

# A l'empara de la internacionalització

## Editorial

**L'economia** espanyola mostra pocs signes de millora, però en molts països la recuperació econòmica ja és un fet. Les empreses que tenen els seus mercats al voltant del globus aviat se'n podran beneficiar

La situació econòmica del 2009, que segons els serveis d'estudis econòmics de les cambres catalanes s'estendrà a bona part del 2010, farà que les empreses catalanes hagin de basar part del seu creixement en la demanda internacional, cosa que implica fer un esforç addicional per plantejar alternatives de negoci a l'estranger. Des de les cambres s'ofereix, per a aquest nou any, una gran diversitat d'oportunitats d'un alt valor afegit destinades a totes les empreses, ja siguin grans, mitjanes o petites.

La gamma de serveis oferts comença per sensibilitzar i motivar les empreses per a la internacionalització, portar a terme la diagnosi de les possibilitats exportadores i, si és el cas, promoure la incorporació al programa Nex PIPE d'iniciació, del qual ja han disfrutat centenars d'empreses de Catalunya.

Per a les empreses ja consolidades en la internacionalització hi ha actuacions especialitzades per sectors, o dirigides a països als quals és difícil accedir sense un bon acompanyament però on es creu que les companyies podran tenir més possibilitats d'èxit. En aquest cas s'estructuren plans país, amb mesures que van des de la sensibilització i la formació fins a accions desenvolupades directament sobre el terreny.

Una forma subtil d'internacionalització de les empreses és la participació en accions de sub-

contractació, a través de les quals es posa en contacte responsables de procediments d'importants empreses de sectors com l'aeronàutica amb companyies, sovint pimes, que amb una alta especialització tecnològica poden subministrar diferents components sense haver de fer un gran esforç de comercialització.

El treball de les cambres també contempla algunes activitats relacionades amb la formació, la informació i l'assessorament, per les quals cada any passen milers d'empresaris.

Les cambres de comerç de Catalunya treballen de manera conjunta per poder acostar el màxim de serveis a les empreses catalanes i diversificar l'oferta d'ac-

cions promocionals. Qualsevol empresa catalana pot accedir a qualsevol acció de promoció dirigint-se a la seva cambra. Una vegada allà, serà atès per personal especialitzat i amb àmplia experiència a ajudar les empreses a internacionalitzar-se.

Totes aquestes activitats estan destinades, el 2010, a aconseguir que cap companyia catalana pugui perdre oportunitats de negoci a l'estranger, de manera que es pugui mantenir el que tant d'esforç ha costat, la presència d'empreses catalanes en els mercats externs.

Sigui com sigui el 2010, és necessari aprofitar qualsevol oportunitat de venda que es presenti i que sigui rendible a l'exterior.

## El secret és creure-hi

¿Com s'internacionalitzen les empreses al mateix temps que tenen el seu risc diversificat? Les accions simples són les que permeten competir globalment



FELIPE González

Avui dia, l'economia del nostre país continua immersa en una crisi global, l'activitat està sumida en una depressió de comandes i de dificultats financeres, i bloquejada per la càrrega de flexibilitat laboral. Aquest és el motiu pel qual acostumen a arribar propostes més o menys encertades que intenten buscar la manera de sortir de la crisi.

De totes aquestes propostes, jo em quedo amb una que veritablement funciona. Aquells que en el seu moment es van decidir a posar-la en marxa comencen a refer-se abans que aquelles empreses que no ho van fer. Parlo de la internacionalització: en l'actualitat, les empreses connectades als països que comencen a millorar la seva situació econòmica s'estan beneficiant d'una recuperació més ràpida.

Pot semblar molt fàcil dir a les empreses que s'internacionalitzin, i segurament moltes ja ho estan fent actualment. En aquest sentit, les cambres posem al seu abast els mitjans, l'assessorament i també les eines per poder facilitar el procés d'internacionalització, però... ¿hi ha algun secret que faci que per a uns sigui més

fàcil que per als altres? La resposta, segons el meu parer, queda clara: el secret és creure-hi.

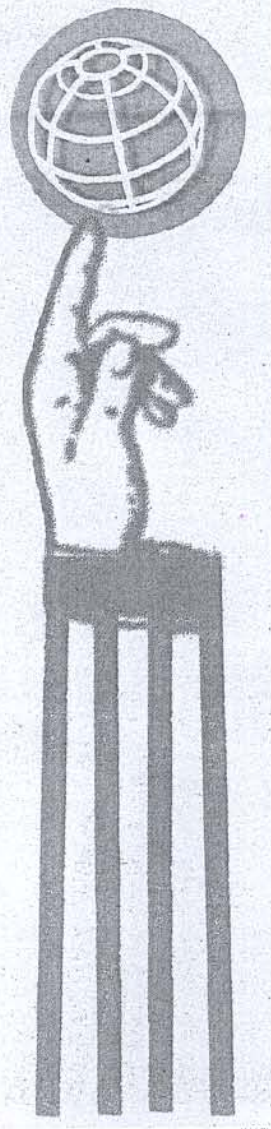
Fa exactament 30 anys vaig començar en el món del comerç exterior establint els primers contactes i visitant alguna fira, sempre començant pels llocs veïns; en el meu cas, París. Més tard les factures d'exportació, les dels clients, les de la duana i totes les altres tenien els seus corresponents *packing list*.

Ara, tot resulta més senzill. S'ha simplificat la burocràcia, i les noves tecnologies faciliten molt les tasques de comunicació, organització i logística.

Per tant, la resposta és creure-hi. Si creus en la teva empresa, en el teu producte i en el teu servei, et podràs internacionalitzar. Així sí, per sortir a l'exterior t'has de guanyar una imatge, i has de ser creïble i conseqüent. S'han de posar els mitjans, facilitar la comunicació amb el client, complir tots els requisits, ser rigorós i fiable, perquè aquestes qüestions tan simples són les que proporcionen la força per poder competir globalment.

El client és el mateix aquí que en qualsevol altra part del planeta. En definitiva, el que es valora a tot arreu és que l'empresa sigui oberta, compromesa i sobretot què estigui convençuda de si mateixa. ■

President de la comissió d'internacionalització de la Cambra de Comerç de Sabadell.



## Accions contra l'immobilisme

Alguns processos de deslocalització no són necessàriament condemnables, si són fruit de la maduració i d'una anàlisi detallada de la situació



ESMERAGDO Masias

En un context d'economia globalitzada, o de crisi generalitzada, no hi ha solucions a escala nacional que ens ajudin a poder encarar un futur incert. S'han d'abordar els reptes de les empreses i adoptar mètodes que s'estan generalitzant a tot el món, adaptant-los a cada realitat individual. Les empreses industrials en crisi poden optar per dues vies essencials: la redefinició de la seva activitat (la revisió de l'oferta, en funció dels canvis de tendència que pateix la demanda) i la implantació a l'exterior d'alguns processos productius. En determinats casos es produeix una combinació de diferents estratègies.

Les companyies de maquinària tèxtil ofereixen un exemple interessant de les oportunitats de la diversificació o del canvi d'activitat dins el mateix sector. La crisi del tèxtil ha castigat durament algunes empreses, que han optat per augmentar el llistó de la qualitat, mentre que altres han preferit canviar, diversificant l'activitat dins del mateix sector. L'immobilisme condueix a l'esclerosi. S'ha de premiar l'atreviment, la innovació, el talent; la cul-

tura de l'esforç i el treball, que es troba en l'origen de qualsevol empresa líder.

També estem avançant en la visió positiva de la implantació de les empreses a l'exterior. Els processos de deslocalització –que en molts sectors són indispensables si no es volen deixar enfonsar pels competidors– no són necessàriament condemnables, i poden contribuir a generar riquesa tant a casa com a l'exterior. La deslocalització ha de ser fruit de la maduració, i exigeix una anàlisi detallada de tots els factors, si el que es vol és poder evitar els fracassos. Es poden traslladar a l'estranger aquells processos que necessiten molta mà d'obra i manteni al país tots els processos d'innovació i recerca.

Aquest procés d'implantació s'ha de fer d'acord amb els conceptes de la denominada responsabilitat social corporativa, protegint els drets dels treballadors i respectant el medi ambient, perquè hi ha una manera responsable i rendible de produir als països emergents. D'altra banda, aquesta implantació permet la prosperitat dels països en vies de desenvolupament, la creació d'empreses locals i també el sorgiment d'una classe mitjana que esdevingu un motor de l'economia i fomenti el consum intern. ■

President de la comissió d'internacionalització de la Cambra de Comerç de Girona.