

tuacions, fou un element que ajudà a tancar amb èxit la captació de diverses noves inversions a la zona (tant ampliacions de capacitat com noves plantes, i en alguns casos, línies completament noves de productes). En un sector com la indústria química, a més, aquesta continuïtat en el flux de noves inversions i equips tingué incidència no solament econòmica, sinó també mediambiental i de seguretat; això es posà de manifest per l'explosiu creixement de l'activitat turística i recreativa a l'entorn immediat del polígon industrial.⁴⁵

5.6 Evolució temporal de les polítiques de captació d'inversions

L'activitat del CIDEM ha anat evolucionant a mesura que ha anat canviant el perfil de les inversions captades, i per tant la seva forma de treballar per atreure noves inversions. Inicialment, el perfil típic a captar era el d'una empresa, freqüentment de fora d'Europa, que pretenia facilitar el seu accés al mercat europeu mitjançant noves instal·lacions productives a ubicar en països amb els millors costos possibles i amb la perspectiva de la seva pròxima integració a la CE. Catalunya, en ser l'Estat espanyol candidat a nou Estat membre de l'aleshores Comunitat Europea, oferia un equilibri ideal, complementat a més amb unes subvencions que en alguns casos representaven una fracció significativa de les inversions requerides. Fou l'època del desembarcament massiu d'empreses japoneses, coreanes..., i de fet, fou anàleg al que està succeïnt ara amb els nous membres de la UE ampliada.

A mesura que l'economia catalana evolucionava, també anaven canviant els seus factors de competitivitat, fet pel qual també s'havia de canviar l'enfocament de les polítiques de captació d'inversió. Poc a

45. Aquest comentari no implica l'absència de conflictes. A l'estar en contacte directe, el creixement simultani d'ambdós tipus d'activitat genera inevitablement una confrontació, ja que competeixen per un mateix territori. El que és un fet, no obstant, és que tant la química com el turisme han crescut molt i en paral·lel durant el període treballat, en contraposició a la imatge que normalment es té d'ambdós tipus d'indústries.

poc, Catalunya anà guanyant atractiu per activitats lligades a l'existència de professionals d'alt nivell, al mateix temps que perdia atractiu per aquelles lligades a factors de baix cost (terrenys, mà d'obra...). Així, es pogué veure una creixent implantació d'activitats lligades amb l'R+D, fins el punt que el 2003 l'informe anual d'Ernst & Young sobre l'atractiu regional (www.ey.com/eim) situava a Catalunya en primer lloc en número d'inversions lligades a la R+D captades, enfront a un tercer lloc en el rànquing global (darrere del Londres metropolitana i de l'*Île de France*). Aquest rànquing es confirmà amb un altre estudi de la Cambra de París pel 2003.

Un cas interessant el constitueixen els centres de serveis, en el que Catalunya tingué un notable èxit en captació de centres compartits d'àmbit internacional.⁴⁶ En aquest cas, a part de bones telecomunicacions, el factor cost seguí sent decisiu, només que pel caràcter d'aquests centres, no són rellevants els sous locals, sinó aquells pels quals els professionals de tot el món estan disposats a localitzar-se en un determinat lloc. Dit d'una altra manera, a partir de quina retribució està disposat un finès, o un italià, o un belga, o un irlandès..., a treballar a Barcelona? I a Berlín? En centres de serveis compartits, doncs, l'atractiu de l'espai com a lloc de residència és fonamental. Naturalment que en aquest factor també tenen a veure els costos locals (lloguers de pisos, restaurants, transports, etc.), però el fonamental és la percepció que aquests professionals tenen sobre quina serà la seva qualitat de vida en aquest lloc. El *Barcelona is cool* és l'única explicació possible que hi ha per explicar com tants joves d'alta qualificació han vingut a Barcelona amb uns sous que en molts casos són sensiblement inferiors als que acceptarien els nadius en treballs fins i tot menys qualificats.

Una altra característica associada al caràcter dinàmic de la captació d'inversions és la mida inicial. A finals dels anys 80, o principis dels 90,

46. Barcelona acollia aleshores una trentena d'empreses d'aquest tipus, que ocupen més de vuit mil persones. Entre d'altres, destaquen els noms d'Agilent, d'Avis, de Citigroup, d'ACS-GM, d'Euroservices Bayer, d'HP, de Transcom, de Computer Associates, d'Accenture, de Colt, de Sellbytell, etc., molts cops amb centenars de persones, i en alguns casos, més del miler.

es tractava sobretot d'instal·lacions fabrils que ja neixien amb certa dimensió «de creuer». Es tractava doncs d'esdeveniments de certa espectacularitat, amb algun centenar de nous llocs de treball, i naus i maquinària acords a l'activitat. Són els ingredients per un fort impacte mediàtic (premsa, TV, etc.). En canvi, quan s'evoluciona cap a la captació de centres d'R+D, o de disseny, típicament es tracta d'operacions amb una mida inicial molt acotada (en el millor dels casos unes poques persones), que després, si té èxit, va adquirint dimensió.

L'exemple que il·lustra millor aquestes percepcions és l'evolució de Hewlett Packard a Catalunya. La seva implantació a Barcelona als vuitanta fou un esdeveniment de forta ressonància. Com s'apuntava, l'activitat inicial era la fabricació d'impressores i *plotters*, que gradualment va anar evolucionant cap el desenvolupament de tota una línia de producte i la direcció de divisió a nivell internacional. Quan l'any 2001, HP decidí tancar la cadena de fabricació d'impressores, ocupava 198 persones, mentre que la resta superava el miler (a més, en els mateixos locals). El tancament de la cadena de fabricació fou notícia persistent en tots els mitjans de comunicació, que molt rarament feien referència a la continuïtat de la major part de l'empresa, o, si ho feien, era de forma camuflada en el cos de la lletra petita. Poques persones entengueren que HP no solament no havia marxat, sinó que no havia deixat de créixer, i que el seu problema era trobar el suficient nombre de persones d'alta qualificació per cobrir les seves necessitats d'expansió.

Aquest fenomen genera una percepció pública de declivi en l'atractiu econòmic del país. Encara que el nombre de noves implantacions d'empreses a Catalunya es mantingués sensiblement constant en el període de referència, en l'imaginari popular subsisteix l'enyorança d'una suposada «època daurada», que, evidentment, com la joventut, mai tornarà, ja que ara els toca als països de l'Est o a les economies emergents. El més sorprenent és que aquest tòpic és contagiós, fins i tot pels economistes, que semblen ignorar l'evidència de què el país que capta més inversió estrangera és... els Estats Units d'Amèrica, i que a Europa, el Regne Unit i Alemanya continuen acaparant fluxos massius d'inversió (ERNST & YOUNG, 2006).

Aquesta evolució se sintetitza sovint dient que les economies més desenvolupades s'han d'enfocar cap a la captació d'activitats «de major valor afegit». No obstant, aquest és un concepte equívoc. És el cas dels centres de serveis compartits: ara Barcelona està de moda, i és fàcil convèncer a un jove belga o suec que vingui aquí amb un sou raonable, mentre que no acceptarà fer-ho a Hamburg, com no sigui amb una retribució estratosfèrica. Però desmuntar el centre i traslladar-lo a la següent destinació *cool* és trivial, com es deia abans. En canvi, un centre d'R+D desenvolupa molts enllaços (titulats superiors locals, convenis amb universitats de l'entorn, els col·legis dels fills...) que posen en perill la seva productivitat si es traslladen a un altre lloc. En canvi, tendeixen a créixer lentament però de forma estable, i es beneficien extraordinàriament dels efectes de clúster.

Tot això no implica en absolut que les economies més desenvolupades han de despreocupar-se de les inversions manufactureres de les multinacionals estrangeres. És evident que Catalunya difícilment podia ser atractiva el 2002 per a la nova factoria de BMW, o en general per qualsevol nova *screwdriver factory*. Però en canvi, seguia sent una perfecta plataforma per la continuïtat i expansió de les moltes multinacionals que abans s'han detallat. Això feu convenient orientar una part important de l'activitat d'aquestes *foreign investment offices* al que es podria denominar «serveis de manteniment». És a dir, es tractava de donar suport als executius locals d'aquestes multinacionals per reforçar la seva posició i competir amb el màxim de garanties quan als *headquarters* es decidien noves inversions (o possibles tancaments...). Això només es podia aconseguir vetllant perquè les operacions locals se situessin entre les més atractives i rendibles de totes les de l'empresa a nivell mundial. Si no era així, solament s'aconseguia endarrerir cert temps unes dinàmiques que al final resultaven inevitables.

5.7 Resultats de la política de captació d'inversions

Passem breument a la quantificació de quins foren els resultats d'aquest conjunt de polítiques de captació d'inversions. Prenent com a