

Vivir

en Tarragona

GIRONA

Polémica por dos nuevas puertas en la muralla

PÁGINA 7



Salto comercial a Nigeria

La Cambra de Tarragona ayuda a empresarios locales a abrir mercado en África

BEGOÑA FLORIÀ | TARRAGONA

La Cambra de Comerç de Tarragona busca nuevos mercados. Por primera vez, la entidad ha organizado una misión comercial a Senegal, Nigeria y Costa de Marfil y el sábado partirán hacia allí siete empresarios interesados en hacer una prospección de la zona para saber si realmente tiene potencial. Hacer negocio en terceros países siempre es difícil y los industriales de la provincia prefieren viajar arropados. Por ello, las cuatro cámaras de Tarragona organizan cada año entre diez y doce misiones comerciales, en las que participan una media de una docena de empresas en cada una.

En los últimos diez años las exportaciones en la provincia han crecido una media del 10 por ciento anual y en 1999 se vendieron al extranjero productos por un valor de 398.025 millones de pesetas, según datos del último informe del Servei d'Estudis Econòmics de la Diputació de Tarragona,

Gracias a las misiones comerciales, Tarragona exporta alabastro a Canadá, muebles a Singapur, productos minerales a Marruecos y cosméticos a Túnez

presentado en agosto. Dentro de este panorama, no todo son químicas y grandes industrias. Los pequeños y medianos empresarios también buscan hacer negocio en nuevos mercados y para ello aprovechan las misiones comerciales de las cámaras, que les facilitan el trabajo y les permiten contactar con clientes potenciales. Gracias a las misiones comerciales, en estos momentos desde Tarragona se exporta alabastro a Canadá, muebles a Singapur, productos minerales a Marruecos y cosméticos a Túnez, por citar algunos ejemplos.

Sólo en el ámbito territorial de la Cambra de Comerç de Tarragona, que abarca las comarcas del Baix Penedès y el Tarragonès, hay 90 empresas que exportan más de cincuenta productos diferentes al extranjero. De todos ellos, el rey es el vino, que "se exporta prácticamente a todo el mundo", explica Roberto Barros, técnico de comercio exterior de la Cambra de Tarragona.

Barros es, precisamente, el organizador de la misión comercial que se inicia el sábado y que, durante dos semanas, recorrerá Senegal, Nigeria y Costa de Marfil. "Hace unos años nadie creía en el mercado de Marruecos y los empresarios que apostaron por ese país han hecho negocio. Ahora, pasa lo mismo con el África subsahariana y los empresarios tarraconenses deben aprovechar la oportunidad de penetrar en esa zona, porque tiene un gran potencial", indica Barros.

La misión está formada por siete empresarios del sector de la alimentación, muebles, productos minerales, marroquinería del alta calidad y confección. "Hay otras empresas de sectores como el portuario, vinos o ferretería que también estaban interesados en la misión, pero no podrán venir por diferentes circunstancias", precisó Barros.



Alex Rodríguez en la planta de producción de sofás de Santa Oliva, desde donde exporta a trece países de todo el mundo

UNA EMPRESA FAMILIAR CON PROYECCIÓN MUNDIAL

Sofás de Santa Oliva en las tiendas de lujo de Moscú

Con 16 años empezó a trabajar con su padre; a los 18 se fue al sur de Inglaterra a aprender inglés, y a los 20 se fue a buscar clientes a Singapur y a Hong Kong con una misión comercial de la Cambra de Comerç de Tarragona. Alex Rodríguez tiene ahora 24 años y es uno de los empresarios que viajarán el sábado a Senegal, Nigeria y Costa de Marfil para hacer una prospección de mercado. Alex es director comercial de Maher, una empresa creada por su padre y que se dedica a la fabricación y venta de sofás de diseño moderno y de gama alta. Tienen la sede central en Santa Oliva y un taller en Cerdanyola del Vallès. La plantilla total es de 55 trabajadores y fabrican una media de 350 piezas mensuales. Maher es un buen ejemplo del interés exportador de los industriales tarraconenses. En estos momentos, sus piezas se exhiben en las mejores tiendas de Moscú e Inglaterra y se exportan a un total de trece países, entre los que en breve puede incluirse Nigeria. "Hay un

empresario de ese país que vio mis catálogos cuando la cámara preparaba la misión y ha decidido venir a visitarme esta misma semana, aprovechando que va hacia Italia", comenta Alex. Él asegura que sus productos no tienen nada que envidiar a los sofás italianos, que venden diseño en todo el mundo. "En cambio, nosotros ofrecemos mejores precios." Para el empresario, la misión comercial a Nigeria, Senegal y Costa de Marfil es un viaje para ver cómo es ese mercado. "No pretendo vender, sólo ver", explica. Esta es una premisa básica que, en opinión del técnico de la cámara, Roberto Barros, deberían tener clara todos los empresarios. "Son viajes para conocer el potencial de cada zona e iniciar los primeros contactos; después, cada empresa decide si le interesa o no y actúa en consecuencia", comenta Barros. Al llegar al país en cuestión, los empresarios que forman parte de la misión entran en contacto con la oficina comercial de la embajada española y cuentan, ya, con una agenda de trabajo

organizada, para visitar a los posibles clientes. "Desde la cámara, les orientamos sobre algunas cuestiones concretas, como la forma de coger un taxi o por qué zonas pueden moverse. Hay que tener en cuenta que son países con costumbres desconocidas para nuestros empresarios y es ahí donde entramos nosotros, para facilitarles el trabajo", indica Barros. Cuestiones que pueden parecer banales, como la de elegir un hotel, son elementos clave para abrir mercado. "No puedes alojarte en cualquier sitio, porque tienes que dar la sensación de ser una persona solvente y seria", precisa el técnico. Luego, viene el cómo negociar. En Israel, por citar un ejemplo, los empresarios locales van directos al grano y no les importan demasiado las formas. En los países norteafricanos, en cambio, importan mucho los preámbulos y es bueno preguntar por la familia. A Nigeria, Costa de Marfil y Senegal, los empresarios tienen que ir preparados para un duro regateo de precios