

Los emprendedores y pequeñas y medianas empresas son optimistas de cara al efecto dinamizador de las ventas al exterior en su actividad y a las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías, a pesar de que actualmente los beneficios de la internacionalización se reparten de manera desigual.

POR ADRIÁN VARELA



PYMES ESPAÑOLAS EN EL EXTERIOR ACTIVIDAD Y EXPECTATIVAS

Desde el inicio de la crisis económica hace una década, gran parte del tejido empresarial español se ha volcado en la búsqueda de nuevos mercados para paliar la caída de la demanda interna. Este impulso hacia el exterior se ha traducido en un incremento constante de las exportaciones, que en los primeros ocho meses de 2017 han vuelto a superar su máximo histórico hasta alcanzar un valor de más de 182.000 millones de euros. Además, las ventas españolas al exterior crecieron un 9,1% respecto al tramo entre enero y agosto de 2016, mejorando el incremento de las exportaciones de la zona euro y la UE, en su conjunto, o el de las economías de mayor tamaño como EEUU, Alemania, China o Francia.

Sin embargo, los últimos datos del

Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) desvelan que un 61,5% de los ingresos de ese pastel exportador corresponden a 657 empresas, apenas un 0,5% del total de compañías internacionalizadas, cada una de ellas con una facturación hacia el exterior por encima de los 50 millones de euros anuales. Mientras, más de la mitad de empresas (un 54,2%) reconoce que su actividad exterior les reporta una facturación inferior a 5.000 euros, mientras que otro 14,6% no supera los 25.000 euros.

Las pymes, que suponen más de un 99,6% del total de empresas del país, también están inmersas en este proceso de internacionalización, aunque las cifras varían a la hora de valorar su implicación real en el proceso. De hecho, el estudio Future of Business, coordinado por la Organización

para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), el Banco Mundial y Facebook y que analiza a más de 140.000 empresas de 33 países, muestra que sólo un 10% de las pymes españolas encuestadas se dedican a la exportación y un 8% al comercio internacional. Mientras, el último informe anual de la Fundación para el Análisis Estratégico y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa (FAEDPYME), centrado precisamente



“LAS EMPRESAS CON MENOS DE 250 TRABAJADORES SON EL 78% DEL SECTOR EXPORTADOR, PERO REPRESENTAN APENAS UN 34% DE SU FACTURACIÓN”

en internacionalización y orientación emprendedora, sitúa el porcentaje de pymes exportadoras en el 36%.

Además, el estudio de FAEDPYME revela que un 34,5% de las ventas de las pymes internacionalizadas va destinado al exterior. Este dato coincide con los resultados del Informe sobre el Comercio Mundial de la Organización Mundial del Comercio (OMC), que afirma que las empresas con menos de 250 trabajadores "representan el 78%

de los exportadores, pero sólo el 34% de las exportaciones". Para la OMC "la relación entre la productividad, el tamaño y la experiencia de la exportación de una empresa explica la participación relativamente limitada de las pymes en el comercio internacional: las empresas más productivas no solo tienen mayor tamaño, sino que también tienen más facilidad para acceder a los mercados extranjeros y crecer aún más gracias a la exportación".

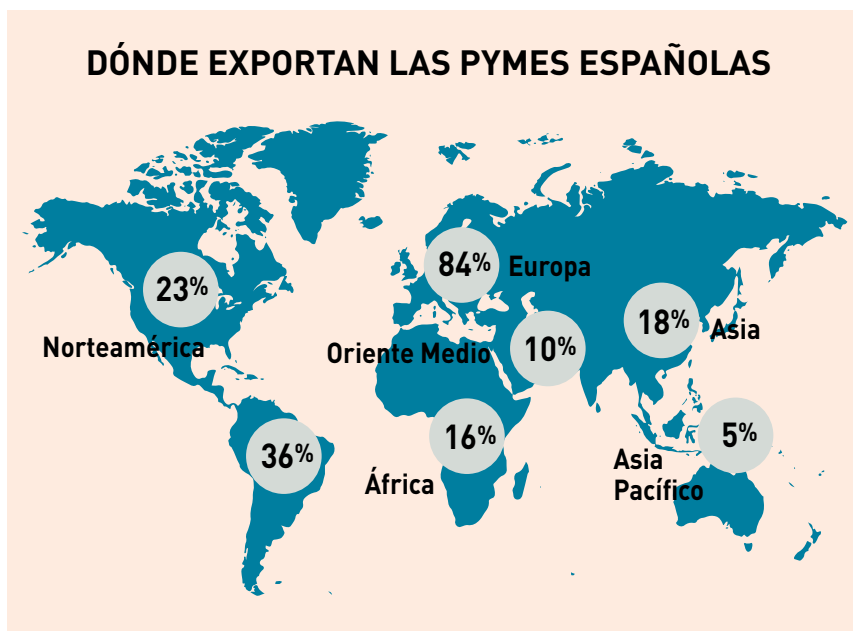
RETOS PARA LA EXPORTACIÓN

En el sondeo de FAEDPYME, las empresas destacan que su mejor recurso para ser competitivas es la calidad de sus productos, además de su experiencia previa en el mercado nacional o su capital humano. En el lado opuesto, sitúan como mayor desventaja la falta de acuerdos de cooperación en el mercado nacional con otras empresas extranjeras que, junto con los aranceles, se erigen como principal barrera para su expansión. →

Precisamente, debido a estas trabas, varios estudios coinciden en que la mayoría de pymes exportan a países de la UE, en los que los obstáculos legales y logísticos son menores. Así lo reconoce un 63,7% de las empresas encuestadas por FAEDPYME, mientras que América Latina acumula un 11% y los países de la OCDE no pertenecientes al espacio comunitario un 8,9% de menciones.

Más allá de las gestiones aduaneras, las empresas encuestadas aluden al elevado nivel de competencia en el exterior y a la falta de información sobre los mercados de destino. A pesar de estos temores, las pymes españolas siguen apostando por lanzarse al exterior contando sólo con sus medios en un 43,8% de los casos, mientras que un 20,2% recurre a intermediarios en España y un 12,9% lo hace a través de programas públicos de promoción. Desglosando por número de trabajadores, tres de cada cuatro empresas medianas suelen recurrir a sus propios recursos, mientras que en las de 1 a 9 empleados la proporción desciende a una de cada tres.

Desde la Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa (CEPYME), resumen las principales trabas que afrontan las pymes exportadoras en “la necesidad de contar con sólidos planes estratégicos y proyectos de expansión; un profundo conocimiento de los mercados en los que se quiere introducir la empresa; acceso a los recursos financieros necesarios para poner en marcha estos proyectos y para afrontar los posteriores costes jurídico-mercantiles, laborales, fiscales, etc. inherentes a la actividad exterior”.



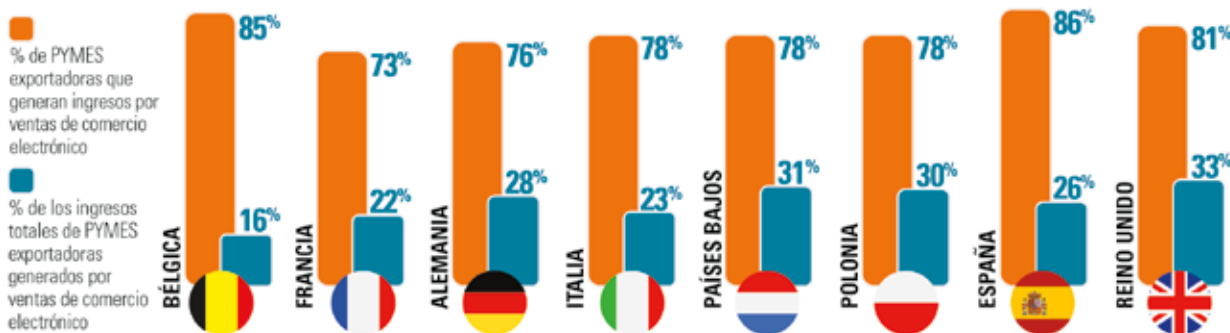
FUENTE: FEDEX EXPRESS

“LA FACTURACIÓN INTERNACIONAL DE MÁS DE LA MITAD DE LAS EMPRESAS QUE EXPORTAN NO SUPERA LOS 5.000 EUROS”

MOTIVACIONES PARA INTERNACIONALIZAR

A pesar de las dificultades expuestas, distintas estadísticas muestran que las pymes que apuestan por buscar mercado en el exterior son optimistas de cara a su futuro próximo. De hecho, según la encuesta Perspectivas Empresariales de las Cámaras de Comercio, las pymes españolas son las más optimistas de toda la Unión Europea, dado que duplican en número a las empresas europeas en cuanto a expectativas de crecimiento. Además, estas buenas perspectivas han aumentado un 10% en el último año y también se extienden a las posibilidades de recibir inversión o de creación de empleo. ➔

INGRESOS DE LAS PYMES A TRAVÉS DE E-COMMERCE



FUENTE: FEDEX EXPRESS

BUSCAMOS SOLUCIONES PARA SU VIAJE DE NEGOCIO A TRAVÉS DE UNA INMEJORABLE CALIDAD DE SERVICIO



LÍDERES EN EL SECTOR DE VIAJES

Por experiencia, garantía y
calidad.



COBERTURA 365 DÍAS DEL AÑO

Siempre dispuestos
a ayudarle. Nuestro
departamento de atención
al cliente ofrece cobertura
los 365 días al año.



ATENCIÓN PERSONALIZADA

Desde nuestro
departamento de
asesoramiento y
consultoría le ayudamos
a planificar sus viajes.



SOLUCIONES TECNOLÓGICAS, SOLUCIONES RENTABLES

Soluciones globales
para entornos globales.



Empresas • Congresos • Eventos

direccionempresas_eventos@viajeseci.es

VIAJES *El Corte Inglés*

EMPRESAS



Javier Serra
DIRECTOR DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA DE ICEX

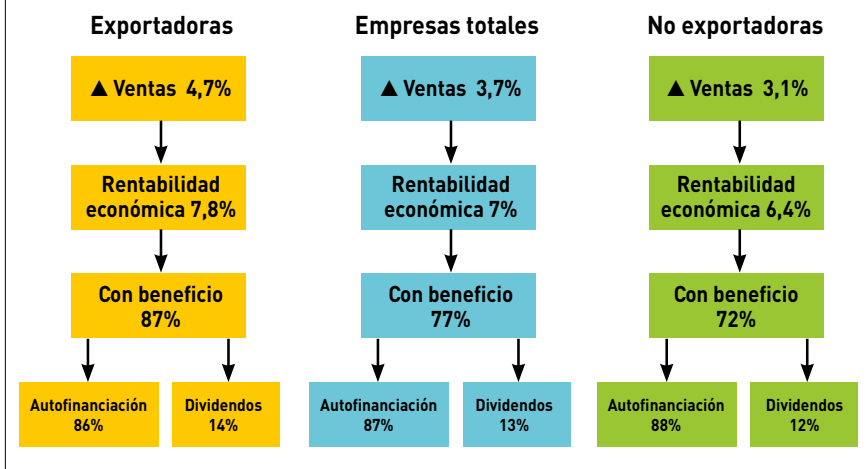
¿Qué diagnóstico hace ICEX del proceso de internacionalización? ¿Que perspectivas prevé para las pequeñas y medianas empresas que se lancen al sector exportador?

El diagnóstico a priori parece claro y positivo en la medida en que cada vez son más las PYMES exportadoras. De hecho su ya elevado peso en el total de empresas exportadoras no hace sino aumentar. Sin embargo, y como por otra parte es natural debido a su reducida dimensión y su reciente incorporación a los mercados internacionales, sus volúmenes medios de exportación son escasos, y se constata que su peso en el total de la exportación, inferior al 50%, no aumenta. Cabe esperar que, a medida que se consolide su estrategia internacional, que el crecimiento continuará manifestándose.

Las grandes empresas españolas, si bien son pocas en números absolutos, consiguen una proyección exterior mucho más eficaz que las pequeñas y las medianas. Las causas son variadas: la mayor obtención de economías de escala de las grandes, los mayores recursos financieros y humanos de que disponen, la mayor envergadura de los proyectos en los que se ven envueltas...

Desde ICEX precisamente se trabaja para apoyar sobre todo la internacionalización de la PYME tanto ampliando su base exportadora como dotando de un mayor valor añadido a las exportaciones generadas por este segmento diverso de empresas.

EMPRESAS EXPORTADORAS FRENTE A NO EXPORTADORAS



FUENTE: CEPYME

Por su parte, el informe Global SME Pulse elaborado por American Express concluye que la mitad de las pymes españolas prevé que su facturación crezca, en tanto que un 29% apuesta por la apertura a mercados internacionales como estrategia para conseguirlo. De hecho, un 56% de negocios encuestados considera que la internacionalización es ahora más fácil que hace tres años y un 52% asegura haber optimizado su negocio para aumentar sus exportaciones. Y todo ello, a pesar de que el mismo estudio refleje que la mayoría de pymes se queja de las dificultades para obtener financiación y reconoce depender de préstamos bancarios para suplir esta carencia.

Si nos fijamos en las empresas de mediano tamaño, el optimismo es todavía más acentuado. El Termómetro del Middle Market, que elabora la consultora EY, muestra que el 71% de las empresas encuestadas, todas ellas macropymes con una facturación anual superior a 40 millones de euros, entrarán este año en nuevos mercados internacionales. Además, un 71% ha creado empleo en 2016 y la inmensa mayoría prevé contratar aún más en 2017, en tanto que el 73% augura que este año aumentará sus ganancias y el 27% restante confía en evitar las pérdidas.

Estas previsiones alcistas están en sintonía con los objetivos que la mayoría de las pymes se marcan a la hora de embarcarse en el proceso de internacionalización. Según el

informe de FAEDPYME, las empresas encuestadas aseguran que sus prioridades son, por este orden, la mejora de las ventas, de los beneficios a largo plazo o de la reputación. En un segundo plano, se sitúan otras motivaciones orientadas al propio desarrollo de la empresa o de sus procesos o a la superación de barreras comerciales.

COMERCIO ELECTRÓNICO COMO VÍA DE ENTRADA

Dentro del desarrollo de estrategias para cumplir sus objetivos, el uso de las nuevas tecnologías es un componente fundamental. Así lo muestra el ya citado estudio Future of Business, que resalta el papel del canal online como apoyo para las pymes en proceso de internacionalizarse. Un 44% de negocios reconoce que más de tres cuartas partes de sus ventas al exterior dependen del e-Commerce, mientras que un porcentaje aún mayor atribuye al desempeño de estos canales digitales la mejora de sus resultados.

Mientras, el segundo informe sobre exportación de las pymes que han elaborado la multinacional logística FedEx y Harris Interactive destaca que casi nueve de cada diez de las pequeñas y medianas empresas españolas encuestadas asegura haber generado ingresos a través del e-Commerce y un tercio de ellas destaca que la venta online ha servido para incrementar sus beneficios en el último ejercicio. Además, las pymes atribuyen al comercio



“UN 33% DE PYMES HA INCREMENTADO LOS BENEFICIOS PROCEDENTES DEL EXTERIOR GRACIAS AL E-COMMERCE”

electrónico la capacidad de facilitar su entrada en mercados exteriores y de elevar la seguridad de sus pagos. Sin embargo, una vez más el número de empresas implicadas en la venta online y el peso de estas operaciones de exportación digital en sus beneficios totales no están en consonancia. Al igual que sucede en otros países europeos, frente al 86% de pymes exportadoras en España que generan beneficios a través del e-Commerce, sus ventas online al extranjero suponen un 27% de su facturación, lo que denota que hay margen de mejora a corto plazo.

APOYO INSTITUCIONAL A LA INTERNACIONALIZACIÓN

En España, el ICEX, el Instituto de Crédito Oficial (ICO), la Empresa Nacional de Innovación (Enisa) y las Cámaras de Comercio ofrecen varios programas, recursos y herramientas de financiación pensadas para apoyar a autónomos y pymes en su proceso de apertura al exterior:

■ **El Instituto de Comercio Exterior** dispone de servicios de asesoramiento financiero, comercial y de información específicos que pueden ser contratados de forma individualizada. Además, cuenta con el programa ICEX Next, destinado a pymes ya presentes en mercados foráneos pero que todavía no han explotado todo su potencial exportador, para lo que se les ofrece tanto apoyo económico como asesoramiento estratégico para desarrollar un plan de negocio específico.

■ **La Cámara de Comercio de España**, con la cofinanciación de los Fondos Europeos de Desarrollo Regional (FEDER), ofrece dos programas de iniciación a la internacionalización conocidos como Xpande y Xpande Digital, de los que se están beneficiando actualmente 279 pymes. En ambos casos, se ofrece un asesoramiento individualizado para desarrollar e implementar planes de exportación, en el caso de Xpande, y de posicionamiento online a través del marketing digital, con Xpande Digital.

■ **ENISA** se centra en el aporte de financiación a pymes a través de tres líneas, Emprendedores, Jóvenes Emprendedores y Crecimiento. Los dos primeros se centran en aportar recursos a empresas de reciente creación, hasta un límite de 75.000 euros, en el caso de emprendedores de menos de 40 años de edad, y de 300.000 euros, para el resto. Mientras, la línea Crecimiento alcanza hasta una dotación máxima de 1,5 millones de euros, aunque está reservada a proyectos ya establecidos que busquen una mejora competitiva de sus operaciones.

■ **ICO** también ofrece financiación para autónomos y pymes en dos tramos. El primero se dedica a inversión para activos productivos, vehículos y creación o adquisición de empresas en el extranjero y ofrece liquidez de hasta un 50% del crédito obtenido, dentro de un límite de 12,5 millones de euros. El segundo tramo está dotado con hasta 25 millones para financiar la compra o venta de bienes y servicios fuera de territorio nacional.

RECOMENDACIÓN
Dirigentes
GARANÍA
DE CALIDAD

Avenida de Badajoz, 25.
28027 Madrid. ☎ 914 038 862
estebangarciamar@hotmail.com
f El Pitaco t @el_pitaco

el pitaco

restaurante

Gastronomía
vasco-navarra
de calidad
en un ambiente
cálido y entrañable.

