

Aprendre a vendre la marca a tot el món

La capacitat d'aprendre dels errors, la predisposició al canvi i a la innovació, l'externalització de les activitats no fonamentals de la companyia i l'atenció als detalls són fonamentals perquè una empresa es pugui obrir a l'exterior". Qui dóna aquests consells és Steve Forbes, un convidat de luxe que va aterrar a Barcelona la setmana passada per intervenir en el Primer Fòrum Sortim al Món, organitzat per la fundació d'empresaris de Catalunya FemCat. El president del Grup Forbes, que edita la revista de finances capdavantera en el món de les finances, *Forbes*, va defensar davant d'una nombrosa representació empresarial i acadèmica de Catalunya que els països europeus han d'insistir en les reformes liberalitzadores, sobretot pel que fa als impostos i al mercat laboral. Forbes va assegurar que el futur de qualsevol empresa passa per aprendre a produir per vendre els seus productes a tot el Planeta, ja que "l'èxit d'un país o d'una empresa depèn en bona mesura del seu grau d'obertura". Aquesta tesi també la van sostenir altres convidats al Fòrum. En un bloc per Internet de-

FemCat va organitzar a Barcelona un congrés per debatre estratègies d'internacionalització de l'empresa catalana amb ponents del país i internacionals de primer ordre, que van defensar que tenir èxit al món pot ser una qüestió d'actitud.

dicat al model de creixement econòmic i empresarial de Finlàndia, un directiu de Nokia, el d'una empresa del metall i el governador del banc d'aquest país, van exposar les estratègies empresarials i públiques que han permès que avui es parli del miracle finès. Aquest país, en només una dècada, s'ha situat al capdavant de l'economia europea,

amb companyies com Nokia, que són líders mundials. Mikko Kosonen, vicepresident sènior d'estratègia de Nokia, va explicar que una de les barreres amb què topen moltes empreses pel que fa a la seva projecció exterior és que "no saben veure les oportunitats de negoci a l'estranger, i no es decideixen a invertir. En aquesta situació, les possibilitats de supervivència d'una empresa són comptades". Nokia té el 70% del seu negoci fora del país. Per la seva banda, Erkki Liikanen, del Banc de Finlàndia, va exposar les claus que van dur el país a remuntar la profunda crisi en què feia dècades que es trobava: "Una reforma educativa potent, molta inversió en capital humà i en tecnologia i recerca, combinats amb un acord amb empreses i sindicats per reduir la taxa d'atur, van permetre el miracle."

Tornant a Catalunya, durant el congrés també es van exposar els casos de les empreses del país que han sabut fer millor la tasca d'internacionalització, i es van desglossar les millors oportunitats de negoci que s'han creat per a les empreses catalanes en els continents asiàtic, europeu i americà. Aquesta exposició va anar a càrrec de Ramon Ollé, president d'Epson Europa, Àfrica i Orient Pròxim; Lluís Cantarell, vicepresident executiu de Nestlé Europa, i Xavier Pujol, conseller delegat de Ficosà.

La darrera de les conferències va despertar un interès especial, malgrat que els mitjans de comunicació no van poder enregistrar-la per motius del contracte del ponent, Colin L. Powell, secretari d'Estat dels EUA entre el 2000 i el 2005. La seva ponència oferia un enfocament sobre l'expansió internacional de les empreses i les relacions multilaterals dels països, partint de la premissa que la globalització implica un canvi de cultura diplomàtica. Però el rebombori informatiu el va oferir a TV3, en una entrevista en què va admetre errors en l'estratègia a l'Iraq després de la conquesta, com el fet de no entendre la naturalesa de la insurgència. El predecessor de Condoleezza Rice va afirmar que actualment a l'Iraq es viu una guerra civil, terme que no ha reconegut mai obertament l'administració de Bush.



El primer Fòrum de FemCat Sortim al Món va plantejar la necessitat d'internacionalització com a via de supervivència i de futur de l'empresa catalana. Colin Powell i Steve Forbes van centrar l'atenció.

Gemma Aguilera