

# Españoles en Marruecos

Las ventajas comparativas que ofrece el vecino del sur

**WILLIAM CHISLETT**

**MARRUECOS: SOCIO ECONÓMICO Y ALIADO ESTRATÉGICO DE EUROPA**

Analistas Financieros Internacionales  
Caja de Ahorros del Mediterráneo /  
Banque Marocaine du Commerce  
Extérieur  
ISBN 978-84-99378-56-8

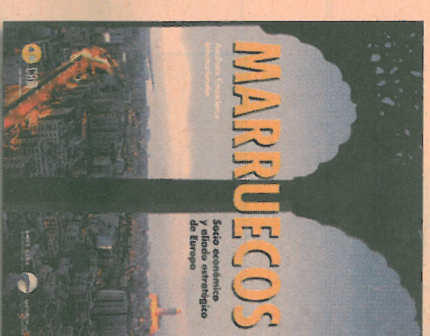
Este atractivo libro comprende un análisis de la economía marroquí incluyendo el sector exterior, el sector financiero y una guía de negocios. Una de sus muchas virtudes es la abundancia de cuadros y gráficos muy ilustrativos y un lenguaje no demasiado técnico. Marruecos es un país de gran

importancia geoestratégica: la frontera entre Marruecos y España es la más desigual del mundo, en función de PIB per cápita, más incluso que la existente entre México y Estados Unidos.

Además, España es el segundo socio comercial e inversor del Reino Cherifiano. El comercio entre ambos países no ha dejado de crecer en los últimos años. El 15% del total de los intercambios de Marruecos en 2006, y casi la cuarta parte de su comercio con la Unión Europea, se materializó con España y en los últimos años Marruecos se ha situado entre los puestos décimo y decimosegundo como destino de las exportaciones españolas. Fuera de la

Unión Europea tan sólo Estados Unidos, México, Turquía y Suiza le han superado en esta rúbrica. Para las islas Canarias, Marruecos es el tercer destino de sus exportaciones. Y es rara la semana en que no se cite en los medios de comunicación la inversión de alguna empresa española en Marruecos, donde la mano de obra es sustancialmente más barata que en España.

Marruecos ofrece ventajas comparativas a los empresarios españoles, particularmente en sectores sometidos a una fuerte competencia internacional, como por ejemplo el textil. Si hace tiempo eran grandes empresas como El Corte Inglés, Telefónica



y Fagor las que iban al país marroquí, en los últimos años se observa cómo otras empresas más pequeñas, como Armas Quintero (construcción), Grupo Durán (agricola), Gonvarri (siderurgia) y Antolin (componentes de automoción) se han instalado allí.

La economía marroquí se ha

modernizado bastante en los últimos años, pero si el país quiere ser un "león" de África (al modo de los "tigres asiáticos"), es necesario alcanzar un mayor nivel de liberalización política, algo indispensable también para poder seguir profundizando en su anclaje con Europa. Por ello Rabat reclama, desde hace algunos años, un estatuto avanzado con la Unión Europea (UE), un paso intermedio entre su condición actual de país asociado y la de miembro de pleno derecho.

A pesar de las crecientes relaciones económicas y de los lazos geográficos, históricos y culturales que unen a España con su vecino del sur, existe un cierto desconocimiento mutuo. Este libro ayuda a los empresarios españoles a comprender mejor a Marruecos y explorar las oportunidades de negocio. ■

William Chislett es escritor y colaborador del Real Instituto Elcano.

**EN PIE CONTRA LA DEUDA EXTERNA**

Esther Vivas  
Ediciones de Intervención  
Cultural / El Viejo Topo  
ISBN: 978-84-96831-61-2



El movimiento contra la deuda exterior que oprime a los países en vías de desarrollo ha sido uno de los actores de protesta más importantes contra la globalización neoliberal desde mediados de los años ochenta hasta nuestros días. En este libro se analizan los principales actores, tanto en lo internacional como dentro del

Estado español: sus antecedentes, sus demandas, las acciones llevadas a cabo por sus protagonistas, el desafío a las instituciones internacionales y sus vínculos con el movimiento *altermundista*. ■

**LA INSPECCIÓN DE HACIENDA**

José Miguel Peña Garbín  
Editorial CISS  
ISBN 978-84-8235-629-7



La Inspección de Hacienda cuando no provoca miedo al menos despierta la curiosidad. Pocos son los ciudadanos que no han tenido una relación directa con Hacienda, ya sea al hilo de una devolución que ha solicitado o al atender un requerimiento. Esta obra es un manual práctico para poder afrontar con seguridad las nuevas situaciones a las que se de-

be enfrentar el profesional tributario ante la inspección de los tributos, completamente adaptado a los cambios normativos introducidos por el nuevo Reglamento de Gestión e Inspección Tributaria. ■

**HIRING THE BEST TALENTED EMPLOYEES**

Salvador del Rey y  
Robert J. Mignin  
Editorial Wolters Kluwer  
ISBN 978-90-411-2630-6



Captar y retener el talento en las organizaciones son los grandes retos para los especialistas en capital humano y son muchas las multinacionales que quieren establecer una cultura uniforme en el mundo. Salvador del Rey, socio director del Área Laboral de Cuatrecasas, y Robert J. Mignin, socio del despa-

cho Seyfarth Shaw, reconocen en esta obra las mejores prácticas frente a las cuestiones más comunes en los procesos de selección y en el que se reflejan los diferentes sistemas aplicados en 55 países. ■

**QUÉ ES... Competencia intercultural**

## Cómo reaccionar ante otras realidades

**SANTIAGO GARCÍA**

La capacidad de relacionarse y trabajar eficazmente con personas de diferentes culturas es una cualidad cada vez más demandada en el mercado de empleo. A pesar de que muchos preveían una rápida homogeneización de la cultura mundial siguiendo los estándares estadounidenses, la realidad es que la globalización ha motivado que nuestro entorno cultural sea hoy más diverso y complejo que nunca. Las inversio-

nes transfronterizas, el comercio internacional, la conectividad tecnológica, los flujos de trabajadores e información entre países se han multiplicado y con ellos las ocasiones de que se relacionen entre sí personas de culturas diferentes. Como consecuencia directa, el número de puestos de trabajo para los que se requiere esa capacidad cada día es mayor.

La competencia intercultural, en primer lugar, nos exige tomar conciencia de nuestra propia cultura y de cómo ésta determina

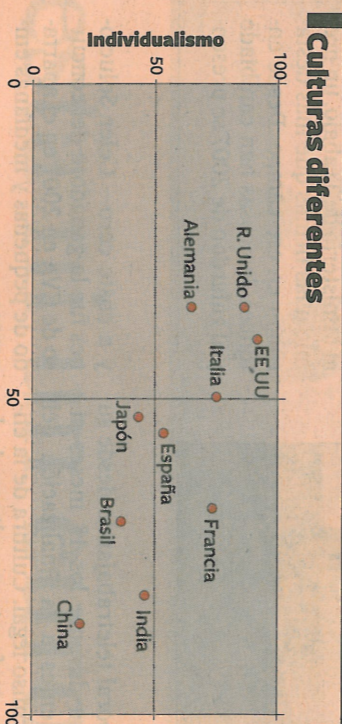
tanto nuestra forma de ver el mundo como nuestras reacciones frente a otras realidades. Nuestra cultura actúa como un filtro que condiciona nuestra percepción de la realidad y, en este sentido, deberíamos preocuparnos por entender hasta qué punto nos dejamos guiar por estereotipos y generalizaciones.

En segundo lugar, para desarrollar nuestra competencia intercultural deberíamos interesarnos por conocer otras culturas diferentes de la nuestra, aunque procurando siempre ir más allá de aquellos aspectos más superficiales y evidentes —como puedan ser el lenguaje, la gastronomía o las manifestaciones artísticas—,

para adentrarnos en otros elementos más profundos y sutiles —valores, actitudes o creencias— que son la principal fuente de equívocos y malentendidos. Es importante comprender qué nos separa, pero aún lo es más entender qué es lo que nos une.

Las actitudes que mostramos hacia nuestra propia cultura y frente a otras constituyen el tercer elemento de la competencia intercultural. Por ejemplo, cómo reaccionamos ante la diversidad o con qué facilidad nos adaptamos e integramos en un entorno distinto del nuestro. Aunque, por encima de todo, la competencia intercultural supone considerar las diferencias culturales no como una debilidad o una amenaza sino como una oportunidad de enfrentarse a la realidad de una forma única, nueva y creativa. ■

Santiago García es socio de Jakobshand Partners.



NOVEDAD EDITORIAL BOE  
1ª ed. Actualizada el 17 abril 2008

CONTRATOS DEL SECTOR PÚBLICO 28€

COEDICIÓN MINISTERIO ECONOMÍA Y HACIENDA

Colección Textos Legales

<http://fienda.boe.es>



BOE

www.boe.es

EN LOS NEGOCIOS, LO MÁS IMPORTANTE  
ES LA LETRA PEQUEÑA

Negocios

EL PAÍS

902 365 303

INFORMACIÓN DE LEY



Anunciada en Negocios 3.200.000 lectores\* cada domingo

\*EGM 2008. Audiencia soporte base