de tota mena de productes i subministraments.

L'ADEG insisteix en que les empreses del territori, o bé de l'entorn més proper, siguin tingudes en compte a l'hora de seleccionar els proveïdors i que siguin degudament i puntualment informades quan s'obrin concursos públics per al proveïment de productes i serveis. Així, les administracions locals han d'adoptar de manera inexcusable el concepte de "km. 0" en les seves accions de compra i contractació.

En relació amb l'anterior paràgraf, cal propiciar les agrupacions temporals d'empreses del mateix territori per tal que de manera conjunta puguin tenir opcions pel que fa als concursos o concessions proposats per les administracions locals. Encara més, cal acompanyar-les en l'adquisició de les certificacions o qualificacions necessàries per aquests projectes.

En consideració adversa, les administracions públiques de proximitat haurien d'evitar l'exercici d'activitats d'oferta que suposin un monopoli o un greuge competitiu per a les empreses del mateix territori. Es coneixen casos concrets que podrien ser objecte d'exposició. Abans, l'ADEG demana una revisió de tota aquella casuística, ja implementada o en projecte, de la què se'n derivi una competència deslleial en contra de les empreses contribuents.

En el mateix cas, s'ha d'evitar la duplictat de funcions, i la competència, que a vegades es pot donar entre els serveis que presten l'administració i les organitzacions empresarials. Una concertació assenyada pot donar complementaritats i, per tant, una millora dels serveis a favor de l'usuari final.

Suport als productes *de casa*

Des de la municipalitat es pot fer molt més a l'hora d'afavorir l'economia de proximitat. La promoció dels productes autòctons i, en general, dels productes que es realitzen en el territori hauria de ser una de les branques d'actuació prioritària dels departaments de desenvolupament econòmic locals i comarcals.

La realització de campanyes al voltant d'un determinat producte o sector, l'organització de fires o esdeveniments centrats en una singularitat agropecuària o pesquera, l'obertura de botigues amb productes autòctons, l'estímul a la comercialització local de productes generats en el mateix territori, la disposició d'un catàleg permanent i actualitzat a Internet pel que fa als productes *de casa*..., aquestes són algunes de les actuacions que poden impulsar-se des dels ajuntaments, totes elles amb un retorn de la inversió molt directe i immediat.

El síndic d'empresa

Una aportació rellevant que aplanaria el camí de les relacions entre l'administració i l'empresa seria la figura d'un mediador: el síndic d'empresa. El perfil del síndic d'empresa -no remunerat- correspondria a una persona coneixedora dels sectors públic i privat, de reputació solvent, sense vinculació o afinitat política coneguda, amb experiència en negociació, capacitat de mediació i compromís amb la seva missió. Si fos el cas, l'ADEG podria proposar una o més candidatures per tal que fossin considerades, al marge de les sigles polítiques.

Entre les funcions del síndic destacaria la d'interlocutor entre l'empresa i la municipalitat en el cas de conflictes administratius o davant de determinades causes que poguessin afectar l'exercici de l'activitat empresarial. Tot i no ser una figura retribuïda, el síndic d'empresa gaudiria d'una consideració o reconeixement i les seves instàncies haurien de ser tingudes en consideració per part dels corresponents departaments de l'administració local. L'àmbit geogràfic d'actuació del síndic d'empresa podria correspondre al d'un municipi -sobretot en el cas de les capitals de comarca i d'altres poblacions amb teixit empresarial- o bé podria estendre's, totalment o parcialment, a la comarca. En aquest darrer cas, hauria de rebre el reconeixement unànim del Consell d'Alcaldes o bé del plenari del respectiu Consell Comarcal.

La cohesió econòmica del territori

Cal assumir que les adversitats i les contingències dels mercats no respecten la geografia administrativa dels municipis. Els problemes econòmics han deixat de ser locals; les solucions han de ser globals per necessitat.

La coordinació de les polítiques de desenvolupament econòmic és obligada si pretenem un territori competitiu i atractiu per a les inversions i per a l'exercici d'activitats empresarials. Les administracions locals d'una mateixa demarcació s'han de posar d'acord pel que fa a les estratègies econòmiques. Això no treu que cada municipalitat tingui les seves directrius pròpies, en tot cas hauran de ser coherents amb la planificació general del territori.

El paper de les agències de desenvolupament econòmic, o de qualsevol altre ens de coordinació comarcal o supracomarcal, esdevé idoni per liderar la dinamització de l'entorn, amb criteris polítics però també empresarials. La creació d'oficines gestores i promotores del desenvolupament econòmic del territori justifica l'adopció de professionals seleccionats per la seva vàlua curricular i per la seva experiència com a activadors de processos. Aquests ens dinamitzadors han d'operar amb criteris objectius, diagnòstics certes i actuacions periodificades i sotmeses a avaluació.

Les administracions locals han de participar a l'hora de debatre i consensuar la planificació estratègica del territori, així com enunciar les directrius majúscules. A partir d'aquesta convenció haurien de deixar treballar les oficines executores, a les què podrien fer un seguiment periòdic i freqüent pel que fa a la consecució dels objectius.

La concertació entre les administracions locals hauria d'estendre's a d'altres aspectes susceptibles de ser mancomunats; com ara les infraestructures de connectivitat, la gestió de la mobilitat i els transports públics, el tractament de residus, l'adquisició de determinats subministraments i aquells serveis que requereixen perfils de capacitació especialitzada per al seu tractament.

El Servei d'Iniciatives Econòmiques de la Mancomunitat Penedès Garraf és un bon exemple de l'adopció de les economies d'escala en l'àmbit de les administracions territorials. Tot just una de les qüestions en les què més s'ha avançat és en l'atenció i orientació als iniciadors d'activitat i en l'acompanyament als nous emprenedors, activitats en les què hi participa l'ADEG a través del programa ADEG Advising.

Planificar la promoció econòmica

Les estratègies de desenvolupament econòmic del territori han de basar-se en realitats ja existents i en potencialitats reals. Els municipis, tots ells i entre ells, han de participar d'una planificació conjunta, definida i consensuada, dissenyada a partir de les complementarietats existents. Alhora cada municipi ha de singularitzar la seva personalitat econòmica a partir d'esdeveniments, campanyes o actuacions diferenciades, tot generant avantatges comparatius, que també beneficiaran al conjunt.

En el disseny de la planificació cal implicar els agents socials i econòmics; i aquests han de ser responsables de fer participar les empreses, els professionals i, en general, totes aquelles persones que tinguin criteri i opinió sobre les qüestions a desenvolupar.

A l'hora de planificar, la concertació ha de ser horitzontal -amb la participació de les municipalitats- i transversal -amb la participació dels teixits empresarials i socioeconòmics. Tothom ha de sentir-se participant i artífex de la planificació. Aquesta tàctica és fonamental per a assolir els objectius. A aquest propòsit hi poden contribuir plataformes de participació i debat, com ara el Fòrum Econòmic i Social del Garraf (FESG) o el Consell Econòmic i Social de l'Alt Penedès (CESAP).

El pla estratègic del territori ha d'incloure compromisos de realització, periodificats en terminis concrets i amb imputació de totes i cadascuna de les actuacions a càrrec d'agents concrets. D'aquesta manera podrà ser avaluat de manera sistemàtica i serà objecte de revisió periòdica per qualsevol dels implicats. A més, ha de ser exposat de manera permanent mitjançant un espai web per tal que els ciutadans en tinguin accés i puguin fer-ne aportacions.

El fet de disposar d'una planificació oberta i sistemàtica de l'entorn és, per ell mateix, un factor competitiu que singularitza el territori i li afegix major atractiu per als inversors i els emprenedors.

La internacionalització i la cooperació

Una de les estratègies del territori cal centrar-la en l'establiment de relacions internacionals. Es suggereix la detecció d'entorns geogràfics de similars característiques, arreu del món, amb els què es puguin establir ponts de contactes per al coneixement i l'intercanvi entre les institucions, les empreses i la ciutadania en general (d'especial interès també per als centres universitaris i de formació professional). El fet de posicionar els territoris -les nostres comarques- en la geografia de la globalitat els farà més competitius i dotarà de majors oportunitats als nostres joves i als nostres emprenedors, també a les nostres empreses.

La cooperació amb d'altres municipis i d'altres comarques properes pot ser clau en l'assoliment de nous mercats i en un posicionament més estratègic. En aquest sentit, l'ADEG advoca per la vinculació de les comarques de l'Alt Penedès i el Garraf a la marca turística "Costa de Barcelona", al costat del Maresme i del Baix Llobregat; mentre que la comarca del Baix Penedès ha d'assumir major protagonisme en la denominació "Costa Daurada".

Alhora, la riquesa paisatgística i l'extraordinària qualitat dels productes agroalimentaris i d'altres manufactures han de ser els pilars de la projecció exterior de la marca "Penedès". Més enllà de la Denominació d'Origen vitivinícola, el segell "Penedès" ha de compendiar un catàleg de sensacions i emocions que ben bé es pot fer un lloc en els mercats internacionals.

Com a referència a curt i mitjà termini, el Penedès i el Garraf han de centrar els seus objectius en la regió euromediterrània; d'una banda, aprofitant l'imant de la capitalitat de Barcelona, i d'una altra, fent prospeccions en els països que coincideixen amb el nostre en la ribera de la Mediterrània.

Els protocols de *jumelage* existents entre alguns dels nostres municipis i d'altres viles del món han de tenir extensió, més enllà dels aspectes culturals i folklòrics, en l'àmbit econòmic i empresarial, com també en l'intercanvi d'estudiants en pràctiques. Fins i tot, en l'aspecte econòmic i amb l'objectiu de la internacionalització tenim bons pretextos a l'hora de promoure nous agermanaments amb altres territoris del globus. Hem d'aprofitar les relacions existents i generar-ne de noves per tal de guanyar referència i posicionament internacional.

01.07.11