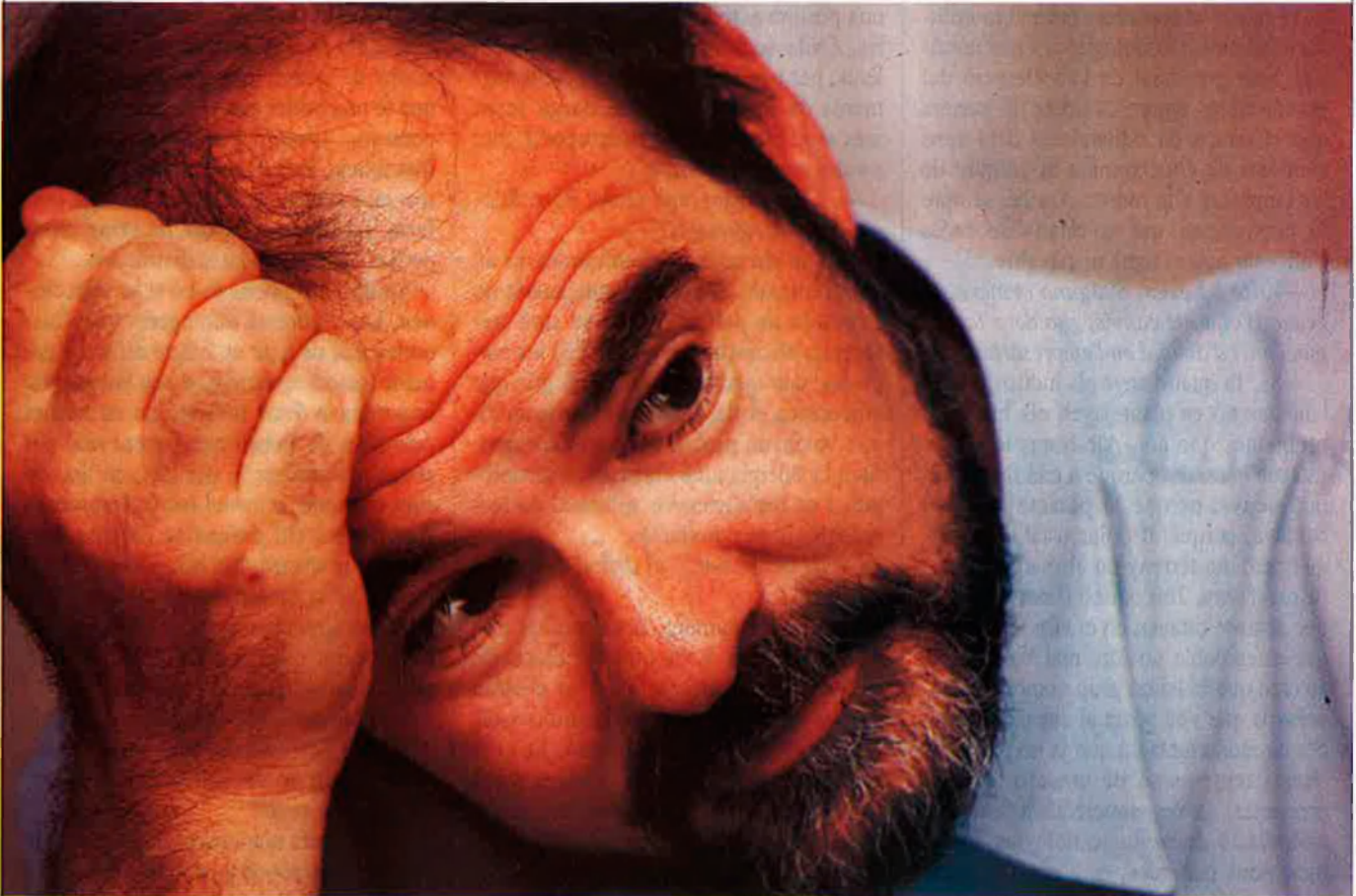


Entrevista al conseller d'Indústria, Comerç i Turisme de la Generalitat Valenciana

Andreu García Reche, la matèria gris com a bandera

Modernitzar tecnològicament el País Valencià, potenciar les xarxes de distribució comercial, obrir nous mercats i esquivar en la mesura del possible la crisi turística són els objectius que es planteja Andreu García Reche, titular valencià d'Indústria, Comerç i Turisme.



"En lloc de subvencionar la instal·lació d'empreses s'ha de potenciar l'eixida dels nostres productes".

RAFA GIL

La posada en marxa del parc tecnològic, la constitució de 10 instituts tecnològics i la futura implantació dels centres d'empreses i innovació evidencien una política destinada a renovar tecnològicament el teixit empresarial valencià, ¿quin balanç es pot fer d'aquesta política?

—Aquesta política tenia dos objectius fonamentals, modernitzar els sectors consolidats, com el moble, la ceràmica, el joguet, el metall, el tèxtil i el calcer, i

diversificar indústries. Els instruments que s'han establert, com l'IMPIVA o el Parc Tecnològic, pretenen els dos objectius. Alguns instituts tecnològics s'han orientat al suport sectorial i han aconseguit associar 1.600 empreses. Altres instituts, de caràcter més horitzontal, com el de biomecànica o el d'òptica, que tenen la funció de diversificar i fer aparèixer noves empreses.

En base a això podem dir que la fase de modernització va per bon camí en el sentit que les noves tecnologies, la quali-

tat, la modernització, l'I+D és ja una moneda freqüent en les 250 indústries més destacades dels sectors tradicionals. Tots aquests instruments catalitzadors han aconseguit que en 3 anys s'haja realitzat un procés que hauria durat molt de temps i sense els quals s'hauria arribat tard. Com també ha representat un avanç l'aparició de nous sectors. De fet, estadísticament ja quedava reflectit l'any passat en el sentit que els sectors tradicionals han perdut pes en el conjunt de la producció industrial, concretament han cai-

gut cinc punts respecte a l'any anterior i és un percentatge que han guanyat el sector de producció de maquinària i nous sectors. Els resultats han estat possibles gràcies a la col·laboració de les empreses.

—*¿Aquesta renovació tecnològica, però, deu haver comportat que moltes empreses hagen perdut el tren de la re-conversió?*

—Sempre es queden despenjades moltes empreses, però en un mecanisme de mercat es queden despenjades fins que en el sector es considera normal la utilització de noves tecnologies. El que nosaltres hem potenciat és l'acceleració del procés en les empreses líders de manera que el temps de transmissió dels nous elements de coneixement al conjunt de les empreses s'ha reduït. Ara bé, sempre hi ha empreses que no estan disposades a afrontar aquest repte ni cap altre.

—*Vostè ha estat, d'alguna manera, el gestor d'aquests canvis, ¿ha detectat algun canvi d'actitud en l'empresariat?*

—Sí, fa quatre anys els industrials valencians no es plantejaven els mateixos problemes que ara. Aleshores les crisis estaven causades perquè a una fira es venia menys, perquè la pesseta pujava i baixava, perquè el dòlar oscil·lava, perquè perdíem terreny en el marge de cost de mà d'obra. Tots aquests eren els temes que sempre estaven en el cim i semblava que el culpable no fóra mai l'empresari. Jo crec que hi ha un grup nombrós d'empresaris que s'ha posat al davant del procés de modernització que ja no parla d'aquests temes sinó de creació de nous productes, xarxes comercials a l'exterior, assimilació de noves tecnologies, investigar nous materials, és a dir, s'ha entès que el camí per a vèncer la competència futura és resoldre els problemes estructurals que tenia la indústria.

—*¿Les empreses familiars, concebudes a la manera de fa quaranta anys, tenen la batalla perduda?*

—Efectivament, l'empresa familiar, en el seu sentit clàssic, té serioses dificultats i, de fet, algunes d'elles han acabat venent-se o dissolent-se. Les empreses familiars han de tendir cap a la societat anònima amb la garantia de mantenir el control i veure facilitat el seu accés a borsa, encara que siga a un segon mercat, perquè d'aquesta manera es defensen millor davant compres de multinacio-

nals.

—*¿Quina és la fórmula per a frenar l'entrada de productes provinents de països amb una mà d'obra més barata?*

—Per a frenar cal saber primer per què. El sector del joguet, per exemple, es queixa de l'entrada de joguet droga. Es poden posar controls de qualitat i barres tècniques però la qüestió és en resoldre el creixement del mercat amb productes com el material educatiu i pre-escolar, on hi ha una demanda potencial molt forta i que no és contrastada amb una postura activa per part dels empresaris. Cada sector té problemes equivalents, per tant s'ha d'estudiar aquells segments de mercat que a la llarga seran més rendibles, a banda d'incorporar com a valor afegit la qualitat.

—*¿15 empreses amb seu al Parc Tecnològic són suficients?*

—A mi em semblen moltíssimes, és un èxit d'entrada. El nostre plantejament no és omplir un polígon industrial sinó crear, entre els instituts tecnològics i les empreses, una quantitat de matèria gris que afavoresca el desenvolupament tecnològic. Volem un parc on les empreses aprofiten la sinergia amb els instituts tecnològics i es beneficien en aplicació de tecnologies i nous productes.

—*¿Es pot posar fi al dèficit actual de patents?*

—Claríssimament, nosaltres en tres anys produïrem molta més tecnologia de la que es puga pensar ara i es crearan moltes empreses des dels instituts i els centres d'empreses i innovació. El gran avantatge nostre, respecte a altres parcs tecnològics europeus, és que hem dissenyat un parc a la mesura de les nostres necessitats.

—*¿En quina mesura els treballadors es beneficiaran també dels avanços derivats d'aquest centre tecnològic?*

—Ja s'estan beneficiant en matèria de control de productes. Són els instituts els que poden marcar els avanços que redunden en una millor qualitat de vida, com també en més seguretat i higiene al treball.

—*¿La indústria verda és la indústria del futur?*

—La indústria verda serà la indústria del futur, segur. Parlar de medi ambient vol dir establir una normativa i això implica una reconversió industrial. És un procés lent a tot el món, que als Estats

Units es veurà afavorit pel desmantellament de la indústria armamentista. Els missatges publicitaris ja van en aquest sentit i els industrials ho saben.

—*Vostè ha viatjat recentment al Japó i a Califòrnia, les dues àrees de major creixement del món. ¿Què el preocupa més, obrir nous mercats o atraure inversions al País Valencià?*

—En primer lloc, obrir nous mercats, perquè jo crec en la capacitat de la nostra indústria per a incrementar quota de mercat. Ha arribat el moment de gastar en vies de distribució comercials als mercats que es vol arribar, ha acabat el temps de pensar que triomfa l'empresa que té una millor planta de producció. Al contrari, triomfa l'empresa que millor distribueix i obté una millor imatge de marca, i sempre que la qualitat siga perfecta. La nostra indústria ha venut molt, però no ha consolidat la distribució.

Atraure inversions és bo si se seleccionen. Les empreses estrangeres que s'instal·len han de tenir un efecte difusor i generar sectors autòctons al seu voltant. La importància d'una inversió no es mesura pels llocs de treball que genera sinó pel seu efecte difusor. I, per tant, en lloc de subvencionar la instal·lació d'empreses estrangeres cal potenciar l'eixida dels nostres productes. No hem d'entrar en la guerra de competir amb altres autonomies per atraure empreses estrangeres sinó procurar que les nostres milloren en nivell de qualitat, tecnologia i mercat.

—*¿La possible instal·lació d'una planta de Toyota a l'estat, en una comunitat encara no decidida, no és una obsessió per a vostè?*

—Toyota és una obsessió. Nosaltres ja vam prendre contacte amb ells quan vam viatjar al Japó i farem el que faça falta perquè vinguen, perquè el sector de motor entronca amb la xarxa d'indústria auxiliar d'automòbil que ja hem teixit. Ara, si no ve Toyota, no pense dimitir perquè m'importa més la bona salut de les nostres empreses. De moment hem de valorar que els acords derivats del viatge al Japó estan funcionant correctament i s'està exportant al Japó molt més del que abans exportàvem. Hem augmentat en marbre, calcer, joieria...i això indica que estem penetrant en un mercat de 130 milions d'habitants que alhora és una plataforma de penetració en tot l'Extrem Orient i que, per tant, la qualitat dels



nostres productes és homologable als millors.

—*¿Hi ha preocupació per l'obertura del mercat de l'Est?*

—No, el mercat de l'Est no ens llevarà inversions. Al contrari, ens permet realitzar-hi inversions i ampliar mercat. Jo crec que el motor de creixement que representara l'Alemanya unida, una vegada el procés estiga normalitzat, serà molt beneficiós per al conjunt de la Comunitat Europea. Fa molts anys que el motor alemany no funciona i la reunificació és un revulsiu interessant per a activar la inversió i fer que Alemanya cresca encara que no ho vulga, perquè Alemanya no volia créixer. Que l'economia alemanya experimenta un nou creixement es notará molt perquè immediatament tira de l'exportació.

—*¿Encara s'està a temps de pal·liar la crisi turística?*

—Estem a temps de sortir-nos-en el millor possible, però cal reconèixer que no es pot sostenir el creixement d'anys passats i sí que es pot mantenir un nivell acceptable. Si aconseguim que la gent de peu i els municipis es consciencien que el turisme és el seu problema i, per tant, orienten el seu comportament a cuidar els turistes i el medi ambient, s'haurà guanyat l'única batalla que queda per lliurar.

Cal recuperar la satisfacció del turista i això vol dir ser professionals, no disparar els preus, com ha passat els darrers anys, i tractar bé el turista, com si d'un bé econòmic es tractara. Això s'ha de traduir en el fet que la gent torne als llocs de vacances, la qual cosa és suficient, no fan falta grans expansions, com fa 15 anys.

Tenim un model de producte d'una demanda desmesurada que va fer créixer el sector turístic sense permetre la planificació, permetent qualsevol tipus d'expansió l'objectiu del qual era obtenir el més ràpidament possible el màxim de beneficis. Això, però, no ha impedit models de creixement molt interessants, com és el cas de Benidorm, amb una massificació ben feta i ben urbanitzada.

Ara s'obre un període de reflexió per a definir un període de com volem vendre el turisme i no de com ens el compren, que es el que passava fins ara. És un canvi de mentalitat que, sense ser diners, es traduirà en diners.

Albert Vicent