

## BARCELONA METRÒPOLI

## EL PLA METALL VA ORGANITZAR EL 2011

### 72

accions internacionals  
en què van participar més de

### 300

empreses. El 2012 es preveuen mis-  
sions a la Xina, Dubai, Perú, Turquia...

### INTERNACIONALITZACIÓ

# Objectiu: saltar fronteres amb urgència

L'exportació de la metal·lúrgia catalana va créixer un 13,6% l'any passat i més de 300 empreses van participar en el Pla Metall 2011

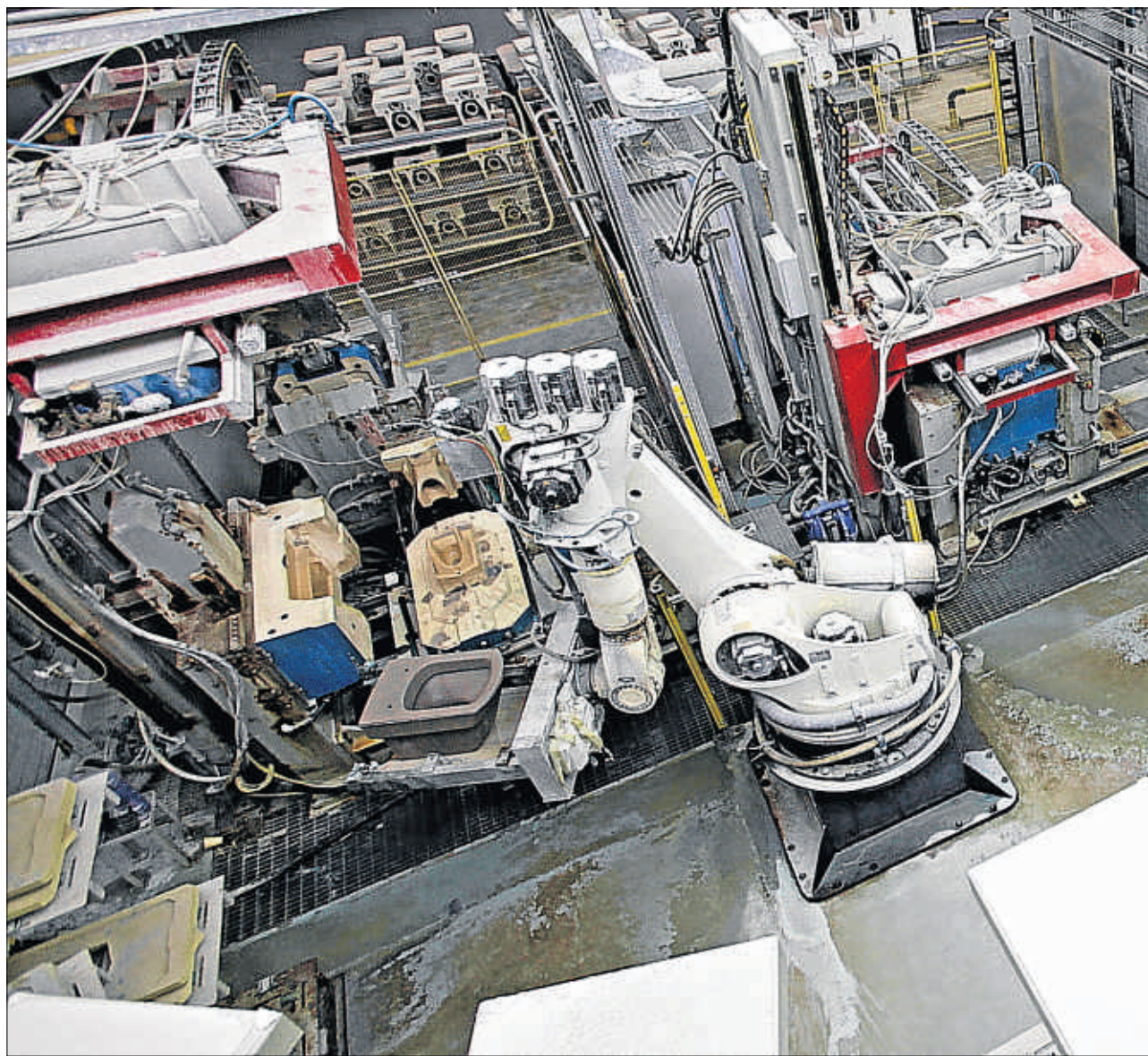
Anna Cabanillas

**E**l sector del metall, un dels més arrelats en el teixit industrial català, no passa per un bon moment. Des de l'any 2007, la caiguda del consum intern, la manca de finançament i els problemes de morositat han provocat la pèrdua d'un 25,6% de les empreses, així com el 29,6% dels llocs de treball d'un sector que, actualment, acull més de 240.000 llocs de treball. "Les úniques empreses del sector que aguanten el xàfec són les que exporten els productes a altres mercats més sanejats que el nostre", diu el director general de la Unió Patronal Metal·lúrgica (UPM), Àngel Hermostilla, que adverteix que l'única via d'oxigenació del sector passa per la

internacionalització de les empreses que el componen.

En aquesta direcció, fa més d'una dècada, la UPM, la Unió Empresarial Metal·lúrgica de Terrassa (UEM), el Centre Metal·lúrgic de Sabadell i la Unió Patronal Metal·lúrgica de l'Hospitalet i el Baix Llobregat (UPMBALL) van llançar de manera conjunta el Pla Metall, l'objectiu del qual és donar suport a les empreses en el procés d'internacionalització. "El 2000 ens vam adonar que el futur del sector passava per la internacionalització. De tota manera, fa 4 anys que realment les empreses es van començar a prendre seriosament la qüestió", admet Manuel Rosillo, president d'UPMBALL.

Durant l'exercici passat, l'exportació en el sector metal·lúrgic català va créixer un 13,6% respecte al 2010 i van ser més de 300



Instal·lació robotitzada de fabricació de porcellana sanitària a la factoria de Gavà de Roca Sanitari

les empreses que van participar en alguna de les activitats d'assessorament, missions comercials, fires internacionals o grups d'exportació que es van organitzar gràcies a Pla Metall. "Cada dia hi ha més empreses que s'animen a sortir, des de companyies de 15 treballadors fins a companyies que en tenen més de 300. Tenint en compte que a Espanya el mercat està molt malament, no

tenen cap més alternativa. Però encara s'ha de fer molta feina", explica Sofia Gabarró, presidenta del Centre Metal·lúrgic de Sabadell.

Segons el secretari de la UEM i la Cecot, David Garrofé, un dels serveis que la patronal ofereix, en el marc del Club Cecot Internacionalització, que funciona més bé entre els associats és la borsa de professionals a l'exte-

rior. "Un dels problemes principals amb què s'enfronta una empresa que es vol internacionalitzar és trobar persones que estiguin disposades a expatriar-se. A través de la borsa de professionals, les empreses poden escollir entre més de 300 persones amb un currículum excel·lent i que cobreixen més de cent països, que les poden ajudar en el procés d'interna-

Helena Ris



Directora de la Unió Catalana  
d'Hospitals

## EN DEFENSA DEL MODEL SANITARI CATALÀ

**C**omencem el 2012 amb bons propòsits, però si ens agafem només a la realitat publicada en matèria de sanitat, de seguida sorgeixen inquietuds i velles preocupacions arrossegades del 2011. Un dels grans èxits del model català és que amb la targeta sanitària pública el ciutadà és atès tant a entitats de titularitat pública (per exemple, l'hospital de Blavetes) com a entitats de dret privat (tals com l'hospital de Sant Joan de Déu). El conjunt d'aquestes entitats proveïdores de serveis de salut configura la xarxa de centres d'utilització pública que es relaciona de forma individual amb l'administració a

través d'un contracte de serveis.

Aquesta realitat és complexa i probablement no ha estat prou traslladada a l'opinió pública. D'aquí també la confusió entre públic-privat. Però sorprenen determinades veus *autoritzades* que confonen les necessàries reformes per fer sostenible el sistema amb privatitzar la sanitat.

Abordar el sistema català des del desconeixement o la demagogia és posar en entredit un sistema i un sector que representa un 7% de l'ocupació; que genera ocupació no deslocalitzable a més de 100.000 professionals i que, segons les enquestes periòdiques, s'ha guanyat la confiança, la credibilitat i el res-

pecte dels ciutadans a través de resultats clínics, professionals i empresarials.

Com a reflex de la realitat del model sanitari català, els associats de la Unió Catalana d'Hospitals formen part de la societat civil emprenedora i plural que sovint es fa càrrec d'iniciatives que l'Estat no aborda i també de la pròpia administració que ha vol-

gut dotar-se de fórmules que facin la seva gestió més eficient (consorcis i empreses públiques). Com a generador de coneixement, el sector és dinàmic i innovador.

Aquest és el retrat del sistema sanitari que ha estat i continua sent eficient i de qualitat, malgrat els ajustaments i l'infrafinançament històric. En aquesta línia, es fa imprescindible desplegar la llei de l'Institut Català de la Salut i transformar-lo en diverses empreses públiques. Aquesta reforma ha de sumar més eficiència al sistema i cal allunyar-la de la burocratització i la funcionarització. En el ben entès que introduir aquestes reformes no significa

**A Catalunya, un 25% dels ciutadans opten lliurement per disposar d'una assegurança privada**



## El 40% del PIB industrial

La indústria del metall inclou des de la metal·lúrgia i fabricació de productes metàl·lics fins a la d'automòbils, passant per la de maquinària i equips elèctrics, i genera més del 40% del PIB industrial espanyol.



MAITE CRUZ

cionalització”, afegeix Garrofé.

Tot i que, actualment, entre el 60% i el 80% de la producció metal·lúrgica catalana es ven a Europa –sobretot a França, Bèlgica, Alemanya, el Regne Unit o Polònia–, diversos mercats emergents i més llunyans, com ara el Brasil, el Perú, Xile, Dubai, el Marroc o Sud-àfrica, entre d'altres, comencen a ser molt atractius per a les empreses del

sector. “Les empreses fabricants de maquinària d'alimentació i d'envasament, així com les auxiliars del sector de l'automòbil venen una gran part de la producció al continent asiàtic”, apunta Hermosilla.

Per aquesta raó, les diverses patronals fan una petició clara i unànime a l'administració catalana: que no es retallin els ajuts públics dedicats al suport per a la

internacionalització de les empreses. “L'administració s'ha d'adonar que és una inversió molt rendible, ja que com a sector públic hi injecta una quantitat mínima de diners i l'efecte multiplicador serà molt gran: l'exportació creixerà i, consegüentment, els beneficis econòmics per a Catalunya, també”, conclou Antoni Marsal, president de la UPM.

privatitzar la sanitat. Cap polític, ni el Parlament de Catalunya en última instància, s'ha pronunciat fins ara en aquest sentit. Per tant, no podem compartir determinats arguments sobre obscurs objectius no explícits.

Durant més de tres dècades, la raó fonamental de ser de la Unió Catalana d'Hospitals ha estat i continua sent la defensa i millora del sistema sanitari català per la seva importància com a factor de cohesió social i creixement econòmic. A partir del diàleg sincer i la transparència, l'associació empresarial ha travat una història de compromís i coherència amb tot el conjunt del sector que ara renova una vegada més. Al llarg d'aquest temps, la realitat d'aquestes entitats ha estat i és també un reflex de la realitat del model sanitari de Catalunya.

Des de la diversitat, les entitats associades a la Unió Catalana d'Hospitals sempre han defensat un model basat en l'autonomia de gestió, la col·laboració públicoprivada i el retiment de comptes. Actualment, l'associació aglutina 114 entitats de diversa titularitat jurídica (un 65% de titularitat pública i un 35% de titularitat privada, i d'aquestes últimes un 95% *non profit*) que desenvolupen la seva activitat en sis línies de serveis (atenció primària, atenció especialitzada de malalts aguts, atenció sociosanitària, atenció a la salut mental, atenció a la dependència, serveis de diagnòstic, terapèutics i clíniques privades, serveis assistencials integrals i rehabilitació).

Des de la Unió Catalana d'Hospitals, volem insistir en defensar la convivència d'una sanitat de fi-

nançament públic i d'accés universal, que no margini ningú pel seu nivell de renda, i, una sanitat privada, ambdues sostenibles i de qualitat. En aquest sentit, donem suport a un model de col·laboració i cooperació entre els agents del sector, siguin públics o privats, posant en comú les virtuts i els valors que els caracteritzen. A més a més, cal tenir en compte que tradicionalment al nostre país un 25% dels ciutadans han optat lliurement per disposar d'una assegurança privada.

Així doncs, la diversitat és riquesa pel model català. La crítica constructiva suma, l'atac resta i només afavoreix l'immobilisme. Només des de la responsabilitat i el compromís compartits, el model sanitari català serà sostenible. Està en joc el prestigi i el futur del sistema sanitari català.

## TRIO D'EMPRESSES

### CATA ELECTRODOMÈSTICS

#### “Nous mercats i productes”

Fundada el 1947 a Torelló, inicialment com a fabricant de calefactors per al bany, Cata Electrodomèstics ofereix avui dia una àmplia gamma de productes que inclou des d'extractors fins a campanes extractores i decoratives, forns, piques o eixugadors de mans. Actualment ven les seves produccions a més de 80 països dels cinc continents. “Fa anys que vam començar a treballar en la internacionalització de l'empresa perquè vèiem que, si volíem continuar creixent com a empresa, el mercat espanyol ens quedaria petit. Gràcies a això, hem pogut sufragar, en part, els efectes de la tremenda crisi que tra-

versa Espanya”, explica Hubertus Helbig, director d'exportació de Cata Electrodomèstics. La companyia, que té fàbriques a Torelló, la Xina i el Brasil –en les quals treballen més de 500 persones–, exporta els seus productes a diversos punts del món com Rússia, el Regne Unit, França, el Brasil o l'Índia, entre d'altres. Tot i que l'exportació representa el 51% de la facturació, estan convençuts que aquest percentatge augmentarà els propers anys. Entre els plans de futur destaca el llançament d'una nova línia de producció d'electrodomèstics per a la llar, com neveres, rentadores i rentaplats.

### ANUDAL

#### “El mercat espanyol està mort”

Anudal és una empresa de Badalona especialitzada, des de fa més de 25 anys, en la fabricació d'accessoris per a la fusteria d'alumini, com escaires, juntes o premarcs, si bé, el 2005, la direcció de la companyia va decidir diversificar el negoci. “Abans de la crisi ja preveïem que haviem d'ampliar la nostra activitat, i vam llançar noves línies de producció com mobiliari per a taules, marcs d'alumini per a cuines i banys i, posteriorment, el 2007 vam desenvolupar estructures per posicionar les plaques solars a les teulades”, explica Ana Núñez, gerent de l'empresa, que adverteix que actualment el mercat intern està mort. “El mer-

cat espanyol està al 40% de la facturació que hi havia entre el 2007 i el 2008. Les úniques empreses que ens hem mantingut a la superfície som les que estem sanejades, ben organitzades i exportant”, afegeix Núñez. Actualment, Anudal exporta els seus productes a Bèlgica, França, Itàlia i Portugal. “Aquests dos últims anys la nostra prioritat ha estat buscar nous països on vendre. Per això, a través de la UPM, que ens ha presentat diverses opcions, hem viatjat a Moscou, Dubai i el Marroc. I ara, al maig, a Algèria”, afegeix Núñez. L'empresa, que té 40 treballadors, veu en la internacionalització l'única via de creixement.

### CANALETAS

#### “El nostre futur és l'exportació”

Nascuda fa 47 anys, l'empresa Canaletas –amb seu al Prat de Llobregat i delegacions a Madrid, Andalusia i el País Basc– és actualment la líder en disseny, fabricació i venda de fonts d'aigua a Espanya. Des de fa més de 15 anys, la companyia exporta els seus productes a països de tot el món. “El 2007, l'exportació representava ja un 15% de la facturació total i el 2011 salta al 30%. A més, així com als inicis els nostres mercats principals eren els de més proximitat geogràfica, com França o Portugal, durant els dos últims anys hem posicionat els nostres productes en països com

Polònia, el Marroc, Mèxic, el Panamà, Angola i Nova Zelanda”, diu la directora d'exportació de Canaletas, Paz Ausín. En aquesta línia, l'empresa té previst, per a aquest exercici, participar en les missions comercials a Rússia i Romania organitzades per la UPM. “Un aspecte important per a nosaltres han estat les accions que hem realitzat gràcies al suport de la UPM. Sobretot, la pertinença a un grup d'exportació en origen que ens ha permès comptar amb la col·laboració d'un professional amb una àmplia experiència en exportació”, conclou Ausín.