

INNOVACIÓN

Con el patrocinio de



Denominación de origen 'made in Spain'

La unión hace la fuerza... menos en España. Aquí cada provincia prefiere ir por libre en vez de apoyarse en la imagen del país. ¿Resultado? Francia e Italia nos vencen por goleada. Por fortuna, un sello pone de relieve que fabricar un producto dentro del territorio nacional es un activo vital para venderlo en el extranjero.

Rafael Pascual

Saber si un producto ha sido fabricado en Francia o en Italia es sencillo. Basta con buscar en el envase hasta encontrar el sello que identifica la nacionalidad del proceso de producción. En cambio, conocer si un artículo ha sido elaborado en España es imposible. Se le pueden dar mil vueltas al bolso, al jamón, al mueble o a la camisa de turno, que nadie podrá encontrar jamás algo que explique de dónde demonios procede. ¿Será porque todo viene de China? Nada de eso. En España se fabrican muchas referencias. La respuesta a semejante dislate está en que este extraño país de países, como decía Zapatero, ha preferido vender en el extranjero sus denominaciones de origen locales en vez de la imagen de un territorio productor. Esta curiosa estrategia ha resultado ser un desastre absoluto. Algo que no sorprende a nadie porque es difícil que eslóganes como *Andalucía Excelente* o *Galicia Calidade* puedan hacer sombra a un sello oficial que diga algo así como *Fabriqué en France*.

Por suerte, la invisibilidad española se ha terminado. Dos emprendedores trabajan desde 2012 para desarrollar un sello al que han bautizado como Origen Español Certificado. Su función será certificar los productos que se elaboran en este país. "Las empresas que fabricaban en España no sabían cómo diferenciarse de las que no lo hacían. Fueron ellas las que nos pidieron que ideáramos una forma

de asegurar que sus procesos de producción no se habían deslocalizado", explica Javier García-Inés, cofundador de OEC. Esta joven firma es la responsable de que en la actualidad exista un instrumento oficial con el que las compañías pueden presumir de que sus productos se hacen en España. "La certificación es compleja. Se divide todo el proceso en ocho pasos que parten del diseño, la logística, la innovación y la fabricación. Se analiza cada paso, y solo si comprobamos que el 51% de todo el conjunto tiene procedencia nacional, se otorga el sello a la compañía que lo pide", explica García-Inés.

Una de las primeras empresas en lograr la distinción fue Servicios de Mesa Guernica, un fabricante de cubiertos con casi 100 años de vida. En su catálogo tiene marcas legendarias como *Malta*, *Dalia* y *Meneses*, ésta última proveedora oficial de la Casa Real desde 1840. "Nosotros somos artesanos y tenemos la fábrica en Guernica [Vizcaya]. Pero fuera no nos cree nadie. Nos dicen que traeremos los cubiertos de China, como todos. Ahora podemos demostrarlo", asegura Gonzalo Alonso-Alegre, director general de esta firma cubrterera, que ha sufrido como pocas los efectos de la crisis. "El mercado tiene tendencia a lo barato, y en los últimos años se han acentuado los problemas. La única solución es la exportación", recuerdan en esta firma que, en sus

años gloriosos, llegó a contar con 100 empleados. Ahora solo permanecen en plantilla unos 40 trabajadores.

Otra de las empresas que también posee la distinción y que actúa en el mismo sector es la albaceteña Sáez Cuchillería. Por desgracia, la crisis también se ha cebado con esta casa nacida en 1916. "Somos una compañía familiar de tercera generación. Hemos visto de todo. Pero es brutal que te caiga la facturación un 60% en solo un año", reconoce Victor Manuel López, director comercial de esta corporación que también espera que la distinción oficial de fabricar en España les sirva para levantar el vuelo. "Ahora mismo exportamos a 15 países. En todos nos viene bien que nuestro producto tenga una denominación de origen unitaria. Además, somos optimistas de cara al futuro. Pensamos que la sociedad se está cansando de lo barato. A la larga te sale caro", añade.

Estos ejemplos demuestran que las empresas que apuestan por el *made in Spain* buscan la salida al exterior. "Casi todos ven en este sello una forma de cumplir con los distribuidores internacionales, que exigen una certificación sobre los procesos de fabricación", aclara un García-Inés, que ve cómo cada vez hay más firmas interesadas en contar con ellos. "Tenemos 11 compañías certificadas y hay otras cuatro en procesos", añade.



Además de la apuesta por la internacionalización, a la mayoría de estas compañías les une que son pymes y que buscan un extra que las diferencie del resto de rivales. Una solución que no necesitan las grandes multinacionales, que tienen en la marca su mejor carta de presentación. Por contra, las empresas involucradas en la aventura de OEC provienen de sectores muy diversos. Entre ellas encontramos fabricantes de menaje, laboratorios farmacéuticos, compañías de iluminación, especialistas en ventanas de PVC, y expertos en césped artificial.

La moda también está presente. Y mucho más desde la incorporación de Malababa, una firma de complementos y accesorios que tiene cuatro tiendas –dos en Madrid, una en Barcelona y otra en San Sebastián–. También vende sus colecciones en el extranjero a través de establecimientos multimarca. “A los que nos molestamos por fabricar en España nos hacía falta una distinción de este tipo. De esa forma el cliente nacional podrá valorar más lo que le ofrecemos. Y para el extranjero es fundamental. En cuanto sales y hablas con algún distribuidor, la primera pregunta que te hace es ¿cuánto cuesta?. Pero la segunda es: ¿dónde está hecho?”, explica Ana Carrasco, cofundadora y diseñadora de esta firma que nació en 2001.

Tras unos años de aprendizaje, la empresa despegó a partir de 2007. Pronto comprobó que las herramientas que había para promocionar la imagen del país no servían para sus intereses. “La *Marca España* no tiene nada que ver con la fabricación. Para vender en el exterior se precisa que expliques de dónde viene y cómo se ha hecho lo que quieres que te compren. Sin esa distinción ni siquiera se puede lograr que te escuchan”, añade Jaime Lara, marido de Ana



El sello de Origen Español Certificado es fundamental para la exportación. Ya se imprime en cinco idiomas.

Los distribuidores extranjeros exigen saber dónde se fabrican los productos

Carrasco y principal responsable de la profesionalización de esta pyme, que da empleo a más de 20 personas. Tras conquistar París y Nueva York, buscan abrirse camino en Inglaterra.

Para conseguirlo también podrán pedir ayuda a OEC, que acaba de crear un servicio jurídico para asesorar a las compañías con certificación. La idea es que salten al exterior con un mínimo de criterio. “Nos lo han solicitado las propias empresas. Están cansadas de internacionalizarse de forma caótica y de elegir países más por intuición que por afinidad con los productos que venden”, explica García-Inés. El experimento debe estar funcionando. Las firmas ya han pedido a OEC que el sello se imprima en cinco idiomas, lo que vuelve a demostrar que la unidad hace la fuerza.

