

Presentació

Internacionalitzar-se per a ser competitius

JOSEP HUGUET | BIOSCA

L'impuls a la internacionalització dels serveis ha estat una dels prioritats que han focalitzat la tasca del Govern de Catalunya durant els darrers anys. En una societat que, com molt bé diu el professor Joan Ramon Cuadrado-Roura en l'article que obre aquest monogràfic de *Paradigmes*, hem de qualificar de servindustrial, la internacionalització dels serveis és consubstancial al mateix procés de globalització econòmica. De fet, bona part d'aquests serveis –com ara les noves tecnologies de la informació i la comunicació, la revolució del transport o molts dels serveis a les empreses– impulsen i fan possible aquesta globalització. Per tot plegat, ningú no dubta que la internacionalització i el comerç de serveis, en les seves diferents modalitats que també queden tipificades al monogràfic, augmentaran intensament als propers anys.

Les estadístiques de comerç exterior recullen només parcialment aquesta progressió dels intercanvis comercials, perquè la internacionalització dels serveis es canalitza en bona mesura a través de la inversió estrangera directa, que facilita la proximitat que requereix moltes vegades la prestació dels serveis.

Igualment, el caràcter bàsicament immaterial en què es recolza la prestació de molts serveis potser ha fet que la percepció inicial sigui que es tracta d'un sector amb una internacionalització limitada. A hores d'ara, aquesta percepció és cada cop menys exacta. Al llarg del monogràfic es recullen i s'analitzen els casos d'una quarantena a empreses catalanes que han emprès amb determinació i amb èxit el camí de la internacionalització. Trobem empreses i organitzacions –com ara les universitats– de totes les mides i de tots els àmbits dels serveis. Empreses d'una llarga trajectòria internacional i d'altres que no fa gaire que han encetat el seu camí a l'exterior. I trobem també moltes recomanacions a partir de l'experiència de cadascuna i de les especificitats del sector i de la zona on

s'han implantat o on comercien. Aportar unes breus pinzellades d'una àmplia varietat de circumstàncies i de casos d'èxit ha estat un dels objectius més reeixits d'aquest monogràfic

Els autors d'aquest número de *Paradigmes* ens proveeixen d'un munt de raons perquè les empreses de serveis, tradicionalment vinculades al mercat local i regional, facin el salt cap a la internacionalització. Des de la necessitat d'abordar un nou repte per a forçar la pròpia organització cap a posicions incòmodes que permetin enfortir-la, fins a diversificar riscos i obtenir taxes més elevades de creixement. Des de rendibilitzar a l'exterior l'excel·lència assolida en l'àmbit domèstic fins a la necessitat d'acompanyar els clients en la seva projecció internacional passant per l'intercanvi de talent com a fórmula de progrés a casa i a fora.

El compromís del Govern de Catalunya amb la internacionalització dels serveis ha guanyat en intensitat i en eficàcia en els darrers anys. Quan es fa un repàs, com es recull al monogràfic, de les polítiques implementades en els darrers anys per a estimular aquesta internacionalització i ens comparem amb el que fan els nostres socis europeus, podem constatar que hem avançat força en el desenvolupament de programes específics per a les empreses de serveis, en l'adequació dels programes més generals a les necessitats particulars d'aquest tipus d'empreses i, en general, en l'eficiència d'aquestes polítiques de suport.

Unes polítiques de suport que cada vegada estimulen i han d'estimular més les aliances i els projectes conjunts, tant per a anar a concursos internacionals com per a fer implantacions a l'exterior. En un país d'empreses petites i mitjanes com el nostre, no pot ser que les dimensions siguin un obstacle insuperable per a sortir a l'exterior. I les aliances i els projectes conjunts són l'instrument més immediat i més adient per a superar aquesta limitació.

El compromís del Govern de Catalunya amb la internacionalització dels serveis ha guanyat en intensitat i en eficàcia en els darrers anys.

Les empreses catalanes, en general, i les empreses de serveis, en particular, cada cop són més conscients que el seu món és el món i que no poden limitar-se a l'entorn que els és més pròxim, sigui per tradició, per coneixement del mercat o per proximitat lingüística. Com es recull en un dels articles, l'arquitecte Lluís Alonso recorda com, fa dos anys, només tres empreses del sector participaven en les delegacions comercials que organitza la Generalitat, i ara, afegeix, n'hi van trenta. L'actual conjuntura econòmica també impulsa a fer de la necessitat virtut, però l'expansió internacional no pot ser només un recurs puntual, sinó una aposta estructural.

Avui, moltes empreses ja es creen pensant directament en el mercat global, especialment si a través de les TIC poden posar els seus serveis a l'abast del món amb una facilitat fins fa poc impensable. L'aposta internacional també exigeix transformacions i millores internes en l'organització i en el funcionament de l'empresa. Des de l'assumpció de l'anglès i del multilingüisme en general com a eines de treball quotidianes, fins a la incorporació de persones procedents d'altres cultures i tradicions al nucli de l'organització, passant per la disposició a

expatriar-se per llargues temporades dels treballadors més qualificats de l'empresa.

La internacionalització, juntament amb la innovació, són elements clau de la competitivitat de l'economia catalana. Catalunya ha de treballar per a incrementar el nombre d'empreses exportadores i d'abast internacional. També, i molt principalment, en l'àmbit dels serveis. El mercat local és limitat. El mercat espanyol també i, com podem comprovar en els darrers mesos, inestable. En canvi, el mercat dels països industrialitzats és molt més ampli, tot i que també és madur i amb una competència molt dura. Als països emergents les oportunitats són més elevades i cal saber combinar-les amb el grau de risc i de complexitat assumibles, però amb l'íntima convicció que el futur no els pot obviar.

La informació, les reflexions i l'àmplia relació de bones pràctiques en l'àmbit de la internacionalització dels serveis que recull aquest monogràfic de *Paradigmes* confiem que contribueixin també a estimular que moltes altres empreses i organitzacions es decideixin a iniciar, o a intensificar, el seu procés d'internacionalització.



JOSEP HUGUET I BIOSCA

Conseller d'Innovació, Universitats i Empresa.