

Els components de la competitivitat: Mirant el 92

Antoni Subirà^(*)

Jo he de fer unes observacions abans de començar el tema, de sinceritat i, en el fons, d'humilitat. Ara fa uns moments estàvem conversant abans d'entrar, i jo li deia al meu bon amic Tura, mataroní com jo, li deia: «És que penses venir a escoltar-me?». I m'ha dit «Sí». I llavors li he demanat «Escoltar, tu, que ets físic, aniries a escoltar una conferència sobre física que la donés un que no és físic?». I amb molta sinceritat m'ha dit «No». «Doncs ara aniràs a escoltar una conferència sobre temes econòmics donada per un que no és economista». Perquè és veritat, no en sóc.

Jo tinc un gran respecte per les ciències, i considero i crec que l'economia ho és, una ciència. I tinc un gran respecte per la gent que ha estat sotmesa per la disciplina acadèmica d'absorbir no solament coneixements, sinó aquella estructura mental que les ciències confereixen als que les practiquen i als que les estudien. De fet, a un enginyer que no li hagin regalat el títol, normalment no els regalen, no cometrà mai l'error que en canvi cometen altres ciutadans, i tenen tot el dret de cometre, de confondre els quilovolts amb els quilovats. I els aficionats, perquè l'economia té aficionats, opinen sobre si la pesseta està alta o baixa, i sobre si el tipus d'interès hauria de ser aquest o aquell, els aficionats opinen sobre economia i parlen sobre economia, parlem sobre economia, moltes vegades sense tenir, no coneixements, perquè coneixements concrets se'n poden adquirir més fàcilment, sinó aquella estructura mental, aquella configuració del pensament que dóna el treball acadèmic, i que fa que un metge es conegui d'una hora lluny, que un físic tingui una estructura mental ben definida, i que un economista tingui una estructura mental determinada, i que un enginyer sigui molt identificable.

Si vostès em permeten... això no ho tenia previst... Els explicaré un petit acudit que aclareix molt bé el que acabo de dir. Es posa un problema a tres estudiants. I el problema és «2x2». I l'estudiant d'enginyeria agafa ràpidament la taula de logaritmes, busca, fa les seves operacions aritmètiques i al cap d'uns segons diu «3,9987». El mateix problema el donen a un estudiant de física. I l'estudiant de física, al cap d'unes hores d'elucubrar, diu: «El resultat està acotat entre 3 i 5». I se li dóna el mateix problema a l'estudiant de matemàtiques, després d'una nit d'insomni, diu el resultat existeix i és únic.

De fet, això és un petit acudit però que configura bastant bé l'estructura mental de les diferents professions. I per la via de la broma, de vegades s'entenen bé les coses. Per tant, jo, de debò, els asseguro que avui agafó la paraula aquí amb un gran sentit d'humilitat. De fet, jo establia abans, i potser una mica pejorativament, la dicotomia «economistes versus aficionats». Potser no és això, potser seria més correcte dir economistes versus practicants de l'economia, perquè és evident que hi ha molta gent, molts ciutadans que no tenen una formació en la ciència econòmica i que han d'actuar en el món econòmic. I això passa no només als que es troben en la situació en què em trobo jo mateix, i sobretot els passa a uns agents econòmics importantíssims, que són els empresaris. Per tant, aquesta és la meua situació avui aquí. Intentaré, doncs, agafar el punt de vista del practicant. Els faré una altra confessió

^(*) Conseller d'Indústria i Energia de la Generalitat de Catalunya

-què més voldria... però no ho faig, perquè no puc- jo no practico la política monetària. És a dir, no prenc decisions sobre política monetària. Per tant, no la practico. Ni la política fiscal, ni practico, per exemple, la conclusió d'acords internacionals, d'acords d'aquests que fan que després tinguis un problema més gros o més petit amb les avellanes. És a dir que hi ha tota una sèrie de coses que si per l'atzar m'hagués tocat haver-les de practicar, potser en podria parlar amb aquest coneixement pràctic, no amb el coneixement de l'estructura mental teòrica, sinó amb el coneixement de la pràctica.

Una altra alternativa, davant d'una conferència d'aquesta naturalesa, hauria estat, malgrat no practicar aquestes decisions econòmiques, donar opinions... opinions sobre aquestes coses. I això es pot fer, i es pot fer amb sentit comú i és valuós, però s'ha fet molt. I em va semblar que sentir unes quantes opinions més sobre la política monetària, la política fiscal i els tractats amb la Comunitat Europea tampoc era una cosa que afegís res substancial. Perquè com és lògic i natural jo hauria expressat unes opinions que serien essencialment coincidents amb les que alguns col·legues meus del Govern han expressat.

Una altra alternativa hagués estat dedicar-me a donar amb més o menys fortuna un quadre de variables estadístiques, que sempre, vostès saben més bé que ningú el que un il·lustríssim economista va dir sobre les possibilitats de mentir amb l'estadística, sempre les estadístiques es poden tenyir del color que es vulgui. Amb els quadres de la realitat, i l'estadística bona és un reflex de la realitat, passa això, els quadres que reflecteixen la realitat tenen clarobscur, i tenen tons blaus, bonics, i tenen tons foscos. I es pot emfasitzar una cosa o una altra. I vostès sortirien dient: «Doncs mira, el Conseller d'Indústria és pessimista», o, -seria fàcil, perquè jo de natural sóc optimista- sortirien dient: «El Conseller d'Indústria és optimista».

Ens hi podríem entretenir, ens ho podríem passar, potser, bé. Per exemple: jo em podria dedicar a elucubrar que, malgrat que hi ha una espècie d'ambient general de manca de confort en la situació econòmica, en canvi el consum d'energia elèctrica al primer quadrimestre de 1990, en relació amb el primer quadrimestre de l'any passat, a Catalunya ha augmentat un 4,9%, quan la mateixa xifra del primer quadrimestre de 1989, en relació amb l'anterior, va augmentar un 1,9%. I, en canvi, en el primer quadrimestre de l'any passat tothom deia: «Escolta, això marxa». I en canvi ara, la gent diu: «Escolta, no és que no marxi però hi ha incerteses». I en canvi la dada objectiva és la que els he dit, i aquesta és d'aquelles de comptador, és a dir, és comptable. És una de les estadístiques més segures, aquella que es dedueix de la lectura d'uns comptadors.

O bé, m'hagués pogut entretenir també amb el tema de l'ocupació. És clar, ens trobem amb unes coses molt curioses. No hi ha una incipient recessió? Però en canvi les estadístiques d'ocupació continuen éssent cada vegada més positives. Si no recordo malament, les últimes dades que es tenen donen, per al conjunt de Catalunya, una taxa d'atur que em sembla de l'11%, em puc equivocar d'un punt per sobre o un punt per sota, que donada la imprecisió d'aquestes estadístiques entra perfectament dins d'allò que se'n diu el soroll de fons. I a més a més tots hem convingut durant mesos i mesos que aquestes estadístiques de l'ocupació, l'atur en tot cas el sobreestimaven. I si estem sobreestimant l'atur en el conjunt de Catalunya, i diem l'11%, qualsevol em diria que lògicament estem bastant a prop d'allò que se'n diu plena ocupació, que sempre té un cert atur tècnic de gent que va amunt i avall, de gent que deixa la feina per veure si en troba una altra de més bona, o de gent que simplement està esperant a veure què fa.

Algunes d'aquestes dades d'atur són molt curioses. Per exemple, a les anomenades províncies de Girona i Lleida les xifres oficials d'atur no arriben al 7%. Donada aquesta sobreestimació que aquestes estadístiques normalment porten, es deduiria que s'està, en aquestes demarcacions, en una situació ben bé de plena ocupació. Llavors, algú em podria fer observar: «Vostè és massa optimista, perquè, a les comarques de Lleida el que passa és que hi ha un atur amagat que consisteix en que hi ha una mà d'obra, innecessària, ocupada a l'agricultura, i si l'agricultura s'explotés tal com s'ha d'explotar, llavors sobraria aquesta gent». I, efectivament, això ho noto des d'Indústria, perquè en el moment que una nova empresa industrial s'instal·la a les comarques de Lleida, troba personal. Vol dir que simplement marxa aquell personal de l'agricultura perquè té aquella oportunitat i va a la indústria.

Podríem, doncs, haver fet això, un recull d'estadístiques, i anar parlant d'aquestes coses i aquesta conferència podria haver estat fins i tot amena, i sobretot poc arriscada. Perquè et titllin al final de ser una mica optimista tampoc és tan greu. O que et titllin de ser una mica pessimista fins i tot pot ser bo. «... aquest Conseller és molt realista, toca molt de peus a terra...».

Hi ha coses curiosíssimes, de tota manera, que una interpretació a fons també té el seu interès. Per exemple, tots estem d'acord que la pesseta està massa alta, i que això dificulta molt les exportacions. Però en canvi les exportacions catalanes han crescut, en els primers quatre mesos d'aquest any, més,

lleugerament. molt lleugerament, més que els quatre primers mesos de l'any anterior respecte el seu predecessor. Com és això possible? Quan toques directament les qüestions i parles amb les empreses que fan l'exportació, et trobes amb una explicació molt curiosa i molt interessant. Et trobes que, des de fa uns quants anys, el gruix de les exportacions catalanes no es tracta d'exportacions esporàdiques, d'aquelles que es fan per col·locar una partida que té una bona recepció, o que hi ha un moment de preus favorables, i s'exporta, sinó que realment obeeixen a un intent seriós per part d'algunes empreses, potser no tantes com hauria de ser, però un intent seriós de penetrar en mercats, creant estructures comercials, situant-hi estocs per servir als clients. És a dir, fent allò que sí que cal fer per, de fet, posar un peu amb fermesa en un mercat exterior. I llavors, aquestes empreses, davant d'una situació en la qual els marges de l'exportació se'ls han reduït degut a la cotització de la pesseta, prefereixen aguantar encara que sigui amb un marge molt petit o quasi nul, i potser fins i tot alguna vegada negatiu, per tal de no perdre l'esforç que van fer, i continuant mantenint aquella posició esperant temps millors. Aquest és un fenomen interessant, la qual cosa vol dir que fins i tot una conferència, còmoda de fer i poc arriscada, basada en el comentari d'una informació estadística hàbilment escollida pot tenir el seu atractiu. Però em va semblar fruit d'aquest respecte que deia abans, a vostès i a la institució on som, que valia la pena córrer un risc, i el risc que valia la pena córrer és que realment rumiés unes quantes coses amb ànim de parlar amb vostès amb molta espontaneïtat, dient aquelles coses que, no d'un economista, però sí un que es troba practicant decisions econòmiques se li acudeixen quan pensa no amb un llibre a la mà sinó vivint la realitat, què pensa quan es posa a actuar sobre temes relacionats amb la competitivitat.

I llavors passa el següent fenomen: en lloc de posar el títol després de preparar les notes de la conferència, ho fas al revés: primer poses el títol, dius «parlaré d'això», després fas les notes i després surt el que surt. De manera que vostès jutjaran si el que surt correspon exactament al títol o no. Però, vaja, de totes maneres espero que la seva benevolença que encara que no s'hi correspongui exactament, no passi res.

La competitivitat

També parlant de competitivitat hi ha moltes possibles alternatives. N'hi ha una que consisteix a fer volar coloms, que és això de dir: «Farem el pacte de la competitivitat», i llavors fer uns anuncis per televisió que diguin: «Cal ser competitiu». Això, la veritat, fora d'alguna observació que faré al final sobre actituds de la gent, -i això pot influir una mica sobre actituds de la gent- és simplement una volada de coloms. En canvi, la competitivitat és un fenomen realment molt interessant. I vostès, que són de l'ofici, o la majoria de vostès, em corregiran si dic que la competitivitat és un dels fenòmens menys ben estudiats.

És un dels fenòmens menys ben estudiats perquè hi ha problemes greus de modelar-lo. Els models normalment són més factibles si intentes explicar l'equilibri. «Les condicions perquè es doni l'equilibri són aquestes, aquelles o les de més enllà». Però, és clar, el que passa amb la competitivitat és que és un fenomen essencialment dinàmic. És a dir, la competitivitat es basa precisament en trencar l'equilibri. Una situació d'equilibri -això els físics ho entendrien molt bé- seria aquella situació en la qual no hi pot haver transmissió de calor perquè totes les temperatures s'han igualat. És a dir, hi ha d'haver situacions de desequilibri perquè realment algú les pugui aprofitar i fer una passa endavant. La naturalesa dinàmica de la competitivitat és una cosa que, si hi ets pel mig, se't presenta amb tota claredat, i de fet et sents molt recomfortat quan un dia, repassant un llibre, llegeixes que això ho havia dit un home tan il·lustre com Schumpeter. El que passa és que havia passat de moda, però Schumpeter ho havia dit. També és veritat que quasi s'ha dit tot. O sigui que buscant bé pots trobar una cita erudita per donar suport a qualsevol cosa. Però, vaja, de tota manera, sempre dóna satisfacció trobar una cita erudita que confirma el que et sembla a tu. I, efectivament, Schumpeter ho havia dit, fa moltes dècades, que la competitivitat és un fenomen que és essencialment de desequilibri, i que per tant s'ha d'estudiar en situació de desequilibri i per tant és molt difícil d'estudiar.

Perquè a més a més passa una altra cosa, i és que les condicions generals d'una economia són iguals per a tots els ciutadans, persones físiques o jurídiques, empresaris, empreses, que es mouen en aquest entorn, i en canvi n'hi ha alguns que són capaços de trobar la manera de trencar aquella situació, que per tots més o menys és per l'estil, i fer un pas endavant i ser més competitiu. Vol dir que sí que hi ha coses que s'han de poder identificar, que hi ha elements concrets de competitivitat i que aquests elements concrets han de fer referència a les empreses. Perquè, potser el que diré ara és esbiaixat, però deixin-m'ho fer almenys com a instrument de fil argumental, em sembla que l'actor principal de la competitivitat són precisament les empreses. És a dir, em diran «oh, bé, d'acord, però hi poden haver unes condicions generals que afectin totes les empreses que els facin molt difícil ser competitives».

D'acord, però n'hi haurà una que ho serà més que les altres. Vol dir que hi ha quelcom que afecta, pertany o caracteritza aquella empresa que la fa més competitiva. Per tant, encara que sigui només des del punt de vista del fil argumental admetem que els actors fonamentals de la competitivitat són les empreses.

Les empreses han de ser competitives se suposa que aprofitant totes o algunes de les oportunitats que els dona el procés empresarial i a això m'hi referiré molt poc, perquè parlar amb un grau tant gran de generalitat de les empreses és enormement perillós. Però, malgrat tot, fem un esquema possible d'una empresa. L'esquema possible d'una empresa: és un ens que té un procés lineal i té unes activitats de suport. El procés lineal és: *aprovisionament, producció, venda, distribució, i relacions post-venda*. Aquests elements són més o menys importants segons l'empresa concreta, és a dir, hi pot haver una empresa en la qual les relacions post-venda no tinguin importància, per exemple, però en termes generals podríem dir que l'esquema és vàlid. Hi ha també unes activitats de suport, que són: *la creació del producte, el disseny i redisseny del producte, les activitats de marketing*, és a dir de fer-se conèixer, de tenir una imatge així o aixà; una activitat de suport importantíssima, que és *el finançament*. Hi ha una altra activitat, que és *la gestió dels recursos humans* i com es maneja el personal que es té, a tots els nivells, des de la mà d'obra menys qualificada fins al personal directiu més qualificat, etc. I llavors, si les activitats de les empreses són aquestes, la seva competitivitat ha de consistir en que *fa molt bé* o totes aquestes coses o algunes d'aquestes coses. I llavors, quan t'ho mires més t'adones, i això lliga amb la segona part del títol, «Mirant al 92», t'adones que en el món modern, a l'economia moderna, la competitivitat de les empreses *es juga en un terreny de joc que és necessàriament el terreny de joc internacional*.

Jo de vegades ho dic, quan parlo amb grups d'empresaris, si ve al cas, perquè a més a més em sembla que és un missatge bo de donar. L'entrenador d'aquell equip de futbol que digués que pensa guanyar la lliga a base de jugar només a l'àrea pròpia seria un molt mal entrenador. És a dir, el camp de joc d'un partit de futbol és tot el camp. Quin és el camp de joc rellevant per a les empreses, en el món modern i occidental, d'iniciativa privada? El camp de joc és un camp de joc mundial, per a algunes empreses això potser és exagerat. Però segur que és internacional. I segur que per a les empreses dels estats que el 92 s'integraran en aquest Mercat Únic, seguríssim que és el Mercat Únic. Només em puc imaginar casos molt especials i molt especialitzats que puguin realment ser competitives les empreses contemplant un trosset petit de tot aquest territori, de tot aquest mercat que se'ns obre. I això, que el camp de joc és mundial, és veritat en tots els aspectes d'aquells processos: l'aprovisionament, la producció, la venda... que dèiem fa un moment que són l'empresa.

Els explicaré un cas que il·lustra això que dic. Hi ha una empresa catalana, estrictament catalana, i l'he triada perquè és molt fàcil posar exemples de multinacionals, una empresa estrictament catalana que té un mercat absolutament mundial, que fa un producte altament tecnificat, fa una cosa que se'n diu sinteritzats. És a dir, és la metal·lúrgia de la pols. I aquesta empresa ha de vendre a tot el món perquè els seus clients són els fabricants de computadors i els fabricants de cotxes... és clar, ha de vendre a tot el món. Si digués «el mercat és la demarcació de Barcelona» doncs poca cosa faria. Això és obvi. Però a mi m'agrada il·lustrar amb aquest exemple un cas d'*aprovisionament* internacional. Aquesta empresa fabrica un tipus de peces que ells fan els primers passos de la producció, la primera sinterització, llavors, aquelles peces les envien al Japó. Al Japó tenen un subministrador que col·loca a aquelles peces dos elements de ceràmica altament tècnica. Perquè els ha anat a buscar al Japó? Per què és allà on els troba i els hi fan bé de preu. I aquella peça torna cap aquí, se li fa el mecanitzat final, i és expedida arreu del món a les diferents plantes de producció d'un gran fabricant de computadors. Aquest home, quan es va plantejar el procés de fabricació d'aquesta peça i el disseny d'aquesta peça, i servir a les necessitats d'un dels seus clients, no s'ho va plantejar amb una mentalitat local de «oh, escolta, el mercat és...». No, no. Per a l'aprovisionament va pensar en el món, per a les vendes ja hi havia pensat, però per a l'aprovisionament ell va contemplar el que hi havia disponible al món. I aquesta és una peça prou ben dissenyada i prou ben feta, i amb prou qualitat perquè aguantí... Vostès imaginin-se una peça que resisteix el cost de fabricació aquí, el cost de transport fins al Japó, la incorporació dels dos elements ceràmics, la tornada cap aquí, el mecanitzat final i l'expedició arreu del món. Vol dir que quan parlem d'allò de «És que hem de tenir empreses que tinguin uns productes amb un alt valor afegit». Aquest en deu ser un. Per tant, a tots els processos, en el procés d'aprovisionament, en el procés de producció diu «saps què està passant ara? Està passant que alguns confeccionistes posen plantes als països del Magreb». Doncs molt bé. Si la manera de sobreviure i de tirar endavant els nostres confeccionistes és que posin plantes al Magreb, que posin plantes al Magreb, mentre els centres de decisió siguin aquí. Algú deia els centres de decisió i els centres de disseny. «Home, els centres de disseny, miri, sap què?»

És que jo fabrico el Magreb, però a més a més em faig dissenyar per un italià, i a més a més alguna vegada contracto algun dissenyador francès per a les peces de no sé qué». Doncs, escolti'm, no passa res. No passa res perquè, en el fons, he de dir que l'empresa és d'allà on hi ha els centres de decisió.

Per tant, el terreny de joc de la competitivitat és el terreny mundial i, almenys, amb tota la certesa el del Mercat Comú, i a més a més l'empresari que no s'ho miri en aquest àmbit, i que no procuri ser competitiu en tots i cada dels processos, o almenys en els més importants processos de la seva empresa, no és competitiu. I la competitivitat d'un país és la competitivitat de les seves empreses.

En això podem aprofundir més. Jo intentaré fer-ho. No cal dir, per exemple, la importància d'una visió clara d'un dels supòsits, d'un dels *elements de suport* a les empreses en el terreny de la competitivitat, el financer. Si és veritat que les empreses han de ser competitives a nivell internacional, perquè si es limiten i tanquen en el seu mercat deixen de ser-ho al cap de poc temps. I que per tant han de sortir. Han de tenir una situació financera adequada. En aquests moments ens estem trobant amb casos d'empreses, que són competitives inicialment, que es llencen a una expansió internacional perquè són competitives, perquè tenen producte, perquè tenen disseny, perquè tenen un preu bo, i que en canvi s'enfonsen en el moment que fan aquesta sortida a l'exterior. Tampoc són moltes, però els passa això, perquè s'han descuidat d'aquella cosa tan senzilla que diu que si tu vens 10 a l'any, i cobres a 90 dies, has de poder finançar un compte de clients de 2,5; i que simplement no han comptat que l'augment de vendes provocat per aquella sortida a l'exterior necessita el finançament del circulant fent aquell compte de la vella tan senzill que diu: «Estoc a finançar més clients a finançar menys proveïdors normals és una necessitat de finançament tan estable com la que has d'invertir en maquinària». Perquè és ben clar que el fons de maniobra definit tal com acabo de fer requereix un finançament estable i no a curt termini.

Però ara m'agradaria abandonar les consideracions sobre les empreses per durant els pròxims minuts intentar esbrinar quins són els elements que fan que un país sigui la base, sigui el lloc, sigui la seu d'empreses competitives. O, dit d'una altra manera: quines característiques d'un país fomenten la competitivitat de les seves empreses. O, si vostès volen, encara dit d'una altra manera: quines accions pot fer el govern d'un país per a promoure la competitivitat de les seves empreses? Perquè, si arribem a identificar quines són les característiques d'un país que fa que les seves empreses siguin competitives, és clar, fent accions que promoguin allò aconseguirem que les empreses siguin més competitives. I ara estic arribant al nucli del que jo volia dir, que a la millor és decebedor, no ho sé. Però essencialment el que a mi m'agradaria és esbrinar això, i faré aquesta reflexió en veu alta amb vostès: quines coses, quines característiques d'un país fan que les seves empreses siguin més competitives? De la qual cosa es podria deduir amb certa facilitat quines serien les accions que hauria de fer el poder públic d'aquell país per a fomentar això.

Per mi, es poden classificar en quatre grups els elements que fan que un país fomenti la competitivitat, que un país sigui un terreny abonat perquè les seves empreses siguin competitives. I em sembla que són: els *factors de producció*, que a mi m'agradaria més dir-ne *factors de competitivitat*, per un altre cantó, les *característiques de la demanda interna*, en tercer lloc, el *teixit industrial domèstic*, i en quart lloc, l'*estratègia de les empreses*, la seva estructura i un concepte que jo en dic *rivalitat* i que intentaré explicar més endavant.

Factors de competitivitat

Quan dic factors de producció vull fugir intencionadament d'aquella concepció més clàssica que diu que els factors són la mà d'obra, la terra conreable, els recursos naturals i el capital, l'estoc de capital. En vull fugir perquè em sembla que és insuficient i cal entrar amb més detall, en aquestes coses. I la manera d'entrar-hi amb més detall és intentar fer una jerarquització d'aquests factors de competitivitat. A mi em sembla que aquests factors es poden classificar en: bàsics, en el sentit de senzills o simples, i avançats. Posaré exemples. Per exemple, recursos naturals. En aquest país hi ha petroli. Això és un recurs natural bàsic, elemental, senzill. Contraposició, perquè s'entengui el que vull dir: en aquest país hi ha una xarxa avançada de telecomunicacions moderna. M'explico. En aquest país, recurs bàsic, hi ha mà d'obra. Recurs avançat; en aquest país hi ha personal altament qualificat. És a dir, recurs brut, bulk, que dirien els anglesos. Mà d'obra, això és un recurs dels que jo en dic bàsics o senzills. En aquest país hi ha tres politècnics de primeríssima fila que treuen uns graduats preparadíssims en això, això i allò; això és un recurs avançat. És a dir, els recursos bàsics, senzills: recursos naturals, mà d'obra, terra cultivable, infrastructures de les més elementals. Perquè, és clar, vostès comprendran que la distinció entre recursos bàsics senzills i recursos avançats és una distinció de grau i dinàmica, per tant, que amb el temps evoluciona. Fa 70 anys, per allà els anys 20, segurament tenir una bona xarxa de carreteres

normals, adoquinades, era un recurs avançat. Avui dia, tenir una xarxa normal de carreteres, i si les tens adoquinades i sense asfaltar, és un recurs més aviat d'estar per casar i dolentor. Per tant, això evoluciona amb el temps. Al començament del vapor, tenir gent entrenada a fer anar màquines de vapor era un recurs avançat. Avui dia no ho seria. Recursos avançats: telecomunicacions, comunicacions sofisticades, personal altament entrenat, universitat, institucions de recerca.

Aquesta distinció entre recursos bàsics i avançats em sembla que pot ser útil. Per exemple, i situats a casa nostra: l'existència a Catalunya d'una magnífica escola de telecomunicacions, més una magnífica institució privada, que si no recordo malament és de La Salle, sobre telecomunicacions, ens dona un recurs avançat, que és un personal altament qualificat en telecomunicacions. Jo he estat veient empreses catalanes, no moltes però sí existents i competitives, avançadíssimes en el terreny de les telecomunicacions que estan fent productes altíssimament competitius a Europa, que se situen en els satèl·lits de comunicacions que llença l'Agència Espacial Europea. I això és degut a l'existència de les escoles, perquè a més a més és curiosíssim: aquestes empreses han estat fundades i funcionen per graduats d'aquestes institucions que acabo de dir. Permetin-me dir que crec també que l'existència a Catalunya de dues institucions tan notables en el terreny de la formació empresarial com són ESADE i IESE forma part també d'aquesta dotació de recursos avançats que té la societat catalana. Han tingut un paper important en aquest terreny. I ho cito com a exemple. Suposo que el fet de tenir una Universitat Politècnica que, quan es fa a les publicacions el rànquing d'universitats a Europa, de tot l'Estat espanyol l'única que surt és la Politècnica de Catalunya, que és un factor important a l'hora de ser competitiu. I quan es disposa d'un laboratori d'assaigs ben equipat, o quan es disposa d'això i d'allò. Quan es disposa d'un centre de transferència de tecnologia que fan que les universitats i les empreses, que tradicionalment no havien estat en contacte, es posin en contacte i comencin a treballar junts. Això és un recurs avançat i un element de competitivitat. Els països més competitius tenen aquestes coses i les fan servir.

Una altra manera de conceptualitzar això dels recursos, que potser no dona tant de si com la que acabo de dir, si és que dona alguna cosa, és els recursos generalitzats i els recursos especialitzats. Per exemple, un recurs pot ser avançat, com són les telecomunicacions sofisticades, però en canvi és generalitzat. Normalment, un sistema de comunicacions, per avançat que sigui, està a l'abast. O les autopistes, etc. Però en canvi n'hi ha d'especialitzats, com poden ser el que els deia abans, l'escola de telecomunicacions. És un recurs avançat i especialitzat. O com pot ser, el dia que la tinguem, una planta experimental de química fina. És un recurs avançat i especialitzat. Llavors, a mi em fa la impressió que no m'erro massa si afirmo que un factor de competitivitat important dels països que volen que les seves empreses siguin competitives és tenir recursos avançats i especialitzats. De vegades no es pot tenir tot, i de vegades resulta que t'hauràs de conformar amb alguns recursos d'aquests i no en podràs tenir un gran ventall. Però almenys val la pena l'intent de fer-ho, perquè el que és segur és que si no ho fas no seràs competitiu en res. I si ho fas pots arribar a ser competitiu en algunes coses, no en totes. Tampoc s'hi deu poder aspirar.

Si realment identifiquem que els països que promouen la competitivitat de les seves empreses són països que tenen i generen i mantenen recursos avançats i especialitzats, això té l'avantatge per mi, que és una guia per l'actuació. Ara suposo que queda més clar allò que deia abans, que m'havia interessat aquesta línia de raonament, que és molt arriscada perquè com que de fet estàs entrant en un camp una mica verge, et pots trobar perfectament dient bajanades. Però, si aquesta reflexió porta a actuacions útils, el risc haurà valgut la pena.

Per exemple, és evident que l'estoc de dissenyadors especialitzats en automòbils ha estat un avantatge competitiu importantíssim per a la indústria automobilística italiana. I és evident que nosaltres hauríem de ser capaços de treure profit de l'existència d'un cert estoc petit, però existent, de dissenyadors sofisticats, per exemple, en el terreny del motociclisme, a Catalunya. I no vull citar noms, però són coneguts.

Els faré una altra afirmació, arriscada, perquè tampoc no es tracta de que estiguem tots d'acord. No busco estar d'acord, simplement busco posar coses sobre la taula que provoquin un cert desencaixament de pensament, o almenys una polèmica. Afirmo que, contràriament al que semblaria a primera vista, i el que s'havia dit i escrit de vegades, els recursos bàsics i genèrics són els més volàtils, són els que si alguna vegada i per uns mesos o per uns anys confereixen un avantatge competitiu, tenen tendència a perdre-la. I els citaré, és que hi ha exemples claríssims, d'això, mà d'obra barata. Escoltin: el país que basa el seu avantatge competitiu en mà d'obra barata, se li volatilitza, perquè se li encreix si té èxit. Hi ha un altre exemple també absolutament notable. Vostès saben què els va passar als països àrabs amb el recurs natural, que és d'aquests que jo en dic bàsics i genèrics, el petroli?

En van treure avantatges durant una temporada. Però l'esforç de superació de la restricció que això provocà en els països industrialitzats va fer que perdessin l'avantatge ràpidament. És a dir, els avantatges basats en recursos genèrics i no especialitzats només són útils temporalment, i han de ser aprofitats, pels països, per, durant el temps que els és útil, crear altres dels avantatges més sofisticats, avançats i especialitzats. En el cas de Catalunya, això no m'impulsa a prendre cap acció, perquè com que no en tenim cap, d'aquests recursos genèrics i bàsics, mà d'obra cara, no tenim recursos naturals etc. no cal que me'n preocupi, d'aquests. Però em sembla que és útil i bo que no ens dediquem a somniar què podria ser si fos d'una altra manera i tinguéssim. Perquè no, perquè el que hauríem de fer és espavilar-nos perquè l'avantatge derivat d'un recurs bàsic i genèric es perd ràpidament, i la història n'està plena, de casos.

També es pot dir que els recursos són en certa manera classificables en hereditats i creats, i que els bons, és a dir els avançats, els que jo en dic avançats i especialitzats, són creats. I que a més a més l'esforç de creació d'aquests recursos és constant, i el de manteniment d'aquests recursos també. Per exemple: és evidentment creat un recurs que consisteix a tenir un estoc important de gent molt preparada tècnicament i avançada; a tenir una bona estructura de recerca; a tenir infraestructures avançades de comunicacions i telecomunicacions. Tot això és una cosa que si no es va fent constantment l'esforç de mantenir-ho en punta, avançat i sofisticat, es perd. Per tant, aquests són els recursos que ha d'intentar promoure aquell país que vol tenir empreses competitives. I a més a més, encara hi ha una altra cosa, i és una reflexió final sobre el tema dels recursos. De vegades l'abundància d'un recurs lluny de tenir efectes positius els té negatius, provoca desavantatges selectius. Què vull dir, amb això? Vull dir allò que de vegades s'explica dient que els països que se n'han sortit millor en el món modern de la competitivitat són aquells que precisament tenien de sortida un desafiament molt fort, perquè no tenien recursos naturals. Quin recurs bàsic i genèric té per exemple Suïssa? Recurs d'aquells bàsics, en el sentit de senzills? Home, de fet, energia hidràulica. L'únic. Però aquest és un que va ser important molt tard. Quin recurs bàsic, en el sentit de senzill i genèric, té el Japó? Com estava el Japó, en acabar la guerra? Quin recurs bàsic i genèric tenia? Cap. És a dir, el Japó, Suïssa, Holanda, Dinamarca, Suècia, ens donen exemples de països amb recursos bàsics i genèrics, escassos, i que han construït un alt nivell de competitivitat precisament a base d'intentar superar el hàndicap que tenien. Recursos bàsics i genèrics abundants els té l'Argentina. Recursos bàsics i genèrics abundants els té el Brasil. En un diari vaig llegir aquests dies un article de l'ambaixador argentí que era dramàtic. El President de la Generalitat aquells dies estava fent aquest discurs, que és habitual en ell. Deia «el Japó és un país que no té recursos naturals, que és relativament petit de superfície, i que en canvi l'únic que té de realment important és el treball dels japonesos». És clar, Catalunya, a distància, i *mutatis mutandis*, és un país que pot comprendre perfectament els japonesos, perquè nosaltres ens trobem igual: un país petit, relativament molt més petit, sense recursos naturals, i que si alguna cosa tenim és el treball en tots els sentits de la seva gent. Doncs, aquells dies sortia un article de l'ambaixador argentí al Japó que era dramàtic, perquè el llegies i deia exactament el contrari. Deia que l'Argentina és un gran país, que té de tot, que té els recursos naturals que es necessiten... i no vaig llegir més. Perquè la conclusió a la qual s'havia d'arribar és òbvia. Però realment feia una certa angoixa, llegir allò. I el que estic dient és precisament això: que de vegades els desafiaments, que són fruit d'unes mancances, provoquen reaccions que després situen aquell que ha estat desafiat en un avantatge competitiu importantíssim. I això torna a ser una teoria molt vella. A ningú de vostès se'ls escaparà que, en el terreny de la filosofia de la història, fa molts anys que ho va escriure Toynbee, que també és un altre d'aquells autors que degut a motius que també tots coneixem no ha estat de moda durant molts anys. Però de fet caldria que el tornéssim a llegir, perquè la seva teoria del desafiament i la seva resposta val la pena, perquè és aplicable a molts camps, entre altres aquests.

Demanda interna

Passem al segon aspecte del que jo deia que tenen influència sobre la competitivitat de les empreses que estan situades en un país i que aquell país és la seva base d'operacions, que és la *demanda interna*. Què vull dir, amb això? No vull dir allò tan senzill que deu ser veritat, però em sembla que en el fons forma part de les coses que m'interessen menys avui, perquè avui m'interessen més aquelles que es poden identificar i donen lloc a una possibilitat d'actuació. Deu ser veritat que la demanda interna d'un país, si és prou grossa perquè puguis produir ràpidament economies d'escala, deu donar algun avantatge competitiu. Però en canvi ha ha munts d'exemples que demostren que això no cal, però que en canvi la demanda interna «adequada» pot ser molt útil per promoure la competitivitat de les

empreses. Per exemple, la demanda interna que promou la competitivitat és aquella que és *qualitativament diferenciada*. És a dir, a l'època primera dels aparells d'alta fidelitat, que va ser quan aquesta indústria es va desenvolupar fonamentalment a Alemanya i Estats Units, es va desenvolupar molt bé, i en forma molt competitiva a Alemanya i els Estats Units, entre altres raons perquè hi havia una base importantíssima de demanda sofisticada d'aparells de reproducció musical. És a dir, en un país on no hi hagi afició musical és molt difícil que surti una indústria competitiva d'alta fidelitat. Al revés: en un país on hi ha una demanda sofisticada de consum musical de qualitat, és quan es genera una indústria d'alta fidelitat que llavors pot anar a competir amb molt avantatge en relació amb les indústries electròniques de reproducció de so que han nascut en altres països. No és tant el volum de la demanda interna com l'especificitat o qualitat de la demanda interna. Deixim posar un altre exemple que potser és encara més evident: els anys 20, per allà l'any 20 o 21 -segurament que en aquesta casa hi deu haver informació sobre això es van fer a Barcelona experiments de transmissió d'imatges sobre paper per telèfon i per ones de ràdio. Em sembla recordar que va ser l'impulsor de Ràdio Barcelona qui havia fet experiments en aquest sentit. Era una tècnica que ara es comercialitza i s'en diu fax. Però es va oblidar. Per què? Perquè els països occidentals, que tenim un alfabet de 27 lletres (o, si vostès volen, el ciríl·lic... Quants en té, el ciríl·lic? No ho sé, però té un nombre limitat de caràcters) el que se'ns acut quan volem transmetre textos és enviar 27 senyals diferenciats, de tal manera que quan jo premo la lletra A al teclat, per l'altre cantó hi hagi un martellet que piqui la lletra A. I això és relativament senzill. Vostès s'imaginin el problema d'un japonès intentant fer un tèlex? Tindrà el problema del teclat, per començar. Llavors, és aquesta necessitat de la demanda interna a transmetre pàgines manuscrites el que provoca que es ressusciti una tècnica tan antiga com és la transmissió d'imatges escrites dipositades sobre un paper per cable i que es comercialitzi amb empena al Japó, i que llavors salti les fronteres, i ara ens hi hem acostumat tots, perquè envies la pàgina mecanografiada, que igual la podies haver enviat per tèlex, que és el que fèiem abans que sortís la invasió de la fax, però a sobre hi has fet tres anotacions a mà, has subratllat aquelles tres coses... I ara tots hi trobem gust. Però és que el fax s'havia inventat abans, però només es podia inventar comercialment i competitivament al Japó o a la Xina, o a un país d'aquests que tenen un alfabet absolutament intransmissible pels medis amb què els occidentals ho pensem. Aquest és un exemple que em sembla molt pur i de vegades els exemples que són massa purs perden força. Però el que vull dir és això: no només la quantitat de la demanda interna, que pot provocar unes economies d'escala que llavors i permeten sortir a l'exterior millor, sinó que en molts casos és la qualitat de la demanda interna la que fa que puguis sortir competitivament a l'exterior.

I hi ha exemples no tan purs i per tant més interessants que això del fax, com és per exemple, vostès creuen que l'exigència del mercat interior de qualitat respecte al disseny de moda a Itàlia no els ha fet ser més competitius per sortir després a l'exterior? És a dir, si els italians haguessin estat gent amb mal gust per vestir, haurien generat altres indústries competitives, però no indústria del vestit competitiva. És a dir, la qualitat d'una demanda interna pot generar empreses competitives cap a l'exterior. O els cotxes. El gust dels italians pels cotxes ràpids ben dissenyats ha generat un *pool* de dissenyadors, que això sempre és interactiu, i al final ha sortit una indústria altament competitiva de cotxes sofisticats.

No estic dient que ens hem d'oblidar de la cotització de la pesseta i del preu del diner. Estic dient que hi ha molts altres elements de competitivitat, que promouen la competitivitat de les empreses que estan ubicades en un país.

El creixement de la demanda interna

Una demanda interna que davant un producte respongui amb rapidesa, com va ser el cas del Japó en aquest exemple del fax, anima a les empreses a fer grans esforços d'inversió en investigació i desenvolupament, la qual cosa fa que es situïn ràpidament en un nivell molt per sobre dels seus competidors incipients possibles en països exteriors. Fixin-se doncs, i deixo el tema de la demanda interna. En el tema de la demanda interna ens estem trobant novament que és la seva qualitat i la seva dinàmica, més que no pas la seva quantitat, el que influeix en la competitivitat de les empreses. I llavors vostès em poden dir: «I això a quins cursos d'acció et porta?». Doncs això et porta a cursos d'acció molt clars. Et porta al curs d'acció següent, per exemple: Nosaltres fa temps que fem un esforç importat, força reeixit en el tema del disseny. I donem suport al BCD i fem exposicions de disseny català, i mirem de promoure un cert gust pel disseny. Per què? Doncs perquè estem convençuts que si nosaltres creem un gust intern per les coses ben dissenyades, estimularem les empreses que se situaran en una situació competitiva favorable respecte a l'exterior. I això s'està veient en un terreny tan interessant, i que està recollint el desafiament, com és per exemple el dels mobles. En aquest moment tenim empreses altament

competitives que estan fent operacions molt importants de cara a l'exterior, perquè han donat primer resposta a una demanda interna d'una certa qualitat i exigent, i que llavors tot d'un plegat es troben amb un producte a la mà que es pot exportar molt bé.

Teixit industrial dens

I ara vostès, és a dir tots els economistes que tenen aquella formació bàsica, sòlida i a més a més amb una estructura mental ben formada en la seva disciplina, em diran: «home, el que ens dius són allò que se'n diu economies externes...». Molt bé, doncs potser sí. Però la presència d'un teixit industrial dens, que permeti operacions ben fetes de subcontractació, que ofereixi habilitats complementàries pròximes i assequibles, que doni a les empreses un conjunt de proveïdors altament competitius i qualificats, tot això promou la competitivitat de les mateixes empreses. És a dir, aquella empresa que els seus proveïdors són altament competitius, en aquell sentit que hem dit abans, se li transfereix una part d'aquella competitivitat, i en pot fer ús cap a fora. En el terreny de l'electrònica que jo els parlava abans, l'electrònica molt sofisticada de telecomunicacions, l'existència en el país d'una base electrònica menys sofisticada però de qualitat és molt útil. Perquè moltes vegades aquelles empreses es poden concentrar, elles, en aquells elements del component produït que fins i tot no tenen cadena de producció en el sentit clàssic, perquè ha de ser un enginyer en telecomunicacions el que les munta i el que les ajusta. I llavors què passa? Que tots els subconjunts menys sofisticats que formen part de l'aparell poden ser subcontractats amb un altra empresa que ho fa prou bé, a nivell d'aquell subconjunt amb l'estalvi corresponent d'inversió que permet concentrar-se en els aspectes d'alta especialitat. És clar, en el moment que dius: «... doncs ara farem competitiva Extremadura». Doncs no hi ha manera. «I a més a més hi farem electrònica de punta». Doncs no hi ha manera, no perquè no es puguin transplantar alguns cervells allà, sinó perquè el que no hi ha, o seria caríssim de muntar, és allò altre, és el teixit industrial dens, que es dona suport mutuament.

De vegades hi ha habilitats que es transfereixen molt fàcilment d'unes indústries a les altres. Hi ha un cas, que jo no he vist mai explicat als papers i als llibres, però que el vaig viure fa molts anys. Quan tenia 19 anys, vaig fer la meua primera sortida a l'exterior, que va consistir a anar-me'n a treballar dos estius, aprofitant les vacances de l'Escola d'Enginyers, a Itàlia. I vaig aterrar en un poblet del Piemont que es diu Valduggia. Valduggia era un poblet conegut, a part de perquè hi havia una empresa tèxtil de certa importància, perquè hi havia una indústria tradicional de fonedors de campanes. En aquells anys, es va començar a desenvolupar el gust per les aixetes modernes i amb un fort contingut de disseny i resulta que les aixetes es fan de bronze, fonent bronze, mecanitzant bronze, ajustant bronze. Bé, doncs resulta que un dels nuclis importants d'aquesta indústria de les aixetes italianes altament competitiva i productiva i que ven arreu del món, precisament és d'aquella comarca en la qual hi havia unes habilitats anteriors, -que encara hi són, perquè encara en fabriquen, de campanes, de fonedors de campanes, i aquelles habilitats existents es van transferir cap a una nova aplicació de fer aixetes sofisticades.

Aquí ens podríem estendre molt. La inexistència d'un teixit industrial de suport és el que fa ver fracassar alguns dels experiments de pols de desenvolupament del pla de desenvolupament que vostès recordaran. Perquè no es pot crear el buit. Però llavors, fem-ho al revés i posem-ho pel positiu; aprofitem que el tenim. Per tant, interacció, relació, aprofitar les interaccions moltíssim, jo els podria avorrir llarguíssimament, però no ho faré. Passem doncs a una altra qüestió.

Estratègia de les empreses

Actitud internacional

Què vull dir, amb això? Vull dir que si el terreny de joc de la competitivitat és internacional, aquell país que tingui uns ciutadans que sortir a l'exterior els faci angúnia, que no parlin idiomes, que diguin «escolta, com a casa, enlloc», evidentment serà un país menys competitiu, que si els seus ciutadans són capaços d'agafar la maleta i anar-se'n a vendre al Paquistán, o que si els ciutadans són capaços d'agafar la cartera i anar-se'n a Dinamarca a fer un acord amb una empresa experta en fermentacions làctiques que servirà per això i per allò. Per tant, una actitud absolutament oberta i internacional, absolutament decidida a que el camp de joc és el món. Aquí hi ha vies d'actuació. És a dir: què poden fer els poders públics per a promoure això? Doncs poden promoure l'ensenyament d'idiomes. Absolutament bàsic. I els catalans hem tingut avantatge, en això, perquè com que de petits ens hem acostumat que d'aquest moble que tinc al davant se'n pot dir al mateix temps, i és la mateixa cosa, «mesa» i «taula», després

si resulta que ens diuen que també es diu «table», no ens produeix un xoc traumàtic, com els hi produeix a alguns mesetaris, que el dia que descobreixen que d'això uns altres en diuen «table», doncs diuen «que hablen en cristiano». Doncs aquestes actituds són molt importants perquè un país sigui competitiu. I es poden fomentar i s'han de fomentar. No hi insistiré més perquè és prou clar.

Objectius empresarials

Una altra gran temàtica és la dels *objectius empresarials* i els *objectius personals*. Quan a un país les societats tenen un accionariat que el seu objectiu és el benefici a curt termini, que miren constantment el report trimestral per veure si venen o conserven l'acció, aquests països provoquen una tensió de resultats a curt termini per part dels directius de les empreses, que fan que aquests decideixen no fer aquelles inversions que reforcen la competitivitat a mig i llarg termini, com són les inversions en investigació, recerca i desenvolupament. I aquest és un greu problema que està patint en aquests moments l'economia dels Estats Units en front de la del Japó. És a dir, la pressió constant de la informació financera trimestral que fa que l'accionista, a la vista dels beneficis del trimestre, decideixi si ven o no ven, i per tant si ven l'acció baixa i es desencadena tot, aquesta pressió constant, la pressió sobre l'equip directiu, en el sentit de que si durant quatre trimestres els resultats no són prou bons, i llavors baixa la cotització i salta l'equip directiu, aquesta pressió fa que cap directiu prengui decisions que comprometin la rendibilitat immediata a curt termini en benefici de l'increment de competitivitat futura. En canvi, els països que tenen una estructura de capital en mans de, o bé uns individus disposats a dir: «aquí estem treballant pensant també en el futur, pensant a llarg termini, i no pensant només en el benefici trimestral», o bé que el que tenen és una tradició d'accionariat en mans d'institucions del tipus de les companyies d'assegurances, que no van comprant i venent constantment sinó que mantenen les seves carteres i esperen resultats més estables, doncs aquests països tenen una posició competitiva més forta. És a dir, l'objectiu de l'empresa entès com a objectiu de l'accionariat és un factor molt determinant de si aquella empresa serà competitiva demà o no. I si això és general en el país, el fa més o menys competitiu.

Objectius personals

Aquell país on els directius de les empreses busquen la seva realització com a professionals a través del treball i de la feina ben feta, és més competitiu que aquells països en els quals els directius busquen la seva realització personal en gastar-se ràpidament fent de jet-set, els diners que guanyen. I una cosa tan elemental com aquesta, és un problema de moral, en el sentit més ampli de la paraula, de moral de treball o de moral de feina ben feta. Això és un gran element de competitivitat. El prestigi social: aquí vam passar uns anys que van ésser enormement perillosos. A principis dels 70 hi va haver una època en la qual era molt mal vist ser empresari. Això que era molt perillós s'ha superat. Aquell país que genera, a través dels seus creadors d'opinió, un desprestigi de la professió d'empresari, o un desprestigi de la professió d'investigador per a empresa, no d'investigador pur, que aquest està sempre per sobre del bé i del mal, aquell país serà menys competitiu. O bé, com està passant ara: aquell país que fa el moviment pendular, i des de dir que tots els empresaris són uns indesitjables, que és el que es deia els anys 70, passa a dir «els empresaris són sensacionals, guanys ràpids i a ensenyar els diners de seguida, i formar part de la jet-set tan ràpidament com puguin», aquest país tampoc serà competitiu. Per tant, les actituds, els objectius personals, el prestigi social, és molt determinant de la competitivitat.

És prestigiós ser un professional seriós? És prestigiós ser un bon investigador de productes aplicats? Per exemple, és prestigiós ser un graduat de FP-II? Perquè les empreses siguin competitives necessiten enginyers en telecomunicacions, però també necessiten molt, i això palpant les empreses pel país ho notes, necessiten molt i molts bons professionals, que són els de la formació professional de segon nivell, o graduats en carreres de grau mig. Qualsevol societat ha de donar reconeixement a això, perquè si no n'hi dona, aquella societat tindrà empreses que no seran competitives.

Rivalitat

Finalment, i acabo ja, l'últim subpunt de l'últim punt. És el que jo anomeno la *rivalitat*. Aquest és un que em va sortir així, quan preparava aquestes notes. Vaig estar temptat d'esborrar-lo, però després vaig pensar «no l'esborris, perquè això també té la seva gràcia», perquè em sembla que és veritat. Hi ha coses tan curioses que fomenten la competitivitat de les empreses, i per tant dels països, com la *rivalitat interna*, i això també explica per què moltes vegades els sectors molt competitius estan geogràficament concentrats. Jo els explicaré un cas que és quasi trivial, però després parlarem de casos

més seriosos. Aquí a Catalunya hi ha dues empreses del ram tèxtil que són altament competitives. El ram tèxtil és molt allò que els castellans en diuen «variopinto», que és una paraula que sempre m'ha fet gràcia. El món tèxtil és molt variat i en aquests moments hi ha alguns subsectors del tèxtil que estan passant uns moments difícils. Però en canvi n'hi ha d'altres que van molt bé, per raons de moda, com pot ser per exemple el de l'estampació. En canvi, n'hi ha un que va curiosament molt bé, perquè a més a més és un subsector del tèxtil que depèn de l'activitat de la construcció. I tots sabem que en aquests moments l'activitat de la construcció es manté gràcies a la inversió pública, però no és que la de l'habitatge privat sigui tremenda. Doncs aquells senyors als quals em refereixo es dediquen a fabricar roba per a la llar, i bàsicament cortines i visillos. Si algú de vostès sap el nom, no el digui perquè no cal. Són dos. I els dos executius de les dues empreses són amics, es troben sovint i des de sempre ha existir entre ells una rivalitat notable. A veure qui ho fa més bé. «Doncs jo ara em planto a França». «Doncs jo ara em planto a Itàlia». «Doncs ara jo munto una xarxa de servei directe allà». Doncs molt bé. Saben que aquesta rivalitat ha fet d'aquestes dues empreses altament competitives? En aquests moments estan aguantant bé la menor venda d'habitatges perquè a causa, entre altres coses, d'aquesta rivalitat han penetrat mercats exteriors que els han protegit contra les oscil·lacions d'aquí. Però és que això, històricament ha estat així en molts casos. Comences a mirar i et trobes que hi ha rivalitats d'aquestes tradicionals en empreses enormes. És coneguda la rivalitat Saab-Volvo a Suècia. És coneguda la rivalitat entre fabricants, (no la competència, no allò en pla acadèmic, no, la rivalitat) entre els fabricants de motos al Japó. Però, quina conseqüència té que Yamaha i Honda siguin rivals, a nivell personal dels directius? Fa que esmolin les eines. I són més competitius. Hi ha la rivalitat tradicional de Ciba-Geigy, per un cantó, i Sandoz, que és coneguda. I hi ha la rivalitat a tres bandes entre Basf, Hoechst i Bayer. La rivalitat que de vegades es produeix per la concentració geogràfica, perquè són amics, perquè es coneixen, perquè es troben i perquè s'expliquen: «Escolta, ara jo faig això». Doncs això també és un factor de competitivitat.

Catalunya, un país competitiu

Jo no sé si dec haver dit alguna bajaranada, potser alguna cosa tenia algun cert interès. A més a més he volgut acabar amb aquest aspecte que és una mica trivial, perquè em sembla que il·lustra el fet de que en aquesta lluita absolutament ferotge que és la competitivitat en els països d'economia lliure, tots els factors s'han d'estimular. I això té implicacions importants. Fa uns quants anys un nebot meu arribava a casa òbviament de jugar un partit de bàsquet, li vaig preguntar «Qui ha guanyat?» «Ningú, perquè era un partit de bàsquet no competitiu». Escoltin, això és fatal. Si nosaltres aconseguim educar als nostres joves, als nens, amb aquesta grisor que vol dir que no es competeix ni per un partit de bàsquet, aleshores no seran ni rivals. Hem de mirar que siguin rivals noblement, que la seva rivalitat es tradueixi en mirar de fer les coses millor, no en mirar de fer mal a l'altre amb males arts. Si no aconseguim transmetre totes aquestes coses, que també es poden transmetre, no solament el govern, tota la societat, llavors tampoc serem competitius.

Deixin-me acabar ja definitivament dient que jo crec que la societat catalana és una societat que és competitiva. Que potser no ho és tant com ho podria ser, que potser no ho és tan com altres, perquè això sempre és comparatiu i relatiu, però que si actuem conscientment en tota una sèrie de punts que he explicat, si actuem el govern, si actuem la societat, també, a través de la prèdica, perquè al capdavall això de la política té molt de predicar. Si a través d'això aconseguim convèncer la gent que determinades actituds són bones i positives, aconseguirem fer de Catalunya un país més competitiu. Les possibilitats que té un de ser-ho són moltes. Tenim gent molt preparada. L'apreciació que els inversors estrangers fan -i cito els estrangers perquè són els que ens miren podent comparar- l'apreciació que fan de la formació de la nostra gent és molt positiva. No hem de tenir cap complex. Evidentment que hi ha coses per millorar, però a tot arreu n'hi ha. I l'apreciació que fan els inversors estrangers de la formació dels nostres tècnics és molt bona. Parlen més aviat d'escassetat no de manca de qualitat. El teixit empresarial, aquell que també dona suport a la competitivitat, és risc, i per tant, penso que podem respondre positivament al repte del 93. Els reptes sempre són reptes. Te'n surts més o te'n surts menys. Però jo crec que ens en podem sortir força bé.