

## **La Implantación Empresarial en Marruecos según Alfredo Jiménez Suñe**

**Ante la gran expansión comercial en Marruecos, el consultor especialista en el Magreb, Alfredo Jiménez Suñe explica su experiencia de cara a una optimización de recursos para futuros inversores**

En especial, incide en aspectos prácticos del proceso y ventajas para las PYMES españolas. Empresas de diversos sectores que han de servirse de la planificación en un mercado cada vez más abierto y dinámico.

Los negocios crecen exponencialmente en Marruecos, pero el establecimiento de iniciativas empresariales no puede realizarse de cualquier manera a pesar de situarnos en buen clima para la inversión.

El consultor afirma que, empresas vinculadas a la agricultura, la automoción, las energías renovables, los servicios, etc. pueden encontrar un filón por explorar en el país norteafricano siempre que tomen las decisiones adecuadas.

Según el Alfredo Jiménez Suñe, las empresas españolas no deben dejar pasar la oportunidad en un mercado abierto y de enorme potencial a pocos kilómetros de España. El consultor está enfocado principalmente al establecimiento de empresas españolas, incluyendo PYMES que pueden encontrar en el país vecino grandes ventajas en tiempos de incertidumbre en la economía de la zona euro.

Una de las fases más complejas y más relevantes es la inicial, aquella en que se abren dudas y expectativas. Durante los primeros meses, la toma de decisiones será uno de factores más importantes. El consultor Alfredo Jiménez Suñe facilita valiosa información que él mismo ha recabado a lo largo de sus 12 años como asesor en Marruecos. Y es que los tiempos de maduración en la implantación son más lentos de los que uno pudiera prever y ello desanima en ocasiones al inversor. La dedicación constante y la presencia de los directivos de la empresa es fundamental en esta primera etapa. El negocio no se puede hacer a distancia, desde España, señala con contundencia. Hay que estar físicamente con sociedad constituida para ello, y con una mínima estructura que dé credibilidad a los interlocutores marroquíes públicos y privados.

Además, la verificación de los procesos productivos o de venta de servicios así como los precios que estos llevan aparejados, evita desagradables sorpresas sobre las expectativas en los márgenes comerciales. Un mínimo estudio previo es muy recomendable para saber cómo crecer comercialmente en el país. Para ello, existe una gran cantidad de información de instituciones españolas y marroquíes. Es muy recomendable la ayuda de Organismos Regionales de fomento a la exportación como EXTENDA (en Andalucía), Cámara de Comercio Española en Marruecos, ICEX en Rabat, Centros Regionales de Inversión en Marruecos y otros organismos. Además, es muy interesante tomar como referencia empresas españolas que hayan tenido éxito, tanto en su implantación como en su posterior trayectoria para tomar buena nota de la fórmula más eficiente para implantarse.

Sobre los apoyos en equipos locales es también de gran importancia la selección y motivación del personal con el que se debe contar. Hoy existe una formación en Marruecos muy cualificada que hay que identificar para incorporar a los mejores perfiles profesionales a la organización empresarial. Sin apoyo local es muy difícil tener éxito señala Alfredo Jiménez Suñe.

Por otro lado hay empresas que quieren crear un negocio en Marruecos mediante su deslocalización, con los ahorros de costes laborales que ello supone respecto del mercado europeo y las ventajas fiscales de ciertas zonas francas para la industria. En este sentido, la región de Tánger-Tetuán ofrece distintas áreas con enormes incentivos; logísticos (Puerto Tánger Med y tren de Alta Velocidad) fiscales (baja imposición y ausencia de aranceles) y estratégicos para las empresas españolas (Energías Renovables, Industria auxiliar de automoción, aeronáutica, agricultura, entre otros).

Sobre los sectores señalados es de resaltar que, la transferencia de Know-How que necesita Marruecos, es una llamada indudable a participar en negocios en el país alauí. Las empresas españolas pueden exportar su tecnología y experiencia y contribuir en buenas condiciones competitivas al crecimiento económico marroquí.

Alfredo Jiménez Suñe afirma igualmente que el emprendedor en Marruecos debe tener una visión abierta y colaborativa para poder encontrar socios adecuados que le aporten valor. Este punto es de gran sensibilidad porque no es fácil encontrar al partner adecuado y, a menudo se crean empresas de capital mixto que no tienen vocación de continuidad debido a que no hubo un proceso previo conocimiento mutuo.

Concluye el consultor animando a invertir en Marruecos desde una posición de prudencia y responsabilidad, realizando además un importante esfuerzo para adaptarse a la realidad cultural del país vecino. Esta capacidad de adaptación es, en muchas ocasiones, definitiva para hacer negocios en una cultura empresarial con algunas singularidades respecto a las costumbres en los procesos de negociación y ventas.

En los próximos diez años, Marruecos prevé seguir creciendo de manera significativa, por lo que sería una pérdida de oportunidad no intervenir en un mercado complementario al español con el comparte el primer puesto en alianza comercial, por delante de cualquier otro país europeo.

**Datos de contacto:**

SocialOnce Marketing&Internet

Nota de prensa publicada en: [Sevilla](#)

Categorías: [Internacional](#) [Franquicias](#) [Finanzas](#) [Andalucía](#) [Emprendedores](#) [Recursos humanos](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>