

PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN

ESTUDIO DE MERCADO Y PROPUESTA DE ACCESO EN EL SECTOR DEL AGUA
MARRUECOS (2022)

TRABAJO FIN DE MÁSTER

MBA GESTIÓN INTERNACIONAL DE LA CONSTRUCCIÓN

PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN

ESTUDIO DE MERCADO Y PROPUESTA DE ACCESO EN EL SECTOR DEL AGUA MARRUECOS (2022)

GRUPO:

ÁLVARO VENTURA MARTÍNEZ
FRANCESCA DE LORENZI
JASET ROMARIO LOZADA HERAZO
LUCÍA GONZÁLEZ POMBAR
LUIS MANUEL MARTÍN MENÉNDEZ

TUTOR:

ANDRÉS LORENZO RODRÍGUEZ

TRABAJO FIN DE MÁSTER
MBA GESTIÓN INTERNACIONAL DE LA CONSTRUCCIÓN



ÍNDICE

1 INTRODUCCIÓN	07
1.1 INTERÉS GRUPAL	
1.2 OBJETIVOS	
1.3 METODOLOGÍA	
1.4 ESTADO DE LA CUESTIÓN	
1.5 INTRODUCCIÓN AL OBJETO DE LA EMPRESA	
2 ESTUDIO DE MERCADO	11
2.1 NORTE DE ÁFRICA	
2.2 CONCLUSIÓN: MARRUECOS	
2.3 MERCADO DEL AGUA MARROQUÍ	
2.4 PLANTAS DESALADORAS	
3 AGUAS DEL SUR DESARROLLO DE IMPLANTACIÓN	64
3.1 INTRODUCCIÓN Y ANTECEDENTES	
3.2 PLAN ESTRATÉGICO	
3.3 PROPUESTA DE VALOR	
3.4 RECURSOS HUMANOS Y MATERIALES ORGANIGRAMA	
3.5 PLAN DE MARKETING	
3.6 ANÁLISIS DE RIESGOS	
3.7 PLAN ECONÓMICO	
3.8 PLAN DE CONTINGENCIAS	
4 CONCLUSIONES	120
5 BIBLIOGRAFÍA	122

PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN

ESTUDIO DE MERCADO Y PROPUESTA DE ACCESO EN EL SECTOR DEL AGUA _ MARRUECOS (2022)

1 INTRODUCCIÓN

El trabajo expuesto a continuación, estudia el proceso de internacionalización de una empresa ficticia, creada para dicho fin; se realizará un planteamiento con los datos de partida tanto de la empresa como con los del país en donde se vaya a realizar la implantación, en nuestro caso la empresa candidata a dicho fin será una filial de una constructora española; se dedicará al mercado del agua en donde además de la mera construcción de ciertos proyectos, realiza en algunos casos el diseño y posterior gestión y/o mantenimiento del mismo, sin embargo lo normal es la búsqueda de apoyo respecto a la parte de ingeniería en otra empresa del sector.

En cuanto a la zona elegida para la implantación será el Norte de África, esto se debe a razones que se profundizarán a lo largo del documento pero que fundamentalmente se basan en la demanda, de cierto tipo de infraestructuras, que empiezan a tener algunos países presentes en la zona.

Una vez planteada la empresa desde la que partimos, así como la localización de implantación, se concluirá la viabilidad de algún proyecto en base a los resultados obtenidos, será este planteamiento sobre el que se establecerá la planificación de la empresa para ir más allá del mismo y junto con un plan estratégico desarrollar una visión a medio largo plazo.

Palabras clave: Internacionalización, Marruecos, concesión, planta desaladora, mercado del agua,

ABSTRACT

The project presented below studies the internationalization process of a fictitious company, which was created for that purpose. To this end, the study begins with the collection of both the company's data and that of the country where the implementation will take place. In our case, the candidate company is a subsidiary of a Spanish construction company, which will be dedicated to the hydrological market. In addition to the construction of hydrological processes, this fictitious company also carries out their design and subsequent management and/or maintenance in some cases. However, the normal process is to seek engineering support from another company in the industrial sector.

Concerning the area chosen for implementation, North Africa, the reasons will be explored throughout the document. They are fundamentally based on the demand for specific types of infrastructure that some countries are beginning to have in the zone. Once the company as well as the location of implementation have been proposed, the viability of a project will be concluded based on the results obtained. Finally, it will be this aforementioned approach that will be used to go beyond the company and to create a strategic plan to develop a medium-long-term vision.

Key words: internationalization, Morocco, concession, desalination plant, water market, joint-venture "JV", project management.

1.1 INTERÉS GRUPAL

La elección del tema principal del T.F.M. viene dada como resultado del interés generado en común durante el transcurso del año académico en cuanto a la manera en la que cuál las empresas del sector realizaban una implantación en un país en donde la misma no contaba con presencia previa. Para ello es fundamental realizar un buen análisis inicial de cuál será el país donde se realice dicho proceso de internacionalización; en nuestro caso, otro condicionante que nos pusimos como regla de juego, fue la de escoger un país o zona geográfica que no contara ya con un desarrollo brutal a nivel de infraestructuras y que, en cualquier caso, aquel proyecto o subsector en que tomáramos partido, fuera uno que tuviera un carácter de servicio a la sociedad fundamental, que más allá de buscar el confort máximo, sirviera para dar un servicio mínimo. Todo ello se entenderá mejor a la hora de tratar la zona del Norte de África, la elección final de Marruecos como país de implantación y el mercado del agua como sector candidato.

En todo momento, a pesar de que como se menciona, toda elección tenga su justificación, no debe perderse de vista que el telón de fondo sea entender el proceso a seguir para la internacionalización y cómo lograr una continuidad a futuro a medio largo plazo.

1.2 OBJETIVOS

La realización del presente trabajo de fin de máster, como bien se ha mencionado previamente, no tiene otro objetivo de fondo más que entender como una empresa puede lograr acceso a un determinado mercado en un país en donde hasta entonces no había tenido presencia previa. Se pretende a su vez que tanto la empresa planteada como el país den el juego suficiente para lograr que se presenten ciertos riesgos importantes para a su vez poder plantear escenarios, con sentido, tanto de carácter optimista como pesimista para poder plantear medidas a llevar a cabo en cualquiera de los casos.