

## Potencial del mercado marroquí para actividades ligadas a transporte y energías renovables

**M**arruecos presenta unas previsiones de crecimiento económico del 5% para 2011 gracias a la buena evolución de todos sus sectores, en algunos de los cuales ocupa un lugar destacado en el panorama internacional, como en el caso de los fosfatos.

Sin embargo, en ámbitos como el energético, que reviste un importante crecimiento de la demanda, Marruecos depende en un 90% de las importaciones. Por esto, el Gobierno marroquí trata de impulsar la creación de grandes plantas de energía solar y eólica, que disminuyan dicha dependencia un 20% en 2015.



Vista de Casablanca con la mezquita Hassan II al fondo.

Otros de los planes del reino alauí se centran en la mejora de puertos y aeropuertos y en la ampliación de autopistas, así como en la creación de un tren de alta velocidad que una Tánger con Casablanca.

Ya existen en Marruecos algunas empresas españolas que se han hecho un hueco en estos sectores, aunque siguen en aumento las oportunidades para llevar a cabo nuevos proyectos ::

## La electrónica promocional española inunda el mercado chino



**M**emorias USB, empresa con sede en Las Rozas (Madrid), dedicada a la venta de memorias USB personalizadas, ha inaugurado una nueva fábrica en Shenzhen (China), en el mes de octubre de este mismo año.

Se trata de una compañía fundada en el año 2005 por ingenieros de la Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Telecomunicación (ETSIT) de la Universidad Politécnica de Madrid.

La empresa comenzó su andadura en un pequeño espacio de poco más de 40 m<sup>2</sup> cedidos por la ETSIT, pasando a contar hoy con una oficina, un centro logístico en Madrid y la nueva fábrica y oficina en la ciudad de Shenzhen.

Con presencia en países como España, Francia, Italia, Alemania o Portugal, cuenta con una clientela cercana a los 35.000 clientes en todo el mundo y un equipo de 50 profesionales especializados en los campos de las telecomunicaciones, el diseño gráfico y el marketing. Esta empresa se presenta en el mercado del regalo electrónico promocional chino como una compañía joven y sólida, capaz de atender a la creciente demanda de este país.

No son muchas las empresas españolas dedicadas a la venta de dispositivos USB personalizados en China. Algunas de éstas cuentan con oficinas propias en el país, pero trabajan con proveedores externos, mientras que otras ni siquiera tienen contacto directo con

los fabricantes y gestionan los pedidos desde sus oficinas locales en España.

Memorias USB se embarca en esta aventura empresarial, siendo consciente de la diferencia cultural existente entre ambos países y, por consiguiente, de la necesidad de trabajar cerca de los proveedores, llevando a cabo un control exhaustivo de las actividades desarrolladas.

La empresa espera que las nuevas instalaciones le permitan un mayor control de la calidad, mayor capacidad de producción, precios más bajos y una reducción de los tiempos de entrega, facilitando la reducción de costes, el incremento de sus beneficios y la posibilidad de hacer frente a la creciente demanda de sus productos esperada para el cercano período navideño ::

## Yerbabuena Software, la primera empresa malagueña en Silicon Valley

La compañía malagueña Yerbabuena Software, especializada en soluciones tecnológicas y con sede en el Parque Tecnológico de Andalucía (PTA) de Málaga, ha sido la primera empresa malagueña en implantarse en una incubadora de Silicon Valley para expandir su marca y productos en el mercado estadounidense.

Fundada en el año 2005 por jóvenes estudiantes de último año de carrera de la Universidad de Málaga, dedica su actividad al desarrollo de soluciones de gestión documental inteligente y construcción de aplicaciones innovadoras orientadas a dispositivos móviles.

Actualmente, cuenta con 20 empleados y dos delegaciones, una en Madrid y otra en Sevilla, además de la que se ubicará en la ciudad de San José (California, Estados Unidos).

Yerbabuena Software siempre ha sido una empresa orientada hacia el mercado internacional, con

socios estratégicos y clientes en distintos países, entre los que destacan México, EEUU y Colombia. No obstante, cuenta con el nuevo reto de posicionarse a la firma en el mercado estadounidense y captar posibles nuevos clientes. En este sentido, la compañía espera aprender y poder crecer junto a las grandes empresas aprovechándose de la ventaja que le confiere la situación geográfica.

La oportunidad le ha llegado en 2010, de la mano del PTA y de la Agencia Local de la Energía, que llevaban tiempo realizando procesos para poner en contacto a empresas malagueñas con incubadoras de Silicon Valley. Yerbabuena decidió aceptar el reto y, durante los dos próximos años, ocupará un despacho en una incubadora del más prestigioso parque tecnológico y científico del mundo, donde tienen su sede empresas como Google, Apple, Facebook, Yahoo, Hp, Intel u Oracle ::

## La asturiana Ibersa abre su primera fábrica en China

La compañía asturiana Ibersa (Ibérica de Revestimientos) ha comenzado su expansión empresarial con la apertura de Ibersa-Shanghai, la primera fábrica española de pinturas que llega al gran mercado chino.

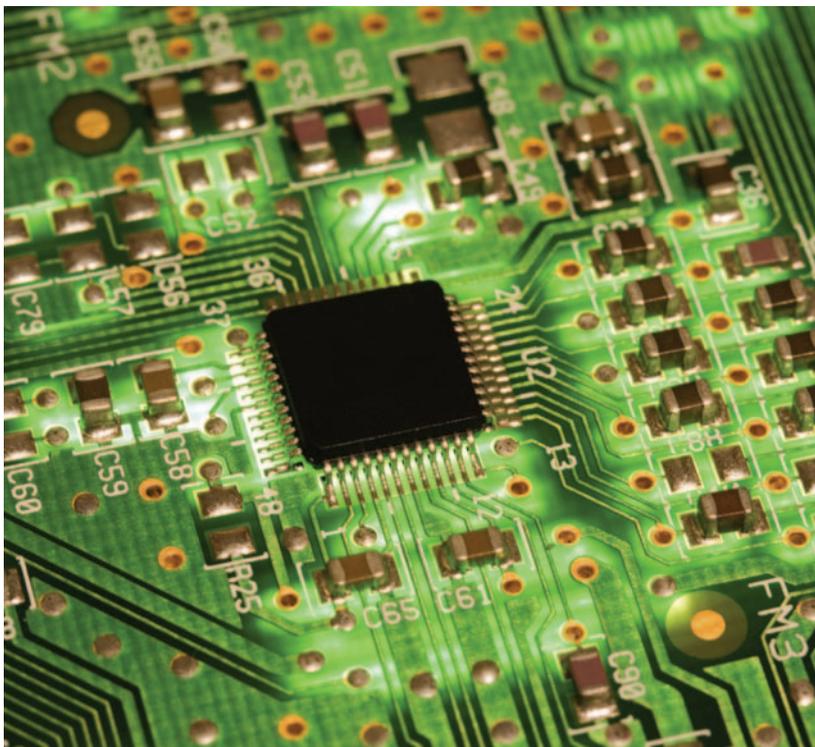
Ibersa, con sede en Meres (Siero), está especializada en la fabricación y comercialización de pinturas, barnices y revestimientos similares tanto para la industria del metal y la madera como para el sector inmobiliario y la venta a particulares.

La empresa ha culminado la creación de una fábrica propia en Shanghai, tras una trayectoria de más de 40 años como uno de los principales fabricantes de pinturas y revestimientos del mercado español. Además, la compañía cuenta con varios años de relaciones comerciales con diferentes empresas del gigante asiático y crecientes demandas de clientes internacionales como Arcelor Mittal e Ikea.

La nueva filial cuenta con un 100% de capital asturiano y se encuentra totalmente vinculada a la firma matriz. Con una inversión de 12,0 millones de euros en las nuevas instalaciones, cuenta con un almacén y un centro logístico de 2.000 m<sup>2</sup> y dos tiendas de «El mundo del pintor», marca registrada bajo la que Ibersa comercializa sus productos.

Con la implantación de esta filial en China comienza un ambicioso plan de expansión empresarial, siendo el objetivo de la compañía para los próximos cinco años trasladar al país asiático el modelo de negocio comercial existente en España. Para ello planifica la apertura en Shanghai de 40 tiendas de «El mundo del pintor».

La compañía llevaba seis años vendiendo en el país asiático, si bien lo hacía a través de un importador local ::



Chip de ordenador.

[iStockphoto]/Thinkstock

## Lenita & XTG lleva a Europa la moda canaria

La cadena española de ropa interior y baño Lenita & XTG inauguró en el pasado mes de julio su primera tienda fuera de España en el centro de la capital londinense, en Reino Unido. Se trata de una tienda de 60 m<sup>2</sup>, con un amplio escaparate, que bordea por completo la tienda.

El formato de tienda Lenita & XTG nació en el año 2008 como una idea de negocio de la compañía canaria Burmen, fundada por Lenita Burmen, diseñadora sueca que comenzó su carrera profesional vendiendo sus propias creaciones en las playas canarias y que llegó al mercado de la distribución minorista tras 25 años comercializando su oferta en tiendas multimarca, grandes almacenes y establecimientos *duty free*.

Fiel a sus orígenes tropicales, tanto Lenita como XTG son marcas conocidas por impregnar sus diseños de colorido, trasgresión y creatividad, rompiendo en los últimos años los cánones establecidos en el sector textil tradicional del íntimo y baño.

## Creciente mercado de bienes de lujo en China

El sector de los bienes de lujo es uno de los pocos que han revestido una afección limitada de la crisis. En concreto, en China, las ventas de este tipo de bienes se situaron en 17.150 millones de euros en 2009 y las previsiones apuntan a un crecimiento del 23% en 2010.

Según un estudio de la consultora Bain & Company, se está registrando un aumento de las ventas en las denominadas «ciudades de segundo y tercer nivel», que, poco a poco, van acortando distancias en materia de pautas de consumo de bienes de lujo con otras importantes ciudades como Shangai y Beijing.

Tras consolidar el proyecto de franquicia gracias al éxito obtenido en sus cinco establecimientos de las Islas Canarias, en mayo del presente año decidió inaugurar la primera tienda en la Península, concretamente en Madrid, para, más tarde, en el mes de julio, continuar su expansión internacional con la apertura de una tienda en la ciudad de Londres.

El proyecto de futuro de esta compañía se centra en la continuidad de su proceso de expansión, estando prevista la inauguración de nuevos establecimientos en Barcelona, Gran Canaria, Praga y Miami, para acabar 2011 con 15 tiendas en funcionamiento y con un objetivo a más largo plazo de 25 tiendas en explotación al término del 2015.

Las condiciones exigidas por Burmen a sus franquiciados son el establecimiento en poblaciones superiores a 60.000 habitantes, locales con un espacio superior a 50 m<sup>2</sup>, situados a pie de calle o en centros comerciales, un canon de publicidad del 1% anual y una duración del contrato de cinco años prorrogables. La inversión mínima ronda los 1.500 euros por m<sup>2</sup> ::



El estudio refleja, asimismo, que el 56% del consumo procede del exterior, impulsado por la diferencia de precios existente. Por ello, algunas marcas *premium* han ajustado sus márgenes con la finalidad de reducir las diferencias de precios de sus productos en China respecto a otros mercados ::

## Buena imagen del mueble español en Turquía



A pesar del todavía limitado conocimiento del mueble español en el mercado turco, éste ofrece buenas oportunidades para su comercialización. Además, en términos de calidad y diseño, el mueble fabricado en España goza de buena imagen en Turquía, un país donde las empresas españolas del sector pueden identificar interesantes proyectos, sobre todo mediante el *contract* ::

## Empresas mexicanas abiertas a asociaciones estratégicas con empresas españolas

México es uno de los destinos trasatlánticos en el que las empresas españolas pueden encontrar buenas oportunidades de inversión, entre otros sectores en los de infraestructura viarias, inmobiliario y turismo. Las licitaciones son internacionales y abiertas, permitiendo la asociación con compañías mexicanas.

Las empresas mexicanas están abiertas a este tipo de colaboraciones y asociaciones estratégicas con empresas españolas, según se reflejó en un seminario coordinado por ProMéxico ::