

VMV desembarcará en China y en Brasil en 2012

El grupo VMV es un *holding* empresarial que aglutina empresas en el sector de los cosméticos y equipamiento para peluquerías. Fundada en los años setenta por su actual presidente Víctor Martínez Vicario, cuenta con 17 compañías propias, entre las que destaca su empresa insignia: Salerm.

La compañía, que cuenta con una experiencia internacional previa con 15 delegaciones propias y agentes de distribución localizados en EEUU, Latinoamérica y el continente asiático, se introducirá el año próximo en China y Brasil mediante la instalación de una planta de fabricación en cada país.

El desarrollo económico experimentado por estos países y las necesidades crecientes de consumo de

una población conjunta superior a 1.500 millones de habitantes hacen de estos mercados una oportunidad de negocio que el grupo VMV no ha pasado por alto para continuar con su estrategia de crecimiento internacional.

La apertura de la primera planta de producción en Brasil se realiza de la mano de un socio de la región con el que ya llevó a cabo la introducción de la compañía en Venezuela.

La localización de las instalaciones no ha sido desvelada por la compañía, aunque se conoce que empleará a 40 trabajadores. Esto supondrá una inversión inicial de entre dos y tres millones de euros, financiada con recursos propios de la compañía y aportaciones de la empresa regional asociada.

Para la instalación de la primera planta de fabricación en China, la compañía ha llegado a un acuerdo con un socio de origen español con amplia experiencia comercial en el país asiático. La factoría se situará a 600 km de Beijing y la inversión necesaria para el desarrollo del proyecto será similar a la desembolsada en Brasil.

El grupo, que cuenta actualmente con más de mil empleados, ha facturado 103,9 millones de euros en el ejercicio 2010 y prevé un incremento del 15% de esa cifra durante este año. A través de las inversiones que se llevarán a cabo en 2012, la compañía tiene el objetivo de consolidar su negocio exterior, que ya reporta más del 60% de los ingresos totales ::

Bubok se expande a Noruega, Suecia e Inglaterra

La plataforma española líder en publicación e impresión de libros bajo demanda comenzó a desarrollar su actividad en 2007. El espíritu emprendedor de su CEO y fundador Ángel María Herrera ha llevado a la compañía a desarrollar líneas de negocio en España y Portugal.

El negocio principal de esta empresa consiste en la publicación sin coste alguno para autores conocidos o principiantes de sus obras, las cuales se ponen a la venta a través de la web. Los lectores pueden comprar la versión impresa o la versión digital en cualquier cantidad a partir de un solo ejemplar. La editorial se encarga del envío, cobro al cliente y abono a los autores de los ingresos generados que se fijan en un 80% del margen de beneficio obtenido por la venta de sus obras.

La apertura de plataformas en Inglaterra, Noruega y Suecia es fruto del acuerdo firmado con Service

Point Solutions (SPS), empresa líder en el sector de servicios de gestión documental e impresión digital. La presentación internacional de estos nuevos servicios ha tenido lugar en la Feria del Libro de Gotemburgo (Suecia), celebrada del 22 al 25 de septiembre.

Esta expansión internacional convierte a Bubok en la primera *start-up* española que se introduce en el mercado de los países nórdicos.

Según declaraciones del presidente de la compañía Ángel María Herrera, estos tres mercados tienen un gran potencial, ya que los consu-

midores cuentan con una amplia experiencia en la compra *online* y, además, se encuentran entre los países con mayor número de lectores habituales y de libros publicados por habitante.

En la actualidad, se publican en Bubok unas 15.000 obras al año, lo que supone un 20% de los títulos editados en España. No obstante, el acuerdo alcanzado con SPS permitirá en un futuro abrir mercado en los nueve países donde SPS cuenta con plantas de impresión propias y en los 44 donde tiene presencia mediante la red de GlobalGrafixNet ::



[Herrera]/Thinkstock.

Duscholux Ibérica asalta el mercado de Francia

La firma de mamparas de baño Duscholux Ibérica se ha hecho cargo del negocio de la multinacional de origen alemán en Francia, que cerró en 2009. La filial española cuenta con total autonomía, aunque aprovecha sinergias con el resto de sociedades del grupo en ámbitos como la investigación y el desarrollo. Crea, así, un departamento específico dedicado a la exportación para ampliar en el mercado extranjero su negocio, en especial en Francia, Portugal, norte de África y Sudamérica. Además, la compañía ha creado un departamento de proyectos para potenciar la presencia de la marca en hoteles, residencias y nuevas construcciones.

La empresa, con sede en Barcelona y una plantilla total de unas 65 personas, es la firma pionera en la fabricación de mamparas en España. Con cerca de 40 años de experiencia, son la marca líder del sector y la que ha hecho evolucionar el mercado incorporando materiales, componentes y diseños nunca antes aplicados a la mampara. Además de las instalaciones de Barcelona, cuenta con una delegación y un almacén en Madrid.



El grupo, de origen alemán, que actualmente tiene la sede en Suiza, cuenta con seis plantas de producción en Europa y más de 20 oficinas de distribución que ofrecen soluciones para el baño en todo el mundo. Dispone de fábricas en Reino Unido, Suiza, Península arábiga y Tailandia, además de la de Barcelona, que sirven a los mercados de su entorno. Entre los nuevos planes de negocio destaca la presentación de 17 nuevas líneas de producto y la inversión de 1,5 millones de euros en

un espacio de exposición en sus instalaciones de Barcelona, además de la renovación de su imagen corporativa y expositores.

En 2010, facturó 12 millones de euros, cifra que espera superar ligeramente este 2011 gracias a su fuerte crecimiento en Francia y a la ampliación de la red de distribuidores de sus nuevos productos en España. Sin embargo, deberá afrontar las caídas de ventas del conjunto del sector del baño producidas por la crisis inmobiliaria ::

Efron Consulting desembarca en México

La consultora española Efron Consulting ha decidido consolidar su estrategia de expansión internacional con la apertura de una filial en México. De esta forma, refuerza su presencia en el mercado americano, donde ya cuenta, desde el año 2009, con la compañía Efron4Sight Group, con oficinas en Boston y Phoenix.

La empresa, presidida por Jacobo Israel, ex director general de Sema Group, dio su primer salto fuera de España de la mano de Mapfre e Isban, que pretendían ampliar su negocio en EEUU, los cuales adquirieron Commerce y Sovereign,

respectivamente. En esta ocasión, se fusionaron con un socio local, 4Sight Technologies. La nueva filial, llamada Efromex Consulting, que tendrá oficinas en México DF y Santiago de Querétaro, nace con el objetivo de prestar servicios como proveedor tecnológico a empresas españolas del sector financiero con negocio en México. También planean instalarse en Brasil y no descartan ir a la India y a China si encuentran un socio.

Efron Consulting, resultado de la fusión y compra de varias empresas españolas, nació en 2008 a pesar de la crisis y de la bajada de tarifas que pa-

decía el sector. La empresa, que compete con gigantes como Accenture, Atos Origin o IBM en consultoría, tecnología y *outsourcing*, cuenta con más de 450 profesionales en España trabajando en proyectos nacionales e internacionales en los sectores en los que son especialistas (financiero, sanitario, telecomunicaciones, industria y Administración pública).

Entre sus clientes se encuentran Banco Santander, BBVA, Mapfre, Zurich, Caser, Adeslas y AXA. En 2010, facturaron casi 22 millones de euros y este año prevén crecer un 5% pese a la crisis y a la dura competencia de sus rivales ::

Diversificación de las exportaciones españolas de alimentos y bebidas

En el conjunto del último lustro, las ventas al exterior de alimentos y bebidas españoles crecieron un 30%. A pesar de que la mitad de dichas ventas se han destinado a cinco mercados europeos -Francia, Italia, Portugal, Alemania y Reino Unido-, que, además, han registrado un comportamiento, en general, positivo, los principales responsables de tal crecimiento han sido los mercados emergentes. En este sentido, destaca la evolución de las compras realizadas por los BRIC (Brasil, Rusia, India y China), que, en cinco años, se han duplicado,

encontrándose China y Rusia entre los 10 principales destinos de las exportaciones españolas de alimentos y bebidas. Asimismo, las compras de países como Polonia y Rumanía fueron un 255% superiores en 2010 que cinco años antes.

El sector español de alimentación y bebidas registró, en 2010, un incremento interanual del 9% en sus ventas al exterior y, en el primer semestre de este año, ha mantenido la tendencia positiva, con un crecimiento del 13% respecto al mismo período del año pasado alcanzando los 8.961 millones de euros ::

Oportunidades de negocio ligadas a la reforma del sector energético británico



La Oficina británica de los Mercados de Gas y Electricidad (Office of the Gas and Electricity Markets-Ofgem) estima que, con la finalidad de garantizar la competitividad y rebajar el coste de la electricidad en Reino Unido, serán necesarias unas inversiones de 236.000 millones de euros en el horizonte hasta 2020.

El sector eléctrico británico está siendo objeto de reorganización para buscar una producción y uso energéticos más limpios asegurando el suministro y reduciendo el gasto en electricidad para el consumidor final, de acuerdo con Marianne Carlin, agregada comercial de la Embajada de Reino Unido en Madrid.

Entre las iniciativas que están liderando el proceso de transformación del sector energético británico destacan la reforma del mercado eléctrico, el programa Compromiso de Reducción de Carbono y la Hoja de Ruta de Energías Renovables

2020. Precisamente, en relación con las energías renovables, Reino Unido está realizando una fuerte apuesta y, hasta ahora, ha aprobado la instalación de 22 GW, según afirma Marianne Carlin. Asimismo, las previsiones apuntan a un incremento del 4%, hasta 2014, en el uso de energías renovables en transportes y 123.000 instalaciones de calefacción abastecidas con fuentes renovables hasta 2020.

En los próximos años, Reino Unido pretende llevar a cabo diversas inversiones en el sector de la energía: construcción de parques eólicos y de nuevas centrales nucleares y establecimiento de sistemas de captura de CO₂ en las plantas de carbón. Además, Reino Unido mantendrá el apoyo a inversores y seguirá velando por el cumplimiento del principio de derechos adquiridos y la ausencia de cambios retroactivos en las inversiones que conlleven reducidas emisiones de CO₂, destaca Marianne Carlin ::

Costa Rica atrae más inversión extranjera

Durante el primer semestre del año, Costa Rica ha captado inversiones extranjeras directas (IED) por valor de 1.057 millones de dólares, un 45% más que las registradas en el mismo período del año pasado, de acuerdo con el Ministerio de Comercio Exterior costarricense.

Estos datos muestran una tendencia positiva en la entrada de inversión extranjera directa al país. En los seis primeros meses del año, ya ha superado la mitad del importe de IED fijado como objetivo (1.850 millones) por el Gobierno de Costa Rica para el conjunto del año.

Las autoridades costarricenses han justificado este comportamiento favorable de los flujos de entrada de IED por el hecho de que el país está promoviendo mejoras en el clima de negocios, así como en materia de competitividad y seguridad para la inversión extranjera.

Por su parte, la inversión directa de España en Costa Rica (en términos brutos y sin considerar operaciones en empresas de tenencia de valores) se situó en un millón de euros entre los meses de enero y junio de 2011 (siendo un 50,3% inferior a la del mismo período de 2010), que se destinó a los sectores de construcción de edificios (69,8% del total) y almacenamiento y actividades anexas al transporte, de acuerdo con el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de España.

Con todo, Costa Rica se sitúa en el puesto centésimo vigésimo quinto, sobre un total de 183 economías, en cuanto a la facilidad para hacer negocios de acuerdo con el *Doing Business 2011* del Banco Mundial. Dentro de la región de América Latina y el Caribe, tampoco se sitúa entre los mercados en los que resulta más fácil hacer negocios, ocupando el puesto vigésimo quinto de entre 32 países considerados ::