



LES PIME DAVANT EL REPTE DEL
MERCAT UNIC EUROPEU

Organitza: Patronat Català
Pro Europa i PIMEC

Conferència de CARLES A. GASÒLIBA

Hotel Diplomàtic, 23-11-90

COMPETITIVITAT DE LA PIME CATALANA

I. LES PIME DAVANT EL REPTE DEL MERCAT ÚNIC EUROPEU

1. Importància de l'economia europea.
2. Objectiu i mesures del mercat interior.
3. Avantatges i costos del mercat interior.
4. L'estratègia de la cooperació.

II. LES PIME CATALANES I EL REPTE DE LA SEVA COMPETITIVITAT

1. Aspectes generals de l'empresa catalana.
2. Opinió de les PIME sobre el mercat únic europeu.
3. Estratègies d'acció per a les PIME catalanes.

III. CONCLUSIONS

I. Les PIME davant el repte del mercat únic europeu

1. Importància de l'economia europea

La Comunitat europea és avui l'àrea econòmica més poblada del món després de l'Índia i la Xina. Té 340 milions d'habitants, 90 milions més que els Estats Units d'Amèrica i 215 milions més que el Japó. El seu PIB s'elevà al 1990 a 4,7 bilions d'ecus, lleugerament inferior al PIB dels Estats Units (5,1 bilions d'ecus) i gairebé el doble del PIB japonès. La intensitat dels seus intercanvis, la converteixen en la primera potència comercial del món. Malgrat el pes d'aquestes dades econòmiques, la Comunitat europea no constitueix encara plenament una unitat europea perquè hi ha unes barreres de tipus físic, tècnic i fiscal que fan que l'economia europea es trobi fraccionada en 12 mercats.

Durant 1990, les perspectives a curt termini de l'economia comunitària s'han afeblit, principalment a causa de factors interns, per bé que fets de caire extern, ja sigui l'augment del preu del petroli, la depreciació del dòlar o la disminució del comerç mundial, hagin tingut un pes decisiu.

Al costat de l'afebliment del creixement de l'economia d'alguns dels països comunitaris, l'economia americana també ha viscut un dels creixements més febles dels últims anys, i es preveuen unes perspectives poc favorables per als propers.

Es en aquest marc que la Comunitat europea se situa només a dos anys vista de l'assoliment d'un mercat plenament integrat.

2. Objectiu i mesures del mercat interior

Realitzar el mercat interior significa abolir qualsevol barrera en el si de la Comunitat a fi d'aconseguir una unitat de mercat autèntica i una dimensió plenament competitiva en relació amb les grans àrees econòmiques que operen en el context internacional. Per això l'objectiu que es proposa el Llibre Blanc de 1985 és la supressió de tots els obstacles físics, tècnics i fiscals que actualment subsisteixen entre els països membres. La supressió de les fronteres interiors vol dir garantir plenament la lliure circulació de mercaderies, serveis i capitals, de tal manera que es pugui augmentar el creixement econòmic i el desenvolupament tecnològic i industrial per tal de reduir la dependència exterior cada vegada més forta.

Les mesures i el calendari per a la seva realització estan classificades en el Llibre Blanc i es concreten en:

- L'eliminació de les fronteres físiques significa la aupsressió de controls interfronterers i les restriccions físiques a la mobilitat de persones i béns. Aquestes fronteres físiques creen al ciutadà la impressió que es troba en un

mercat no integrat. A més, hi ha legislacions molt dispars quant a normes tècniques, controls sanitaris, estàndards... Aquestes normes representen un impediment real al consum, i darrera de les diferents normes s'amaguen veritables i elevades barreres proteccionistes.

- L'eliminació de les fronteres tècniques es refereix a la desaparició d'aquestes barreres per un sistema de reconeixement mutu de normes. Altres barreres tècniques frenen l'actual desenvolupament d'un mercat únic europeu. Ens referim a la contractació pública. El total de compres del sector públic a la Comunitat representa un 15% del PIB comunitari i en molts països arriba a representar un 40 o 50% del PIB. Pel que fa al sector serveis, cal esmentar el sector de transports que representa més d'un 7% del PIB comunitari, i en el qual la desregulació i la pressió de la competència són considerats factors bàsics per facilitar la integració comercial. També el sector financer (assegurances, banc i gestió de valors) representa a prop del 7% del PIB, i la seva liberalització és una peça clau per al mercat interior.
- Finalment, l'eliminació de les fronteres fiscals que està estretament vinculada a l'eliminació de les altres fronteres, donat que els controls reals són de tipus fiscals. L'objectiu del Llibre Blanc és d'aplicar el mateix impost a les exportacions que en el mercat nacional, per la qual cosa cal adoptar un mecanisme de compensació per als ingressos fiscals entre els Estats productors i els consumidors. Pel que fa a l'IVA, cal unificar les diverses estructures de tipus vigent i respecte als impostos especials cal també trobar una estructura comuna.

El Llibre Blanc sobre la realització mercat interior contempla quasi 300 propostes concretes agrupades a l'entorn dels tres àmbits esmentats, que hauran de ser aprovades d'acord a un calendari establert.

En el segon informe sobre l'estat de l'assoliment del mercat interior adoptat per la Comissió el 22 de novembre de 1990 s'ha fet una valoració de l'estat d'aplicació del Llibre Blanc. Totes les propostes ja han estat presentades per la Comissió, i 200 han estat aprovades pel Consell de ministres.

3. Avantatges i costos del mercat interior

Per copsar les conseqüències del mercat interior, la Comissió de les Comunitats ha encomanat la realització de diversos estudis. La principal conclusió de l'Informe Cecchini és l'estimació que l'impacte de la construcció del mercat únic comportarà la creació d'un potencial suplementari de creixement avaluat en uns 200 mil milions d'Ecu anuals, al voltant de 30 bilions de pessetes, cosa que equival aproximadament al 5% del PIB de la Comunitat. Alhora, possibilitarà la creació d'uns 2 milions de noves ocupacions i una disminució dels preus al voltant d'un 6%, això dins el marc d'una política econòmica de continuïtat.

Els guanys globals també poden ser analitzats des d'un punt de vista microeconòmic, que es concretitza en la possibilitat d'oferir al consumidor un preu més baix, una oferta creixent i una millora de la qualitat. Pel que fa als productors, la disminució de preus es traduirà a llarg termini en una producció a gran escala, un aprofitament de la capacitat productiva i una capacitat d'innovació.

L'informe Cecchini fa una sèrie de recomanacions molt concretes per a la viabilitat del mercat interior. Una d'elles fa referència a la vigilància per part de les institucions a fi que tant els beneficis com els costos es reparteixin amb una certa equitativitat. Una altra se centra en la coordinació de la política macroeconòmica que permeti la coherència necessària entre l'ajustament estructural microeconòmic i comunitari perseguit i les actuacions macroeconòmiques fiscals i monetàries dels Estats membres.

4. L'estratègia de la cooperació

L'empresa, com a principal actor del mercat únic europeu, s'ha convertit en la principal entitat transmissora i difusora d'idees, tecnologies, sistemes de gestió i fins i tot promotora de la unificació de mercats. En la dicotomia de defensar un mercat propi, protegit o llançar-se a donar suport a un mercat europeu més competitiu, la segona opció sembla guanyar partidaris progressivament. Per definir el marc futur on ha de desenvolupar les seves activitats, cal posar especial atenció en quatre aspectes claus: la dimensió de les empreses, la comercialització dels productes, els nivells tecnològics i la política financera i monetària. Darrerament s'estan produint un gran nombre de fusions i absorcions entre empreses amb l'objectiu de crear entitats amb dimensions europees per tenir una base d'expansió suficientment important per situar-se en els principals mercats competidors o de tercers països.

En canvi, el concepte de cooperació, consisteix en la recerca d'apropaments i en la creació de sinergies entre entitats econòmiques que, sense renunciar a la seva pròpia identitat, desitgen reforçar-se mútuament, ja sigui en el pla tecnològic, en pla comercial o en el pla financer.

L'acció de la Comunitat en la cooperació entre empreses té les següents facetes:

- La cooperació constitueix una condició indispensable per a qui desitgi participar en programes europeus de recerca i desenvolupament, tals com ESPRIT, BRITE o RACE.
- En el marc de la seva acció legislativa i reglamentària, la Comunitat adopta una sèrie de disposicions amb incidència directa sobre la cooperació entre empreses.
- Aquesta cooperació és objecte d'una política activa destinada a afavorir les relacions entre empreses, en particular entre PIMES, tant a nivell transnacional com interregional.

Un dels pilars fonamentals d'aquesta nova política d'empresa, ha estat el llançament, l'octubre de 1986, del primer programa d'acció per les PIME. Aquest programa constitueix la peça bàsica sobre la qual s'ha de fonamentar el creixement econòmic i d'ocupació en la Comunitat a través de la creació i desenvolupament de les PIME.

A la Comunitat funciona des de la primavera de 1988, un mecanisme anomenat BC-Net (Business Cooperation Network), l'objectiu del qual és facilitar als països de la comunitat acords de cooperació, garantint una millor participació de les PIME en els programes comunitaris d'investigació i desenvolupament.

Pel que fa a la transferència de tecnologia entre empreses, la Comissió ha endegat diverses iniciatives per promoure tots els aspectes del procés d'innovació, des de la invenció fins al finançament i la comercialització.

Tant en el terreny reglamentari i fiscal, com en les estructures d'acompanyament, la Comunitat juga un paper creixent en el desenvolupament de la cooperació entre empreses, factor indispensable perquè puguin adaptar-se a les potencialitats que ofereix el futur mercat interior, i perquè reforcin la seva competitivitat a escala mundial.

II. Les PIME catalanes i el Repte de la seva competitivitat

1. Aspectes generals de l'empresa catalana.

La competitivitat de la Petita i Mitjana empresa és un objectiu prioritari davant el repte del mercat únic europeu.

Així doncs, la PIME podrà assolir un grau de competitivitat adequat si es prenen les mesures oportunes i amb l'antelació suficient als efectes del mercat únic.

La implantació del mercat únic s'ha de considerar com una oportunitat de captació de noves quotes de mercat i, en conseqüència, la PIME ha d'establir estratègies agressives, dinàmiques i flexibles. Aquesta afirmació és vàlida per a qualsevol PIME europea, però hem de ser conscients que la situació actual de les PIMES no és la mateixa en tots els Estats membres, i que l'esforç d'adaptació haurà de ser més gran en les PIMES en les quals la tradició empresarial del país els ha donat un tractament menys favorable.

Dins del context de l'Estat espanyol, convé recordar que la majoria de les empreses estan domiciliades i desenvolupen la seva activitat a Catalunya i Madrid, per bé que un cert nombre d'elles estan descentralitzades, és a dir desenvolupen la seva activitat en dues o més Comunitats Autònomes. El grau de diversificació productiva de l'empresa de l'Estat espanyol no és molt significatiu, ja que representa solament un 16, 8%. D'acord amb les dades proporcionades per la Central de Balanços del Banc d'Espanya, el 8,7% del total de les empreses són classificades de grans, el 47,4% de

petites i el restant de mitjanes, representant el conjunt de petites i mitjanes un total de 91,2%. Utilitzant els criteris de plantilla i de valor afegit, el percentatge d'empreses considerades petites se situa en un 64,2% segons la plantilla i un 60,1% segons el valor afegit. Les mitjanes representen un 27% segons la plantilla i un 38,1% segons el valor afegit i les grans un 8,8% i un 1,8% respectivament.

En aquesta línia, un estudi fet recentment sobre la situació de les PIMES catalanes davant la realització del mercat únic europeu encarregat per PIMEC i el Patronat Català Pro Europa¹, indica que el 50% de les PIME enquestades porten menys de 30 anys d'activitat i més de 30 l'altre 50%. El seu tamany és petit, un 39% té menys de 25 treballadors, i un 65% menys de 50. El 53% de les empreses del sector d'alimentació, begudes i tabac tenen menys de 15 treballadors i facturen entre 21 i 100 milions de pessetes a l'any. Les empreses més grans corresponen als sectors de maquinària, equipament mecànic, química, farmàcia, vestit i confecció, tèxtil, pell i curts i la seva facturació mitjana és superior als 50 milions de pessetes.

Quant a la importància de la innovació en les empreses catalanes, l'enquesta destacava alguns trets característics: una forta dependència tecnològica de l'exterior, una reduïda interdependència amb mercats exteriors en relació a la tecnologia, una escassetat pressupostària pel foment de la innovació, un entorn social poc favorable, una manca d'infraestructura científica i tecnològica i una automatització de l'empresa amb dimensió menor que la dels altres països industrialitzats.

El problema que s'observa no és tant el reduït tamany de les empreses com el nivell d'especialització d'aquestes. Mentre la PIME de casa nostra està present en els sectors més intensius en mà d'obra, l'estrangera participa en tots els sectors, inclús en els altament tecnificats i moderns. En el nostre cas, patim una insuficient difusió dels coneixements, a més d'una insuficient demanda de tecnologia nacional.

L'estructura productiva de les nostres empreses es caracteritza per un pes molt important del sector industrial. Els indicadors disponibles sobre l'evolució de la indústria a Catalunya, assenyalen un cert retrocés del ritme d'expansió d'aquest sector en el decurs de 1990. El creixement del PIB industrial podria haver quedat al 1990, segons dades de la Cambra de Comerç de Barcelona, entre el 3 i el 3,5%, davant el 5,3% de 1989. Pel que fa al sector agrícola s'observa des dels darrers anys unes taxes de creixement respecte l'any anterior negatiu, i per aquest any el creixement de la producció final agrària en pessetes constants s'estima en 0,6%.

Pel que fa a la construcció, continua sent el sector més dinàmic, mercè en bona part a la infraestructura dels Jocs Olímpics, encara que darrerament el seu ritme de creixement s'ha moderat una mica. Després del sector serveis, absorbeix el nombre més elevat de llocs de treball.

En conjunt, les empreses a Catalunya són majoritàriament de petita dimensió. A més, la tendència enregistrada en els últims anys es caracteritza per la disminució de la dimensió mitja dels establiments industrials, i en matèria d'investigació, malgrat la

¹ Aquest estudi va ser presentat el passat dia 23 de novembre en el marc del Servei Europa 93.

situació esmentada, Catalunya és de tot l'Estat espanyol qui contribueix en major mesura al desenvolupament de la investigació, essent les branques químiques i farmacèutiques les que realitzen un esforç més gran.

2. Opinió de les PIMES catalanes sobre la seva competitivitat davant el Mercat Únic Europeu.

Darrerament i davant la imminent data de l'1 de gener de 1993, diferents entitats i institucions² han emprès una tasca molt important que ha consistit en copsar l'opinió dels agents econòmics encarregats de dur a terme el pes de la plena integració, és a dir la PIME. L'esforç d'adaptació per part de les empreses a la nova situació és decisiu. No n'hi haurà prou amb què les administracions defineixin unes regles de funcionament comunes d'un nou gran mercat. Per aquest motiu, a Catalunya s'han realitzat diverses enquestes als empresaris catalans amb un triple motiu:

- Conèixer el grau de percepció dels empresaris de Catalunya respecte del procés de realització del mercat únic.
- Disposar d'elements de comparació amb altres països comunitaris; i
- Detectar les mancances i necessitats de la indústria catalana amb vista al seu procés d'adequació i poder, així, orientar els enfocaments bàsics d'estratègia empresarial.

Del conjunt de les enquestes, es desprèn que vora de tres quartes parts dels enquestats tenen coneixement dels mecanismes d'informació sobre el mercat únic, per bé que hi ha obstacles que impedeixen que la CEE sigui un autèntic mercat únic. Entre aquests, cal destacar els obstacles administratius i els retards i els costos de les fronteres físiques en primer lloc, i en segon els obstacles tècnics. Pel que fa als empresaris del conjunt de la CEE, els obstacles tècnics se situen en un primer lloc. Tot i que no es detecten diferències significatives segons la dimensió de les empreses enquestades, cal observar una preocupació més gran de les PIMES pels obstacles físics en general. A mesura que augmenta la dimensió de l'empresa, es dona més importància als obstacles tècnics (normes, certificacions, homologacions...)

Cal destacar que els empresaris catalans consideren majoritàriament que l'establiment del mercat únic comportarà més oportunitats que riscos, tant pel que fa a les pròpies empreses com per a l'economia de Catalunya (en general, però, es mostren més optimistes respecte dels efectes sobre l'economia que sobre la pròpia empresa). Els sectors més optimistes en aquest sentit són, per ordre d'importància, els del plàstic, metall i derivats de la fusta. Els empresaris del sector tèxtil, en canvi, es mostren pessimistes respecte de l'impacte global del mercat únic sobre les seves pròpies empreses. És important destacar que a mesura que augmenta la dimensió de

² Las PIMES y el mercado único. Ernst-Young. Edición Especial: Cinco Días 1992: La industria catalana i el mercat únic europeu. CIDEM. Alerta 92.

l'empresa, més confiança hi ha en què les oportunitats seran més grans que els riscos.

Pel que fa a l'estratègia empresarial que cal adoptar, els empresaris catalans consideren que les mesures més importants a emprendre són les que afavoreixin: l'augment de la productivitat, l'ampliació i/o especialització de la gamma de productes, la recerca i desenvolupament; els acords de cooperació amb empreses d'altres Estats de la CEE i l'ampliació i/o racionalització de les indústries ja existents a Catalunya. Aquesta estratègia es deu a què el conjunt de les empreses consultades considera que el principal factor que produirà un major impacte és el de la competitivitat. La gran majoria d'opinions apunten a què l'assoliment del mercat interior augmentarà la competència, la qual cosa repercutirà d'una forma directa i positiva en el funcionament de les empreses.

Per aconseguir els objectius previstos, les empreses coincideixen majoritàriament en què hauran d'afectuar canvis significatius en totes les àrees funcionals. Les més crítiques són les de màrketng sobretot en el sector del paper i del plàstic, les d'R+D i les de producció en els sectors de la fusta, del tèxtil i del metall.

Gairebé la meitat dels empresaris catalans consideren que la realització del mercat únic europeu de 1993 comportarà una disminució dels costos unitaris de producció. Les principals causes d'aquesta disminució dels costos seran: costos més baixos i més disponibilitat de productes d'importació, costos financers, i millora del procés productiu. No obstant això, hi ha una quarta part d'empresaris que considera que la nova situació comportarà un augment dels costos laborals, dels costos de comercialització i dels costos de les assegurances. A mesura que augmenta la dimensió de l'empresa, més generalitzada és l'opinió dels empresaris que consideren que el mercat únic comportarà una reducció de costos.

Finalment, i pel que fa a la penetració en nous mercats, mentre que la majoria dels empresaris del conjunt de la CEE consideren que el mercat únic no comportarà canvis significatius sobre el volum de vendes, l'opinió dels empresaris catalans en aquest sentit és optimista: el 63% de les empreses enquestades opinen que les vendes augmentaran. L'Estat espanyol és juntament amb els Països Baixos i Itàlia, els Estats comunitaris en els quals les empreses es mostren més optimistes encara que amb percentatges més baixos que a Catalunya. El principal motiu de l'augment esperat de les vendes serà l'increment de les exportacions a la resta d'Estats de la CEE, és a dir la capacitat d'obrir nous mercats. En el sector tèxtil, però, és en el que hi ha menys empreses que esperen un efecte positiu del mercat únic sobre les vendes. Aquesta opinió més desfavorable es deu, sobretot, a la pèrdua de quota en els mercats tradicionals.

A l'igual que s'observava pel que feia a la reducció de costos, les empreses més grans són les que esperen que l'efecte del mercat únic sobre l'increment de les vendes sigui més gran.

És per aquest motiu que les enquestes desprenen la necessitat d'articular un marc adequat perquè les PIMES no quedin enrera del procés d'integració al nou mercat, i aquest punt l'hem definit com estratègies d'acció per a les PIMES.

3. Estratègies d'acció per a les PIME.

De l'anàlisi realitzada per conèixer la situació de l'empresa catalana davant el mercat únic, es poden obtenir una sèrie de consideracions relatives a la competitivitat:

- Les empreses analitzades es manifesten com organitzacions decidides, amb voluntat i capacitat de desenvolupament, però amb una certa desmotivació i manca d'orientació sobre els efectes del mercat únic.
- Les seves estructures organitzatives són encara molt concentrades.
- Les seves principals preocupacions són les dificultats per assolir majors quotes de competitivitat i consolidació de mercats.

Les PIME presenten certs desavantatges estructurals i una manca de mentalització davant el repte de 1993. El desconeixement de l'entorn i del mercat i la dificultat de crear i/o millorar una bona xarxa de vendes són els punts més febles.

Per aquesta raó s'han de prendre mesures actives, que permetin una utilització positiva dels canals d'informació. La PIME té algunes mancances davant la gran empresa i això afecta negativament els recursos dels que disposa. Cal recordar de nou la importància de recórrer als mecanismes existents d'informació; només coneixent adequadament el funcionament de la normativa comunitària, li serà possible aprofitar l'ampliació econòmica del mercat.

La recent incorporació de la nostra economia a la Comunitat Europea, explica el menor grau d'obertura de les nostres empreses als països més veterans, atesa la falta d'experiència necessària per operar en aquest àmbit. La incertesa respecte als efectes que pot tenir el mercat únic ha tingut com resultat una articulació insuficient d'estratègies específiques. Malgrat això, hi ha aspectes relacionats amb l'augment de competitivitat dels quals l'empresa catalana en pot extreure uns avantatges. Entre aquests, la gestió comercial, la innovació del mercat, l'esperit enginyós de l'empresari, així com la seva elevada capacitat personal de reacció.

Davant d'aquests punts forts, n'hi ha uns altres que podrien debilitar la competitivitat i amb els quals cal fer un esforç doble: l'estructura organitzativa, els mètodes de producció, la qualificació del personal, la falta de mentalitat exportadora, els mitjans de finançament i la capacitat econòmica.

D'altra banda, en l'estructura empresarial catalana es fa necessària una major adequació de les tecnologies de fabricació a les exigències del mercat. Aquest fet,

juntament amb una estructura de preus diferent de la resta dels nostres competidors comunitaris distorsiona la nostra competitivitat.

Tant la millora en l'accés al finançament, com la millora del tractament fiscal són aspectes claus perquè les PIME puguin augmentar la seva competitivitat.

Pel que fa a l'accés al finançament, els aspectes que cal tenir present són: la necessitat de reduir els tipus d'interès, facilitar a les empreses exportadores l'accés a crèdits "tous", tot i respectant les regles comunitàries en matèria d'ajuts públics, obrir línies preferencials per finançar nous projectes i adequar l'estructura de funcionament de les entitats financeres fent-les participar en projectes d'inversió.

En canvi, pel que fa a la millora del tractament fiscal, la pressió fiscal espanyola és excessivament forta, especialment pel que fa a les càrregues socials. La totalitat de les PIME del sector del calçat, del vestit i de la confecció, per exemple, consideren del tot imprescindible la millora de l'entorn fiscal i dins d'aquesta línia podem situar la reforma fiscal espanyola avui en fase de discussió i que sembla que les autoritats fiscals de l'Estat pensen aprovar d'un moment a l'altre.

El suport actiu de l'Administració és clau per afavorir una estratègia d'acció. Cal que l'administració simplifiqui el procediment administratiu per a l'accés a les ajudes, assegurí una adequació puntual del marc legislatiu espanyol al de la CEE, i millori així mateix els aspectes econòmics i financers, compensi la inflació, millori el finançament i estabilitzi els mercats.

El fet que les empreses catalanes ocupin una posició menys privilegiada respecte d'alguns competidors comunitaris, fa imprescindible una presa de consciència i una necessitat d'organització exigint accions que afavoreixin l'estructura de costos, ja sigui ampliant les xarxes de distribució en els països comunitaris o agilitzant l'intercanvi comercial, amb el resorgiment d'una demanda de productes més selectiva i segmentada.

III. Conclusions

L'èxit de l'inseriment de l'economia catalana en el context europeu depèn, en gran mesura, de fenòmens que tenen una incidència temporal dilatada i dels nostres sectors econòmics més estables.

Els efectes de l'adhesió a mig termini és el punt clau de l'economia catalana i per tant els que en definitiva ens han de situar correctament en una Europa cada cop més integrada.

Convé tenir present però, que una estratègia de desenvolupament futur de l'economia catalana, difícilment es podrà basar de manera exclusiva en el cost de la mà d'obra, fins avui un dels factors estratègics que explica en bona mesura el perquè de les

inversions directes de capital forani.

La inversió estrangera es revela especialment important. La indústria catalana ha sabut aprofitar les estratègies d'internacionalització de les empreses d'altres països, desenvolupant una estratègia de coordinació de les activitats realitzades en diferents països. Ara, cal que aprofundeixi en el procés d'internacionalització, participant en processos de fusió, en associacions i en acords de cooperació per tal d'assolir la dimensió mínima per fer front al repte de la competència. Per altra banda, les inversions directes en l'exterior són un element valuós per a la indústria catalana encara que aquesta entrada de capitals foranis no pot dissimular les deficiències en matèria d'R+D, formació professional i formació empresarial, per la qual cosa caldrà prendre mesures que afectin d'una manera sostinguda la competitivitat de l'empresa catalana, reorientant la seva estructura industrial cap als sectors de demanda forta. D'aquesta manera podrà fer front al repte de la competitivitat amb el cap ben alt.