La missió comercial a Colòmbia assoleix objectius.

Internacional | 25-10-2013 | 19:05

La missió comercial organitzada per la Generalitat a Colòmbia ha assolit objectius i els empresaris catalans marxaran d'aquí a poques hores amb contactes a la maleta, que els serviran per obrir mercat al país sud-americà. Els workshops, les trobades llampec amb possibles clients i els seminaris han permès conèixer possibles clients i, fins i tot, en alguns casos, ja s'han lligat acords. Aquest és el cas de dues empreses de moda i turisme, que agafaran l'avió amb un contracte sota el braç. Lluitar contra les licitacions a la baixa en el cas de les constructores, la necessitat d'agafar l'avió amb visat o la forta competència al sector 'smart cities' són els principals reptes a partir d'ara.

Colòmbia s'ha confirmat com a un país d'oportunitats per a la vuitantena d'empreses catalanes participants a la missió comercial, sigui quin sigui el seu sector. Durant aquests dies, s'han succeït les visites, els seminaris, els workshops i les trobades empresarials amb un objectiu comú: establir contactes, parlar amb potencials clients i intentar lligar acords que permetin a les firmes introduir-se o bé obrir més mercat en aquesta regió de l'Amèrica Llatina.

D'aquí a poques hores, els empresaris agafaran l'avió de tornada cap a Catalunya. I amb ells, a la maleta hi portaran noms que, més endavant, es poden arribar a convertir en contractes. Però ja hi haurà qui també marxarà amb un acord sota el braç. Aquest és el cas, per exemple, de dues empreses dels sectors de la moda i el turisme.

La primera és Exclusivas Oltra S.A., que comercialitza pantis i mitges sense costura. La firma s'ha entès amb la companyia colombiana de roba interior femenina 'Bésame', sota el paraigües de la qual entrarà al país sud-americà. La seva directora comercial, Carme Rodríguez, explica que això permetrà que la seva marca -Cecilia de Rafael- entri per la porta gran. "Realment, la meva marca es posicionarà molt bé i anirà de la mà d'una companyia líder en corseteria i llenceria al país", concreta la directora.

La segona firma que marxa amb un contracte és 'Gastronomic Tour Spain', que ofereix paquets a mida per als amants del turisme gastronòmic. El seu gerent, Jaume Cusidó, explica que entrarà a Colòmbia de la mà d'un touroperador, que el farà servir per projectar-se a Catalunya i portar-hi turistes que busquin l'exclusivitat. "Estem enviant-los ja els nostres programes perquè els introdueixin al seu web", concreta Cusidó.

Contactes que poden ser contractes

La cinquantena llarga d'empreses del sector turisme, moda i 'smart cities' han aprofitat aquests dies per trobar-se amb potencials clients. Lligar un acord, però, no s'aconsegueix a la primera, i això és el que tenen molt clar totes les firmes. A partir d'ara, i un cop a Catalunya, s'haurà de continuar treballant perquè una conversa s'acabi convertint en la signatura d'un contracte.

De totes maneres, però, les impressions i les perspectives són bones. Un exemple que ho demostra és el de la cadena familiar Hotels Catalonia. Aixopluga ja 63 establiments sota la seva marca, dels quals set estan al Carib. Com explica el seu director d'expansió, Carles Fontes, "estem molt contents de les primeres preses de contacte que hem fet, i veiem possibilitats reals d'entrar a Colòmbia a través de la gestió d'algun hotel, que és allò en què es basa el nostre model de negoci".

A més, el balanç de la missió no es queda només en les entrevistes que puguin haver fet cadascuna de les firmes. El fet d'haver passat la majoria del temps junts, ha fet que aquest colze a colze de les empreses dels diferents sectors s'hagi convertit en sinèrgia. "Sempre estàs parlant amb diferents empreses que es dediquen al mateix que tu, i això fa que hi puguin haver acords fins i tot entre les mateixes firmes catalanes", concreta la gerent de la consultoria THR, Sònia Huerta, que ja porta dos anys treballant al país sud-americà.

Els esculls també hi són

Però en el món dels negocis el camí no sempre és fressat. I precisament, durant aquests dies, les empreses també han vist quins són els principals reptes per obrir-se mercat a Colòmbia. En el cas del sector turístic, la necessitat dels colombians de viatjar a Europa amb visat pot endarrerir acords, tot i que ara la Unió Europea ja hagi posat fil a l'agulla per solucionar aquest extrem.

I pel què fa a les 'smart cities', aquí la competència és cada cop més creixent. A Colòmbia, Medellín s'ha convertit en un clar nínxol de mercat, i les ofertes hi plouen d'arreu. "Els impediments hi són com a tots els mercats; a més de nosaltres, hi ha més empreses que ofereixen les mateixes tecnologies, i cal treballar amb paciència per recollir els fruits en un futur", explica el comercial internacional de Ros Roca, Javier Martínez.

Aquesta empresa de Tàrrega, que factura 600 MEUR anuals, aplica l'enginyeria al camp del medi ambient. Ha creat un sistema per recollir les escombraries mitjançant canalitzacions subterrànies que funcionen amb aspiració d'aire.

Competència ferotge

Però si hi ha algun sector que ha de fer front a una competència ferotge, aquest és el de la logística i el transport. Sobretot, perquè les licitacions d'obra pública són difícils d'aconseguir i, sovint, es tiren enrere perquè la competència presenta ofertes a la baixa.

"És evident que en aquests moments ningú ho té fàcil, i que qualsevol empresa pot aspirar a guanyar un concurs", concreta el conseller de Territori i Sostenibilitat, Santi Vila. I hi afegeix: "Però Catalunya no parteix de zero, té una bona massa muscular d'enginyeries, constructores i despatxos d'arquitectura, i quan un país com Colòmbia està disposat a fer un esforç gran en infraestructures nosaltres hem d'intentar guanyar la nostra quota de mercat".

Entre les constructores que participen a la missió empresarial hi ha el Gremi d'Àrids, que agrupa

120 empreses del sector. Ja n'hi ha una dotzena que intenten entrar a Colòmbia, però per fer-ho cal tenir al darrere un bon coixí econòmic, perquè caldrà esperar-se. I això, en un sector molt tocat per la crisi econòmica, és difícil.

"És un país amb moltes oportunitats, però també lent; no són tan resolutius i triguen més a decidir-se", concreta el gerent del gremi, Jaume Puig. I hi afegeix: "Sobretot, allò que cal és tenir paciència i també és clau disposar d'un soci local que t'ajudi a introduir-te"

I de fet, al camp de la logística i el transport hi ha camí per córrer, fins i tot si ja s'ha aconseguit entrar a Colòmbia i ara es vol consolidar aquesta presència. Dins el sector de la logística, una de les empreses que ja opera al país sud-americà és Nadal Forwarding S.L. Aquest operador mou uns 40.000 contenidors l'any entre importació i exportació i ven a una trentena de països, entre els quals n'hi ha de Llatinoamèrica.

Anualment, envia entre 100 i 150 contenidors al port de Cartagena d'Índies. I ara allò que vol és incrementar aquesta xifra. "Hi ha moltes coses que es poden exportar o importar des de Colòmbia; per exemple, moltes de les roses que es venen a la diada de Sant Jordi provenen d'aquí", concreta el conseller delegat de l'operador logístic, Jaume Altisent.

Projecció de Catalunya

El conseller d'Empresa i Ocupació, Felip Puig, explica que poques hores abans que es tanqui la missió comercial i empresarial, ja se'n pot fer una valoració optimista. "Les impressions que tenim de sectors com la moda, el turisme i la tecnologia són bones; totes les firmes valoren amb moderada satisfacció els resultats de les entrevistes, i ara caldrà fer seguiment d'aquests projectes per veure si s'acaben concretant en encàrrecs".

"A Colòmbia, Catalunya ha reafirmat les seves potencialitats com a economia regional, amb una vuitantena d'empreses que lluiten per obrir mercat", ha subratllat Felip Puig. A partir d'ara, un cop l'avió de tornada cap a l'aeroport del Prat s'enlairi, la feina dels empresaris serà diferent. Ja no serà de tu a tu, sinó mitjançant mails i telèfons. Però l'objectiu continuarà essent el mateix: consolidar la presència catalana al país llatinoamericà.

Autor: Acn