

Economia i consum



El Vallès Occidental és un dels corredors naturals del Mediterrani. Pel que fa a infraestructures, hi ha projectades la Interpolar sud i la Ronda Vallès, a més del reforç de les línies ferroviàries ■ ASB

Exportar o morir

INTERNACIONALITZACIÓ Més de 1.500 empreses de la comarca exporten productes a mercats exteriors
CRISI La diversificació de mercats permet sortir més ben parats dels vaivens dels cicles econòmics

Xavier Amat
SABADELL

"El que ens ha salvat de la crisi ha estat l'exportació, el fet d'estar en molts mercats". Així de clar es va mostrar Santiago Sabatés, director general d'Eurofragrance, una empresa de Rubí dedicada al disseny de fragàncies i aromes que durant el 2008 va créixer un 12%, això sí, fora d'Europa.

Des del 1993 van sortir d'fronteres enllà i passats 15 anys, els seus productes es poden trobar a més de 40 països, especialment a l'Orient Mitjà i a l'Àsia. "Ara tenim una llarga experiència en exportació, però és clar que cada nou país al qual volem anar té les seves

característiques i particularitats i res és senzill", explica Sabatés. En el cas de Rússia, "per motius burocràtics vam tenir moltes dificultats per accedir-hi, però ho vam aconseguir i no ens va malament".

Recolzament d'entitats

"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 a fora és lent, difícil i car, i

que si no ens deixem guiar ens podem perdre pel camí", manté. Al parer seu, el primer que ha de fer qualsevol negoci que vulgui anar a un mercat estranger "és 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, "no es pot mirar només quina economia està en procés emergent en aquell moment i quina no".

L'aposta de les Cambres

Una de les entitats de les quals parla el professor d'ESADE són les cambres

de comerç. Des d'aquestes organitzacions reconeixen que cada vegada tenen més assistents a les sessions informatives i accions directes relacionades amb sortir a l'exterior, una necessitat cada vegada més latent entre els empresaris locals.

"Caldria 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", explica Josep M. Armengou, responsable de Comerç Internacional de la Cambra de Terrassa, que considera que "a l'Àsia hi ha molt de camí per recórrer". Rius ho té clar: "com més diversificada estigui l'empresa, molt millor". ■

Tradicció exportadora

Segons Vicenç Vicente, cap de Promoció Internacional de la Cambra de Sabadell, "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".

Des del Departament de Direcció de Màrqueting d'ESADE, Josep M. Rius diu que aquesta tradició fa que "a casa nostra estiguem molt avançats en comerç internacional, 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%), Amèrica del Nord (4%) i resta del món (6%).

Tot i així, també hi ha empreses de la comarca que exporten més a mercats interiors que a Europa, com el cas de Cirprotec, dedicada a realitzar productes per protegir-se dels llamps. Triomfa especialment a l'Àsia, on hi ha moltes més tempestes, és a dir, on té més mercat.