Actualidad empresaria

HEEL - ALEMANIA

Heel tiene previsto desarrollar en Colombia nuevas áreas de producto. La firma alemana Heel, que comercializa medicamentos de origen natural, está proyectando desarrollar en Colombia nuevas áreas y soluciones de tratamiento. Según Edgar Mohs, gerente general, las novedades y desarrollos futuros son los probióticos. Con más de 30 años en el país sudamericano, el mercado colombiano es el tercero en sus ventas globales. Actualmente, la firma tiene en Colombia una operación logística que involucra todas las regiones del país. En España, Heel ya tiene una línea de seis productos del tipo probióticos, que estarán en Colombia a finales de 2020.

GOOGLE - EE UU

Google compra Fitbit por 2.100 millones de dólares. Google anunció la firma de un acuerdo definitivo para adquirir Fitbit, la firma de pulseras y relojes inteligentes. Según la empresa de tecnología, los dispositivos portátiles como relojes y rastreadores de actividad física permiten visualizar fácilmente dónde está la próxima reunión o controlar la actividad diaria. Si bien Google ha progresado con socios como Wear OS y Google Fit, encontró en Fitbit una oportunidad para introducir dispositivos portátiles *made by Google* en el mercado. Google aspira a crear herramientas que ayuden a las personas a mejorar su conocimiento y salud. Además, desde la compañía aseguraron que los datos de salud y bienestar de Fitbit –que hoy brinda servicios a más de 28 millones de usuarios– no se utilizarán para los anuncios de Google, dando la opción a los usuarios a revisar, mover o eliminar su información personal. La operación concluirá a finales de 2020, debido a que aún está sujeta a la aprobación por parte de los accionistas y de las condiciones regulatorias.

DP WORLD - EMIRATOS ÁRABES UNIDOS

DP World inaugura la plataforma logística Kigali en Ruanda. El facilitador de comercio internacional DP World inauguró su plataforma logística Kigali en Ruanda. La plataforma sirve como puerta de ingreso al corazón de África, conectando Ruanda con países vecinos como República Democrática del Congo, Burundi, Uganda, Tanzania y Kenia. La infraestructura también tiene acceso al puerto de Mombasa, en Kenia, y Dar Es Salaam, en Tanzania, asegurando dos pasarelas comerciales al mar. El proyecto de 35 millones de dólares abarca más de 130.000 metros cuadrados, incluyendo un patio de contenedores de 12.000 metros cuadrados y una instalación de almacenamiento de 19.600 metros cuadrados. Además, la plataforma utiliza tecnología de vanguardia para garantizar la máxima seguridad y transparencia para sus clientes.

SANTANDER - ESPAÑA

Santander lanzará una plataforma digital para captar depósitos en EE UU. Santander está preparando el terreno para lanzar una plataforma a nivel nacional para captar depósitos *online* en EE UU. Se prevé que la propuesta compita con el proyecto Marcus, de Goldman Sachs. Según Scott Powell, primer ejecutivo de la firma española en el país norteamericano, el banco planea desarrollar una "plataforma nacional de captación de depósitos" en 2020 para obtener recursos más económicos con los que respaldar su negocio de crédito al consumo. En declaraciones a *Financial Times*, Powell explicó: "La plataforma permitirá obtener recursos más baratos para su negocio de crédito, pero no tiene previsto conceder préstamos". Por lo tanto, los depósitos se destinarán a reducir la dependencia de Santander de la financiación mayorista y el nuevo portal ofrecerá "tipos de interés más elevados que los grandes bancos de Wall Street", indicó el directivo. Además, adelantó la intención del grupo de que su banco 100% digital, Openbank, opere en EE UU en el largo plazo. Por el momento, el proyecto de banco digital avanza en Alemania y Holanda, y en 2020 lo hará en Portugal, México y Argentina.

XINJIANG TBEA-GROUP BAOCHENG - CHINA

Bolivia y China crearon una empresa mixta para industrializar salares de Pastos Grandes y Coipasa. La estatal Yacimientos de Litio Boliviano Corporación (YLE) y el consorcio chino Xinjiang TBEA-Group Baocheng, suscribieron una empresa mixta para la industrialización de las reservas de litio en Bolivia. Con una inversión de 2.400 millones de dólares, el acuerdo establece que el país latinoamericano tendrá el 51% de las acciones y las procesadoras iniciarán sus operaciones en 2021. El proyecto incluye la construcción de cinco plantas que producirán 146.000 toneladas anuales de litio metálico, hidróxido de litio, ácido bórico, bromuro puro y bromuro de sodio. Se prevé que el gigante asiático para 2025 va a necesitar cerca de 800.000 toneladas de litio anuales. Según el documento, se estableció también el aprovechamiento del carbonato de litio para la obtención de otros productos que forman parte de la industrialización y que será realizada en sociedad.

ALIBABA - CHINA

Aliexpress acerca posiciones con El Corte Inglés en 2020. A partir de 2020, las compras de Aliexpress se podrán recoger en la española El Corte Inglés. El gigante chino de *e-commerce* está abriendo nuevos acuerdos con el *retail*, más allá del ámbito logístico, los sistemas de pago o los servicios en la nube. "A principios de 2020, los clientes de Aliexpress podrán recoger ya sus pedidos en los centros de El Corte Inglés", aseguró William Wang, director general de la firma china en España y Portugal. El directivo explicó que, entre los proyectos lanzados en los últimos meses del año, la compañía busca ofrecer ayuda a las empresas españolas para vender en China o Rusia. "Queremos ser un socio para que las empresas salgan a vender a otros países", dijo, y destacó que el foco está en integrar en la plataforma cada vez más con empresas españolas y trabajar con ellas para mejorar la oferta local. Wang cree que existe mucho margen para incrementar la oferta: "En el futuro quizá podríamos vender comida y enviártela a tu casa". En agosto, Aliexpress abrió en las proximidades de Madrid su primera tienda física en Europa. Según trascendió, la firma está ultimando su segunda apertura en Barcelona.

FALABELLA - CHILE

Falabella abre centro de distribución en Perú. Con una inversión de 38 millones de dólares, Falabella abrió un centro logístico que abastecerá productos de su línea blanca a Falabella, Tottus, Sodimac y Maestro en Lurín (Perú). Además, permitirá atender a los consumidores en los diferentes canales de venta *online* y física. El establecimiento cuenta con 38.000 metros cuadrados sobre una superficie de 100.000 metros cuadrados de superficie, ubicada en la Ciudad Industrial Necrópolis. El director general de la firma, Alex Zimmermann, destacó que el nuevo centro de distribución se caracteriza por ser eco-amigable, por lo que será el primer centro logístico en el país andino en recibir la Certificación Leed. Se espera que el emprendimiento reduzca los costos operativos y acelere los plazos de entrega. Según Zimmermann: "El sistema logístico es un elemento fundamental para atender las tiendas y a cada uno de los clientes con la rapidez que demandan".

WHATSAPP - EE UU

WhatsApp ayudará a las empresas a vender sus productos. La popular aplicación de *chat* habilita una función para que las pequeñas empresas puedan presentar su catálogo de productos dentro de la propia *app*. La compañía decidió implementar esta nueva función, que permitirá a los usuarios ver el catálogo completo directamente desde WhatsApp. Ahora las empresas podrán añadir información sobre cada uno de los artículos de sus catálogos, como el precio, una fotografía, la descripción e incluso el código del producto. Esto hace que los dueños de negocios se vean más profesionales y mantiene a los clientes involucrados en el *chat* sin tener que visitar un sitio *web*. La aplicación ya está disponible para empresas que usan WhatsApp Business para Android e iPhone en Alemania, India, Brasil, Indonesia, México, Estados Unidos y Reino Unido. Según la firma, se implementará pronto en el resto del mundo.

MERCADO LIBRE - ARGENTINA

Mercado Libre planea lanzar su propio supermercado *online* en Argentina. La compañía argentina tiene previsto comenzar a vender *online* productos de consumo masivo en Argentina y Brasil el próximo año. Mercado Libre –la firma argentina de mayor cotización bursátil– ya vende este tipo de productos en México y planea expandir el área a los sudamericanos, considerando el crecimiento del centro de distribución de Buenos Aires. Actualmente, está operando un depósito de 35.000 metros cuadrados sobre una superficie de 65.000 metros cuadrados. Según el director de *marketing*, Sean Summers, las instalaciones estarán completamente operativas en enero de 2020. En México, la empresa lanzó la categoría Supermercado libre de manera piloto en 2018 y oficialmente está operando desde el mes de abril de 2019. Si bien la propuesta dispone de cerca de 20.000 ítems, Summers aclaró que Mercado Libre no tiene previsto incluir comida para llevar. Además, destacó que se proyecta mejor el tiempo de entrega en Argentina con la meta de entregar 80% de las compras en menos de 48 horas en los próximos 18 a 24 meses. ■

IAG - ESPAÑA

IAG controlará la conexión iberoamericana con Europa. El grupo IAG, conformado por las aerolíneas Iberia, Vueling y British Airway, acordó con el *holding* empresarial español Globalia la compra de Air Europa por 1.000 millones de euros.

La operación reforzará la posición de la empresa en los vuelos nacionales en España y la convertirá en líder en las conexiones entre Europa e Iberoamérica. La cuota de mercado en esas rutas pasará del 19% al 26%. "Una vez nos unamos, vamos a poder ofrecer 1.000 conexiones nuevas entre Europa y América", señaló la compañía.

Globalia tiene una ruta con Asunción (Paraguay), por ejemplo, que conecta con unos 17 destinos europeos y 24 españoles a través del aeropuerto de Madrid. Solo esas conexiones se multiplicarán por dos, incluyendo las rutas que Iberia, Iberia Express y Air Nostrum ya operan desde Barajas. Inicialmente, Air Europa mantendrá su marca y se integrará como centro de ingresos autónomo en la estructura de Iberia.

Según el consejero delegado del grupo, Willie Walsh: "La adquisición de Air Europa supone añadir a IAG una nueva aerolínea competitiva y rentable, haciendo de Madrid un *hub* europeo líder".

La complementariedad de las rutas y la capacidad de reforzar el aeródromo madrileño como un *hub* internacional son dos de los argumentos que la aerolínea de IAG va a utilizar para defender la compra de Air Europa ante Competencia, que tiene que dar el visto bueno. Por otro lado, también prevé argumentar que el mercado único en el que compite con gigantes como Lufthansa el crecimiento es relativo, y que Barajas tiene aún capacidad para dar cabida a nuevas aerolíneas y más oferta.

"El mercado español es muy competitivo y la incorporación de Air Europa es buena para el *hub* de Madrid, que podrá mejorar sus conexiones con Asia; para los clientes, que dispondrán de más destinos, horarios y flexibilidad", aseguró el presidente de la compañía, Luis Gallego, a la prensa local.