

Recomanen potenciar les marques i la innovació per sobreviure a la crisi del tèxtil

Tres executius, de Basi, Sara Lee i Tous, expliquen com combatre el risc de deslocalització

● Tres directius d'empreses que han *sobreviscut* a la crisi del tèxtil van exposar ahir, al Club de Màrqueting de Barcelona, els elements que consideren bàsics perquè la in-

dústria s'adapti a la creixent internacionalització. El director general de Sara Lee Espanya, Josep Maria Sans, va assegurar que la innovació ha estat clau per garantir el futur de les fàbriques de Cassà de la Selva, Massanes,

Olvan i Mataró (en aquesta última hi treballen 200 persones). Núria Basi, de la firma Basi, va remarcar la importància d'entrar en el sector de la distribució, i Rosa Tous, de l'empresa Tous, va posar l'accent en la innovació.

Tot i tractar-se de tres casos ben diferents, els responsables de Sara Lee, Basi i Tous van coincidir que la imatge de marca, la innovació i la producció d'alt valor afegit són claus per sobreviure als nous temps per al tèxtil. El cas de Sara Lee és el d'una multinacional amb presència a tot el món, i per tant amb facilitats per desplaçar la producció si li surt a compte. El director general de Sara Lee Espanya, Josep Maria Sans, va descartar mesures d'aquest tipus gràcies a factors com ara la innovació i l'elevada especialització. Com a exemple d'aquest últim factor va indicar l'alta especialització del tissatge a la fàbrica de Mataró. «Inevitablement, i més tractant-se d'una multinacional, la costura, en què el pes de la mà d'obra és elevat, es fa a fora», va apuntar. Quant a la innovació, va assenyalar l'èxit de la marca Unno, i va apuntar la voluntat que també en les marques Princesa i Abanderado, que són propietat de Sara Lee, s'avanci en les línies de moda i de peces sense costures.

Pel que fa a Basi, l'empresa va començar amb la distribució de la marca Lacoste a l'Estat, i ha aconseguit un gran èxit amb la marca Armand Basi. Núria Basi, consellera delegada de l'empresa, va ressaltar «la vocació industrial» d'aquesta, que fa que elabori un 95% de la producció a l'Estat. Tot i això, Basi va remarcar que per a la firma va ser clau entendre que, a banda de fabricar, havia d'entrar de ple en el negoci de la distribució. Pel que fa a la diversificació de productes, que fa que empreses tèxtils acabin venent productes tan diferents, com ara colònies, Basi va apuntar que en moltes ocasions són altres empreses les que fan ofertes per aprofitar la tirada de la marca.

Pel que fa als perills per a la indústria, Núria Basi va destacar la pirateria, i



D'esquerra a dreta, Núria Basi, el president del Club de Màrqueting de Barcelona i Josep Maria Sans. / JOSEP LOSADA / AVUI.

Polivalència a la feina

EVA GARCIA / Barcelona

● Les qualitats personals dels treballadors industrials tindran més pes, en un futur immediat, que no pas els coneixements tècnics a l'hora de decidir les contractacions. Segons un informe elaborat pel Centre d'Economia Industrial, els empresaris valoren especialment aspectes com el treball en equip, la capacitat per ensenyar, la polivalència en el treball, la resolució de problemes, la motivació i la responsabilitat, tal com s'indica en el gràfic adjunt. Segons el treball, la importància de les plantilles productives es reduirà com a conseqüència d'una tecnificació i una automatització més grans dels processos, creixerà el personal que farà tasques d'organització i planificació i s'espera que les plantilles es rejuveneixin. En el que sí que no es preveuen canvis significatius és en la remuneració dels treballadors, encara que s'esperen fórmules noves de retribució variable.

va assenyalar Portugal com un país que, pel fet que ha perdut competitivitat, recorre a la falsificació per salvar la seva indústria. En la mateixa línia, Rosa Tous, directora de màrqueting de Tous, va assenyalar que «si al consumidor tant el preocupa que es fabriqui a fora, s'ha de preocupar per saber on pot comprar originals». Tous és una empresa de joieria, que només ven en els seus establiments per evitar al màxim les falsificacions. La firma, nascuda a Manresa, ha dut a terme una gran expansió

i ha entrat també en la fabricació i la venda de determinats productes tèxtils. La fabricació la fa a Catalunya, si bé fa uns anys va fer un intent fallit de fabricar al Marroc. Rosa Tous va indicar que no es van assolir els nivells de qualitat exigits.

Les experiències d'aquestes empreses s'exposaran del 17 al 19 de març en la segona edició del Barcelona International Marketing Meeting, organitzat pel Club de màrqueting (BIMM) i en el qual participaran unes 2.000 persones.

EL TREBALLADOR INDUSTRIAL DEL FUTUR

Ordenats segons importància i en negreta, els coneixements i qualitats personals que es preveu que augmentin la seva importància respecte a la situació actual

MOLT IMPORTANTS	IMPORTANTS
• Treball en equip	• Medi ambient
✓ Capacitat per ensenyar	✓ Negociació
✓ Identificació i resolució de problemes	✓ Capacitat analítica
✓ Mobilitat interna i geogràfica	✓ Lideratge
✓ Comunicació	✓ Autonomia
✓ Responsabilitat	✓ Adaptació
✓ Motivació	• Reparació de màquines
• Preparació de màquines	✓ Informàtica
• Abastiment de màquines (càrrega i buidatge)	POC IMPORTANTS
• Canvi d'eines	• Gestió, organització i planificació de la producció
• Mètode de treball	• Logística
• Inspecció i verificació: autocontrol	• Paràmetres específics de processos
• Manteniment preventiu	• Fonaments bàsics de processos
✓ Preses de decisions	• Electricitat
✓ Creativitat	• Electrònica
✓ Interès a reciclar-se	• Mecànica
✓ Autoaprenentatge	• Elaboració de materials
✓ Iniciativa pròpia	• Comportament de materials
• Qualitat i verificació	• Tractament de materials
• Seguretat laboral	• Programació informàtica
✓ Manteniment	• Idiomes (especialment anglès)
✓ Millora de processos i productes	• Estructura de materials
✓ Gestió d'eines	• Nous materials
• Documentació generada	• Pneumàtica