

Quines tendències marcaran el futur?

L'entorn, complicat i canviant, obliga les empreses a repensar el seu futur, les seves estratègies i la seva manera de gestionar una realitat que, com més va més complexa, suposa un repte de primera magnitud.



Josep Pey, conseller delegat de [System Group](#), va reflexionar sobre aquests reptes durant una de les presentacions del Pla d'acció internacional de les cambres catalanes (PAI) duta a terme a la Llotja de Mar de Barcelona.

Per a aquest consultor, l'entorn econòmic actual és conseqüència d'uns canvis de fons que estan transformant el món de la mateixa manera que ho va fer la Revolució Industrial a la darrerria del segle XVIII. L'auge dels països anomenats emergents i la revolució tecnològica es poden considerar 2 de les palanques de canvi. Però aquestes són només una part del context global que cal avaluar amb detall per poder prendre decisions d'empresa i assegurar l'èxit econòmic de les companyies catalanes.

Pey considera que hi ha moltes tendències que condicionen el futur. Segons la seva classificació, es poden dividir en 3 àmbits ben diferents: les genèriques, les tecnològiques i les empresarials. Vegem-les amb més deteniment.

En relació amb les primeres, les genèriques, el conseller de System Group considera que l'envelliment de la població, especialment a Europa, unit a un auge inevitable de la immigració i de la diversificació ètnica i cultural, plantejaran a les empreses i al conjunt de la societat reptes importants. Reptes als quals cal sumar la urbanització creixent de la població (el desenvolupament de les anomenades ciutats intel·ligents o smart cities té, segons el seu parer, molt de futur) i la sostenibilitat i el respecte vers el medi ambient. Altres punts importants que cal analitzar són la crisi energètica i alimentària, amb les oportunitats empresarials que això implica per desenvolupar energies netes o aliments transgènics. Pey considera que, tal com assenyalava Thomas Friedman, el món està

lluny de ser pla, ans al contrari, i que el grau de globalització actual encara és reduït: el comerç internacional representa només l'11-12% del PIB mundial. Així doncs, com assenyala el professor de l'IESE Pankaj Ghemawat, el potencial futur per desenvolupar els mercats globals és molt considerable. Per si tot això no fos prou complicat, i deixant de banda els riscos (pandèmies globals, estats fallits, terrorisme internacional), les empreses han de fer front a un aspecte increïblement complex i alhora temptador i atractiu: la sofisticació creixent dels patrons de consum. No hi ha hagut mai una segmentació tan clara i uns canvis en els patrons i els valors de consum com ara. Oportunitats, moltes; riscos de quedar endarrerits, tantes o més.

La segona categoria de tendències, segons Pey, és la que representa la revolució tecnològica en què estem submergits des de fa unes dècades i que comporta noves línies de negoci: la nanotecnologia i la biotecnologia en serien 2 clars exemples. Ara bé, aquesta revolució també afecta sectors de la cadena de valor, com la del transport, o les eines de promoció, difusió o comunicació, com és internet. L'evolució del web 2.0 al 3.0, l'increment de la interactivitat a través de la xarxa amb proveïdors, compradors i venedors, obliga a repensar l'ús que les empreses fan de les TIC. Així doncs, el comerç electrònic no és un canal minoritari ni una opció, és una realitat com més va més imperiosa. I què es pot dir de les comunitats virtuals? Han vingut per quedar-se entre nosaltres.

Per últim, Pey considera que aquest context global obliga a repensar el model de gestió de les empreses: el futur passa per organitzacions més horitzontals, en què la competitivitat i la productivitat han de ser els referents claus. I aquesta última, en cap cas passa per la reducció de la massa salarial, ja que això provoca la caiguda immediata de la demanda. La productivitat depèn de la millora dels processos, de la captació del talent i de la millor formació del treballador. Així, la formació ha de ser vista com una inversió i no com una despesa. De la mateixa manera, la internacionalització és o hauria de ser una obligació, no una opció, i la subcontractació i/o deslocalització la norma per concentrar-se en les parts de la cadena de valor més importants. Eficiència màxima, en un clima d'associacions i partenariats constants que facilitin l'èxit immediat. Pey considera que per aconseguir-ho cal potenciar una flexibilitat més gran, tant de les relacions laborals com de la gestió: adéu al management centrat en els processos; benvinguda la gestió centrada en la innovació i la creativitat, en què el talent és esperonat i es cuida, és potenciat i es valora.