

## Crecimiento del 25% del comercio mundial de mercancías en el primer semestre de 2010

El comercio mundial de mercancías ha aumentado, en términos de valor, en torno a un 25% durante la primera mitad de 2010, dando continuidad a la tendencia de crecimiento registrada en el primer trimestre del año. Si bien, las exportaciones mundiales de mercancías se han incrementado en torno al 7% en el segundo trimestre, respecto al primero, según los datos de la Organización Mundial de Comercio.

En ese segundo trimestre, el comercio con origen o destino en Asia aumentó por encima del 35%, en términos interanuales, así como también lo hicieron las ventas exteriores de África y Oriente Medio, impulsadas por la demanda asiática y estadounidense y por los mayores precios de las materias primas. La Comunidad de Estados Independientes registró un incremento de sus flujos de exportación del 44% y las exportaciones



de la UE han verificado un mayor dinamismo que el comercio intracomunitario ::

### Nuevo plan de exportación para el sector de la madera de España

La Confederación Española de Empresarios de la Madera, Confemadera, ha elaborado el Plan Sectorial de Exportación de Productos de Madera 2011 en su afán por intensificar la actividad internacional de las empresas del sector. En dicho plan se recogen una serie de iniciativas de promoción en los mercados exteriores, que incluyen, entre otras, la participación agrupada en ferias y la realización de misiones comerciales directas e inversas. Además, pretenden llevar a cabo dos jornadas, una sobre «Logística y suministro de biomasa para usos energéticos» y otra bajo el título «Enclaves: congreso sobre el presente y el futuro de la industria de la madera». También recurrirán a la publicidad online como instrumento de comunicación y promoción. Entre los mercados por los que apuestan las empresas madereras se encuentran México, Panamá, Marruecos, Emiratos Árabes Unidos, República Dominicana, Canadá, Serbia, Croacia, Qatar, Túnez, Polonia y República Checa ::

### El mercado de Reino Unido se abre para la empresa de soluciones de e-commerce Trilogi



La empresa Trilogi, que se dedica al desarrollo de *software* para el comercio online, ha establecido acuerdos con las empresas británicas Profishinsea y Creative Pod para entrar en el mercado británico.

Trilogi dedica un 30% de sus recursos a la investigación y al desarrollo. La vocación de la compañía es eminentemente internacional, dado que lleva varios años dedicando gran parte de sus recursos a la apertura de nuevos mercados internacionales. Anteriormente, esta empresa catalana había conseguido clientes en Francia, Co-

lombia, Chipre, Canadá o México, lo que permite ahora ahondar en el proceso de internacionalización.

El objetivo de la alianza con las empresas británicas Profishinsea y Creative Pod es añadir la especialización tecnológica de Trilogi al enfoque de diseño y marketing de las empresas británicas.

La empresa Trilogi fue fundada en 1999 y ha creado más de 180 tiendas virtuales en sectores tan dispares como moda y accesorios, pasando por electrónica y llegando a música o deportes ::

## Se consolida el proceso de internacionalización de Puentes

**E**l Grupo Puentes, dedicado a la construcción y propiedad de la familia Otero, ha adquirido recientemente la constructora extremeña Joca, excluyendo de la compra la división inmobiliaria de la compañía.

A comienzos de 2010, el grupo gallego Puentes adquirió el grupo zaragozano Marcor, abriendo la puerta a los mercados de Europa del Este gracias a proyectos de infraestructura hidráulica en Rumanía.

Con la compra de Joca, el Grupo Puentes abre la puerta a los mercados de obra civil en Brasil, Ucrania, Perú y Marruecos.

En un contexto de recesión económica, la empresa ha optado por diversificar negocios, apostando en sus líneas de negocio por un reducido peso de la construcción residencial.

El grupo, con esta reciente adquisición, tendrá un volumen de negocio estimado de cerca de 700 millones de euros y pasará a tener

una plantilla de 1.500 empleados, lo que le permite casi doblar las cifras registradas en el cierre de 2009.

La empresa publicó en 2005 un plan de negocio en el que pretendía doblar la producción en cinco años y alcanzar una facturación cercana a los 350 millones, lo que se ha visto cumplido. La empresa, originalmente dedicada casi en

exclusividad a la construcción de viaductos, ha sabido diversificar su negocio, ampliando horizontes hacia los sectores de infraestructuras de medio ambiente y obra civil hidráulica.

La compañía gallega continúa con el plan de internacionalización y tiene como próximos objetivos expandirse en Libia y Kazajstán ::



## Cooperación entre España y el JBIC en materia de infraestructuras medioambientales

**E**n un contexto de creciente necesidad de modernización de los sectores de elevada importancia estratégica y de preocupación por la sostenibilidad medioambiental, el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio español y el Banco de Cooperación Internacional de Japón (JBIC) han firmado un memorando de entendimiento para la cooperación en el desarrollo de infraestructuras medioambientales. Con este acuerdo, las partes intercambiarán información sobre proyectos que ejecutar en terceros países en sectores como el energético (energía eólica, solar fotovoltaica y ter-

mosolar) y el de agua (suministro y tratamiento), ligados a infraestructuras medioambientales y que puedan ser de interés para su ejecución por parte de empresas españolas y japonesas ::



## El Parlamento de Cabo Verde tramita una reducción de tasas aduaneras para ciertos bienes

**E**l Gobierno de Cabo Verde pretende reducir algunas tasas aduaneras a partir de 2011, contribuyendo a reducir el coste de las importaciones de determinados bienes, entre los que se encuentran aquéllos ligados al sector de telecomunicaciones, así como mejorar las relaciones con la Organización Mundial del Comercio. No obstante, en ningún caso dichas reducciones afectarán a las compras al exterior de productos agrícolas.

La propuesta de reducción de las tasas arancelarias ya ha sido remitida al Parlamento caboverdiano para su aprobación ::

## Asensio, Etruria y Totem Shoes buscan entrar en el mercado francés

Las tres empresas de calzado que forman parte del Cluster Aragonés del Calzado (Clac!), celebraron una reunión la primera semana de septiembre con agentes comerciales franceses con el fin de exportar calzado a Francia.

Las reuniones iniciales en agosto en la localidad francesa de Bidart han permitido a estas tres empresas conseguir agentes comerciales franceses que permitan entrar en el mercado francés del calzado. Las marcas elegidas para la comercialización del calzado en Francia son: Asensio para calzados Asensio, Cheis para calzados Etruria y Andium para calzados Tótem Shoes. El Cluster Aragonés del Calzado está constituido por 31 empresas del sector y la integran empresas

autóctonas de la comunidad aragonesa. Este cluster integra 24 fabricantes de calzado, cinco empresas auxiliares del sector y dos a la comercialización del calzado y productos derivados.

El Clac! es la institución cuya misión es la de velar por el desarrollo del plan estratégico del calzado de Aragón, al amparo del convenio celebrado por el Consejero de Industria, Comercio y Turismo de Aragón, el Instituto Aragonés de Fomento y la Asociación de Fabricantes de Calzado en 2004. El objetivo de su creación es el desarrollo sostenible del sector del calzado en Aragón y la diversificación de la actividad industrial, con una clara vocación hacia la internacionalización::



## Destacado aumento de las exportaciones de la zona euro en el segundo trimestre

Las ventas exteriores de la zona euro cerraron el segundo trimestre de 2010 con un importante crecimiento, del 4,4%, respecto a los tres primeros meses del año; verificando así el mayor incremento desde el inicio de la serie estadística en 1995.

Asimismo, la inversión de las empresas también ha aumentado en el segundo trimestre, en este caso un 1,8%, rompiendo la tendencia contractiva registrada en los ocho trimestres precedentes ::

## La empresa ClimateWell desembarca el negocio de «frío solar» en República Dominicana

La empresa ClimateWell, dedicada a proveer soluciones de climatización, se ha unido a la empresa estadounidense Total Energy Solutions para proveer de climatización alimentada mediante energía solar.

La tecnología, denominada «frío solar», en la que ClimateWell está especializada, abre una nueva oportunidad de negocio aprovechando la ventaja competitiva en República Dominicana de un número alto de horas de sol al día durante todo el año, con lo que se reduciría el consumo eléctrico. El objetivo de esta alianza son hoteles en la zona.

Mediante la energía eléctrica solar, se permitiría el abastecimiento de la demanda de energía eléctrica en un 100% y no depender tanto de la energía eléctrica obtenida por otras fuentes, aspecto problemático en el país. Por ello, se conseguirán fuentes de energía altamente eficientes, de manera que se contará con la capacidad de almacenar energía y suministrar frío o calor tanto de día como de noche.

La experiencia internacional de ClimateWell se amplía a Estados Unidos, Colombia, México o Argentina ::