

Hispanitas abre en China y México



[Plyland]/Thinkstock.

La empresa alicantina Hispanitas, dedicada al diseño, fabricación y comercialización de calzado y complementos desde el año 1990, consolida su plan de expansión internacional con la inauguración de dos tiendas propias en China y una en México. En línea con su estrategia de internacionalización, la dirección de la compañía tiene prevista la apertura de cinco nuevos establecimientos en el país asiático durante los próximos meses.

En los últimos años, la exportación de sus productos se ha convertido en un pilar para el desarrollo de la empresa, cuyas ventas en el extranjero han supuesto el 45% de

los 35 millones de euros de facturación generados en 2010. Aunque el principal mercado de calzado español continua siendo Francia, Hispanitas ha focalizado sus esfuerzos para 2012 en potenciar las ventas en mercados emergentes y de rápido crecimiento como China, Rusia, México y Polonia. Con ello, la compañía prevé aumentar entre un 5 y un 10% sus ventas durante este año.

La decisión de localizar las nuevas tiendas en China y en México no es casual. Ambos mercados cuentan con un creciente volumen de potenciales consumidores para los productos de la compañía, ya que el fuerte crecimiento económico que han experimentado en la última dé-

cada ha propiciado un incremento de la renta disponible de sus ciudadanos. Tras varios años dirigiendo sus exportaciones hacia estos países y participando en ferias como MICAM, GDS o Modacalzado+Iberpiel, la dirección de la compañía encontró varios socios locales con los que llevar a cabo la apertura de establecimientos propios.

La primera tienda localizada en China abrió sus puertas el 16 de junio de 2011 y se encuentra ubicada en los grandes almacenes LOTTE en la ciudad de Tian Jin. En México, la apertura se produjo el pasado 31 de octubre y la tienda se localiza en el prestigioso centro comercial Plaza Satélite de la ciudad de México D. F. ::

Beter introduce sus productos en Brasil y China

Beter, empresa líder del sector de complementos de belleza y cuidado personal en España, continuará en 2012 su política de expansión internacional mediante su entrada en Brasil y China. Esta decisión estratégica forma parte de la política de internacionalización de la compañía, que comenzó en el año 2000, hacia el mercado sudamericano y de Oriente Medio. Actualmente, la empresa se encuentra presente en países como Venezuela, Colombia, México, Emiratos Árabes, Irán o Arabia Saudí.

El desembarco en el mercado chino y brasileño se prevé materializarlo a lo largo de 2012 y la entrada en ambos mercados se llevará a

cabo a través de alianzas con socios locales para facilitar el proceso. La dirección de la compañía espera que esta decisión reporte un aumento de su facturación en dos millones de euros durante los próximos años.

La compañía, que en 2012 celebra su 75 aniversario, obtuvo una facturación durante el ejercicio 2010 cercana a los 18 millones de euros. Esta cifra representa un crecimiento del 9% respecto al ejercicio precedente y es una muestra de la tendencia que han seguido sus ventas en los últimos años. A falta de los datos de los últimos meses, se espera que, en el ejercicio 2011, continúe la senda de crecimiento

en sus ventas, aunque de forma más limitada, alcanzando los 18,5 millones de euros. La vocación internacional de la empresa se manifiesta en que, en la actualidad, el 12% de sus ingresos procede del exterior.

El marcado carácter innovador de la compañía ha llevado a que, en los últimos ejercicios, el 15% de su facturación haya sido consecuencia de la innovación en nuevos productos. De esta forma, se entiende que, en la actualidad, la compañía cuente con una cartera de productos cercana al millar de variedades y que su inversión anual en I+D ascienda a 1,4 millones de euros ::

La catalana Gleisa Dera desembarca en el continente africano

La empresa Gleisa Dera, con sede en Barcelona, ha puesto en funcionamiento la primera fábrica de procedencia española en Benín, en África occidental. La fábrica está dedicada a la construcción de postes de hormigón, que se utilizarán para hacer llegar la electricidad a las zonas rurales de este país.

Situada en la localidad de Birni, al norte del país, la planta cuenta con una superficie de seis hectáreas. La compañía prevé alcanzar una facturación de 750.000 euros en 2012. La nueva infraestructura ha contado con una inversión de 400.000 euros, que ha recibido el apoyo del Departamento de Empre-

sa y Empleo a través del servicio de Inversión Directa en el Exterior (IDE) de ACCIÓ.

Dicha instalación se ha convertido en un referente para Administraciones públicas y otras empresas del sector que optan a la concesión de proyectos para construir líneas de electrificación en países africanos. En este sentido, muchas empresas ya se han dado cuenta del significativo potencial del continente africano y han comenzado a estudiar las distintas posibilidades de inversión.

El gerente de Gleisa Dera, José Vicente Costa, precisa que «con material catalán, hemos diseñado una unidad de producción especialmen-

te adaptada a las necesidades de África, siguiendo los requerimientos del Gobierno de Benín para que la fabricación se hiciera *in situ*».

La empresa catalana ha creado 30 nuevos puestos de trabajo directos y 400 indirectos entre los habitantes de estas zonas rurales, que realizan trabajos de suministro y arena lavada para el hormigón. Así, según Costa, «la fábrica ha contribuido a mejorar el nivel de vida de las áreas rurales y evitado que sus habitantes se marchen a las ciudades en busca de empleo».

Actualmente, Gleisa Dera ya está estudiando nuevos proyectos de electrificación en países africanos como Níger y Togo ::

Argentina decreta la presentación de una declaración jurada anticipada para las importaciones



Grúas en Puerto Madero, Buenos Aires, Argentina.

En virtud de la resolución 3.252, de 5 de enero de 2012, que instrumenta la solicitud de la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) de incrementar el control sobre el comercio exterior argentino, a partir del 1 de febrero se

exigirá la presentación de una declaración jurada anticipada de importación (DJAI) por cada producto que se vaya a introducir en el país.

Esta medida afectará a los más de 10.000 importadores registrados en aduanas y será de aplicación tan-

to para los productos terminados destinados al consumo como para los insumos incorporados a procesos industriales.

La DJAI deberá ser tramitada antes de que la empresa realice la orden de compra al exterior, de modo que el Gobierno se asegure una «trazabilidad» total de cada operación. Esta medida incrementa la complejidad del proceso de importación, en línea con la voluntad gubernamental de reindustrializar el país. De hecho, algunos sectores, como los fabricantes de juguetes y de electrodomésticos, ya se beneficiaron de las barreras que impuso el Gobierno argentino a los productos procedentes de Brasil o China.

El problema de estas medidas reside en que un proteccionismo excesivo puede limitar la actividad productiva del tejido empresarial argentino, pues alrededor del 70% del proceso productivo depende de las importaciones de accesorios, piezas de repuesto o maquinaria ::

MERCOSUR aprueba una subida arancelaria de importación extrazona

En la última Cumbre de jefes de Estado del Mercosur, celebrada en Montevideo el pasado 20 de diciembre, se acordó la aprobación de un nuevo mecanismo transitorio para elevar los aranceles de importación extrazona para cien posiciones arancelarias por país con el objeto de proteger las economías del bloque frente a los efectos de la crisis económica mundial. Con ello, cada país podrá elevar las cuotas por encima del arancel externo común (AEC), que se sitúa en el 14% en promedio, hasta un 35%, que es el máximo permitido por la Organización Mundial del Comercio (OMC).

La medida, que será efectiva por un plazo máximo de dos años (hasta diciembre de 2014), dotará a



los Gobiernos de un mecanismo de protección de los productores cuya actividad se vea amenazada por bienes fabricados a precios inferiores fuera del bloque ::

Marruecos invertirá 250 millones de dirhams en energía solar



El Ministerio de Energía, Minas, Agua y Medio Ambiente de Marruecos ha destinado una partida presupuestaria de 250 millones de dirhams al Fondo de Desarrollo Energético con el objeto de incentivar la investigación vinculada a la energía solar. Esta cantidad, que será gestionada por el Instituto de Investigación en Energía Solar y Energías Renovables (IRESEN, en sus

siglas en francés), se repartirá alrededor de un total de 10 proyectos objeto de licitación entre 2012 y 2016.

Dichos proyectos estarán enfocados al desarrollo de I+D en energías renovables y a la creación de clústeres de innovación. Las primeras licitaciones, previstas para enero y junio de 2012, cuentan con presupuestos de 20 y 25 millones de dirhams, respectivamente ::

Sara Coleman se expande a China

La firma Sara Coleman se ha introducido en el mercado chino a través de la web Vipstore, en la que pretende codearse con marcas líderes internacionales. La diseñadora gallega Sara Martínez creó su firma Sara Coleman en 2007. Sus colecciones están realizadas con tejidos preferentemente naturales, de gran calidad y de fabricación propia dentro del territorio nacional.

Desde finales del pasado diciembre, las prendas de su colección otoño-invierno 2011-2012 pueden adquirirse a través de la web Vipstore, exclusiva para el mercado chino, formado por más de 1.300 millones de personas.

Además, con el objetivo de conseguir un mayor reconocimiento de sus prendas en el gigante asiático, la firma presentará su próxima colección junto a otros diseñadores españoles en la Guangzhou Fashion Week, que tendrá lugar este mismo mes en la ciudad china.

En el territorio nacional, Sara Coleman tiene presencia en ciudades como Madrid, Sevilla, Zaragoza, Las Palmas de Gran Canaria, A Coruña y Santiago de Compostela. Sus colecciones también están disponibles en el primer *marketplace* español para todo el mundo en internet: *buylevard.com*.

La firma está comenzando a llevar a cabo un proceso de internacionalización, contando en su plan de negocio con desembarcos adicionales, entre los que destacan destinos como Rusia, Francia y Dinamarca ::

