

**EN POSITIVO**

**Misión inversa.** La Cambra de Comerç de Tortosa organiza una misión inversa con un grupo de empresarias de Arabia Saudí en Barcelona que ha generado una gran repercusión mediática

## Tortosa atrae empresarias saudíes

Andreu Caralt Tortosa

● La primera misión de empresarias de Arabia Saudí a España, concretamente en Barcelona, ha sido objeto de una amplia cobertura de los medios de comunicación aunque pocos han reparado en conocer el origen de tan extraordinaria, por inusual, misión comercial.

Los promotores hay que buscarlos en las Terres de l'Ebre, en la Cambra de Comerç de Tortosa. Ellos, tras distintas misiones directas al país árabe, han liderado la primera misión inversa junto con la Cambra de Comerç de Asharqia y la empresa hispano-saudí especializada 'El Consultor', con sede en Barcelona.

La voluntad de la Cambra de Tortosa era organizar una misión de empresarios saudíes sin distinguir su sexo. Tras unos primeros contactos con sus colegas de Asharqia surgió la posibilidad de invitar a una sección de la entidad empresarial formada exclusivamente por mujeres, cerca de una veintena.

«Es la primera generación de mujeres a la que los hombres les han dejado trabajar», expone el gerente de la Cambra de Tortosa, Francesc Minguell. A excepción de su portavoz, la empresaria de 38 años Hind al Zahid, para el resto de empresarias era la primera vez que abandonaban su país. «Se trata de empresarias de familias adineradas, cuyos negocios familiares los encabezan ahora ellas». Al Zahid, por ejemplo, dirige una empresa familiar de *packaging* para productos de lujo.

El Hotel Catalonia Barcelona Plaza de la capital catalana acogió la sesión de trabajo el pasado 25 de abril, con la participación de unas 60 empresas catalanas, entre ellas representantes del sector del mueble de La Sénia y del Centre de Difusió Tecnològica de la Fusta i Mòble de Catalunya (CENFIM). No fue fácil organizar las sesiones de trabajo, admite Minguell. «Cuando hablábamos con empresas, algunos no tomaban demasiado en serio la misión. Y tampoco las administraciones públicas».

### En solitario

Pero la realidad superó con creces las dubitativas expectativas. Los jóvenes empresarias habían recorrido medio mundo para iniciar en solitario, sin control masculino, contactos comerciales con las empresas catalanas, es-



El gerente de la Cambra de Tortosa, Francesc Minguell, en el centro, con parte de la expedición de empresarias sauditas. FOTO: CAMBRA DE TORTOSA

20

empresarias sauditas viajaron a Barcelona.

pecialmente de los sectores de la moda, vivienda, alimentación, *packaging* y ocio.

El primer día lo dedicaron a contactos institucionales, el segundo a las reuniones cara a cara con las 60 empresas catalanas, y el tercer y último día a visitar las instalaciones del 'showroom' que el CENFIM abrió en el Passeig de Gràcia de Barcelona.

También hubo tiempo para ofrecer entrevistas a los medios de comunicación donde abordaron el ostracismo en el que viven las mujeres en su país y para realizar una escapada a la zona de compras de La Roca Vi-llage.

En la inmensa mayoría de casos, las empresarias salían por primera vez de su país

30

millones es la población de Arabia Saudita.

Minguell destaca el espíritu emprendedor de las empresarias, la extrema corrección en el trato y la ausencia de demandas inusuales. Una curiosidad, las empresarias sólo se acomodaban el velo en el momento de las fotografías, no durante las reuniones. «El trato fue normal y cordial, quizás lo más complicado fue la comunicación en inglés, aunque la misión disponía de una traductora».

Al Zahid agradeció la colaboración de los organizadores y remarcó las nuevas posibilidades de negocio en su país en el marco del plan Saudi Visión 2030 que activará en el país árabe reformas políticas y económicas para fomentar la inversión, la creación de nuevos puestos de trabajo, las privatizaciones y el aumento en las importaciones y exportaciones para crear un entorno empresarial no tan dependiente del petróleo.

Con todo, la Cambra de Tortosa admite que se trata de un

60

por ciento de su población tiene menos de 30 años.

mercado «complicado», que las empresas catalanas que quieren, por ejemplo, exportar productos alimentarios los deben etiquetar en árabe, registrar, y separar analíticas y certificados distintos a los habituales. «Para según que empresas los números no salen», admite el gerente, aunque han sido ya unos pocos los pedidos de productos de empresas de las Terres de l'Ebre al mercado árabe.

Minguell destaca el potencial exportador de productos alimentarios en su versión gourmet, sea aceite de oliva virgen extra o cítricos. También es un buen mercado para el mueble, sobretodo mueble auxiliar, y para las empresas de moda, un sector no desarrollado en el Ebre.

La Cambra insistirá en este mercado, de unos 30 millones de habitantes, con una población muy joven, más del 60 % tiene menos de 30 años. El año 2018 hay prevista una nueva misión comercial.

### África, mercado consolidado

La Cambra de Comerç de Tortosa abrió hace dos años el mercado de Arabia Saudita, un mercado poco explorado como años atrás lo eran el de distintos países africanos donde la organización empresarial de las Terres de l'Ebre ha logrado grandes logros. Desde 2009, la Cambra organiza misiones comerciales a Guinea Ecuatorial, además de abrir mercado en Costa de Marfil y Camerún. En setiembre organizan una nueva misión a Guinea Ecuatorial y Camerún.

De manera paralela, el pasado abril la Cambra selló un convenio de colaboración con la Cámara de Comercio de Casablanca para favorecer las relaciones comerciales entre empresas de los respectivos demarcaciones. En julio organizarán una misión al país marroquí y más tarde una empresa constructora marroquí visitará las Terres de l'Ebre para contactar con empresas del sector.