

# Empresas ante el reto de una necesaria actitud de cambio

*Búsqueda de sectores con potencial para competir en el exterior*

■ El doctor. José Pla Barber, director del Programa de Doctorado en Dirección de Empresas de la Universidad de Valencia (España) afirmó que las empresas que nacen en mercados pequeños, como es el caso de Uruguay, deben empezar a pensar en la internacionalización desde un principio.

El académico tomó como ejemplo de un rápido proceso de internacionalización el caso de las empresas escandinavas. En ese sentido, destacó el rol activo de los gobiernos.

“Lo importante no es el tamaño de los mercados sino que los gobiernos sean capaces de distinguir qué sectores tienen potencial para la internacionalización”, afirmó Barber en diálogo con el portal de la Universidad ORT.

Desde el Estado, a juicio del académico, se deben generar los factores que potencien el capital humano formado, infraestructura adecuada, operaciones conjuntas y acuerdos de cooperación.

**POSICIÓN.** A nivel local, señaló al sector de creación de software como poseedor de potencial para poder lograr la internacionalización. “Además, en estos sectores que el gobierno debería seleccionar debería favorecerse la rivalidad interna, de manera que al tener competidores locales sólidos las empresas miraran la internacionalización como una posibilidad, para diferenciarse”, agregó el académico.

Asimismo, destacó la importancia de la formación, a través



**Pla Barber.** El modelo de una empresa bajo el mismo techo que exporta “está obsoleto”.

“Al tener competidores locales sólidos las empresas miran la internacionalización como una posibilidad para diferenciarse”, dijo Pla Barber.

de la herramienta de los postgrados, como el MBA, especialmente en aspectos estratégicos en la vida de las empresas, que hacen al marketing y el management cultural.

“En este mundo global, sin formación no podemos competir”, señaló Barber.

Agregó que Uruguay tiene

pocas empresas locales operando en el exterior, por lo cual es “un gran reto para la economía uruguaya” iniciar un fuerte proceso de expansión empresarial de la mano de puestos de trabajo calificados.

**BARRERAS.** Sostuvo que el modelo de una empresa bajo el mismo techo que exporta “está obsoleto”. Las empresas internacionales deben ser multocalizadas. Para lograrlo “hay que superar muchas barreras, sobre todo mentales”.

“En este mundo cambiante, puede ser que las estrategias que hemos desarrollado hoy no

sean válidas mañana. Por tanto, es necesario tener una actitud de cambio, de estar alerta frente a los cambios, de manera que se pueda hacer frente a los nuevos acontecimientos del entorno”, señaló el académico.

Pla Barber es Doctor en Ciencias Económicas por la Universidad de Valencia /University of Reading (Reino Unido). Es Master en Marketing y Distribución Comercial por la Universidad de Valencia /Cámara de Comercio (España). Es Catedrático del Departamento de Dirección de Empresas de la Facultad de Economía de la Universidad de Valencia.