

Maig de 2004

L'empresa xarxa a Catalunya

Jordi Vilaseca i Requena

L'empresa xarxa a Catalunya*

Jordi Vilaseca i Requena

Resum

En aquesta exposició analitzarem la incidència del canvi tecnològic d'origen digital sobre l'empresa catalana. A partir dels resultats de la investigació *Projecte Internet Catalunya: Les TIC i les transformacions de l'empresa catalana*, que ha realitzat una enquesta a 2.038 empreses catalanes veurem l'impacte dels usos de les TIC sobre l'activitat empresarial a Catalunya. Els resultats més destacables són que la realitat empresarial catalana està formada en gran majoria per microempreses (menys de cinc treballadors), amb uns beneficis mitjans força elevats, però amb la necessitat d'incorporar un model competitiu que es basi en la flexibilitat i la diferenciació de productes, és a dir, en la incorporació de coneixement. El grau d'equipament tecnològic també és molt elevat, tot i que l'ús i l'aprofitament que es fa de les tecnologies és insuficient, a causa, entre altres, de mancances formatives. Finalment, també establirem les vinculacions entre l'ús de les TIC i els principals resultats empresarials, mesurats en termes de productivitat, competitivitat i salaris.

Paraules clau

empresa catalana, TIC, empresa xarxa, globalització, coneixement

Globalització i economia del coneixement

Sota el títol «L'empresa xarxa a Catalunya» he vingut a presentar el Projecte Internet Catalunya, un projecte que, globalment, han dirigit Imma Tubella i Manuel Castells i del qual m'he responsabilitzat de desenvolupar la investigació sobre l'empresa. Al final de la meua exposició, que serà complexa, perquè l'estudi ho és, veurem si la recerca que fem a la Universitat Oberta de Catalunya focalitzada en la societat del coneixement us ha estat d'interès.

La recerca que presentaré consisteix en un dels primers estudis que s'ha fet a Catalunya, a Espanya i probablement a Europa, similar a alguns que s'estan fent als Estats Units, per veure com s'està transformant l'economia, i en última instància la societat, en el marc dels actuals processos de transformació. Assistim a un període de canvi sobre el qual tothom té una opinió formada, però en el nostre entorn proper falten dades empíriques sobre què passa a Catalunya. Concretament, ens interessa esbrinar què li passa a l'empresa catalana com a conseqüència d'aquestes innovacions tecnològiques. L'estudi que es presentarà és de l'any 2003 i hem obtingut dades d'una enquesta d'una hora de durada a 2.038 empreses catalanes representatives de 5 dimensions i 6 sectors d'activitat. Hem de tenir en compte, en aquest sentit, que ens enfrontem a un repte intel·lectual complex. Tenim més d'un milió de dades per explicar que, òbviament, s'han de sintetitzar. Quina és, doncs,

la riquesa d'aquest estudi? Sembla evident que són les dades. Podria haver realitzat una exposició més teòrica, però crec que és important fer un esforç per entendre aquest conjunt de dades, per tal que al final d'aquesta explicació, tots plegats, tinguem una noció i un coneixement més ampli de quina és la situació en la qual es troba avui l'empresa catalana.

A banda, no em puc estar de fer una breu reflexió teòrica. La finalitat d'aquest estudi era saber com s'està transformant l'empresa catalana com a conseqüència de l'ús de les tecnologies de la informació i la comunicació. Val a dir que la investigació s'ha pogut fer gràcies a l'ajut de la Generalitat de Catalunya i, molt especialment, gràcies a la implicació personal de Jordi Pujol, president de la Generalitat de Catalunya.

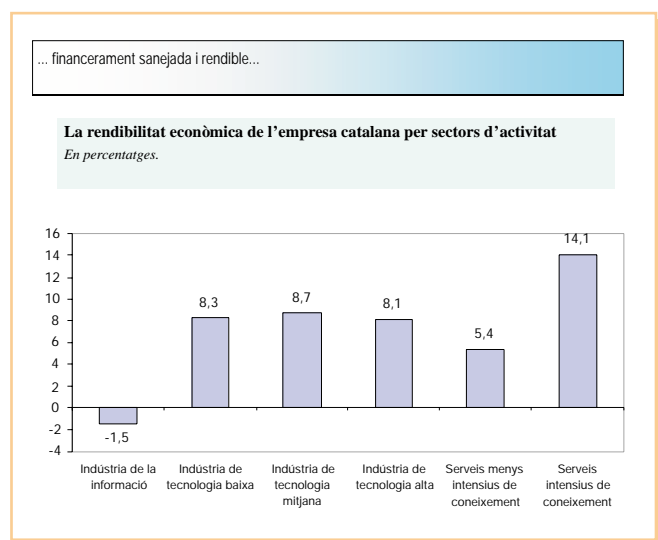
Vull subratllar tres idees fonamentals: els grans canvis que avui afronta el món, des d'un punt de vista econòmic, se sostenen en tres grans pilars. El primer és el fet que l'economia ha passat d'una economia nacional a una de mundial. Per tant, avui ja no podem parlar d'economia en termes nacionals, sinó en termes mundials i la nostra mentalitat s'ha d'adaptar a aquest nou context. Des d'un punt de vista econòmic, estem, doncs, en un procés històric, que culmina amb la mundialització. Aquesta idea inclou, en última instància, totes les dades numèriques que els traslladaré. El segon pilar és que per avançar cap una economia mundialitzada ens hem hagut de dotar d'unes tecnologies, les tecnologies de la informació i la comunicació. Aquestes tecnologies són radi-

* Conferència impartida en el marc del dinar-conferència organitzat per Tribuna Oberta Vilafranca, que va tenir lloc el 17 de febrer de 2004 a Vilafranca del Penedès.

L'empresa xarxa a Catalunya

espanyol, sinó el mercat internacional, encara que un 8% de les empreses catalanes sí que tenen un capital exterior espanyol.

L'empresa catalana és una empresa flexible, que s'adapta bé a la demanda. És una empresa el 30% de la qual s'organitza per processos, o el 49% utilitza equips de treball flexibles i adaptables. És a dir, és una empresa altament adaptable a la demanda, que s'organitza en bona part per productes o serveis, mentre que el 30% s'organitza per àrees funcionals o per àrees geogràfiques. Per tant, estem davant d'una empresa la flexibilitat de la qual és bastant important. A més, parlem d'una empresa financerament sanejada i a més a més rendible. La rendibilitat econòmica mitjana està situada en el 7,3%, mentre que la rendibilitat financera està situada en el 28,4%. Només hi ha un sector d'activitat en què la rendibilitat econòmica és negativa, que és la indústria de la informació, les «puntcom». La resta d'activitats econòmiques a Catalunya tenen, com a mitjana, una rendibilitat econòmica positiva i relativament alta.



Imatge 2. La rendibilitat econòmica de les empreses catalanes per sectors d'activitat

Des del punt de vista de la formació, el nivell de l'empresa catalana és millorable. Si tenim en compte el nivell d'estudis màxims acabats, en l'àmbit directiu predominen els estudis universitaris, mentre que en el treball no directiu predominen els estudis secundaris. Això vol dir que la major part de treballadors no directius de l'empresa catalana té uns estudis homologats que van finalitzar als setze anys. Això és certament preocupant, ja que l'economia del coneixement és l'economia de l'aprenentatge i només es pot avançar en el coneixement mitjançant l'aprenentatge. Quan parlem d'aprenentatge, ens referim a la formació que fa la persona per ella mateixa, els estudis homologats (siguin primaris, secundaris o universitaris), que serveixen a la persona per a exercitar la ment i per a tenir l'habilitat d'aprendre. En aquest context, és important assenyalar que a la demanda de treball li interessa molt tenir un treballador amb una forta habilitat d'aprenentatge, que aprengui les competències necessàries que li demanarà l'empresa. Això vol dir que hem de millorar la formació dels treballadors no direc-

tius i acostumar-los a un procés formatiu que duri al llarg de tota la vida, ja que el nostre teixit productiu depèn d'aquest objectiu. Queda clar, doncs, que l'economia catalana o té en el futur una població amb habilitat d'aprenentatge d'alt nivell o tindrà problemes de competitivitat en el teixit empresarial i productiu. D'altra banda, a l'economia catalana les relacions laborals són clarament duals. Avui dia podem dir que un 80% de treballadors té una situació contractual de caire indefinit, mentre que un 20% de treballadors es troben en una situació de temporalitat.

Des del punt de vista de la internacionalització, tenint en compte una variable tan important en la internacionalització com el percentatge de vendes que es fa a l'exterior, i si considerem com empreses internacionalitzades aquelles que venen almenys més d'una tercera part de la seva producció a l'exterior, la realitat és que només un 8% de les nostres empreses exporten (fora d'Espanya) una part substancial de la seva producció. No obstant això, des d'un punt de vista internacional no tot són dades negatives. Segons la nostra enquesta, l'empresa catalana té consciència que els seus competidors són internacionals, probablement perquè els pateix, però com a mínim és important saber-ho des del punt de vista de la cultura empresarial. En efecte, encara que no tinguem gaire relacions de vendes amb la resta del món, l'empresa catalana sí que té una forta interacció amb proveïdors i clients internacionals. És a dir, tenim força proveïdors i clients internacionals encara que els venguem poc producte.

Aquesta realitat ens marca clarament una radiografia d'una empresa catalana que presenta un model de competitivitat en transició. És una empresa que ja no basa majoritàriament el seu model i la seva estratègia de competitivitat en els costos empresarials –tema, per cert, de molta importància els darrers mesos. Només el 9,6% de les empreses catalanes declaren com a model de competitivitat l'estratègia de costos baixos. Dit d'una altra manera, una economia moderna és aquella que es diferencia en marca, aquella que fa una producció diferenciada amb diferents serveis o productes i que a més a més actua de forma flexible i amb rapidesa. Cap d'aquests tres indicadors no predomina en l'empresa catalana. Avui, la majoria d'empreses diuen que basen el seu model competitiu en la qualitat. I aquest és un bon model, però no l'únic. L'empresari ha de tenir una resposta ràpida i ha d'organitzar-se per ser flexible. A més, és molt important la diferenciació de productes, de marques o de serveis. En altres paraules: com més coneixement incorpore a la meua estratègia competitiva, més possibilitats tinc de diferenciar-me i, per tant, en el futur, tinc més garanties de poder sobreviure en una economia globalitzada. Aquest és, de forma molt resumida, el diagnòstic de la realitat de l'empresa catalana. És l'herència que tenim en aquest moment i hem de veure què en fem.

L'empresa catalana i els usos de les TIC

En qualsevol cas, la nova economia es basa en les tecnologies de la informació i la comunicació. El nostre projecte tenia com a vocació important intentar donar respostes internacionals, tot utilitzant com a laboratori la realitat de l'empresa catalana, i analitzar què succeïa amb les noves tecnologies i els resultats empre-

L'empresa xarxa a Catalunya

sarials. Aquesta era en última instància la finalitat real de la nostra recerca: veure quina és la situació de l'empresa catalana en relació amb les noves tecnologies, més concretament amb els seus usos i amb la penetració d'aquestes tecnologies en l'empresa.

Els resultats obtinguts diuen que l'empresa catalana està certament ben equipada digitalment. Avui, la preocupació ja no és tecnològica. El 91% de les empreses catalanes tenen accés a Internet, el 87% tenen correu electrònic, el 46% tenen pàgina web. Per tant, el problema no és tecnològic, de manera que podem deixar enrere aquella etapa en la qual les empreses fins i tot rebien ajuts per a poder-se incorporar a les noves tecnologies. Avui dia, una política econòmica basada en la preocupació tecnològica és una política econòmica clarament errònia. El que ens ha de preocupar són els usos de les tecnologies digitals. Realment les estem aprofitant?

Una primera variable que ens pot dir si les aprofitem o no, és si les usem per a fer comerç electrònic –si venem o comprem a la Xarxa. De fet, és una variable poc important des del punt de vista dels usos, però sí que pot servir com a mecanisme indirecte de comercialització. La realitat catalana és que avui un 12,4% de les empreses catalanes diuen que realitzen comerç electrònic d'alguna manera o altra. Aquesta variable ens serveix per a superar aquella idea que el comerç electrònic no existeix. Si que existeix, ja que moltes empreses declaren en algun moment de la seva vida haver comprat o venut per Internet. En qualsevol cas, no és tan important allò que es compra o es ven per Internet, sinó veure quins són els usos que es fan de les tecnologies digitals.

La primera dada important és que més de dues terceres parts de les empreses catalanes fan un ús insuficient de les TIC. Això és important perquè vol dir que l'empresa no fa servir suficientment les TIC ni per a planificar-se, ni per a relacionar-se amb els clients i proveïdors, ni per a gestionar la informació i el coneixement en l'àmbit dels recursos humans. En efecte, a les empreses catalanes encara no es fan servir els equipaments bàsics d'Internet o les noves tecnologies en l'àmbit de l'organització del treball. El 84,6% d'empreses declaren no fer les nòmines ni facturar per Internet. Per tant, el resultat és que els usos d'Internet i de les noves tecnologies són francament millorables. Concloem, així, que no estem davant d'un problema de penetració tecnològica, sinó d'ús de les tecnologies de la informació i la comunicació. Per a què es fan servir, doncs, aquestes tecnologies? Bàsicament per a qüestions relacionades amb la gestió, amb l'administració o amb la comptabilitat de l'empresa (un 44,4% d'empreses). Un 29,3% de les empreses declaren fer-les servir per a obtenir informació. En una última instància, el diagnòstic de les TIC a Catalunya és que únicament un 15% de les empreses catalanes diuen que les TIC són una eina bàsica de negoci. Només un 15% de les empreses utilitzen integralment les TIC per a organitzar-se i per a produir. Les TIC són una forma d'organitzar-se, el motor clar que dibuixa les empreses xarxa.

El canvi tecnològic i l'empresa xarxa

Per acabar, voldria fer-vos cinc cèntims de quina incidència tenen aquestes tecnologies sobre alguns aspectes importants de l'acti-

... i s'empren bàsicament en tasques de gestió, administració i comptabilitat.

Principals usos empresarials de les TIC
En percentatges sobre el total d'empreses catalanes

1. Gestió, administració i comptabilitat	44,4%
2. Obtenció d'informació	29,3%
3. Relació clients/proveïdors	27,4%
4. Comunicació	23,4%
5. Eina bàsica de treball	15,0%
6. Tràmits i gestions bancàries i financeres	15,2%
7. Correu electrònic	13,3%
8. Màrqueting i pàgina Web	6,9%
9. Comunicació interna	6,6%

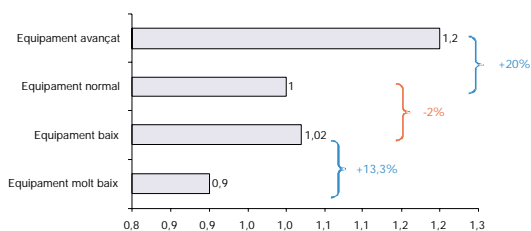
Imatge 3. Principals usos empresarials de les TIC

vitat empresarial. Des de la perspectiva dels salaris veiem clarament que les empreses que usen les TIC paguen salaris més alts, fins al punt que les empreses amb uns usos de TIC alts tenen un salari un 10% superior al salari mitjà català, mentre que les empreses que no les fan servir o que les fan servir d'una manera molt primària, tenen un sou un 25% inferior. Això està relacionat, òbviament, amb la formació i el coneixement.

Des del punt de vista de la productivitat, quina incidència hi tenen les TIC? Hem detectat que l'empresari i l'empresa passen per un camí tortuós a l'hora d'adoptar noves les tecnologies. Cal destacar fins a tres etapes. El fet de no tenir TIC i comprar-ne té uns efectes sobre la productivitat importants: la productivitat augmenta de mitjana un 13,3%. Només comprant un ordinador i connectant-lo a Internet, la productivitat pateix uns efectes importants. Quan es fa el pas de començar a utilitzar les tecnologies de la informació i la comunicació d'una manera generalitzada, no hi ha un increment important de productivitat. És a dir, la segona etapa incideix negativament sobre la productivitat, mentre que la tercera etapa, que és quan l'empresa decideix canviar la seva organització mitjançant la Xarxa i aprofitar integral-

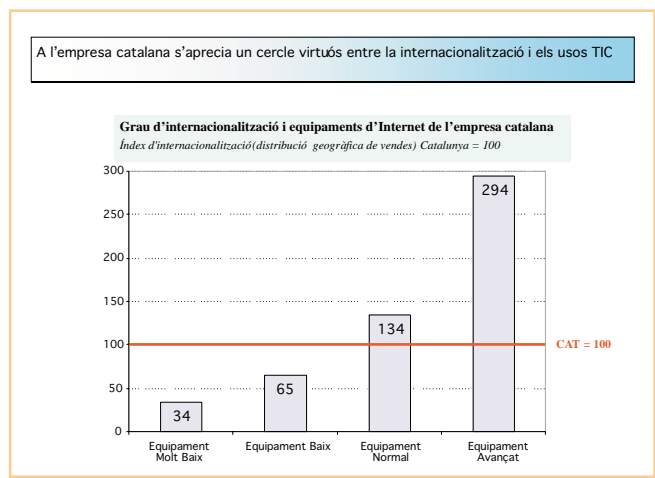
El nivell d'ús d'Internet condiona les millores de productivitat de l'empresa catalana.

La productivitat total dels factors i els equipaments d'Internet de les empreses catalanes
En euros del 2007



Imatge 4. La productivitat i els equipaments d'Internet

L'empresa xarxa a Catalunya



Imatge 5. Grau d'internacionalització i equipaments d'Internet

ment les potencialitats de les tecnologies digitals, els augments de productivitat són espectaculars, fins al punt que representen un augment de fins al 20%.

En relació amb la innovació, les empreses que usen les tecnologies de la informació i la comunicació tenen majors nivells d'innovació. Finalment, i relacionat amb la competitivitat, hem calculat que hi ha una relació directa entre la competitivitat internacional i els usos de les TIC. Si fem que les exportacions catalanes són 100 (número índex en base 100 el total de les exportacions catalanes), les empreses catalanes amb uns usos de les TIC avançats triplicuen la xifra de vendes de la mitjana catalana, mentre que les empreses que no usen o fan un ús baix de les tecnologies digitals divideixen per tres les vendes en relació amb aquesta mitjana. Aquests resultats tan espectaculars responen, en última instància, a les incògnites que sovint ens plantegem de si val la pena o no de fer l'esforç d'avançar cap a aquesta economia basada en el coneixement.

Torn de paraules

Josep Atanes (consultor informàtic)

Fa un any i mig que es va publicar a Vilafranca un estudi sobre l'ús de les tecnologies de la informació i la comunicació, elaborat per la Mancomunitat Penedès-Garraf, per encàrrec del Servei de Noves Tecnologies de l'Ajuntament de Vilafranca del Penedès i, precisament, moltes coses coincidien amb les que s'han dit aquí. En tot cas, hi havia una dada segons la qual, comparativament amb la resta de Catalunya, a la comarca estàvem per sota en la utilització de les TIC com a eina d'organització a les empreses. En un nou estudi que s'ha fet, sembla que la tendència s'ha corregit, però encara no hem arribat a la mitjana de Catalunya. Creus que és un element important l'ús de les TIC no només cap a l'exterior, sinó també dins l'organització de l'empresa? És que, tot i que sembla que s'ha regularitzat, en aquest aspecte encara estem per sota la mitjana catalana. Hi ha moltes empreses de vins que tenen una

pàgina web per vendre els seus productes, però en canvi no es plantegen la comunicació interna dels treballadors d'aquesta empresa de vins, per exemple, mitjançant aquestes tecnologies.

Jordi Vilaseca

Efectivament, avui dia, quan parlem d'empresa tot i que es pugui delimitar clarament des del punt de vista de la propietat, la seva activitat cada vegada és més difosa. Les relacions entre empreses no són només competitives sinó també de col·laboració. Això és crucial en un entorn com el de la nostra economia, que és una economia de dimensió molt petita. Catalunya i el Penedès tenen una dimensió empresarial petita, però pertanyen a un món global. Per tant, quan parlem de l'empresa, delimitar-ne l'activitat és complex, perquè es pot fer en clau interna, però també en clau de cooperació empresarial, que pot adoptar moltes formes: des de la producció d'activitats concretes fins a associacions per a compartir diferents activitats de diferents empreses. No sé si es fa al Penedès, però seria una bona idea que les caves petites, que tenen dificultats d'innovació per raons financeres, en un marc de cooperació creessin un centre d'innovació on poguessin aprofitar totes les tecnologies per a competir internacionalment. Per tant, crec que és una mala aproximació delimitar l'activitat de l'empresa i fer-la en clau interna. El concepte d'intranet és un concepte tecnològic que des del punt de vista empresarial no només representa l'organització interna de la parcel·la d'activitat pròpia, sinó que ha de facilitar poder fer una empresa xarxa. I per tant, és important desenvolupar conceptes com la intranet no per posar una frontera clara entre allò que és meu i la resta del món, sinó com a mecanisme de cooperació empresarial, fonamental en el nostre entorn.

Josep Atanes

En aquesta exposició he trobat a faltar una dada. Teniu xifres de quant gasta una empresa en formació respecte del seu PIB per fer tot això? Està molt bé fer servir les noves tecnologies, però jo em trobo molt sovint que les empreses –no sé si tenen o no pressupost– gasten molt poc en formació en relació amb les xifres de facturació. Per tant, utilitzen les tecnologies de darrera generació amb una manca de formació adient. Segons la meva experiència, els resultats, des del punt de vista de negoci, no són els esperats.

Jordi Vilaseca

Aquesta és una pregunta clau i lògica, tenint en compte la teva feina. Intentaré contestar-la i ser clar. Voldries saber quant gasta l'empresa catalana en formació en relació amb la seva facturació. Depèn del tipus d'empresa. Si parlem de la gran empresa, la de més de 100 treballadors, t'asseguro que gasten molt en formació, però en conjunt, tenim un problema. Dit d'una altra manera, l'empresa catalana no és la de més de 100 treballadors. L'empresa catalana que genera més ocupació i més valor afegit és la



L'empresa xarxa a Catalunya

petita empresa i la microempresa. Per la seva estructura, les grans empreses tenen una capacitat de formació important, que a més a més realitzen.

El problema greu se situa en l'empresa representativa catalana, perquè toca un element relacionat amb la societat. És a dir, caminem realment cap a una societat d'aprenentatge, del coneixement? Jo diria que sí, que hi ha punt de partida. Ens prenem seriosament la principal activitat que tenim, que és la formació? Tu dius que no, jo no ho sé. No en voldria opinar. De totes les decisions de polítiques públiques que s'han de fer, les relacionades amb la formació són les més importants per al futur de l'economia catalana, perquè és un element clau. Quan parlo de formació, em refereixo des dels infants fins a les persones grans. És a dir, el concepte de formació integral de la persona i del treballador. Per tant, el futur de l'economia catalana passa per organitzar la formació, perquè les microempreses financin aquest tipus de formació que avui no tenen perquè els és molt costosa i de vegades no en veuen la rendibilitat. Ja no és solament una qüestió de l'empresa, sinó de la societat, que ha de fer ciutadans i treballadors que tinguin clar que el futur passa per formar-se al llarg de tota la vida. I això és una cosa molt complexa.

Josep Atanes

Has començat fent la diferència entre la revolució industrial actual i la industrialització manufacturera. No estic d'acord que la revolució industrial està només basada en el coneixement i l'aplicació, des del punt de vista de negoci, de les tecnologies de la informació. Veiem, en el món globalitzat i l'empresa global de la qual parlaves al principi, empreses que facturen milions i milions de dòlars i que no només es basen en l'aplicació i l'ús de les tecnologies i del coneixement, sinó també en la indústria manufacturera. Adidas, Zara, Mango són empreses que en el nostre entorn estan molt tecnificades, tant a les oficines com a les fàbriques i fan un bon ús de la gestió del coneixement, però el substrat com a empresa es basa únicament en la manufactura. Totes les empreses multinacionals de roba esportiva, de calçat esportiu, si no fos pel substrat que les sosté, rarament tirarien endavant.

Jordi Vilaseca

Hi estic completament d'acord, però en qualsevol cas quan el meu fill compra una pilota Puma, no sé si al final compra més Puma que una pilota. Avui el mercat és molt sensible, molt més sensible en l'àmbit intangible que en el tangible.

Albert Calzada (president de la Unió d'Empresaris del Penedès)

Jo diria que la situació que comentàveu passa tant a les empreses petites o microempreses com a les empreses més grans. Crec

que els empresaris som els primers que hem d'entrar en el sistema que parlava el Sr. Vilaseca. El mateix empresari, sigui petit, mitjà o gran, ha d'estar connectat les 24 hores a la Xarxa i saber què passa al món, on pot vendre a bons preus i a on li poden comprar i assegurar el cobrament. A molts empresaris els fa por exportar per alguna mala experiència, però avui hi ha lleis suficients per a garantir cobraments. Cal guanyar mercats i això ha de sortir del mateix empresari. Si l'empresari té aquesta voluntat d'exportar, d'obrir mercats, d'estar les 24 hores del dia connectat a la Xarxa, amb la possibilitat d'estar a qualsevol lloc del món, crec que no hem de tenir cap problema. Jo puc dir per experiència que això dóna resultat en una empresa mitjana.

Jordi Vilaseca

Necessitem empresaris com vostè. Segueixi presidint l'associació d'empresaris, és un bon mirall d'allò que hem de fer. Avui hi ha un debat obert sobre les empreses que marxen i la deslocalització, un tema amb el qual s'ha fet força demagògia. Avui ens hem de preocupar perquè les empreses marxïn a buscar localitzacions on puguin pagar menys als seus treballadors per ser més competitius? Ens interessa mantenir aquest tipus d'empresa o el que realment ens interessa és que les nostres empreses marxïn a buscar nous mercats? Crec que una bona política i una decidida política econòmica ha de passar precisament per animar les empreses catalanes a buscar nous mercats, tal com estan fent altres empreses al món. Crec que el repte fonamental no és tecnològic, sinó un canvi cultural d'intentar tenir confiança i de saber que per sobreviure haurem de sortir de les nostres fronteres. Aquest és el repte, hem de dedicar-nos a fer el que hem fet sempre, però d'una altra manera, afegint-hi valor i aprofitant els avantatges del procés de globalització.

Maria Batet (directora del Centre Àgora)

Em sembla que una de les coses més suggeridores d'aquest estudi és haver-se centrat en les microempreses, que sovint estan molt desateses i de les quals sabem poques coses. Imaginem que sóc una microempresa, que tinc una connexió a Internet, que utilitzo el correu electrònic, que tinc una base de dades ordenada, que utilitzo el paquet Office. Amb tot això sóc una empresa que uso les TIC?

Jordi Vilaseca

És important entendre que el fet de tenir tota la tecnologia no fa l'empresa. Hem de continuar fent allò que hem fet sempre amb un altre sistema. La microempresa, per tal de ser moderna, no només ha de tenir telèfon mòbil. Les microempreses sobreviuran perquè tindran una gran capacitat d'innovar, d'imaginació i de crear coneixement. I, això, no només depèn de l'ús de les tecnologies digitals.

Enllaços relacionats

Projecte Internet Catalunya (PIC)
<http://www.uoc.edu/in3/pic/cat/index.html>

Projecte Internet Catalunya (PIC)
Les TIC i les transformacions de l'empresa catalana
<http://www.uoc.edu/in3/pic/cat/pic2.html>

Informes de l'Observatori Econòmic 2000-2002
http://www.uoc.edu/web/cat/2002/index_articles.html



Jordi Vilaseca i Requena

Professor dels Estudis d'Economia i Empresa (UOC)
Director de l'Observatori de la Nova Economia (ONE)
jvilaseca@uoc.edu

Llicenciat i doctor en Economia per la Universitat de Barcelona i màster en Politiques Públiques per Nacions Unides. Professor titular del Departament d'Estructura Econòmica Mundial i Política Econòmica de la Universitat de Barcelona. Actualment, és el director dels Estudis d'Economia i Empresa de la UOC, on combina tasques de docència i de recerca. Pel que fa a la docència, és responsable de les titulacions següents: diplomatura en Ciències Empresarials, llicenciatura en Administració i Direcció d'Empreses, llicenciatura en Ciències del Treball i llicenciatura en Investigació i Tècniques de Mercat. Pel que fa a la recerca, és el director del grup de recerca de l'Observatori de la Nova Economia (ONE), integrat a l'Institut Interdisciplinari d'Internet (IN3-UOC), grup que actualment desenvolupa diversos projectes de recerca relacionats amb les tecnologies de la informació i la comunicació i l'empresa, l'economia i la societat del coneixement. Ha escrit diversos llibres, materials didàctics i articles de recerca sobre l'economia mundial, els processos d'integració econòmica, l'economia del coneixement i l'empresa xarxa. És membre expert del Consell de Treball, Econòmic i Social de Catalunya, del consell assessor de l'Institut d'Estadística de Catalunya, assessor de diverses institucions i membre del consell editorial de diferents revistes i editorials.