

El desembarcament de les pimes

Les petites i mitjanes empreses són conscients que els seria més rendible d'invertir a la Xina o a l'Índia, però s'estimen més d'instal·lar-se al Riu de la Plata, perquè no hi ha tanta competència. Concentrades sobretot en el sector dels serveis, aquestes empreses aprofiten els avantatges de la qualitat-preu i recomanen de tenir un soci argentí.

Des de l'any 2003, l'Argentina ha crescut sense interrupcions a un ritme d'un 8% anual, una de les taxes més altes del món i un rècord inigualat en la història econòmica d'aquell país sud-americà. Aquesta conjuntura post-crisi, a la qual cal afegir la normalització institucional després de la caiguda del govern de Fernando de la Rúa el desembre de 2001, ha seduït les petites i mitjanes empreses catalanes, bé per a instal·lar-hi una filial, bé simplement per a aprofitar –mitjançant un representant– el creixement de les importacions des de Buenos Aires.

Els nivells de treball de les oficines del Consorci de Promoció Comercial de Catalunya (COPCA) a Buenos Aires són un bon termòmetre per a mesurar aquest interès, especialment perquè les petites i mitjanes empreses no solen endinsar-se soles en territori estranger. “Enguany la demanda dels nostres serveis de consultoria ha augmentat d'un 60% respecte a l'any passat. Tant, que ens hem trobat obligats a engrandir les instal·lacions, perquè moltes empreses s'instal·len primer a les nostres plataformes fins que, una vegada afermades, surten a buscar un lloc propi”, explica Horacio Babini Bosch, director de COPCA Buenos Aires.

Segons les dades del consorci, en aquests moments operen a l'Argentina unes 70 petites i mitjanes empreses catalanes, de les quals 10 s'hi han instal·lat enguany, un 30% més que no pas durant tot l'any passat. La llista inclou sectors diversos,

però concentrats especialment en l'àrea de serveis –sobretot en el programari informàtic–, màrqueting i serveis de formació, com és ara escoles de negocis. “Això, pel que fa a les empreses que vénen a instal·lar-se. Després mantenim la demanda tradicional de recerca d'un representant local per a col·locar productes sense necessitat d'obrir oficines”, puntualitza Babini. Aquí hi podem trobar des d'empreses informàtiques, editorials i assessories en comerç exterior fins a negocis menys tradicionals, com una agència de detectius.

Fórmula competitiva. En primer lloc, les empreses miren d'aprofitar una relació preu-qualitat molt rendible i competitiva. Amb una relació de 4 a 1 entre el peso argentí i el dòlar, els salaris argentins quasi fan riure si es comparen amb els catalans. Aquesta va ser la primera raó que va impulsar els directius d'Epise, una escola de negocis nascuda a Barcelona fa 42 anys, a instal·lar una base a Buenos Aires ara fa un any. El director local, Marcelo Beer, explica que allò que hi van trobar va ser “un nivell professional molt bo en un mercat més que accessible, cosa que permet de deslocalitzar els serveis essent molt competitiu”. “Avui produïm continguts a baix cost, perquè produïm en pesos i venem en euros. Som un grup i el cost a l'Argentina és molt baix a escala internacional. És cert que aquest diferencial es va estrenyent cada vegada més per la inflació, però la qualitat sempre serà

un diferencial”, diu Beer. Epise Buenos Aires té en aquests moments tres persones treballant a temps complet i quatre d'externes, “però enguany ja hauríem de ser deu, i esperem arribar a quinze l'any vinent”. Els seus clients són els mateixos que pot proveir a Mèxic o Catalunya: multinacionals que exigeixen cobertura global als seus proveïdors, com ara Repsol, Gas Natural o el Banc Santander.

En la mateixa línia es troba Fernando Scarlata, gerent comercial de Power Data, representants exclusius per a Espanya, Portugal, l'Argentina, Xile i el Perú de la companyia de programari Informàtica, amb seu als Estats Units. Van arribar fa un any i el seu producte apunta només a grans clients, amb pressupostos que no baixen de 70.000 euros. Scarlata destaca que han muntat una estructura molt petita, perquè s'especialitzen sobretot en la venda de llicències. “En aquests moments anem tancant tractes amb consultores locals en tecnologia. Busquem baixos costos de personal i facturar a gran escala”, explica. L'any vinent “calculem que hi haurà un creixement tant en nombre com en grandària de clients i esperem facturar prop d'un milió d'euros.”

Proximitat cultural. Per a Horacio Babini, director del Copca a Buenos Aires, les petites i mitjanes empreses catalanes troben a l'Argentina una gran similitud cultural, cosa que moltes vegades els permet d'iniciar-se en l'escenari internacional sense les complexitats que podrien oferir mercats més atractius econòmicament, però sens dubte més complexos, com ara la Xina, l'Índia i fins i tot el Brasil. I no es tracta solament de vendre serveis. La llista de pimes catalanes radicades a l'Argentina també inclou empreses de subministraments per a la construcció (Cementos Avellaneda, de Ciments Molins), calderes industrials (Olleraris), vàlvules i aixetes (Genebre), aliments (Espuna), plàstics (Plasticband), medicina veterinària (Calier) i automoció (Metalbages), entre moltes més.



FEDERICO RIVAS

El director del COPCA a l'Argentina, Horacio Babini, rep Carlos Rallo, director de l'empresa catalana LCS Laser, a la seu de Buenos Aires.

Per què cal instal·lar-se a l'Argentina si tots podrien vendre els productes com a exportadors? "El benefici d'instal·lar-s'hi és que s'augmenta la proximitat amb el client. L'important és que aquí entenguin que l'empresa no ve a colonitzar; es tracta de conèixer la cultura i de no crear resistència pel fet de ser estranger", diu Marcelo Beer, director de l'escola Epise. La veritat és que després de l'enlairament econòmic que va seguir la crisi de 2001, l'Argentina ha entrat en una cursa accelerada per renovar la infraestructura industrial, que en molts casos ja ha estat superada per la demanda. Però és clar que quan es tracta de fabricar béns de capital al país, l'equació ja no és tan rendible, perquè moltes de les matèries caldrà pagar-les en euros i els comptes no sempre seran positius. Amb tot, segons Beer, "l'Argentina és un mercat amb moltes possibilitats per a tecnologies que ja són madures a Europa. Moltes empreses que hi arriben, segurament tindrien

més oportunitats a Hongria o Polònia, per exemple, però hi tindrien més competència. Aquí es troben pràcticament soles, sense la presència de firmes similars alemanyes o suïsses, que ni pensen a venir a un mercat com aquest".

La fórmula en aquest cas pot ser la que ha triat Carlos Rallo, director de LCS Laser, que fabrica a Barcelona màquines industrials que utilitzen aquesta tecnologia, com ara soldadores o talladores de gran escala. Rallo va anar a Buenos Aires per mirar d'instal·lar-hi una filial, amb l'avantatge que no hi tindria competència. "En aquests moments hi ha 100 empreses argentines que consumeixen tecnologia làser i les soldadores són les grans desconegudes", diu Rallo. LCS va tancar les primeres operacions de venda a l'abril. El pròxim pas serà instal·lar-se a Buenos Aires, però amb una empresa de serveis. "Nosaltres hi posem les màquines i fem la feina. Ells hi posen la matèria primera. La idea és compartir la feina

a baix cost", explica. El model ja li ha donat rèdits a Catalunya, perquè permet de promoure la tecnologia i originar al mateix temps una necessitat per a les terminacions del tipus làser, molt més competitives si es tracta d'exportar el producte acabat.

En tots els casos, les petites i mitjanes empreses que ja han passat l'experiència del desembarcament recomanen de tenir al costat algun soci o algun alt càrrec que hagi nascut a l'Argentina. Tots els treballadors d'Epise són locals i Power Data té un treballador argentí per al sector de vendes. I no tan sols perquè coneixen millor el mercat, sinó perquè "el capital mixt garanteix fidelitat al servei i inspira confiança als potencials consumidors". "Això és molt important si es tracta d'una empresa que ha de prestar serveis dia a dia", explica Rallo.

Federico Rivas Molina
Buenos Aires