

Observatorio de Competitividad Empresarial

INTERNACIONALIZACIÓN

Nº 12 / 2024

El Observatorio de Competitividad Empresarial es una iniciativa de la Cámara de Comercio de España cuyo **objetivo es contribuir al conocimiento y valoración de la capacidad competitiva de nuestro tejido empresarial.**

El Observatorio estudia periódicamente diversos factores o ámbitos clave para la competitividad empresarial, con un análisis específico.

Este número del Observatorio se dedica a la **internacionalización**. Se trata de un monográfico en el que se analizan diferentes aspectos relativos a la internacionalización de las empresas españolas, tales como las características de la actividad exportadora y la gestión que realizan las empresas internacionalizadas, sus determinantes, beneficios obtenidos, barreras encontradas, facilitadores y programas existentes para su impulso. Asimismo, se estudian las particularidades asociadas a aquellas empresas que aún no han salido al exterior.

Para ello, la información ha sido recogida a partir de una encuesta ad hoc a las empresas españolas.

Con la publicación de este Observatorio, la **Cámara de Comercio de España** contribuye activamente al conocimiento e interpretación de la realidad competitiva de nuestras empresas, en su ejercicio responsable como **institución consultiva en defensa del interés general.**



Resumen

Sobre las empresas internacionalizadas¹

- ✓ Las empresas internacionalizadas son, en su mayoría, exportadoras regulares (77,6%) desde hace más de 9 años (67,2%) y venden principalmente a la Unión Europea (84,6%).
- ✓ En 2023, las ventas al exterior representaron más de una cuarta parte de la cifra de negocio para el 35,8% de las empresas internacionalizadas.
- ✓ Su evolución durante 2023 se mantuvo estable o mejoró con respecto a 2022 para el 76,9% de las empresas exportadoras y una proporción aún mayor de ellas espera repetir esta situación en 2024 (87,1%).

Porcentaje aproximado que representaron las exportaciones sobre la cifra de negocios en 2023, total y según periodicidad de la exportación (%)

	Total	Ha exportado todos los años durante los últimos 4 años (exportadora regular)	Ha exportado algunos años durante los últimos 4 años (exportadora que inicia/reinicia la exportación)	Exporta esporádicamente (ocasionalmente sin continuidad, por pedidos específicos)
Menos del 25%	64,2%	55,1%	88,2%	100,0%
Más del 25%	35,8%	44,9%	11,8%	0,0%

Fuente: Cámara de Comercio de España.

- ✓ Para las empresas exportadoras, la ampliación del mercado / diversificación del riesgo fue el principal motivo para internacionalizarse (73,6%).
- ✓ Y ello se refleja en los principales beneficios que el comercio exterior les depara: crecimiento del tamaño empresarial (38,3%), generación de nuevas oportunidades en el mercado (37,8%), mayor resistencia a situaciones de crisis / reducción de riesgos (36,3%), aumento de la rentabilidad empresarial (34,8%), incremento de la cuota de mercado (34,8%) y afianzamiento de marca / prestigio empresarial (30,8%).

Principales determinantes para decidir exportar (%)

Ampliar mercado/ diversificar el riesgo de operar en un solo mercado	73,6%
Acompañar la internacionalización de sus clientes existentes	24,9%
Dificultad para crecer en el mercado de origen	19,9%
Dar salida a los stocks	15,9%
Acceder a otras fuentes de financiación	6,5%
Reducir los costes de producción	5,5%
Acceder a know how y nuevas tecnologías	4,5%
Por solicitud de un nuevo cliente extranjero	3,5%
Reducción de las barreras arancelarias en el país de destino	1,5%
Otros	6,5%

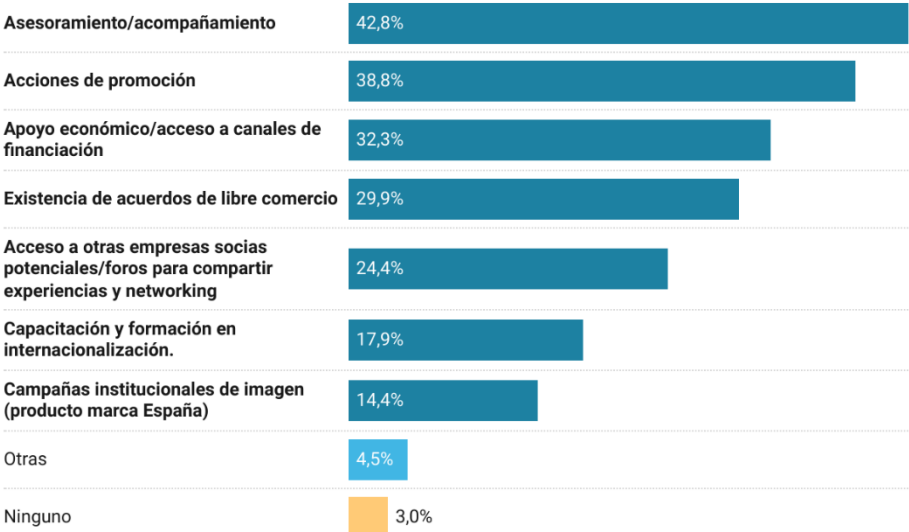
Fuente: Cámara de Comercio de España.

¹ La muestra está constituida por 406 empresas, el 49,5% de las cuales realizó alguna venta de sus productos o servicios al exterior en los últimos 4 años, en tanto que el 50,5% restante no han tenido experiencias internacionales.



- ✓ Si bien las empresas internacionalizadas no atribuyen demasiada relevancia a las dificultades y los obstáculos encontrados, sí identifican impulsores de peso para la internacionalización: asesoramiento / acompañamiento (42,8%) y acciones de promoción (38,8%). En relación con ello, entre las empresas que conocen y han usado alguno de los programas de apoyo existentes, los servicios de asesoría / consultoría (56,9%) y los programas de iniciación a la internacionalización (52,9%), fueron los más utilizados.
- ✓ Adicionalmente, oportunidades de negocio (55,2%) y trámites y controles aduaneros (55,2%), fueron señaladas como las áreas en las que estas empresas desearían contar con más información.

Facilitadores de la internacionalización/ exportación más relevantes (%)

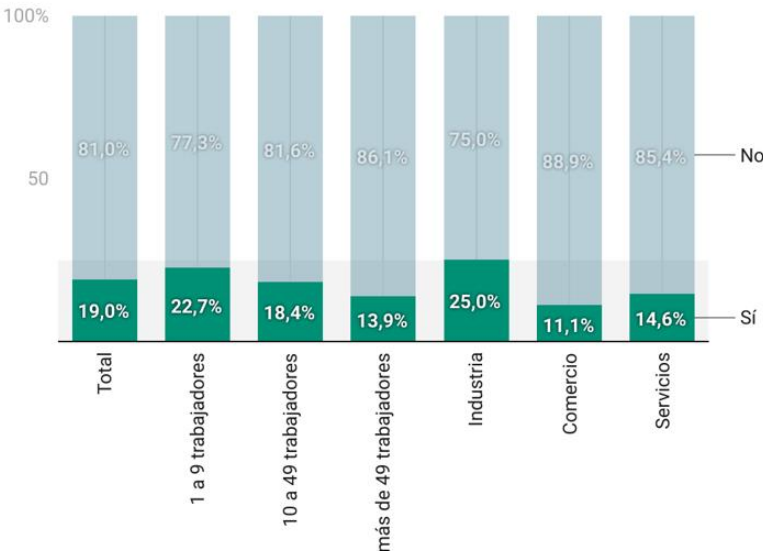


Fuente: Cámara de Comercio de España.

Sobre las empresas no internacionalizadas

- ✓ Entre el grupo de empresas no exportadoras (50,5% del total encuestado), las razones para no internacionalizarse tienen que ver principalmente con elementos internos del negocio, como las características del producto o servicio que ofrecen o una dimensión / capacidad demasiado reducida para exportar regularmente.
- ✓ Tan solo dos de cada diez de estas compañías estarían interesadas en internacionalizarse en el futuro, siendo este interés algo mayor entre las microempresas y en las empresas industriales.

Interés por internacionalizar la empresa en el futuro (%). Total, por tamaño y por sector *



Fuente: Cámara de Comercio de España.



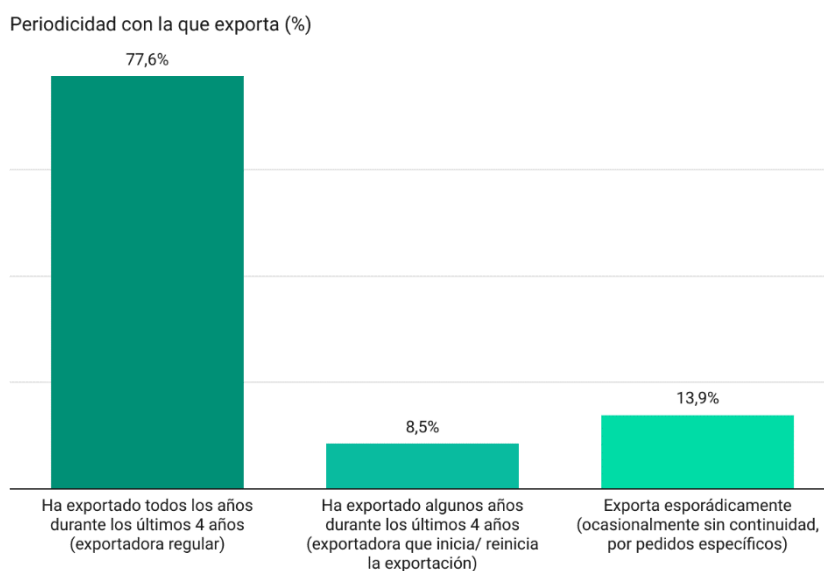
Empresas internacionalizadas: características de la actividad exportadora

Se preguntó a las empresas encuestadas si realizaron o no ventas al exterior en los últimos 4 años con el objetivo de identificar dos grupos de compañías, aquellas que se encuentran internacionalizadas y las que no. De este modo, la muestra quedó constituida por un 49,5% de compañías que realizó alguna venta de sus productos o servicios al exterior en los últimos 4 años y por un 50,5% de empresas que no se encuentran internacionalizadas².

Como punto de partida para este análisis, en primer lugar se profundiza en las empresas que venden sus productos o servicios fuera, y a continuación, en aquellas que no están internacionalizadas. En este apartado se evalúan las características de la actividad exportadora desarrollada por aquellas compañías que venden sus productos o servicios al exterior. Se abordan cuestiones tales como la periodicidad de las exportaciones, su importancia para el negocio o los destinos de las ventas.

► Periodicidad e importancia de la actividad exportadora

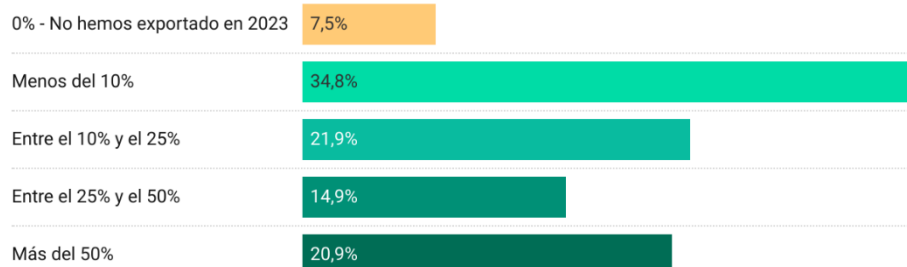
Entre las empresas que realizaron ventas al exterior en los últimos 4 años, **la gran mayoría (77,6%) lo han hecho de manera regular**, es decir, han exportado cada año. El resto, se reparte entre un 8,5% de compañías que han iniciado o reiniciado la actividad internacional y un 13,9% que exportó de manera puntual.



Fuente: Cámara de Comercio de España.

En lo que respecta a la **importancia de la actividad exportadora** para el negocio, en el año 2023, las ventas al exterior **representaron más de una cuarta parte de la cifra de negocio para el 35,8% de las empresas internacionalizadas**.

Porcentaje aproximado que representaron las exportaciones (de productos y/o servicios) sobre la cifra de negocio en el año 2023 (%)



Fuente: Cámara de Comercio de España.

² La distribución de la muestra resultante no es proporcional al universo de referencia, las empresas exportadoras (internacionalizadas) se encuentran sobreponderadas a efectos del análisis.

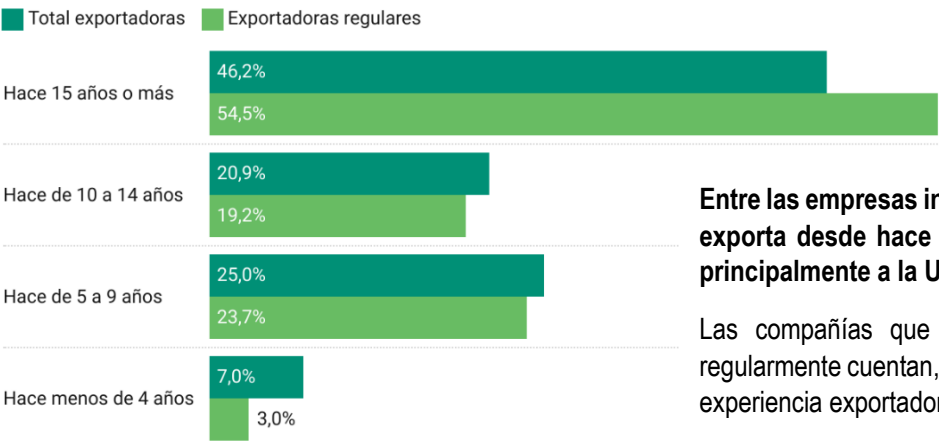
Tal y como se podía esperar, el peso de las exportaciones para el negocio es mayor entre las compañías que venden al exterior de manera regular (44,9%).



Fuente: Cámara de Comercio de España.

► Experiencia exportadora y destino de las ventas al exterior

Cuándo exportó la empresa por primera vez. Total de empresas exportadoras y exportadoras regulares * (%)



Entre las empresas internacionalizadas, el 67,1% exporta desde hace más de 9 años y lo hacen principalmente a la Unión Europea (84,6%).

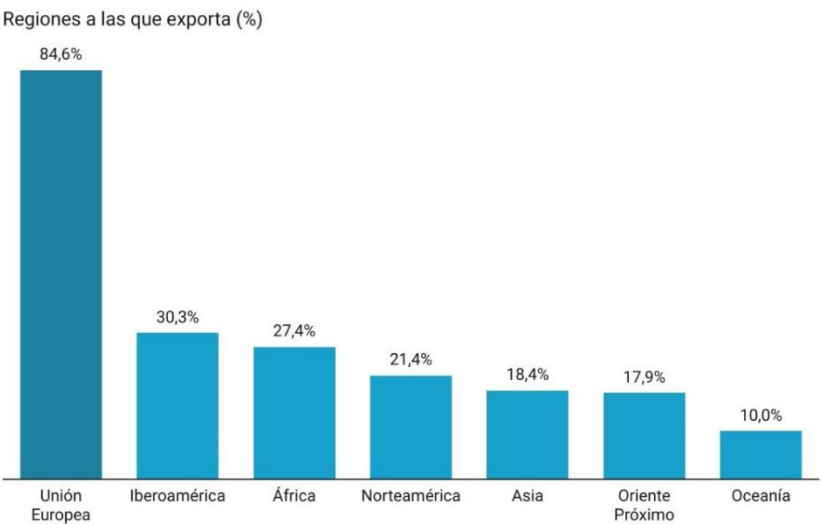
Las compañías que realizan ventas al exterior regularmente cuentan, en general, con más años de experiencia exportadora.

* Empresas que han exportado todos los años durante 4 años.

Fuente: Cámara de Comercio de España.

En cuanto al resto de destinos, las compañías internacionalizadas exportan también a Iberoamérica (30,3%), África (27,4%), Norteamérica (21,4%), Asia (18,4%) y Oriente Próximo (17,9%).

En promedio, las empresas exportadoras consultadas venden sus productos o servicios a 2,2 regiones diferentes. Esta cifra se incrementa a 2,4 regiones entre las exportadoras regulares.



Fuente: Cámara de Comercio de España.



Empresas internacionalizadas: gestión de la actividad exportadora

A continuación, se profundiza en la manera en que las empresas internacionalizadas se organizan para gestionar su actividad exterior, analizando la existencia de un departamento de comercio exterior y la disposición de certificación internacional para los productos o servicios que exporta.

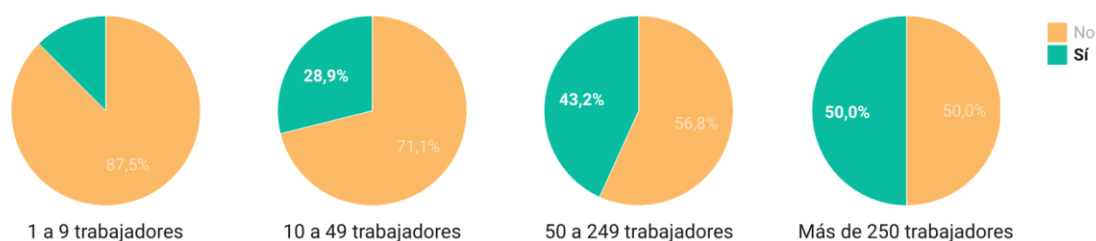
► Disponibilidad de departamento específico de comercio exterior

Tan solo un 27,4% de las empresas internacionalizadas cuenta con un departamento específico de comercio exterior. Este porcentaje sube moderadamente entre las compañías que venden al extranjero de manera regular (32,1%) y conforme aumenta el tamaño de la empresa.

Disponibilidad de un departamento específico de comercio exterior, según periodicidad de la exportación (%)



Disponibilidad de un departamento específico de comercio exterior, por tamaño * (%)



* Estos datos se proporcionan a título informativo, por su escasa representatividad.

Fuente: Cámara de Comercio de España.

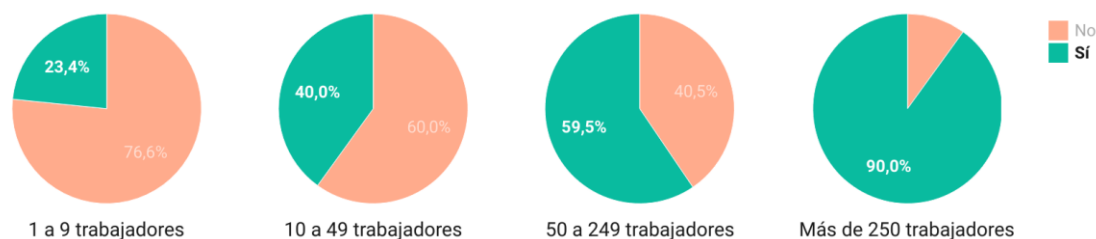
► Certificación internacional

El 40,8% de las compañías dispone de alguna certificación internacional para sus productos o servicios. La importancia de certificar cobra más de peso entre las empresas que exportan de manera regular (43,6%) y con la dimensión empresarial creciente.

Disponibilidad de certificación internacional, total y según periodicidad de la exportación (%)



Disponibilidad de certificación internacional, por tamaño * (%)



* Estos datos se proporcionan a título informativo, por su escasa representatividad.

Fuente: Cámara de Comercio de España.

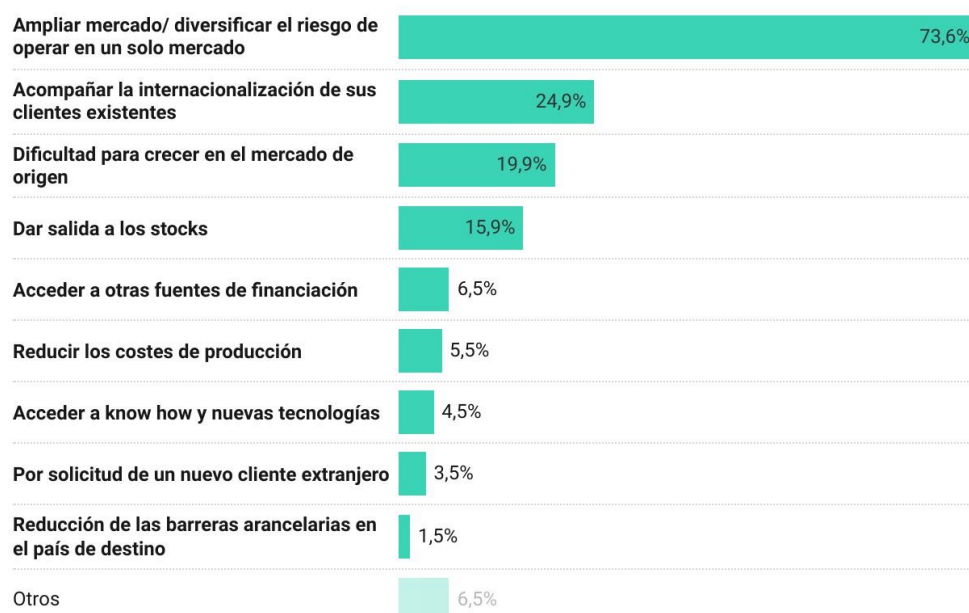
Empresas internacionalizadas: determinantes de la decisión de exportar y beneficios obtenidos

En este apartado se analizan los motivos que llevaron a las compañías exportadoras a tomar la decisión de internacionalizarse y los beneficios y ventajas resultantes de la misma.

► Determinantes de la exportación

Entre las **razones para vender al exterior declaradas por las empresas, la ampliación del mercado / diversificación del riesgo, es señalada por casi tres cuartas partes de las compañías (73,6%)**. Por detrás se sitúan, como determinantes de la decisión de exportar, el acompañamiento a la internacionalización de sus clientes (24,9%), las dificultades para crecer en el mercado de origen (19,9%) y la necesidad de dar salida a los stocks (15,9%).

Principales determinantes para decidir exportar (%)



Fuente: Cámara de Comercio de España.

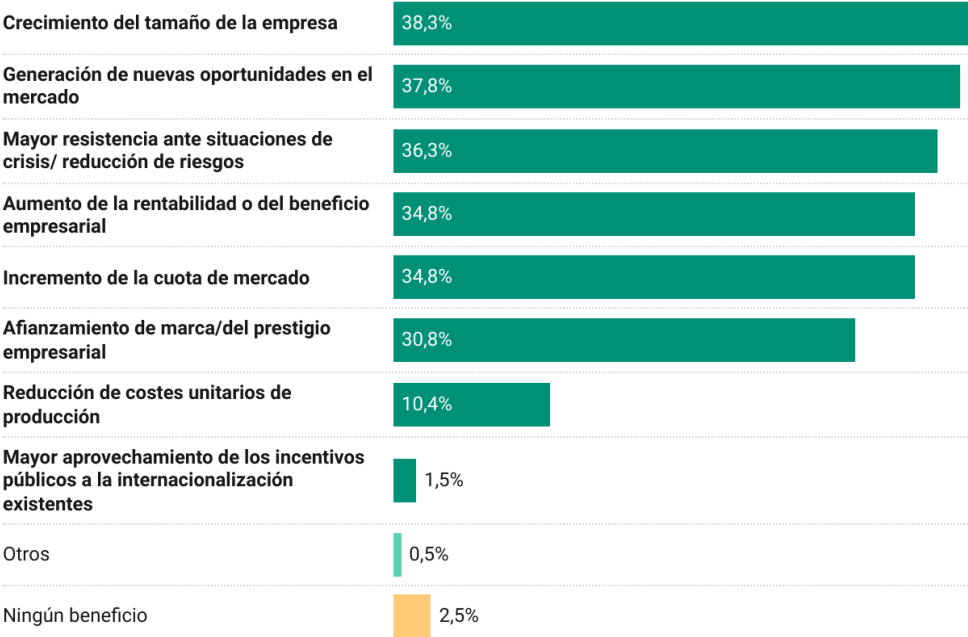
► Beneficios de la internacionalización

El principal determinante de la internacionalización señalado por el 73,6% de las empresas, ampliar mercado / diversificar riesgos, se ve reflejado en los beneficios que las mismas perciben de la actividad exportadora que desempeñan.

En general, las empresas internacionalizadas no señalan un único beneficio claro o principal de la internacionalización, sino que identifican un grupo de diversas ventajas relevantes asociadas a las ventas al exterior. Así, los siguientes beneficios son considerados los más significativos para alrededor de una tercera parte de las compañías: crecimiento del tamaño empresarial (38,3%), generación de nuevas oportunidades en el mercado (37,8%), mayor resistencia a situaciones de crisis / reducción de riesgos (36,3%), aumento de la rentabilidad empresarial (34,8%), incremento de la cuota de mercado (34,8%) y afianzamiento de marca / prestigio empresarial (30,8%).



Principales beneficios de la internacionalización/ exportación para su empresa (%)



Fuente: Cámara de Comercio de España.

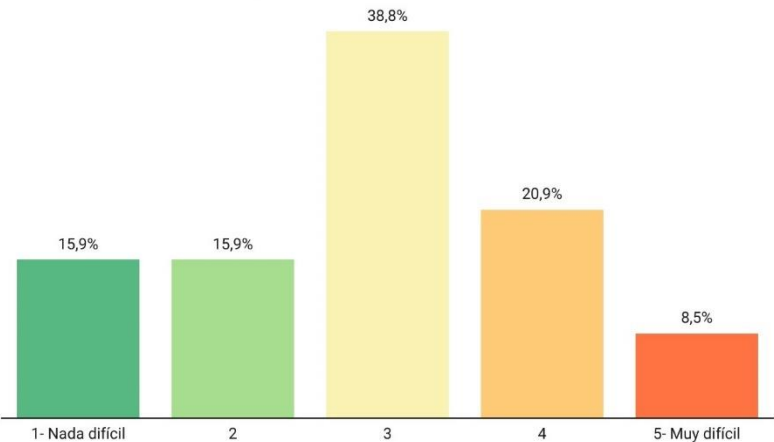
Empresas internacionalizadas: obstáculos y facilitadores de la internacionalización

A continuación, se consideran las dificultades a las que tuvo que hacer frente la empresa en el momento de empezar con su actividad exportadora, así como aquellos elementos que podrían facilitar e impulsar su proceso de internacionalización.

► Dificultad y obstáculos

El grado de dificultad experimentado por las empresas en el momento de iniciar la actividad exportadora se distribuye entre aquellas a las que les resultó fácil empezar la venta al exterior (31,8%), las que experimentaron dificultades (29,4%) y las que se encontraron en una situación intermedia (38,8%). Como resultado de ello, la dificultad promedio que afrontaron las compañías internacionalizadas fue de 2,9 puntos, con una escala del 1 al 5.

Grado de dificultad que implicó para la empresa empezar a exportar (%)



Fuente: Cámara de Comercio de España.

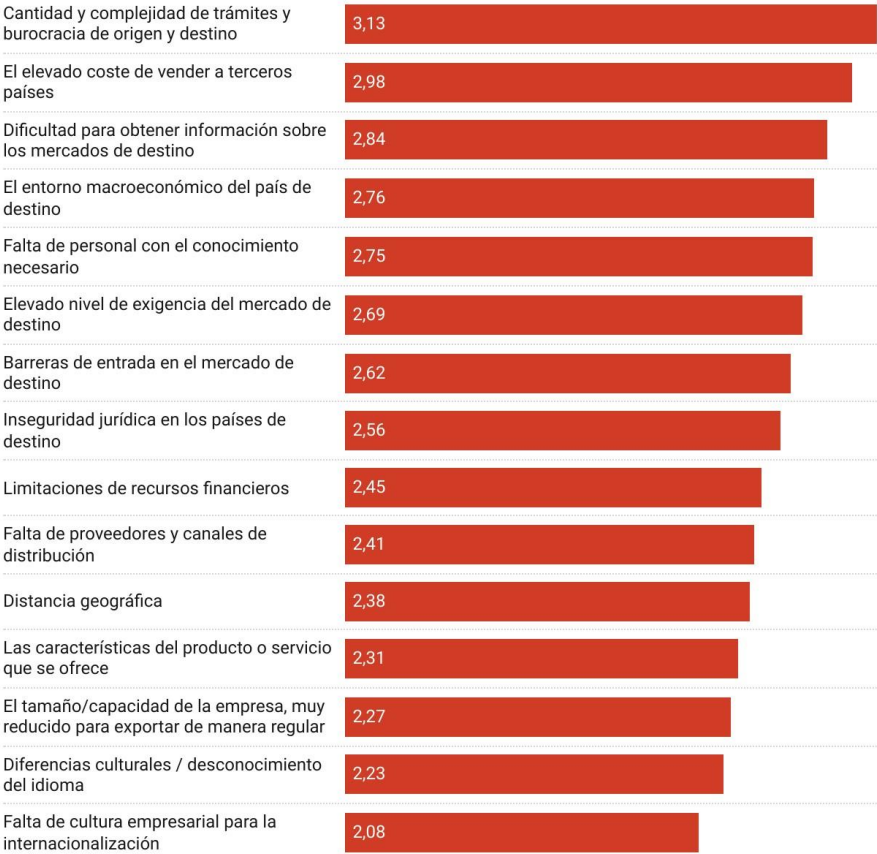


En relación con la importancia de los obstáculos a los que debería enfrentarse una empresa similar a la suya si quisiera internacionalizarse, las compañías identifican como **el más relevante, la cantidad y complejidad de trámites y burocracia a la que deberá hacer frente**, tanto en el origen como en el destino de las exportaciones (3,13 puntos). En segundo término, sitúan el elevado coste de vender a terceros países (2,98), seguido por la dificultad para obtener información de los mercados de destino (2,84).

En el extremo opuesto, **la falta de cultura empresarial para la internacionalización es la barrera de menor importancia** (2,08).

En términos generales, las empresas atribuyen a los obstáculos para la internacionalización planteados una importancia entre media y baja (la mayoría obtiene una valoración media inferior a 3).

Grado de importancia de los posibles obstáculos a la internacionalización para una empresa de sus mismas características (valor medio, para una valoración de 1 a 5)



Fuente: Cámara de Comercio de España.

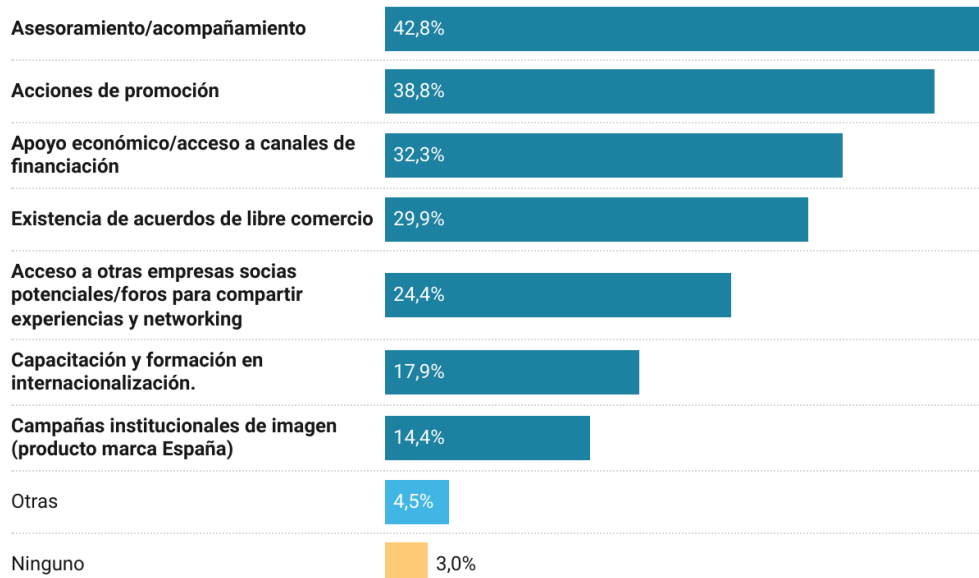
► **Facilitadores**

En cuanto a aquellos factores que facilitan la internacionalización, **las empresas exportadoras asignan mayor importancia al asesoramiento/ acompañamiento (42,8%) y a las acciones de promoción (participación en viajes, misiones, ferias, ...) (38,8%)**. Cerca de una tercera parte considera también importante el apoyo económico y el acceso a canales de financiación (32,3%) y para un 29,9% la existencia de acuerdos de libre comercio podría ser determinante para impulsar la actividad.



INTERNACIONALIZACIÓN

Facilitadores de la internacionalización/ exportación más relevantes (%)



Fuente: Cámara de Comercio de España.

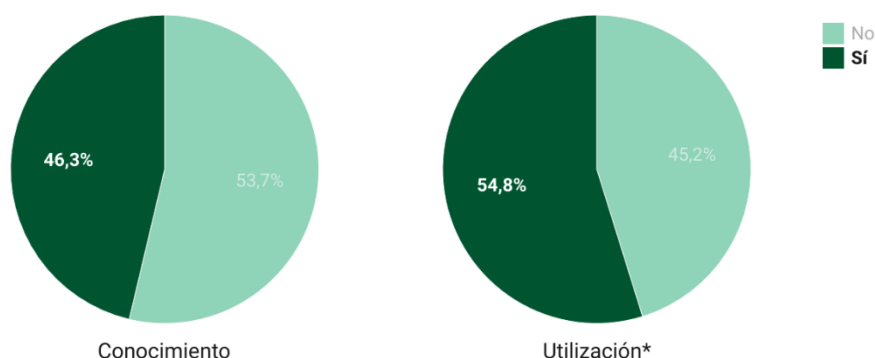
Empresas internacionalizadas: ayudas y programas de apoyo a la internacionalización

Una vez estudiadas las barreras y los potenciales facilitadores, en este apartado se analizan los programas y ayudas a la internacionalización ya existentes, desde la experiencia de las empresas destinatarias y de las que se beneficiaron de ellos.

► Programas y ayudas existentes: conocimiento, utilización y valoración

Cerca de la mitad de las empresas (46,3%) tiene conocimiento de alguna ayuda y/o programa de apoyo a la internacionalización y, de este grupo, un 54,8% ha utilizado alguno de estos recursos disponibles.

Conocimiento y utilización de las ayudas/ programas de apoyo a la internacionalización disponibles * (%)



* La utilización se refiere solo a aquellas empresas que sí conocen las ayudas/ programas disponibles.

Fuente: Cámara de Comercio de España.

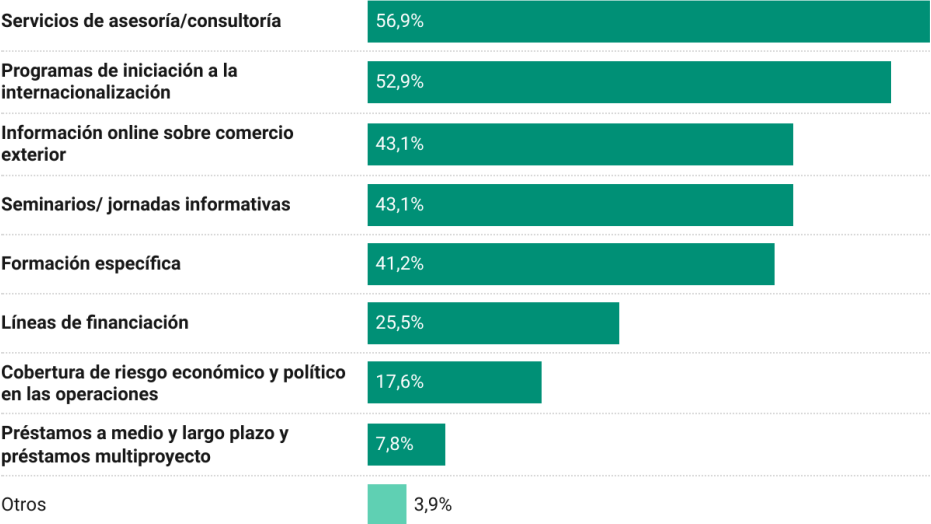


Los servicios de asesoría/ consultoría (56,9%) y los programas de iniciación a la internacionalización (52,9%), fueron los recursos más utilizados por las compañías que conocen las ayudas/ programas disponibles y han recurrido a ellos.

Algo más de un 40% de este grupo también han aprovechado la información online sobre comercio exterior disponible (43,1%), han asistido a seminarios / jornadas informativas (43,1%), o han recibido formación específica en la materia (41,2%).

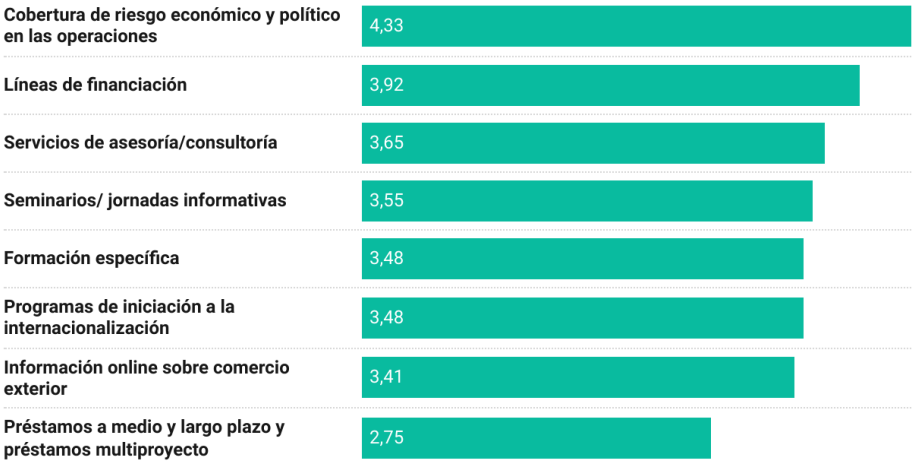
Las empresas recurrieron en menor medida a recursos de tipo financiero disponibles (líneas de financiación, cobertura de riesgo y préstamos).

Programas/ ayudas utilizados * (%)



* Empresas que conocen y han utilizado alguna ayuda/ programa de apoyo a la internacionalización.
Fuente: Cámara de Comercio de España.

Valoración de la utilidad de los recursos utilizados (valor medio, con una escala de 1 "nada útil" a 5 "muy útil") *



* Empresas que conocen y han utilizado alguna ayuda/ programa de apoyo a la internacionalización.
Fuente: Cámara de Comercio de España.

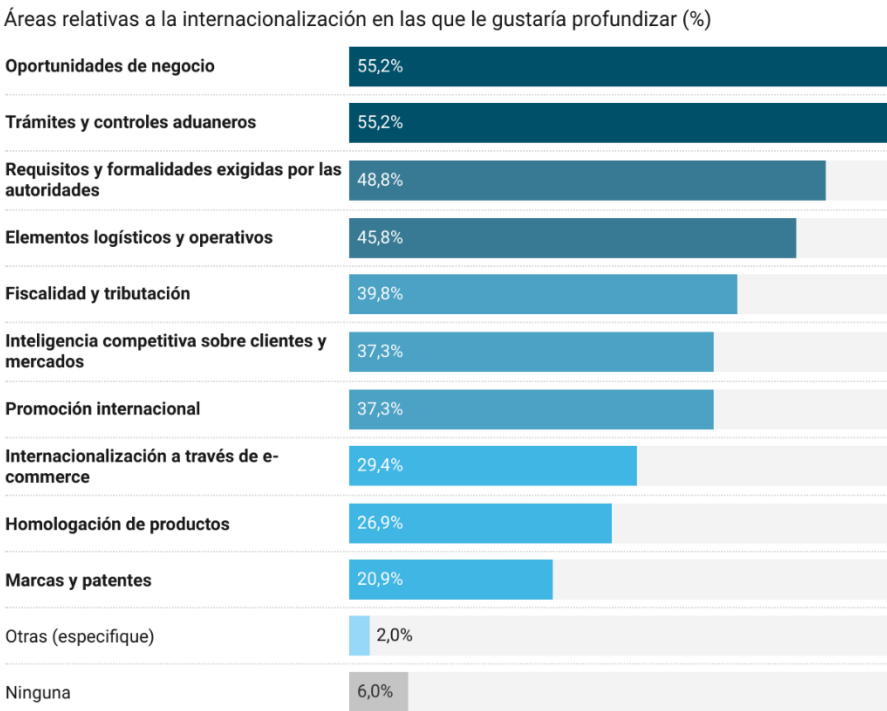
La utilidad de los programas/ ayudas disponibles fue valorada, en términos generales, entre media y alta por las aquellas empresas que se beneficiaron de ellos (puntuación media mayor que 3).

Si bien los recursos “Cobertura de riesgo económico y político en las operaciones” y “Líneas de financiación” estuvieron entre los menos utilizados por las empresas, este reducido número de compañías les atribuyó una utilidad promedio alta, superior a la asignada al resto de ayudas/programa (4,33 y 3,92 puntos, respectivamente).



► Áreas en las que necesitaría profundizar

Las áreas relacionadas con la internacionalización en las que las empresas precisarían más información son las vinculadas a las oportunidades de negocio (55,2%) y trámites y controles aduaneros (55,2%). Los requisitos y formalidades exigidas y los elementos logísticos y operativos fueron también señalados por un 48,8% y un 45,8% de las compañías, respectivamente. Algo más de la tercera parte, también considera interesante profundizar en la fiscalidad y tributación (39,8%), la inteligencia competitiva sobre clientes y mercados (37,3%) y la promoción internacional (37,3%).



Fuente: Cámara de Comercio de España.



Empresas internacionalizadas: evolución y perspectivas

Finalmente, para concluir el análisis específico de las empresas internacionalizadas, se profundiza en la evolución que experimentaron sus ventas al exterior durante el año 2023, así como las perspectivas de evolución a futuro.

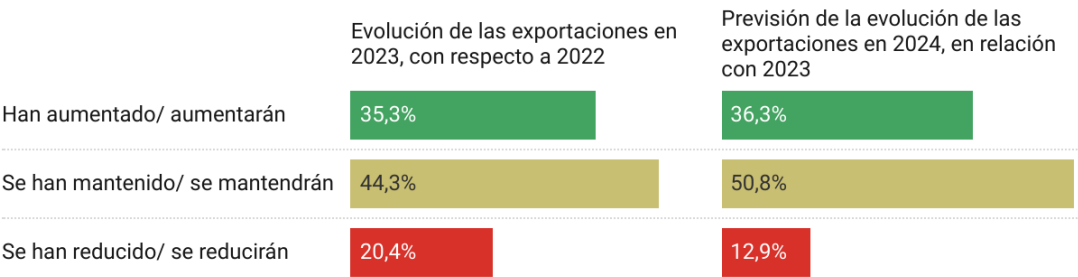
► Evolución y perspectivas de las ventas al exterior

Las ventas al exterior evolucionaron favorablemente para la mayoría de las empresas en 2023 y una proporción aún mayor de ellas espera mantener o mejorar esta situación en 2024.

En concreto, la trayectoria de las exportaciones durante el año 2023 fue favorable para el 35,3% de las compañías, se mantuvo sin cambios para el 44,3% y experimentó un retroceso para el 20,4% de las empresas. Con ello, la actividad exportadora se mantuvo estable o mejoró para el 76,9% de la base exportadora durante 2023.

De cara al futuro a corto plazo, las empresas exportadoras prevén una evolución positiva de sus ventas al exterior en 2024. Un 87,1% de estas compañías espera incrementar (36,3%) o mantener (50,8%) sus exportaciones ese año, en tanto que tan solo un 12,9% prevé una disminución.

Evolución de las exportaciones en 2023 y perspectivas de evolución en 2024 (%)



Fuente: Cámara de Comercio de España.



Empresas no internacionalizadas: motivos, facilitadores y perspectivas

En este último apartado se centra el análisis en las empresas no exportadoras, que tal y como se señaló anteriormente representan el 50,5% del total de compañías encuestadas. En primer lugar, se indaga en los motivos para no internacionalizarse, a continuación, se analizan aquellos potenciales facilitadores que podrían impulsar su salida al exterior; finalmente, se estudia la disposición de estas compañías a internacionalizarse en el futuro.

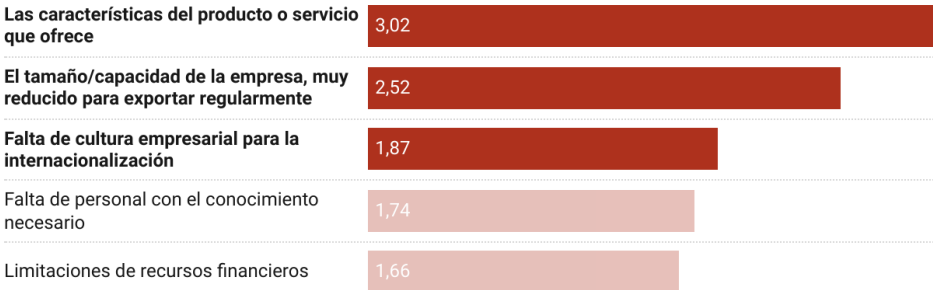
► Motivos por los cuales no se han internacionalizado

Las razones por las cuales las empresas no se han internacionalizado se vinculan principalmente a elementos internos de la propia compañía, relativos a las características del producto o servicio que ofrece (valoración media de 3,02 puntos para una puntuación de 1 a 5) o a una dimensión / capacidad demasiado reducida para exportar regularmente (2,52 puntos).

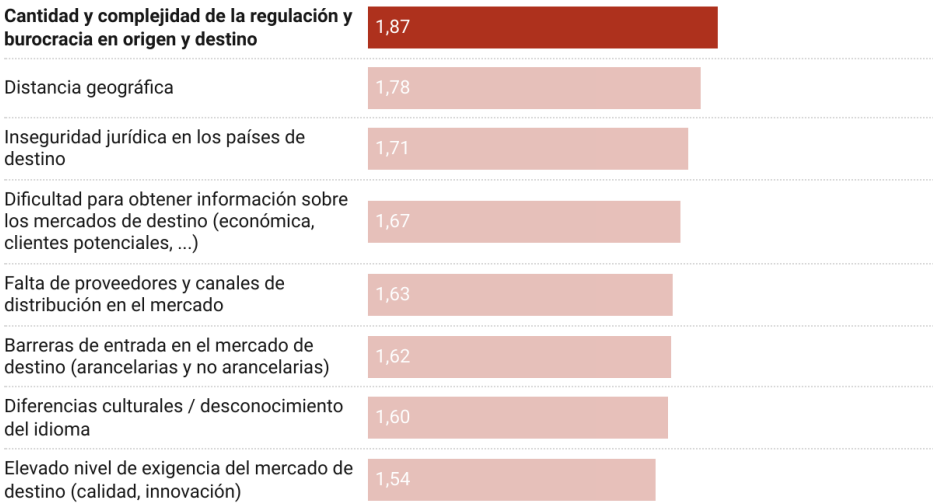
El resto de posibles determinantes de la decisión de no internacionalizarse fueron calificados como poco importantes. Entre ellos, la falta de cultura empresarial en la materia y la cantidad y complejidad regulatoria fueron las razones que obtuvieron más valoración (1,87 puntos en cada caso).

Empresas no internacionalizadas: grado de importancia de las posibles razones para no exportar (valor medio, para una valoración de 1 a 5)

Elementos internos



Elementos externos



Fuente: Cámara de Comercio de España.



► Facilitadores potenciales de la internacionalización

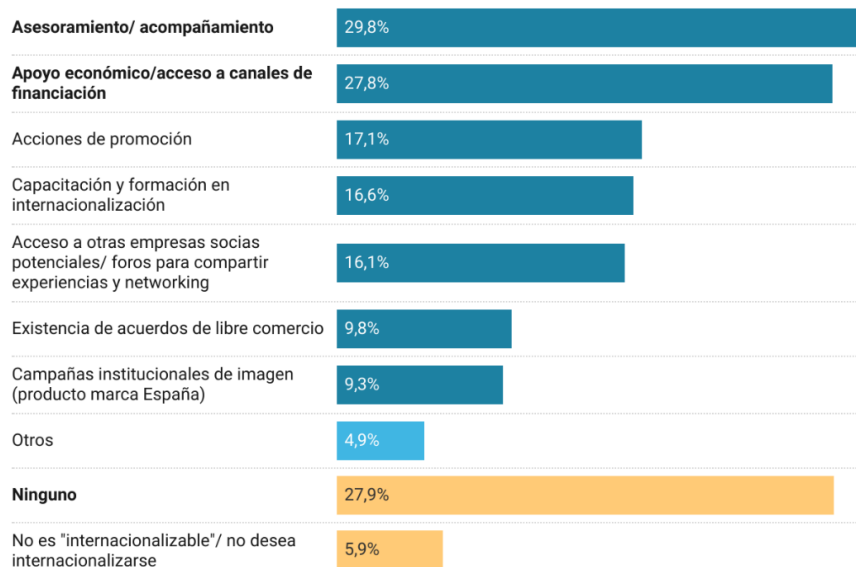
Una vez identificadas las razones, se consultó a este grupo de empresas por aquellos facilitadores que considerarían relevantes para impulsar la internacionalización.

Entre ellos, el **asesoramiento/acompañamiento (29,8%)** y el **apoyo económico/ acceso a canales de financiación (27,8%)** son identificados como los potencialmente más importantes para promover la salida al exterior de las compañías.

Las acciones de promoción, la capacitación y formación en internacionalización y el acceso a socios potenciales y *networking*, son también impulsores señalados por más del 16% de las empresas.

En el extremo opuesto, una tercera parte de este grupo de compañías que no exportan han optado por no indicar ningún facilitador (27,9%) o bien omiten opinar dado que no pueden / no quieren internacionalizarse (5,9%).

Empresas no internacionalizadas: facilitadores de la internacionalización/ exportación más relevantes (%)

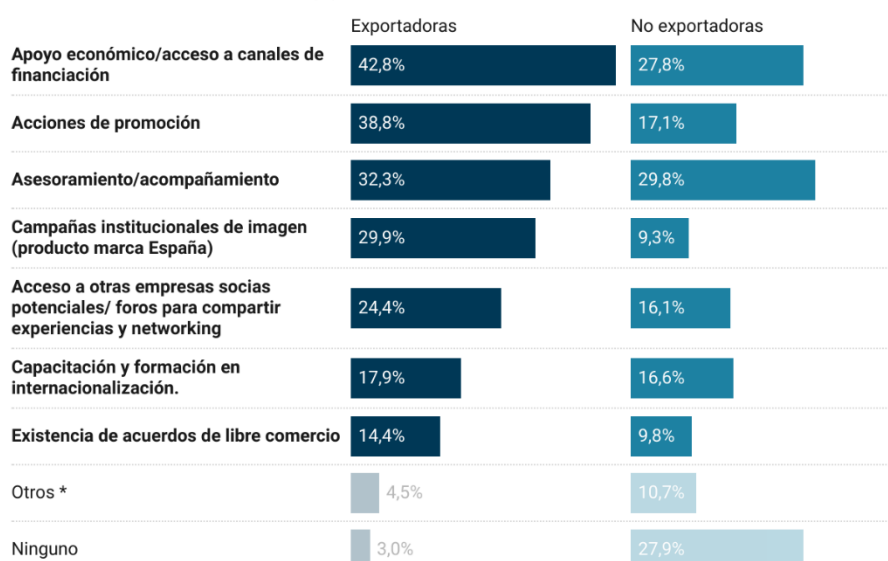


Fuente: Cámara de Comercio de España.

Cuando se compara los resultados alcanzados para el grupo de empresas internacionalizadas con aquellas que no lo están, se comprueba que, si bien los tres primeros impulsores identificados como más relevantes coinciden en ambos grupos, las compañías que ya han salido al exterior atribuyen un protagonismo mayor a los facilitadores, en todos los casos.

Resulta destacable el hecho de que, entre las compañías con experiencia exterior, tan solo un 3,0% opina que no hay impulsores relevantes capaces de promover la internacionalización, frente al 27,9% de las empresas no internacionalizadas.

Facilitadores de la internacionalización/ exportación más relevantes, según empresas exportadoras y no exportadoras (%)



* Para el caso de las empresas que no exportan aglutina las respuestas "otros" y "No es internacionalizable/ no desea internacionalizarse".

Fuente: Cámara de Comercio de España.



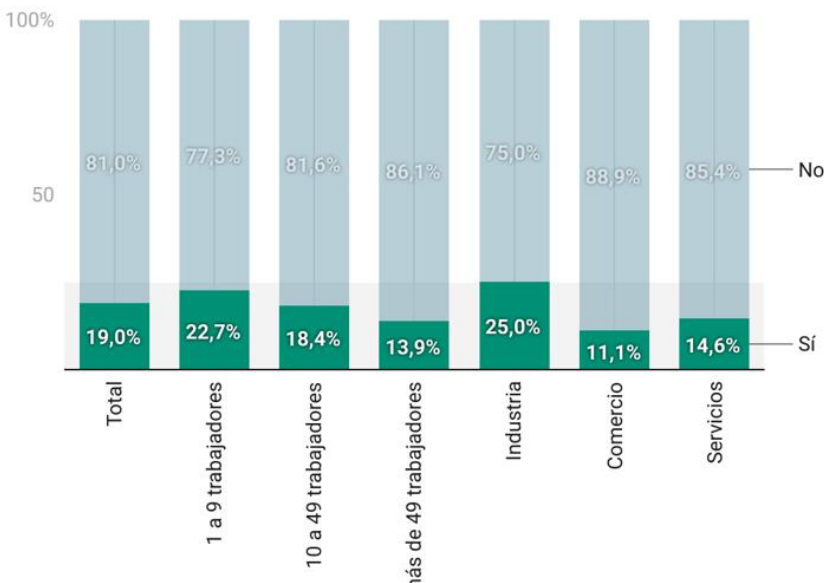
► Interés por internacionalizarse en el futuro

Tan solo dos de cada diez empresas no internacionalizadas estarían interesadas en vender sus productos o servicios al exterior en el futuro.

Analizando por tamaño, el interés es mayor entre las más pequeñas empresas, y desciende según aumenta el número de trabajadores. Así, el 22,7% de las microempresas lo considera una alternativa relevante, porcentaje que se reduce hasta el 13,9% entre las compañías de más de 49 trabajadores.

Por sectores, las empresas industriales son las más interesadas en internacionalizarse en el futuro (25,0%), en tanto que las comerciales y las de servicios se manifiestan menos predispuestas (11,1% y 14,6%, respectivamente).

Interés por internacionalizar la empresa en el futuro (%). Total, por tamaño y por sector *



* No se incluye el sector de la construcción por contar con un número demasiado reducido de observaciones.

Fuente: Cámara de Comercio de España.

Metodología

Los datos de este estudio se han obtenido a partir de una encuesta ad hoc realizada por la Cámara de Comercio de España en abril de 2024.

La muestra se compone de 406 empresas de al menos un asalariado en todo el territorio nacional y de todos los sectores de actividad, distribuidas de acuerdo con 2 criterios de desagregación: sector (Industria, Construcción, Comercio, Hostelería y Servicios) y tamaño (1 a 9 trabajadores, 10 a 49 trabajadores, 50 a 249 trabajadores, 250 y más trabajadores).

La distribución de empresas exportadoras y no exportadoras no es proporcional al universo de referencia. Las empresas exportadoras están sobrerrepresentadas en la muestra.

El margen de error máximo para un nivel de confianza del 95% es de $\pm 4,9\%$. Los resultados desagregados por tamaño y por sector, son orientativos, dado que la muestra no proporciona resultados estadísticamente significativos en estos casos.

Los gráficos de este informe han sido elaborados con la herramienta Datawrapper.

Fecha de cierre del documento: junio de 2024.

Elaborado por el Servicio de Estudios de la Cámara de Comercio de España.

