

Portada > Actualidad > Classmakers cumple diez años asesorando oportunidades de negocio en Oriente Medio

Classmakers cumple diez años asesorando oportunidades de negocio en Oriente Medio

Classmakers, empresa que ofrece servicios de marketing empresarial, celebra su décimo aniversario poniendo en contacto empresas españolas con inversores de Catar interesados en diferentes sectores de negocio y productos de España.

MIGUEL ÁNGEL MORENO | MADRID | LUNES 26.12.2016



Bábel Aragón (Classmakers), junto a empresarios cataries. EFE/Classmakers

Classmakers es una empresa que ofrece servicios de marketing, ayuda a la **internacionalización española en el mundo árabe y viceversa**, gestión de franquicias y servicios legales para empresas., con sedes en Madrid y París, y negocios, principalmente en Catar, Emiratos Árabes y Arabia Saudí.

En una entrevista con **Efeemprende**, la directora de Classmakers, Bábel Aragón, ha explicado que hace diez años decidió dejar su empleo relacionado con el ámbito financiero para lanzar su propia empresa de asesoría de imagen para empresas.

“Todo el mundo pensaba que era una locura, dejar un buen puesto por una aventura, pero yo nunca lo percibí como tal. **Me arrepiento de no haberlo hecho antes**”, ha explicado.

Aragón: “Hemos acompañado a centenares de empresas a Oriente Medio”

Classmakers comienza a despertar el interés de emprendedores y pymes de sectores de la restauración, la moda, la alimentación o la consultoría; y **a partir de entonces lanzan sus servicios de acompañamiento de empresas hacia países árabes.**

“**Hemos acompañado a centenares de empresas**”, ha asegurado Aragón., al tiempo que ha destacado que **“lo español se valora mucho en Oriente Medio”**, tanto a las

empresas españolas que son “centenarias como aquellas que tienen varias generaciones de experiencia o las que han creado valor de marca”.

Según ha subrayado, Arabia Saudí ha crecido muy rápido y el 80 por ciento de la población es joven, está formada y quiere emprender negocios, y por eso valoran la trayectoria de España en este sentido.

Paciencia y preparación, claves para hacer negocio en Oriente Medio

La directora de esta empresa especializada en relacionar a empresarios españoles y árabes ha apuntado algunas claves para hacer negocios en esta región que, según ha dicho, podrían resumirse en **paciencia y preparación.**

En opinión de Aragón, las empresas españolas a la hora de implantarse en Arabia Saudí deben “tener paciencia” porque los procesos no son tan rápidos como en Europa, y ha señalado que si los árabes no perciben el valor de la marca, “no dan el paso”.

Por sectores, los productos españoles que más éxito tienen en esta zona del mundo son los de **moda, los artículos de piel y todo aquello que tiene que ver con el diseño**, además de **la restauración y la alimentación.**

Hay mujeres árabes líderes a nivel empresarial

Aragón ha asegurado que, **pese a los estereotipos, no ha tenido nunca problemas por ser mujer a la hora de emprender negocios con socios árabes.**

“Nunca ha habido un trato discriminatorio o una mala mirada, la educación por encima de todo y oportunidades de negocio maravillosas”, ha afirmado, al tiempo que ha apuntado que en su experiencia de negocio en estos países se ha encontrado con mujeres al frente de compañías y liderando negociaciones.

“Conozco bastantes mujeres árabes que tienen empresas y son mujeres altamente cualificadas. La marginación de la mujer tiene que ver más con los estratos sociales.

“**Si bien la mujer en Arabia Saudí se tapa con un velo, hay mujeres líderes, que tienen empresas y viajan a Europa a cerrar negocios**”, ha apuntado Babel, que ha subrayado que dependiendo del país se puede llevar o no un vestuario más occidental.

“Si yo que soy mujer hago una operación en Líbano puedo ir vestida igual que en Madrid, pero si voy a **Abu Dabi o a Qatar tengo que ir con los hombros cubiertos, o llevar velo en la cabeza en el caso de Arabia Saudí**”, ha precisado Aragón.



Aragón, con el equipo de Classmakers. EFE/Classmakers

Classmakers afronta **los diez años de vida empresarial con una facturación en crecimiento y con el objetivo de alcanzar anualmente el millón de euros.**

Tags: Abu Dabi, Arabia Saudí, Catar, Classmakers, Emiratos Árabes, emprendedores entrevista, entrevista, internacionalización, mujer

Sección: Actualidad | Cómo se hace una compañía