

Economia

# Exportar o morir

A l'altra punta de món es poden trobar tot tipus de productes amb el segell 'Made in Vallès Occidental'

Xavier Amat

Vallès Occidental

Ult. Act. 08/09/2009 00:14

"El que ens ha salvat de la crisi ha estat l'exportació, el fet d'estar en molts mercats. Perquè la crisi no s'està notant a tot arreu de la mateixa manera: fora d'Europa, durant el 2008, vam créixer un 12%". Així de clar es mostra Santiago Sabatés, director general d'Eurofragance, l'empresa de Rubí dedicada al disseny de fragàncies i aromes i que mes rere mes encapçala el rànquing d'exportació que fa pública la Cambra de Comerç i Indústria de Terrassa.

Nascuda l'any 1990, tres anys més tard els responsables de l'empresa van tenir clar que més enllà de les nostres fronteres podien tenir mercat, i els primers països on va aterrar Eurofragance van ser el Marroc i Egipte. "Vam tenir-hi una bona rebuda des del primer moment, si bé tots els inicis són complicats. Sobretot perquè encara érem una empresa petita i per exportar calen eines, infraestructura", recorda Sabatés.

Passats 15 anys, els productes d'Eurofragance es poden trobar a més de 40 països, amb una presència intensa a l'Orient Mitjà i a l'Àsia. "A base d'estratègia anem cremant etapes. Ara tenim llarga experiència en exportació, però està clar que cada nou país al qual volem anar té les seves característiques i particularitats i res és senzill; per exemple, a Rússia, per motius burocràtics, vam tenir moltes dificultats per accedir-hi, però ho vam aconseguir i no ens va malament", explica el director general de l'empresa de Rubí.

"Una empresa que vulgui iniciar el camí de l'exportació o la internacionalització ha de tenir sempre present que no està sola, que té institucions i organismes que l'ajudaran i guiaran en el procés", afirma Josep M. Rius, professor associat del Departament de Direcció de Màrqueting d'Esade. "Cal tenir clar que sortir fora és lent, difícil i car, i que si no ens deixem guiar ens podem perdre pel camí. Molts factors hi prenen part, i no es pot mirar tan sols quina economia està en procés emergent en aquell moment i quina no. Considero que hem de començar per saber amb què comptem dins l'empresa: tenim persones que dominin idiomes? Alguna que tingui un coneixement avançat d'una cultura concreta? Qüestions com aquestes ens poden ajudar molt", exposa Rius.

Una de les entitats de les quals parla el professor d'Esade que poden resultar d'un gran ajut per a les empreses en el seu procés d'exportació són les cambres de comerç. "La Cambra de Comerç de Sabadell té com una de les seves principals missions liderar i planificar i donar suport a propostes, accions i programes que afavoreixin la internacionalització de les empreses de la seva demarcació, en coordinació amb la xarxa de cambres catalanes i espanyoles, ACCIÓ, IICEX i la resta d'operadors d'internacionalització de Catalunya", manifesta Vicenç Vicente, cap de Promoció Internacional de la Cambra de Sabadell.

"Avui és una necessitat sortir fora, i així ho estan percebent les empreses de la nostra zona, tenim més assistència que mai a les sessions informatives que duem a terme i a totes aquelles accions directes relacionades amb el Pla d'Acció Internacional (PAI), com són els viatges de negocis i la participació en fires", explica Josep M. Armengou, responsable de Comerç Internacional de la Cambra de Terrassa.

No obstant això, ambdues cambres consideren que Catalunya i especialment el Vallès Occidental són "tradicionalment exportadores", si bé "caldría anar invertint la tendència que s'ha dut fins ara, ja que la immensa majoria d'exportacions segueixen anant a parar a la Unió Europea", diu Armengou, que considera que "a l'Àsia hi ha molt de camí per recórrer".

"Com més diversificada estigui la internacionalització de l'empresa, molt millor; gràcies a això es pot tenir el futur de l'empresa assegurat", afirma Josep M. Rius. Segons Vicente, "el teixit empresarial de la demarcació de la Cambra de Sabadell es caracteritza per la seva tradicional vocació exportadora, i constitueix una de les àrees més internacionalitzades de Catalunya i Espanya". Per Rius, d'Esade, "és del tot lògic que a casa nostra estiguem molt avançats en comerç internacional, per on estem situats, cosa que ens porta a mirar cap a l'exterior, i a Europa en primer lloc".

Segons la Cambra de Terrassa, a Catalunya hi ha 13.000 empreses exportadores o internacionalitzades. Els principals destins de l'exportació de la demarcació són: Unió Europea (74%), Amèrica Central i del Sud (12%), Nordamèrica (4%) i resta del món (6%).

Cirprotec és l'excepció que confirma la regla i exporta molt més a mercats exteriors que a l'interior d'Europa. Creada l'any 1993 i amb oficines centrals a Terrassa, està especialitzada en el disseny, la fabricació i la comercialització de productes destinats a la protecció contra els llamps i les sobretensions, lidera el mercat nacional i és un referent internacional pel seu grau d'innovació en productes i el seu know-how en l'àmbit de les proteccions. I és que a l'hora d'exportar és més que evident que cal saber qui necessitarà el nostre producte, a quina part del món li convé.

"A països com Tailàndia, Indonèsia o Cuba hi cauen uns 200 llamps per quilòmetre quadrat a l'any, res a veure amb les tempestes que hi ha a Europa, i per això és a aquests llocs on es destina el gruix de les nostres exportacions", informa Carlos Pons, director general de Cirprotec.

Van iniciar la internacionalització el 1997 amb la participació en fires, i actualment es troben en uns 45 països, principalment de l'Amèrica Llatina, del sud-est asiàtic i de l'Orient Mitjà. "Volem

Localització



Vallès Occidental