Cambra de Comerç de Barcelona

POTENCIAL EXPORTADOR Y PERFIL DE LA EMPRESA EXPORTADORA DE CATALUÑA

Fase II: Las empresas catalanas ante la exportación
Fase III: Reconocimiento del potencial exportador

Índice

Objetivo: conocer y apoyar a la empresa catalana 5

Presentación 5

Mapa del proyecto 6

Las empresas catalanas y su actividad exterior 8

1. El colectivo de empresas relevante en la internacionalización de Cataluña 8
2. Las empresas con actividad exterior y su relevancia en Cataluña 9
3. Cómo es la presencia exterior de las empresas catalanas 10
4. La actividad exportadora según ramas de actividad 11
5. Las empresas industriales ante la exportación, según tamaño empresarial 12
6. La relevancia de la exportación en el negocio industrial 13
7. Las características de la actividad exterior en las ramas de actividad industrial 14
8. La relevancia de la exportación en el negocio industrial, según rama de actividad 15
9. Los motivos de las empresas en esta presencia exterior 16
10. Los motivos de las empresas en esta presencia exterior 17
11. Los motivos de las empresas en esta presencia exterior entre las empresas industriales 18
12. Los motivos de las empresas en esta presencia exterior, en los Servicios a empresas 19

Por qué no exportan las empresas catalanas 21

13. Por qué no exportan las empresas 21
14. Por qué no exportan las empresas, según el tamaño 22
15. Por qué no exportan las empresas industriales 23
16. Por qué no exportan las empresas de servicios a empresas 24

Los obstáculos y el apoyo a la exportación en Cataluña 26

17. Los obstáculos a la exportación para las empresas industriales 26
18. Los obstáculos a la exportación, según sector de actividad 27
19. Obstáculos a la exportación entre las empresas industriales 28
20. Obstáculos a la exportación, según la relevancia de la exportación 29

Potencial exportador: Perspectiva sectorial y empresarial 31

21. Las grandes cifras de la presencia exterior de Cataluña 31
22. Las empresas catalanas ante los mercados exteriores 32

Índice

23. La motivación a la exportación y los argumentos para no exportar 33
24. Cómo mejorar la posición actual 34
25. Grupos de empresas a apoyar en su internacionalización 35
26. Aumentar la base de empresas industriales manufactureras con presencia exterior 36
27. Aumentar la base de empresas de servicios a las empresas con presencia exterior 37
28. Aumentar el volumen de ventas en el exterior de la industria manufacturera 38
29. Asentar el volumen de ventas en el exterior de las empresas de servicios a empresas 39

Anexo Metodológico 41

Muestra y su distribución 41
Preguntas solicitadas a las empresas 42

Objetivo: conocer y apoyar a la empresa catalana

Objetivo: conocer y apoyar a la empresa catalana.....5
Presentación 5
Mapa del proyecto.....6

Objetivo: conocer y apoyar a la empresa catalana

Presentación

- La importancia de la actividad exterior está ampliamente contrastada. Ninguna sociedad, economía o empresa avanzada se plantea un desarrollo que no contemple su apertura al exterior, el intercambio con otros, de bienes, personas o tecnologías. Y, en esta línea, Cataluña:
  - Consolida su presencia internacional, con un crecimiento interanual medio de las exportaciones realizadas en los últimos cinco años del 5,5%, de forma que ya representa una tercera parte de su PIB, pese a la importante contracción reciente.
  - Y diversifica su trayectoria exterior, de manera que las empresas, de acuerdo con su tamaño, sector de actividad, nicho de producto y/o estrategia van progresivamente pasando de "vender fuera/exportación" a "estar fuera/internacionalización".
- Esta presencia exterior de Cataluña es el resultado del esfuerzo de las empresas en la mejora del posicionamiento de su oferta en un mercado crecientemente globalizado, escenario especialmente importante en el momento actual de pérdida de dinamismo.

- El objetivo final del conjunto de agentes que están trabajando en el ámbito de la promoción y dinamización de la actividad exportadora - entre los que se incluye la Cámara de Barcelona- es
  - Aumentar la base de empresas exportadoras: contribuir a generar las condiciones en las que las empresas que no exportan (y quieran y puedan), aborden esta presencia internacional,
  - Aumentar la penetración de las ventas de cada una de estas empresas exportadoras, de forma que no se trate de operaciones puntuales de más o menos relevancia sobre su facturación sino que se consolide en la estrategia de posicionamiento de las empresas.

- La contribución de este proyecto a la mejora de la presencia exterior de las empresas catalanas se centra en su conocimiento del potencial exportador, que facilite las estrategias de apoyo que se desarrollan desde la Cámara de Barcelona. Incluye las tres áreas de trabajo:
  - Fase I: **Diagnóstico** de la presencia exterior de Cataluña, a partir de las **grandes cifras** de la exportación.
  - Fase II: **Perfil de la empresa catalana ante la exportación.** A partir de los resultados de la encuesta realizada a más de 2.200 empresas, con el objetivo conocer su posición actual, motivación y obstáculos ante la presencia en los mercados exteriores.
  - Fase III: **Potencial exportador de Cataluña**. Síntesis de resultados y conclusiones de valor, para los agentes y las empresas.

El presente informe recoge los resultados de la Fase II y Fase III.

Objetivo: conocer y apoyar a la empresa catalana

Mapa del proyecto

Análisis de la exportación: claves

- **Delimitación** de la importancia de la exportación en la actividad económica de Cataluña
- **Composición de la exportación**, según los sectores y subsectores industriales y de servicios
- **Relevancia:** Sectores y subsectores más/menos exportadores con relación a su producción

Análisis del tejido empresarial

- **Delimitación** de los colectivos empresariales que concentran la actividad exportadora
- **Caracterización** de las empresas exportadoras y no exportadoras (tamaño, pertenencia a grupo y sector, presencia en Bolsa)
- Perfil inicial **y delimitación de la base potencialmente exportadora de Cataluña**

Área 1: Diagnóstico la posición exportadora de Cataluña

- **Actividades/productos exportados**
- **Presencia de la exportación entre las empresas**
- **Delimitación de la base exportadora**

Área 2. Las empresas catalanas ante la exportación

- Selección del colectivo
- Tipología de las empresas ante la exportación: empresas que realizan una exportación episódica, regular o consolidada
- Con relación a la disponibilidad de:
  - Recursos humanos: formación, idiomas,...
  - Recursos comerciales: departamentos, agrupaciones, estructuras, redes,....
  - Recursos para la innovación: inversión en I+D, calidad y sostenibilidad, TIC
- Posición ante los mercados exteriores
  - Potencialidad: mercados/clientes
  - Obstáculos

Área 3: Reconocimiento del potencial exportador de Cataluña: Perspectiva sectorial y empresarial

- **Identificación de los sectores/productos presentes en la actividad exportadora de Cataluña**
- **Identificación de los sectores/nichos empresariales con potencial exportador**
- **Perfil exportador: Quiénes son las empresas que exportan y cuáles son sus recursos**

Las empresas catalanas y su actividad exterior

1 El colectivo de empresas relevante en la internacionalización de Cataluña 8

2 Las empresas con actividad exterior y su relevancia en Cataluña 9

3 Cómo es la presencia exterior de las empresas catalanas 10

4 La actividad exportadora según ramas de actividad 10

5 Las empresas industriales ante la exportación, según tamaño empresarial 12

6 La relevancia de la exportación en el negocio 13

7 Las características de la actividad exterior en las ramas de actividad industrial 14

8 La relevancia de la exportación en el negocio industrial, según rama de actividad 15

9 Los motivos de las empresas en esta 16

10 Los motivos de las empresas en esta presencia exterior 17

11 Los motivos de las empresas en esta presencia exterior entre las empresas industriales 18

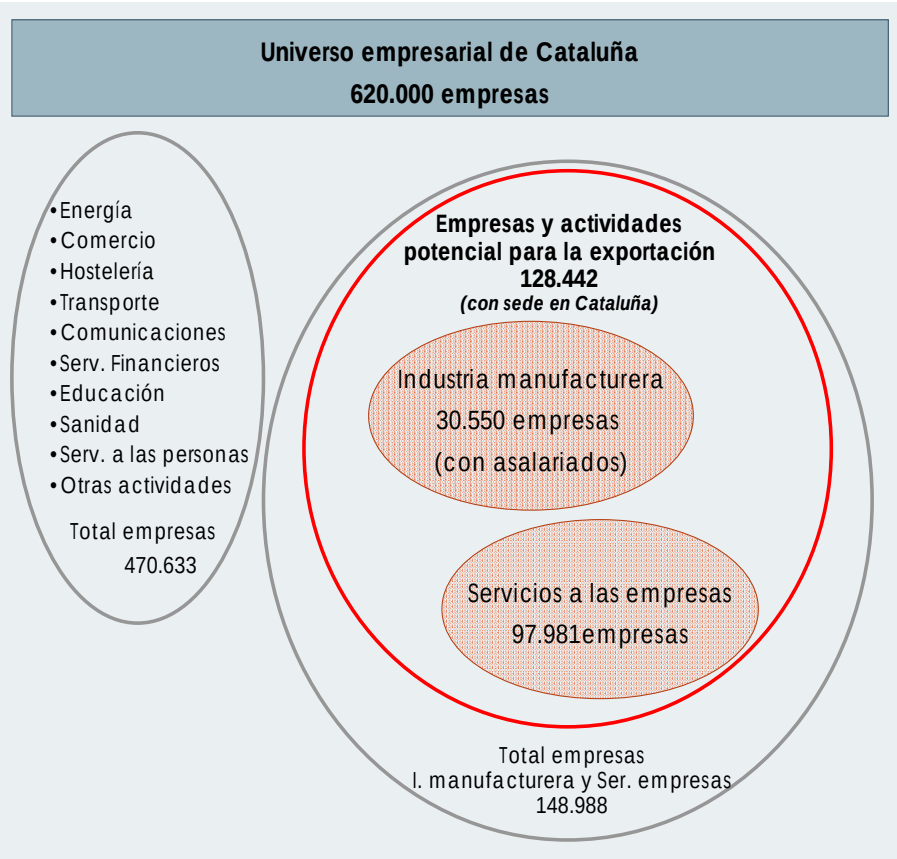
12 Los motivos de las empresas en esta presencia exterior, en los Servicios a empresas 19

Las empresas catalanas y su actividad exterior

1. El colectivo de empresas relevante en la internacionalización de Cataluña

Aunque hay más de 600.000 empresas en activo, el estudio se centra en la presencia exterior de 128.442 empresas

El tejido empresarial de Cataluña y las empresas con potencial exportador



- En Cataluña cuenta con 620.000 empresas en activo. A priori, todas pueden abordar alguna actividad de internacionalización.
- No obstante este estudio tiene como finalidad focalizarse en el colectivo con mayor potencialidad en la internacionalización. El primer paso es delimitar este colectivo, y de las 620 mil empresas:
  - Casi 100 mil empresas corresponde a las actividades de energía, transporte, comunicaciones y servicios financieros. Predomina la presencia de grandes empresas, con visión sectorial o estrategias empresariales internacionalizadas.
  - Otras 262 mil empresas incluyen a comercio, hostelería, educación sanidad, entre otros. A menudo, la internacionalización se debe al origen del comprador[1].
  - Y 105 mil empresas son del sector de la construcción, con unos parámetros de internacionalización muy específicos y minoritarios.
- De esta forma, las empresas objetivo del análisis pertenecen a:
  - La industria manufacturera, que aportan el 73% de la exportación total de Cataluña.
  - Los Servicios a las empresas, que representan el 7% de la exportación de Cataluña. Actividades de alto valor añadido y estratégicas en el desarrollo a medio plazo de Cataluña.
  - Y que, además, tienen empleo y su sede en Cataluña[2].
- El resultado final, el universo de referencia para mejorar la internacionalización de Cataluña integra a 128.444 empresas, que es la base de referencia sobre la que se ha realizado al encuesta a las empresas que proporciona la información analizada.

1. Por ejemplo, compras en la Jonquera (súbditos franceses). 2. En tanto que las decisiones se toman desde la sede de la empresa. Fuente: DIRCE, 2009. Idescat (marzo 2010)

Las empresas catalanas y su actividad exterior

2. Las empresas con actividad exterior y su relevancia en Cataluña

Una de cada tres empresas de la industria manufacturera y una de cada diez de servicios a empresas tiene actividad exterior

La actividad exterior de las empresas

Industria manufacturera y Los servicios a las empresas

	Industria Manufacturera	Servicios a empresas	Total
N º empresas	30.551	97.891	128.442
Exportadora	10.290	10.118	20.408
No exportadora	20.261	87.773	108.034
%empresas exportadoras	**33,7**	**10,3**	**15,9**
Total empresas	100	100	100
Exportadora	33,7	10,3	15,9
No exportadora	66,3	89,7	84,1

Datos de referencia de la economía de la Cataluña
(Tablas Input Output, 2005, Idescat)

	Industria Manufacturera	Servicios a empresas	Total
Producción	42,5	7,5	50,0
Empleo	21,8	9,5	31,3
Exportación	73,4	6,6	80,0

- Los resultados recogidos en este estudio muestran cómo es la actividad exterior de las empresas catalanas, sus necesidades y los obstáculos a superar.
- Ha sido incluido en el Encuesta de Clima Empresarial de Cataluña[1], realizado en el primer trimestre de 2010, en la que han participado 2.200 empresas.
- Extrapolados los resultados obtenidos en la encuesta con respecto al universo empresarial delimitado, se obtiene que 20.400 empresas realizan alguna actividad exterior. Son el 16% de las empresas de las dos grandes actividades analizadas. Además,
  - 10.290 son empresas de la industria manufacturera y son el 33,4% de la actividad. Se trata de un grupo empresarial muy relevante ya que aporta el 74% del volumen de negocio de la industria manufacturera.
  - 10.118 de servicios a empresas y representan el 10,6% de este tejido empresarial. La ratio de penetración internacional es sensiblemente inferior, ya que so una de cada diez y aportan el 16% negocio generado por estas actividades.

  En este caso, hay que tener muy presente que en estas actividades de servicios prevalece la atención a las empresas del entorno próximo.
- Las cifras de la economía de Cataluña[2] refrendan la importancia de los dos sectores analizados: la Industria manufacturera y los Servicios a las empresas aportan conjuntamente el 80% de la exportación, el 50% de la producción y el 31% del empleo, de Cataluña.

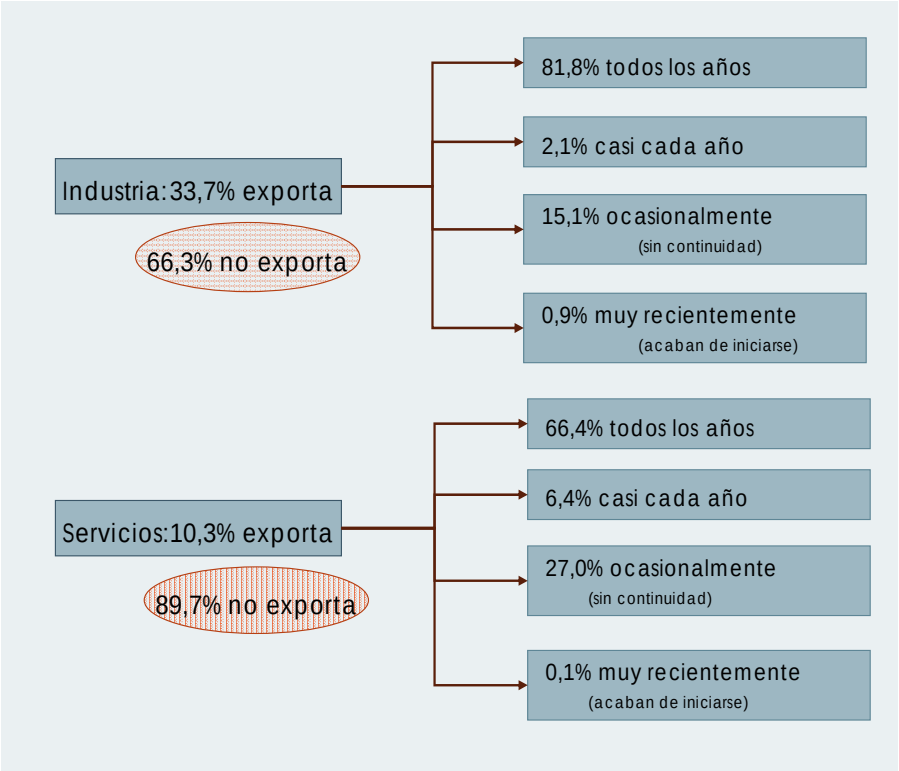
1Muestra representativa (industria manufacturera y servicios a las empresas y tamaño empresarial). 2. Abordados en la Fase I de este proyecto.
Fuente: Cámara de Comercio de Barcelona a partir del Clima Empresarial de Cataluña (2010)

Las empresas catalanas y su actividad exterior

3. Cómo es la presencia exterior de las empresas catalanas

La mayoría de las empresas que tiene actividad exterior la abordan todos o casi todos los años

Las empresas catalanas exportadoras



- Los resultados obtenidos muestran que 20.400 empresas (10.290 de la industrial manufacturera y 10.118 de servicios a empresas) realizan alguna actividad exterior.
- Representan el 16% del colectivo de empresas que se está analizando, pero son el 33,7% del colectivo de la industria manufacturera y el 10,3% de servicios a empresas.
- Además, entre las empresas exportadoras,
  - Dentro del colectivo de empresas industriales exportadoras, el 81,8% lo hace de forma habitual (todos los años) y el 2,9% casi todos los años.
  - Esto es, nueve de cada diez empresas son exportadoras regulares. Y, de hecho, sólo el 15% se reconoce como exportador ocasional.
  - Dentro del colectivo de empresas orientadas a los servicios a las empresas el 66,4% exporta de forma habitual (todos los años) y el 6,4% casi todos los años.
  - Esto es, casi siete de cada diez empresas relativas a las actividades de servicios a empresas que exportan lo hacen de forma regular. Y dos de cada diez se reconoce como exportador ocasional.
- Finalmente, es importante subrayar que el 66,3% de las empresas industriales consultadas no exporta, y este porcentaje muy superior entre las actividades de servicios a las empresas (89,7%)

Fuente: Cámara de Comercio de Barcelona a partir del Clima Empresarial de Cataluña (2010)

Las empresas catalanas y su actividad exterior

4. La actividad exportadora según ramas de actividad

Destaca el número de empresas de productos metálicos, textil y alimentación y servicios de I+D

Las empresas catalanas exportadoras y las ramas de actividad

	Empresas exportan	
	Número	%
Alimentación, bebidas y tabaco	1.101	10,7
Textil, confección, cuero y calzado	1.812	17,6
Industrias de la madera y el corcho	275	2,7
Papel, edición, gráficas y rep. soportes grabados	837	8,1
Industrias químicas	574	5,6
Caucho y materias plásticas	712	6,9
Fabricación otros productos minerales no metálicos	376	3,7
Metalurgia y fabricación de productos metálicos	2.231	21,7
Fabricación de maquinaria y equipos mecánicos	935	9,1
Eq.eléctricos, ptos informáticos, electrónicos y ópticos	891	8,7
Fabricación de materiales de transporte	265	2,6
Industrias manufactureras diversas	279	2,7
Total empresas industriales	**10.290**	**100,0**

	Empresas exportan	
	Número	%
Act. Informáticas	1.229	12,2
Act. Alquiler (maquinaria,...)	559	5,5
Servicios I+D	2.576	25,5
Actividades jurídicas y de gestión	2.209	21,8
Publicidad y servicios audiovisuales	1.532	15,1
Servicios a empresas diversos	2.013	19,9
Servicios a Empresas	**10.118**	**100,0**

- El Consejo Superior de Cámaras[1] (2007) cifra en 13.761 las empresas de Cataluña con exportación regular (cuatro años consecutivos). Incluye a los productos agropecuarios, industria extractiva y energética e industria manufacturera.
- En la encuesta realizada los resultados obtenidos muestran que 20.408 empresas tiene actividad exterior en 2010, de la industria manufacturera y de servicios a empresas, con sede en Cataluña.
- Esta diferencia se debe razones de momento temporal, diferentes metodologías, la composición de las actividades incluidas y la sede de las empresas.

- Estos argumentos explican las diferencias entre ambos resultados, que tienen una lectura complementaria.
- De hecho, los resultados obtenidos muestran que:
  - La mitad de las empresas exportadoras de la industria manufacturera se corresponden con la industria agroalimentaria, textil, cueros y calzado, y el material metál-mecánico.
  - Y destaca la exportación de servicios de I+D, actividades jurídicas y de gestión y publicidad, que son más de la mitad de las empresas exportadoras de servicios a empresas.

1. A partir de la base de empresas de la Dirección General de Aduanas. Censo administrativo de todas las empresas que exportan.
Fuente: Cámara de Comercio de Barcelona a partir del Clima Empresarial de Cataluña (2010)

Las empresas catalanas y su actividad exterior

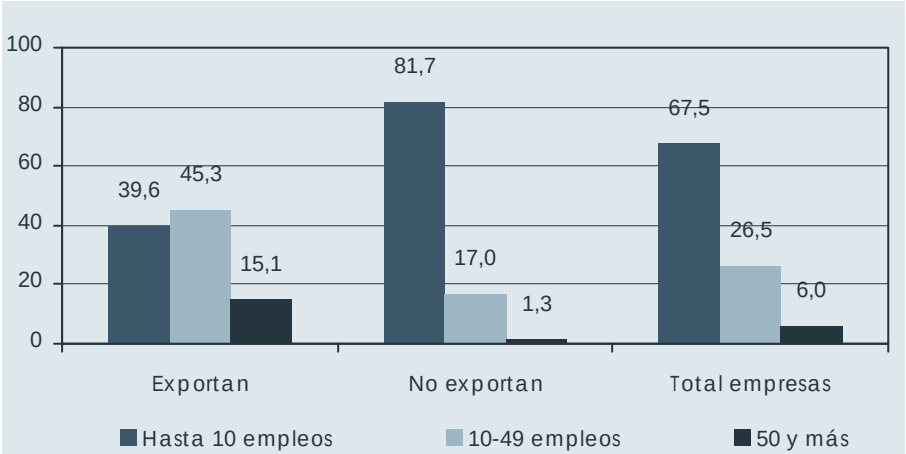
5. Las empresas industriales ante la exportación, según tamaño empresarial

En la industria, el número de empresas con actividad exterior es creciente con el tamaño de la empresa

La actividad exterior de las empresas industriales, según tamaño

	Segmentos de tamaño (empleo)			TOTAL empresas industriales
	Hasta 10	De 10 a 49	50 y más	
Total empresas	20.628	8.102	1.821	30.551
Exportan	4.077	4.658	1.555	10.290
No exportan	16.551	3.444	266	20.261
Distribución (%)				
Total empresas	*100,0*	*100,0*	*100,0*	*100,0*
Exportan	*19,8*	*57,5*	*85,4*	*33,7*
No exportan	*80,2*	*42,5*	*14,6*	*66,3*

Porcentaje de empresas exportadoras y no exportadoras, según tamaño



- La presencia internacional de las empresas industriales de Cataluña es importante por el volumen de empresas concernidas (33,7%).
- La presencia exterior se registra en los tres segmentos de tamaño considerados, de forma que:
  - Casi el 20% de las empresas con menos de 10 empleos señalan realizar alguna actividad exportadora.
  - Este porcentaje llega hasta el 57,5% entre las empresas de 10 a 49 empleos
  - Y son ocho de cada diez de las empresas industriales de más de 50 empleos. Es decir, sólo el 14,6% de las empresas industriales de más de 50 empleos no exporta en absoluto.

- Este compartimiento ante la actividad exterior hace que el perfil de cada colectivo sea diferente tal y como lo muestra el gráfico adjunto. Así,
  - Las empresas exportadoras son 10.290 de las cuales, el 39, 7% tiene menos de 10 empleos y el 15,1%, más de 50
  - Las empresas no exportadoras son 20.261, de las que el 81,7% tiene menos de 10 empleos y sólo el 1,3%, más de 50
- Por lo tanto, actualmente la base industrial exportadora de Cataluña está integrada por 10.290 empresas, más de la mitad tienen más de 10 empleos e incluye a la práctica totalidad de las empresas de más de 50 empleos.

Fuente: Cámara de Comercio de Barcelona a partir del Clima Empresarial de Cataluña (2010)

Las empresas catalanas y su actividad exterior

6. La relevancia de la exportación en el negocio industrial

En la industria, la exportación tiene una contribución creciente a las ventas empresariales cuanto mayor es la empresa

Caracterización de la actividad exterior de las empresas industriales, según tamaño

	Segmentos de tamaño (empleo)			TOTAL empresas industriales
	Hasta 10	De 10 a 49	50 y más	
Exportan	**19,8**	**57,5**	**85,4**	**33,7**
Cada año	14,9	48,1	79,9	27,6
Casi cada año	0,4	1,4	1,0	0,7
Ocasionalmente	4,3	7,3	4,5	5,1
Recién iniciada	0,2	0,7	0,0	0,3
No exportan	**80,2**	**42,5**	**14,6**	**66,3**
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**
Total empresas	**20.628**	**8.102**	**1.821**	**30.551**

- La posición de las empresas industriales catalanas ante la exportación pone de manifiesto que existe un colectivo exportador importante en los tres segmentos de tamaño.
- Por otra parte, en cada uno de estos tres colectivos de empresas industriales en función del tamaño prevalece que las empresas exportan con regularidad.
  - No obstante, las micro y las pequeñas son las que cuentan con mayor porcentaje de exportación ocasional y
  - Entre las empresas medianas y grandes no hay empresas recién iniciadas en la actividad exterior.

Relevancia de las exportaciones en el negocio empresarial

	% ventas exteriores s/total ventas industria
Total empresas exportadoras	**26,4**
Hasta 10 empleos	20,0
De 10 a 49 empleos	27,6
De 50 y más empleos	39,6
	% ventas exteriores s/total ventas Servicios a las empresas
Total empresas exportadora	**16,1**

- Para las empresas industriales exportadoras, las ventas realizadas en los mercados exteriores aportan el 26,4% de sus ventas totales. Este porcentaje queda en el 16% para el colectivo de servicios a las empresas[1].
- Y, asimismo, es importante subrayar que la relevancia económica de la actividad exterior es creciente con el tamaño (empleo). Así, la participación de la exportación sobre las ventas totales parte del 20% correspondiente a las micro-empresas, hasta el 39,6% en que se cifra para las grandes empresas.
- Estas cifras ponen de manifiesto el esfuerzo realizado por las empresas en este posicionamiento internacional y la importancia actual de los mercados internacionales en la marcha del negocio.

1 Se trata de un dato de menor robustez que en el caso del colectivo industrial, ya que el volumen de respuestas se reduce sensiblemente.
Fuente: Cámara de Comercio de Barcelona a partir del Clima Empresarial de Cataluña (2010)

Las empresas catalanas y su actividad exterior

7. Las características de la actividad exterior en las ramas de actividad industrial

Química, plástico y equipos eléctrico y electrónico tiene mayor y más consolidada presencia exterior

La actividad exterior de las empresas industriales, según rama

	Exportan		No exportan	TOTAL EMPRESAS
	Regular	Ocasional, recién iniciadas		
Industrias químicas	51,2	6,1	42,7	2.593
Caucho y materias plásticas	55,5	1,2	43,3	4.477
Equipos eléctricos, electrónicos	50,4	3,8	45,8	1.689
Alimentación, bebidas y tabaco	32,2	10,2	57,5	4.117
Textil, confección, cuero y calzado	35,4	5,1	59,5	1.002
Maquinaria y equipos mecánicos	30,7	8,6	60,8	1.255
Materiales de transporte	26,8	9,7	63,5	1.141
Fab.otros ptos minerales no metálicos	27,2	5,8	67,0	7.151
Metalurgia, productos metálicos	26,8	4,4	68,8	2.383
Papel, edición, soportes grabados	12,7	7,6	79,7	1.645
Industrias de la madera y el corcho	13,8	2,5	83,7	727
Otras industrias manufactureras	11,1	0,7	88,2	2.371
Total industria manufacturera	28,3	5,4	66,3	30.551
Total industria manufacturera (número)	**8.634**	**1.656**	**20.261**	**30.551**

- La incidencia de la actividad exportadora varía entre las actividades consideradas, pero es mayor entre la industria, ya que tres de cada diez empresas exportan. Pero con diferencias importantes entre las actividades:
  - El primer grupo integra a la industria química, caucho y materiales plásticos y equipos eléctricos y electrónicos en las que más de la mitad de las empresas que las integran exporta, y además, la mayoría lo hace de forma regular.
  - El segundo colectivo de actividades incluye a Alimentación, bebidas y tabaco, textil y confección, maquinaria y equipos mecánicos, material de transporte y fabricación de productos no metálicos y metálicos, entre las que el porcentaje de empresas exportadoras está entre el 42-31%. Además, una de cada tres empresas reconoce que es una exportadora regular.
  - Finalmente, un tercer colectivo incluye al resto de las actividades, con una menor penetración internacional.

Fuente: Cámara de Comercio de Barcelona a partir del Clima Empresarial de Cataluña (2010)

Las empresas catalanas y su actividad exterior

8. La relevancia de la exportación en el negocio industrial, según rama de actividad

La exportación aporta entre el 13 y el 42% de las ventas según ramas de actividad industrial

Relevancia de las exportaciones en el negocio empresarial. Ramas industriales

	Empresas exportan		%exportación/ ventas totales
	Número	% (en cada actividad)	
Industrias químicas	574	57,3	35,5
Caucho y materias plásticas	712	56,7	33,4
Equipos eléctricos, electrónicos	265	54,2	32,7
Alimentación, bebidas y tabaco	1.101	42,5	23,5
Textil, confección, cuero y calzado	1.812	40,5	28,0
Maquinaria y equipos mecánicos	935	39,2	35,2
Materiales de transporte	279	36,5	42,4
Fab.otros ptos minerales no metálicos	376	33,0	25,4
Metalurgia, productos metálicos	2.231	31,2	20,6
Papel, edición, soportes grabados	837	20,3	14,4
Industrias de la madera y el corcho	275	16,3	20,0
Otras industrias manufactureras	279	11,8	13,2
Total empresas industriales	**10.290**	**33,7**	**26,4**

- Como ya se ha mencionado, el 33,7% de las empresas industriales son exportadoras y el mercado exterior representa el 26,4% de sus ventas. Esta incidencia varía de forma importante entre las distintas ramas de actividad, diferenciadas en tres grupos:
  - El primer grupo de actividades, industria química, caucho y materiales plásticos y equipos eléctricos y electrónicos, más de las mitad de sus empresas exportan y consideran que la actividad exterior aporta más de una tercera parte de su negocio.
  - El segundo grupo registra un porcentaje de empresas exportadoras más heterogéneo (31-42%), pero sobre todo en la aportación de las ventas del exterior que varían entre el 21% de los productos de la metalurgia y el 42,4% de material de transporte.
  - Y, como ya se ha mencionado, las restantes actividades son las que tienen menor porcentaje de empresas exportadoras y, además, con menor incidencia de esta actividad en su cuenta de ingresos.

Fuente: Cámara de Comercio de Barcelona a partir del Clima Empresarial de Cataluña (2010)

Las empresas catalanas y su actividad exterior

9. Los motivos de las empresas en esta presencia exterior

Diversificar mercados es los principales motivos para abordar la presencia exterior

En opinión de las empresas exportadoras, la presencia exterior se debe a …

	Industria manufacturera	Servicios a las empresas
Estrategias de diversificación de mercados	43,1	46,6
Crecimiento/atractivo de la demanda exterior	32,0	20,3
Seguimiento a clientes que se internacionalizan	31,9	32,8
Debilidad/pérdida de atractivo demanda interna (España)	24,8	14,3
Crecimiento de la actividad empresarial	11,8	26,7

Multirespuesta, señalar un máximo de dos argumentos

- ¿Cuál es la motivación para la presencia exterior?. Las respuestas aportadas muestran que, entre las empresas industriales:
  - Este posicionamiento nace, en primer lugar, de la estrategia empresarial: el 43,1% de las empresas exportadoras señalan las estrategias de diversificación de mercados.
  - Además, una tercera parte de las empresas (32%) señale el atractivo de los mercados exteriores, frente a que una cuarta parte que señala expresamente la debilidad de la demanda interna (24,8%).
  - Y, asimismo, es destacable que esta presencia exterior se corresponde con la internacionalización de sus clientes (31,8%).
  - Por último, el crecimiento de la empresa es el argumento menos señalado (11,8%).

- El ranking de importancia para la presencia exterior es relativamente similar entre las empresas industriales y de servicios a empresas, pero con ciertas matizaciones para estas últimas:
  - La estrategia de diversificación de mercados (46,6%) y el seguimiento a los clientes (32,8%) tienen una mención parecida a la señalada entre las empresas industriales (43,1% y 31,9%).
  - Pero, diminuye la alusión a la debilidad de la actividad en el mercado doméstico (14,3%) y aumenta de forma notoria la importancia otorgada al crecimiento de la empresa (26,7%).
- Las empresas exportadoras de ambos sectores coinciden en que la presencia internacional se genera internamente y se contrasta con la evaluación de los mercados. Eso sí, para un grupo importante de empresas, es una presencia condicionada por las decisiones de sus clientes.

Fuente: Cámara de Comercio de Barcelona a partir del Clima Empresarial de Cataluña (2010)

Las empresas catalanas y su actividad exterior

10. Los motivos de las empresas en esta presencia exterior

La motivación de la presencia exterior de las empresas grandes y pequeñas tiene sus diferencias

La penetración internacional viene motivada por

	Industria (segmentos de empleo)			Servicios (segmentos de empleo)		
	Hasta 10	De 10 a 49	50 y más	Hasta 10	De 10 a 49	50 y más
Estrategias de diversificación de mercados	41,5	43,9	44,5	46,9	42,7	46,2
Crecimiento/atractivo de la demanda exterior	39,4	25,7	33,0	20,7	12,5	36,7
Seguimiento a clientes que se internacionalizan	37,4	30,4	23,5	32,4	37,9	29,2
Crecimiento de la actividad empresarial	16,6	7,1	14,4	26,1	35,9	15,0
Debilidad/pérdida de atractivo demanda interna (España)	14,7	31,7	28,7	14,7	9,9	12,7

Multirespuesta, señalar un máximo de dos argumentos

- Entre las empresas industriales el ranking de la motivación en la presencia exterior es relativamente compartido entre los distintos segmentos de tamaño, de manera que:
  - La estrategia de diversificación de mercados es la principal motivación, mencionada por cuatro de cada diez empresas de los tres colectivos.
  - Se completa con que efectivamente se les reconoce un mayor atractivo a los mercados exteriores.
  - La relevancia del factor seguimiento de los clientes es mayor entre las empresas más pequeñas (37,4%) que las mayores (23,5%).
  - La debilidad de la demanda interna es el factor menos relevante, con mayor mención en los dos segmentos de mayor dimensión.

- En cuanto a los resultados obtenidos entre las empresas de las actividades de los servicios a las empresas, se observa que:
  - En los tres segmentos de tamaño prevalece la importancia concedida a las estrategias de diversificación de mercados, así como el seguimiento a los clientes que se internacionalizan.
  - Al atractivo o el crecimiento de los mercados exteriores es más importante entre las empresas de mayor dimensión (36,7%) que entre las más pequeñas (20,7%)
  - El crecimiento empresarial con una mención muy superior entre las pequeñas (26,1% y 36%) frente a las más grandes (15%).
  - Y la debilidad de la demanda interna es el factor menos mencionado en todos los casos.

Fuente: Cámara de Comercio de Barcelona a partir del Clima Empresarial de Cataluña (2010)

Las empresas catalanas y su actividad exterior

11. Los motivos de las empresas en esta presencia exterior entre las empresas industriales

El posicionamiento global (diversificación, atractivo exterior) es más importante con el aumento de la cuota exportadora

La penetración internacional viene motivada por…

	% empresas exportadoras	Diversificación mercados	Atractivo demanda exterior	Clientes internacio-nalizados	Crecimiento empresa	Debilidad demanda interna
Industrias químicas	57,3	**44,8**	**39,4**	28,5	16,6	24,8
Caucho y materias plásticas	56,7	**51,0**	25,4	**31,2**	10,5	25,4
Equipos eléctricos, electrónicos	54,2	**43,6**	**33,7**	30,0	15,8	32,0
Alimentación, bebidas y tabaco	42,5	**47,7**	25,8	21,6	12,6	**27,4**
Textil, confección, cuero y calzado	40,5	**44,6**	**29,4**	25,5	20,1	25,0
Maquinaria y equipos mecánicos	39,2	28,2	**36,8**	**39,9**	4,8	25,7
Materiales de transporte	36,5	**53,6**	36,2	5,0	6,7	**50,3**
Fab.otros ptos minerales no metálicos	33,0	**56,8**	**34,3**	13,3	11,0	28,5
Metalurgia, productos metálicos	31,2	35,5	30,3	**45,3**	10,9	17,6
Papel, edición, soportes grabados	20,3	**49,7**	37,2	**43,6**	5,4	19,9
Industrias de la madera y el corcho	16,3	**40,5**	**34,8**	19,7	4,9	27,5
Otras industria manufacturera	11,8	**52,9**	**38,9**	15,1	0,0	32,0
Total industria	**33,7**	**43,1**	**32,0**	**24,8**	**31,9**	**11,8**

Multirespuesta, señalar un máximo de dos argumentos. En negrita los dos argumentos principales de cada rama de actividad

- Entre las empresas industriales existe una importante unanimidad en cuanto a que la estrategia de diversificación de mercados es el argumento principal (10 de las 12 ramas de actividad) en la motivación de la presencia exterior.
- Las diferencias entre las ramas de actividad se abren en relación con el segundo argumento. Así, el atractivo de los mercados exteriores cobra importancia entre las empresas de la industria química, los equipos eléctricos y electrónicos, textil, confección, cuero y calzado, la fabricación de maquinaria y equipo mecánico, de productos minerales no metálicos, la industria de la madera y el corcho y otras industrias manufactureras.
- Para las actividades ligadas a caucho y materias plásticas, maquinaria y equipos mecánicos, productos metálicos y papel, edición y reproducción de soportes gravados el segundo argumento es el seguimiento a sus clientes.
- La debilidad de la demanda interna es un factor relevante pero con menor mención excepto entre las empresas alimentación, bebidas y tabaco y material de transporte.

Fuente: Cámara de Comercio de Barcelona a partir del Clima Empresarial de Cataluña (2010)

Las empresas catalanas y su actividad exterior

12. Los motivos de las empresas en esta presencia exterior, en los Servicios a empresas

La empresas de servicios a las empresas buscan en la exportación una demanda especializada

La penetración internacional viene motivada por…

	% empresas exportadoras	Diversificación mercados	Atractivo demanda exterior	Clientes internacio-nalizados	Crecimiento empresa	Debilidad demanda interna
Act. Informáticas	15,5	**42,5**	**25,9**	19,1	15,8	12,9
Servicios I+D	10,9	**72,3**	24,4	**35,8**	3,1	12,2
Actividades jurídicas y de gestión	8,2	**39,0**	11,0	**50,3**	29,0	18,3
Publicidad y servicios audiovisuales	18,1	**35,9**	22,3	32,5	**43,7**	13,1
Servicios a empresas diversos	7,4	**48,8**	20,0	21,0	**48,8**	10,5
Servicios a Empresas	**10,3**	**46,6**	**20,3**	**32,8**	**14,3**	**26,7**

Multirespuesta, señalar un máximo de dos argumentos. En negrita los dos argumentos principales de cada rama de actividad

- Es importante tener presente que entre las empresas de servicios a empresas considerados en este estudio, la cuota de penetración exterior es sensiblemente menor que entre las actividades industriales.
- Las actividades de publicidad y servicios audiovisuales (18,1%), de informática (15,5%) y los servicios de I+D (10,9%), el porcentaje de empresas exportadoras supera el valor medio del grupo (10,3%).
- Para estas tres actividades, la estrategia de diversificación de mercados es de las más importantes.
- Por otra parte, el crecimiento de la empresa es fundamental entre las empresas de publicidad y servicios audiovisuales (43,7%) y de servicios diversos (48,8%) –junto con la diversificación de mercados-.
- Y el factor tractor de los clientes internacionalizados es un argumento importante entre las empresas ligadas a los servicios de I+D (35,8%) y es fundamental entre las proveedoras de actividades jurídicas y de gestión (consultaría) que es el principal motivo (50,3%).

Fuente: Cámara de Comercio de Barcelona a partir del Clima Empresarial de Cataluña (2010)

Por qué no exportan las empresas catalanas

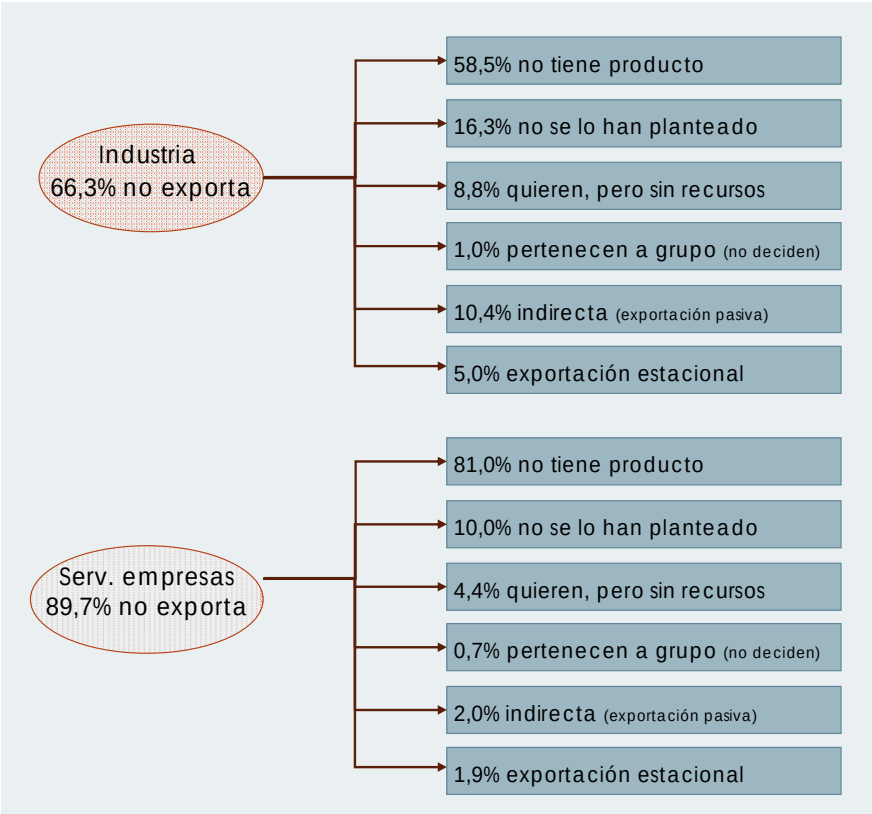
13 Por qué no exportan las empresas.....21
14 Por qué no exportan las empresas, según el tamaño 22
15 Por qué no exportan las empresas industriales 23
16 Por qué no exportan las empresas de servicios a empresas.....24

Por qué no exportan las empresas catalanas

13. Por qué no exportan las empresas

Las empresas que no exportan lo hacen principalmente porque consideran que no tienen producto, pero no es la única razón

La falta de presencia exterior se debe a….



- El 66,3% de las empresas industriales no exportan. Las razones son:
  - La mitad de las empresas (58,5%) considera que no tienen producto.
  - Un 16,3% no se lo han planteado. Y un 8,8% lo haría, pero no tiene recursos
- Este es el núcleo claramente no exportador, al que se suma:
  - Un 1% de empresas que no deciden la estrategia de posicionamiento en el mercado, ya que pertenecen a un grupo.
  - Un 10,4% son exportadoras, pero pasivas, ya que su producto se integra en otro que es finalmente exportado.
  - Finalmente, un 5% se reconoce como exportador estacional.

- Los resultados de las empresas de servicios son más rotundos, ya que,
  - El 89,7% de las empresas de servicios a empresa no exporta. Es, por lo tanto una situación mayoritaria.
  - La razón es no tiene producto (81%), si bien un 10% de las empresas no se lo ha planteado.
  - Las restantes opciones son menos relevantes.
- Por lo tanto, para las empresas industriales y de servicios a empresas, la razón principal para no exportar es no tener producto. Además, entre las industriales existe un grupo exportador todavía poco visible.

Fuente: Cámara de Comercio de Barcelona a partir del Clima Empresarial de Cataluña (2010)

Las empresas catalanas y su actividad exterior

14. Por qué no exportan las empresas, según el tamaño

Los argumentos para no exportar apenas varía entre las empresas (tamaño), prevaleciendo la falta de producto

- Las empresas industriales que no exportan mantienen el mismo ranking de razones para no hacerlo en cada uno de los tres grupos de tamaño considerados.
  - En los tres colectivos, más de la mitad de las empresas considera que no exporta porque no tiene producto.
  - Pero, existe entre un 10-17% que no se lo han planteado, porcentaje decreciente con el tamaño: esto es, a medida que la empresa es mayor, ha hecho reflexión y decide qué es lo que quiere hacer.
  - Y, finalmente, la cuota de exportación pasiva tiene un ligero mayor peso en el grupo de más tamaño (proveedores industriales especializados).

- De igual modo, entre las empresas de las actividades de servicios a empresas, se mantienen las razones para no exportar en los tres grupos de tamaño considerados.
  - Es absolutamente mayoritaria la convicción de no tener producto.
  - Al igual de lo reseñado para las empresas industriales existe un colectivo que no se lo ha planteado, pero no lo descarta, que es decreciente con el tamaño.
  - Las restantes opciones resultan claramente marginales, sobre todo la alusión a la exportación indirecta o a la exportación estacional.

La falta de presencia exterior se debe a....

	Industria (segmentos de empleo)			Servicios (segmentos de empleo)		
	Hasta 10	De 10 a 49	50 y más	Hasta 10	De 10 a 49	50 y más
No tiene un producto/servicio para exportar	57,8	62,6	50,9	81,0	79,2	85,1
No se lo han planteado, pero no lo descartan	16,8	14,5	12,0	10,1	10,0	3,6
Quieren exportar, pero no cuenta con los recursos necesarios	9,1	7,5	9,2	4,5	3,5	1,6
Pertenece a un grupo (no decide sobre mercados)	0,8	1,8	6,0	0,6	2,4	6,4
Indirecta (se integra en la producción de otra empresa que exporta)	10,2	10,4	16,8	2,0	2,8	2,1
Exporta estacionalmente	5,3	3,3	5,1	1,9	2,1	1,1
Total empresas no exportadoras	**16.543**	**3.443**	**266**	**82.818**	**4.138**	**932**

Multirespuesta, señalar un máximo de dos argumentos

Fuente: Cámara de Comercio de Barcelona a partir del Clima Empresarial de Cataluña (2010)

Las empresas catalanas y su actividad exterior

15. Por qué no exportan las empresas industriales

Las razones son similares, pero la importancia concedida a cada argumento varía entre las actividades consideradas

La falta de presencia exterior se debe a...

	Empresas que no exportan		Argumentos para no exportan			
	Número	% en cada actividad	No tiene producto	No se lo ha planteado	Sin recursos	Otras (*)
Industrias químicas	1.108	42,7	61,0	14,6	11,6	12,8
Caucho y materias plásticas	1.939	43,3	59,5	19,8	17,1	3,6
Eq.eléctricos electrónicos, informáticos y ópticos	774	45,8	50,2	11,6	16,8	21,4
Alimentación, bebidas y tabaco	2.370	57,5	45,1	25,5	9,5	19,9
Textil, confección, cuero y calzado	597	59,5	65,0	12,1	15,1	7,8
Fabricación de maquinaria y equipos mecánicos	762	60,8	46,5	12,2	8,1	33,2
Fabricación de materiales de transporte	724	63,5	70,5	10,3	3,1	16,1
Fabricación otros productos minerales no metálicos	4.790	67,0	72,3	18,2	3,4	6,1
Metalurgia y fabricación de productos metálicos	1.640	68,8	61,2	14,1	3,7	21,0
Papel, edición, art.gráficas y reprod. soportes grabados	1.311	79,7	58,8	15,3	10,7	15,2
Industrias de la madera y el corcho	608	83,7	68,6	13,4	6,7	11,3
Industrias manufactureras diversas	2.091	88,2	49,2	28,7	9,0	13,1
Total industria manufacturera	**20.261**	**66,3**	**58,5**	**16,3**	**8,8**	**16,4**

Otras situaciones: pertenecen a un grupo, exportación indirecta (incorporado en el producto que se exporta) o exportación estacional

- Las razones señaladas entre las empresas industriales que no exportan mantienen el mismo ranking, pero varía en el porcentaje de empresas que los señalan. Así,
  - La razón principal es no tener producto. Pero, esta mención es mayor medida entre las empresas de fabricación de productos minerales no metálicos (72,3%). Y menor, en Alimentación-bebidas (45,1%) y fabricación de maquinaria y equipo mecánico (46,5%).
  - Además, en torno a una de cada siete empresas no se lo ha planteado. Esta proporción es especialmente relevante algunas actividades con una alta presencia exterior, como las de industrias químicas (14,6%), materiales plásticos (19,8%) o alimentación y bebidas (25,5%).
  - Puede que exista producto e intención de exportar, pero no se cuenta con los recursos suficientes. Este argumento es mencionado entre las empresas de industrias químicas (11,6%), materiales plásticos (16,8%), equipamiento eléctrico, electrónico y productos informáticos (16,8%) y Téxtil, confección cuero y calzado (15,1%).
  - Finalmente, para las empresas de las actividades de maquinaría y equipos mecánicos (33,2%), equipamiento eléctrico, electrónico y productos informáticos (21,4%) y productos metálicos (21%) se aluden a otras razones, básicamente una exportación pasiva.

Fuente: Cámara de Comercio de Barcelona a partir del Clima Empresarial de Cataluña (2010)

Las empresas catalanas y su actividad exterior

16. Por qué no exportan las empresas de servicios a empresas

La falta de producto es determinante entre las actividades de servicios a empresas

La falta de presencia exterior se debe a...

	Empresas que no exportan		Argumentos para no exportan			
	Número	% en cada actividad	No tiene producto	No se lo ha planteado	Sin recursos	Otras (*)
Act. Informáticas	6.694	84,5	77,0	7,5	12,3	3,2
Servicios I+D	21.092	89,1	70,2	17,0	4,6	8,2
Actividades jurídicas y de gestión	24.737	91,8	89,0	7,8	1,5	1,7
Publicidad y servicios audiovisuales	6.922	81,9	74,2	12,4	5,3	8,1
Servicios a empresas diversos	25.193	92,6	83,8	6,9	4,8	4,5
Servicios a empresas	**21.092**	**89,7**	**81,0**	**10,0**	**4,4**	**4,6**

Otras situaciones: pertenecen a un grupo, exportación indirecta (incorporado en el producto que se exporta) o exportación estacional

- Con relación a las empresas integradas en las actividades de los servicios a empresas, de nuevo hay que tener presente que la mayoría de las empresas no exportan. En todos, la respuesta obtenida se corresponde con un colectivo de empresas muy numeroso para las que su nicho de negocio, su demanda objetivo es la de proximidad.
  - Teniendo en cuenta esta situación, la mayoría de las empresas reconoce que no tienen producto para exportar.
  - En torno al 10% señala que ni se lo ha planteado y con excepción de las actividades informáticas, la carencia de recursos es completamente marginal, así como otras situaciones (en alusión a la exportación indirecta) sólo remarcable para las empresas de I+D (8,2%) y de servicios de publicidad y audiovisuales (8,1%).

Fuente: Cámara de Comercio de Barcelona a partir del Clima Empresarial de Cataluña (2010)

Los obstáculos y el apoyo a la exportación en Cataluña

17 Los obstáculos a la exportación para las empresas industriales 26
18 Los obstáculos a la exportación, según sector de actividad....27
19 Obstáculos a la exportación entre las empresas industriales 28
20 Obstáculos a la exportación, según la relevancia de la exportación 29

Los obstáculos y el apoyo a la exportación en Cataluña

17. Los obstáculos a la exportación para las empresas industriales

Conocer los mercados y contar con las personas idóneas (capacitación, formación), las claves en la posición exterior

Los obstáculos a superar en el desarrollo de la exportación para las empresas industriales (%)

Recursos financieros	30,1
Oferta competitiva	27,2
Conocimiento útil mercados	26,9
Personas (idiomas, formación)	24,2
Desarrollar estrategia internacionalización	15,6
Tener capacidad productiva	13,0

- El cuadro adjunto resume los principales obstáculos señalados por las empresas (un máximo de dos) en la presencia exterior (iniciación o consolidación).
- Los recursos financieros (30,1%) y alcanzar o dotarse de una oferta competitiva (27,2%) son los dos obstáculos más mencionados, con una importancia transversal en el desarrollo y el éxito del proyecto empresarial, pero también en la presencia exterior, ya que:.
  - No se trata sólo de financiar una operación (pedido concreto) sino que la presencia exterior requiere de actuaciones previas y/o continuas en el tiempo (marketing, agentes, ...) que no siempre se reconocen (sector financiero) como inversión (intangible) sino como gasto.
  - El reto de alcanzar y mantener la competitividad de su oferta, es decir, que cuente con los requisitos de calidad, innovación y precio, entre otros factores que exigen los mercados.
- No obstante, y con respecto de los que están relacionados con la presencia exterior:
  - Una proporción muy similar de empresas (26,9%) señala la disponibilidad de un conocimiento útil de los mercados y sus clientes, superando el conocimiento más general que actualmente ya es muy accesible (Internet).
  - En la medida en que los productos y los mercados son más complejos, el conocimiento de "nicho de producto" es fundamental y más difícil de alcanzar.
- Es muy importante destacar que una cuarta parte de las empresas (24,2%) menciona como factor clave a las personas (dentro y fuera de las empresas), con relación a los idiomas, la formación, disponibilidad (viajes), etc…
- Los dos factores internos a la propia empresa, poder desarrollar una estrategia interna de internacionalización (15,6%) y disponer de la capacidad productiva suficiente (13%) son menos mencionados.

Fuente: Cámara de Comercio de Barcelona a partir del Clima Empresarial de Cataluña (2010)

Los obstáculos y el apoyo a la exportación en Cataluña

18. Los obstáculos a la exportación, según sector de actividad

Obstáculos coincidentes pero con diferente relevancia entre las pequeñas y las grandes empresas

Los obstáculos a superar en el desarrollo de la exportación, según actividad y tamaño de la empresa (%)

	Industria (empleo)				Servicios empresas (total)
	Hasta 10	De 10 a 49	50 y más	Total	
Acceder a un conocimiento útil de los mercados/cliente	**28,5**	25,3	22,5	26,9	**30,0**
Desarrollar una estrategia interna para la internacionalización	15,6	14,7	18,2	15,6	22,1
Disponer de personas idóneas para su gestión (idiomas, formación, ...)	19,8	**32,9**	21,9	24,2	22,8
Poder responder a esta demanda (capacidad productiva suficiente)	15,8	7,9	12,9	13,0	13,4
Contar con una oferta competitiva (en calidad, innovación)	24,0	29,5	**40,4**	**27,2**	17,2
Disponer de recursos financieros suficientes	**30,6**	**31,6**	21,8	**30,1**	**30,5**
Otros	22,8	17,4	16,7	20,5	22,0

Multirespuesta, señalar un máximo de dos argumentos (en negrita los dos mayores valores de cada grupo)

- Los resultados obtenidos muestran que el ranking de obstáculos en la posición exterior es sólo relativamente compartida entre los dos grupos de empresas, las actividades industriales y las de servicios a las empresas. Así,
  - Coinciden en la importancia de la financiación y el conocimiento de los mercados/clientes, mencionado por un tercio de las empresas.
  - Pero no con respecto de la competitividad de la oferta, mencionado por casi una tercera parte de las empresas industriales y menos de una quinta parte de las de servicios son los retos.
  - En los restantes obstáculos, son bastante coincidentes.

- Entre las empresas industriales y según segmentos de tamaño, se observa que
  - Una tercera parte de las empresas exportadoras de menos de 10 empleos aluden a la disponibilidad de recursos financieros y el conocimiento de los mercados.
  - Para las empresas de entre 10 y 50 empleos, recursos financieros, personas idóneas y competitividad de la oferta son los obstáculos principales.
  - Para las empresas de mayor dimensión, la competitividad de la oferta es clave en el posicionamiento internacional.
  - Además, la alusión a la financiación disminuye con el tamaño y, por el contrario, la competitividad de la oferta, aumenta con éste.

Fuente: Cámara de Comercio de Barcelona a partir del Clima Empresarial de Cataluña (2010)

Los obstáculos y el apoyo a la exportación en Cataluña

19. Obstáculos a la exportación entre las empresas industriales

Conocimiento de los mercados, oferta competitiva y financiación son los obstáculos clave

Los obstáculos a superar en el desarrollo de la exportación, según rama de actividad (%)

	Conocimiento mercados	Estrategia interna	Personas (Idiomas, formación)	Capacidad productiva tecnológica	Oferta competitiva	Recursos financieros
Alimentación, bebidas y tabaco	**41,8**	22,0	15,9	15,6	**29,4**	19,6
Textil, confección, cuero y calzado	**29,6**	11,2	**47,0**	12,3	15,9	28,3
Industrias de la madera y el corcho	23,5	14,6	**26,3**	5,8	**34,0**	18,4
Papel, edición, soportes grabados	29,2	16,7	25,3	10,6	**39,2**	**42,6**
Industrias químicas	**34,2**	22,7	18,9	6,7	24,0	**26,3**
Caucho y materias plásticas	23,1	19,4	19,1	5,2	**26,8**	**36,3**
Fab.otros ptos minerales no metálicos	**43,4**	8,7	19,4	8,5	17,6	**45,0**
Metalurgia, productos metálicos	**26,0**	14,3	12,1	18,8	**29,9**	21,6
Maquinaria y equipos mecánicos	21,9	12,0	**33,8**	13,3	24,8	**38,6**
Equipos eléctricos, electrónicos	15,6	18,0	22,8	12,6	**41,4**	**37,6**
Materiales de transporte	14,9	14,9	12,6	18,5	**27,9**	**30,9**
Industria manufacturera	14,2	17,3	**23,9**	10,2	12,2	**34,4**

Multirespuesta, máximo dos argumentos (en negrita los dos mayores valores de cada grupo)

- Entre las empresas industriales, los obstáculos con relación a su posición exterior varían ligeramente entre las ramas de actividad consideradas. De hecho, se destacan en negrita los dos máximos valores obtenidos en cada una de las ramas de actividad.
- Las empresas de siete ramas de actividad sitúan en primer lugar a la disponibilidad de recursos financieros y oferta competitiva.
  - De hecho, para las empresas de las actividades de Papel, artes gráficas y reproducción de soportes grabados, caucho y materias plásticas, equipos eléctricos y electrónicos y material de transporte ambos son los principales retos del posicionamiento internacional.
- Además, para las empresas de cinco ramas de actividad, el conocimiento útil de los mercados y de los clientes está entre los dos primeros retos.
  - Concretamente, para alimentación, bebidas y tabaco y de la fabricación de los productos metálicos, los dos obstáculos a superar son el conocimiento del mercado y dotarse de una oferta competitiva.
- Para las empresas de tres ramas de actividad, entre los dos primeros obstáculos señalan a las personas (idiomas, formación), resultado que cobra especial relevancia entre las empresas de textil y calzado y maquinaria y equipo mecánico.

Fuente: Cámara de Comercio de Barcelona a partir del Clima Empresarial de Cataluña (2010)

Los obstáculos y el apoyo a la exportación en Cataluña

20. Obstáculos a la exportación, según la relevancia de la exportación

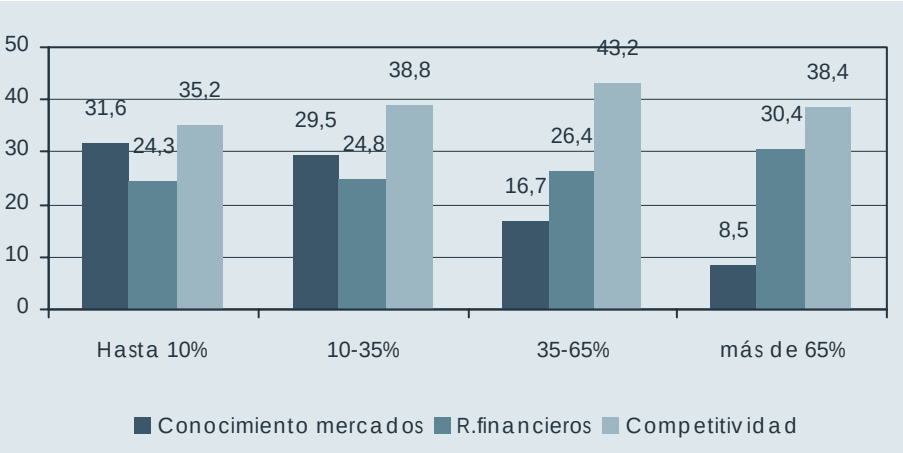
La importancia otorgada a la competitividad es creciente con la relevancia exportadora de la empresa

Los obstáculos a superar en el desarrollo de la exportación, según cuota (ventas) de la actividad exterior (%)

	Industria (cuota de exportación)			
	Hasta10%	De 10-35%	De 35-65%	Más de 65%
Acceder a un conocimiento útil de los mercados/cliente	**28,0**	**40,7**	20,4	28,9
Desarrollar una estrategia interna para la internacionalización	19,6	17,9	11,2	17,5
Disponer de personas idóneas para su gestión (idiomas, formación, ...	22,3	27,1	27,4	23,0
Poder responder a esta demanda (capacidad productiva suficiente)	12,8	6,8	15,5	11,1
Contar con una oferta competitiva (en calidad, innovación)	26,3	32,6	**34,3**	**30,2**
Disponer de recursos financieros suficientes	**30,5**	**33,4**	**33,6**	**32,7**

Multirespuesta, señalar un máximo de dos argumentos (en negrita los dos mayores valores de cada grupo)

- Entre las empresas industriales exportadoras, los obstáculos a la exportación son relativamente compartidos y destaca la coincidencia en señalar la relevancia de la disponibilidad de los recursos financieros para alcanzar y mantener su cuota de ventas exteriores.
  - Para las empresas con menos penetración internacional, a dicho obstáculo se suma el acceso a un conocimiento útil de los mercados y los clientes.
  - Sin embargo, entre las empresas de los dos tramos de exportación más altos, a los recursos financieros se suma la necesidad de contar con una oferta competitiva.
- Para todas ellas, estos tres argumentos están entre los más mencionados, que se completan con valores muy cercanos con la disponibilidad de las personas idóneas (idiomas, formación).



Fuente: Cámara de Comercio de Barcelona a partir del Clima Empresarial de Cataluña (2010)

Potencial exportador: Perspectiva sectorial y empresarial

21 Las grandes cifras de la presencia exterior de Cataluña....31
22 Las empresas catalanas ante los mercados exteriores.....32
23 La motivación a la exportación y los argumentos para no exportar.....33
24 Cómo mejorar la posición actual.....34
25 Grupos de empresas a apoyar en su internacionalización.....35
26 Aumentar la base de empresas industriales manufactureras con presencia exterior.....36
28 Aumentar el volumen de ventas en el exterior.....38

Potencial exportador: Perspectiva sectorial y empresarial

21. Las grandes cifras de la presencia exterior de Cataluña

Cataluña tiene una importante y continuada presencia exterior

+5,5% *(crecimiento interanual medio, 2000-2008; +2,4%, 2000-2009)*	La exportación de bienes y servicios es una actividad creciente en Cataluña. El máximo valor se alcanzó en 2008 (64.977 millones de euros) seguido de un importante retroceso registrado en 2009 (-16%), en consonancia con la crisis mundial actual.
+6-8% *(crecimiento interanual, comercio mundial 2010 y 2011)*	No obstante, las previsiones (OCDE) aluden a la recuperación del comercio mundial y apuntan a esta actividad como un factor relevante en la salida de la crisis.
30,1% *(%, exportaciones s/PB, promedio 2004-2008; 26,9% en 2009)*	Las exportaciones representan en torno a una tercera parte de la riqueza generada en Cataluña y ha crecido casi al mismo ritmo que el conjunto de la economía
71,8% *(% exportaciones dirigidas a la UE, promedio 2005-2009)*	Es una actividad conectada con los mercados europeos y otros mercados desarrollados, con un componente de intercambio tecnológico y de competitividad: Cataluña ha mantenido y consolidado su posición y va incrementado su presencia en otros mercados (China).
75,4% *(% exportaciones de Productos industriales/ total exportación)*	Exporta productos industriales, si bien paulatinamente adquieren mayor importancia los servicios. Cuatro actividades tienen una presencia notoria y estable: fabricación de vehículos y componentes de motor, química, alimentación, bebidas y tabaco y maquinaria y equipo mecánicos.
0,48% *(% exportaciones Cataluña /comercio mundial, promedio 2006-2008)*	La posición (global) de Cataluña queda reflejada en que, entre 2000 y 2005, Cataluña aportó el 0,53% del comercio mundial de productos, retrocediendo al 0,48%, entre 2006 y 2008 (de fuerte pujanza de la economía catalana y española). En este último periodo el comercio mundial creció (media anual) 5,9% entre 2000 y 2008 y en Cataluña, el 5,2%. ¿Cómo se mantiene y se refuerza esta presencia exterior?
128.442 *(empresas, industria manufacturera y servicios a las empresas)*	De las 620 mil empresas que desarrollan su actividad en Cataluña, el estudio se centra en la Industria manufacturera (75% de la exportación de Cataluña) y los servicios a las empresas que tienen actualmente una aportación menor (7%) pero a lo que se les otorga una importancia estratégica.

¿Cómo y quiénes son las empresas catalanas que exportan y generan estas grandes cifras?

Potencial exportador: Perspectiva sectorial y empresarial

22. Las empresas catalanas ante los mercados exteriores

El 16% de las empresas (actividades analizadas) exportan. Son el 34% entre las industriales y el 11%, en servicios a empresas

20.408 *(empresas que declaran exportar)*	20.408 son las empresas que, a través de la consulta realizada declaran abordar la presencia exterior mediante la exportación. De éstas, 10.290 pertenecen a la Industria manufacturera y 10.118 a los servicios a las empresas.
16% *(% empresas exportadoras en el colectivo analizado)*	Estas 20.408 empresas representan el 16% del tejido empresarial conjunto (Industria manufacturera y servicios a las empresas). No obstante, la penetración exterior es del 33,7% entre la industria manufacturera y del 10,3% entre los servicios a empresas.
73% y 16% *(contribución al volumen de negocio I.manufactura y Servicios a empresas)*	Estos dos colectivos de empresas exportadoras aportan el 73% y el 16% del negocio generado por la industria manufacturera y las actividades de servicios a las empresas. Estos indicadores pone de manifiesto que se trata de dos colectivos empresariales potentes
84% y 73% *(% empresas exportadoras regulares, I.manufactura y Servicios a empresas*	La actividad exportadora de estas empresas está consolidada, ya que para ocho y siete de cada diez empresas industriales y de servicios a las empresas se trata de una actividad regular que abordan todos los años.
19,8% y 85,4% *(% empresas industriales exportadoras hasta 10 empleos y más de 50 empleos)*	No obstante, la participación en los mercados exteriores es creciente a medida que aumenta el tamaño de la empresa, tal y como lo refleja que sean cuatro y ocho de cada diez, empresas entre las que tienen menos de 10 y más de 50 empleos, respectivamente.
26,4% *(% de la exportación sobre ventas, empresas industriales)*	La exportación es un cuarta parte del negocio industrial, porcentaje que creciente desde las más pequeñas (hasta 10 empleos, el 20%) hasta las de mayor dimensión (más de 50 empleos, el 39,7%).Los datos obtenidos indican que este porcentaje es del 16% (media) para el colectivo de servicios a las empresas.
42,6% y 13,2% *(% de la exportación sobre ventas, valores sectoriales máximo y mínimos)*	Para todas las actividades industriales la exportación es una actividad relevante en su cifra de negocio, destacando los valores máximos alcanzados por la fabricación de material de transporte (42,6%), de maquinaria y equipos mecánicos (35%), entre otros, y los menores registros de la Industria del papel..

¿Cuáles son los motivos para estar presente en estos mercados y los obstáculos para no estarlo?

Potencial exportador: Perspectiva sectorial y empresarial

23. La motivación a la exportación y los argumentos para no exportar

La estrategia (interna) de diversificación de los mercados es la motivación para exportar y no tener producto, para no hacerlo

43,1% y 46,6%
(% empresas que señalan la estrategia de diversificación como motivo principal, Industria y servicios a empresas)

Los motivos que traccionan de la presencia exterior de las empresas responden a dos tipos: los factores internos (estrategia de diversificación de los mercados, crecimiento empresarial) y los factores externos (crecimiento de la demanda exterior, debilidad de la demanda doméstica, seguimiento a sus clientes) a la empresa.

La presencia exterior es, sobre todo, el resultado de la trayectoria de cada empresa ya que la mayoritariamente señalan como primer factor motivador la estrategia de cada empresa en la diversificación de sus mercados, sea una empresa industrial (43%,1) o de servicios a empresas (46,6%).

31,9% y 32,8%
(% empresas que señalan el seguimiento a los clientes como motivo principal, Industria y servicios a empresas)

Por otra parte, en segundo lugar ambos colectivos empresariales mencionan el seguimiento a los clientes (31.9% y 32,8%), seguido –sólo en el caso de las empresas industriales- por la importancia otorgada al crecimiento de los mercados exteriores (32%).

Por lo tanto, para las empresas exportadoras la presencia internacional se genera internamente y se contrasta con la evaluación del interés /atractivo de los mercados (exteriores y doméstico). Eso sí, para un grupo importante de empresas, es una presencia condicionada por las decisiones de sus clientes.

58,5% y 81%
(% empresas no exportadoras consideran que no tienen producto, Industria y servicios a empresas)

La razón principal para no exportan es no tener producto, tanto en la industria (58,5%) como entre los servicios a las empresas (81%). Este es un aspecto clave sobre el que reflexionar, tanto las empresas y las instituciones, de manera que esta afirmación corresponda realmente a un diagnóstico objetivo y que, incluso, pone e entredicho la competitividad de esta oferta (¿se puede ser competitivo sin presencia exterior?).

El segundo argumento es no habérselo planteado (16,3% y 10%), que se completa con que una parte importante de las empresas industriales exporta de forma indirecta (10,4%)

¿Se puede delimitar la base empresarial de potencial mejora en la presencia exterior de Cataluña?

Potencial exportador: Perspectiva sectorial y empresarial

24. Cómo mejorar la posición actual

Aumentar la presencia exterior de Cataluña requiere de la personalización las medidas de apoyo a las empresas

La información recogida en este informe muestra la **importancia de la presencia exterior de la empresas** de Cataluña:

- Un tercio de las empresas de la industria manufacturera tienen presencia exterior y generan tres cuartas partes del negocio industrial
- Un 10% de las empresas de servicios a empresas tienen presencia exterior y generan el 16% del negocio industrial

Se trata de dos c**olectivos relevantes en la actividad económica de Cataluña**, puesto que estos sectores de actividad aportan el 74% y el 7% de su exportación, respectivamente y la mayoría de las empresas que aluden a esta presencia exterior, lo hacen todos o casi todos los años

La mejora de la presencia exterior está ligada al dinamismo productivo y a su competitividad. Requerirá:

- **Aumentar el número de empresas con presencia exterior**
- Aumentar la relevancia del **volumen de ventas en el exterior**

Es posible que tenga mayor incidencia y/o potencialidad en el área industrial, puesto que ya existe ya un mayor número de empresas que quieren exportar y parten de una mejor cuota de ventas exteriores (s/negocio actual)

La **internacionalización es un proceso complejo** y a menudo interconectado con otros factores (innovación, competitividad…) determinantes del éxito empresarial. Iniciar, desarrollar y consolidar la presencia exterior de una empresa exige una importante dotación de recursos orientados a tal fin.

- Esfuerzo especialmente importante para la mayoría de las empresas catalanas a involucrar en la mejora de esta presencia exterior, puesto que en **su mayoría son medianas/pequeñas**
- Además, las cifras expuestas confirman la existencia de un tejido empresarial catalán con una dilatada presencia exterior, por lo que hay que tener presente la experiencia acumulada de todos los agentes, empresas e instituciones.
- Y, de hecho, no hay una única forma de abordar la internacionalización sino que se corresponde con un amplio abanico de opciones, , adecuada a la experiencia y trayectoria de cada empresa en cada momento.

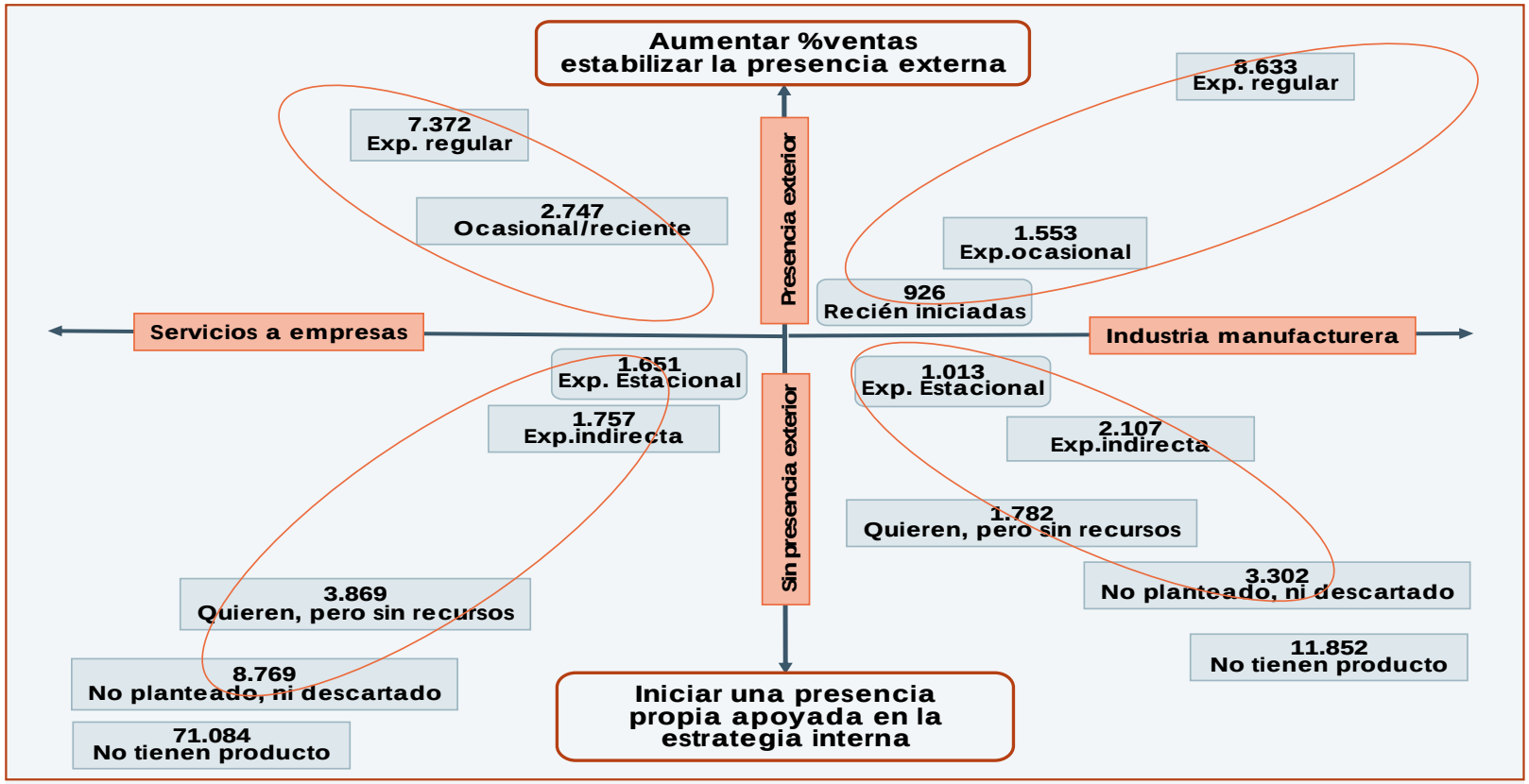
Esta reflexión lleva a que sea necesario que **los programas y las medidas de apoyo se personalicen** en respuesta a realidades empresariales frente a la presencia exterior, ya que son cada vez más diversas, tal y como reflejan los resultados del estudio realizado.

Potencial exportador: Perspectiva sectorial y empresarial

25. Grupos de empresas a apoyar en su internacionalización

Involucrar a las empresas que ya tienen una relación (directa o indirecta) con los mercados exteriores

Las empresas de la industria manufacturera y de los servicios a empresas según su situación ante los mercados exteriores



Las cifras expuestas han de tomarse como un orden de magnitud suficientemente ilustrativo. Proceden de la encuesta realizada que pretende conocer la posición y motivación ante los mercados exteriores y no tanto medir los colectivos. Fuente: Cámara de Comercio de Barcelona a partir del Clima Empresarial de Cataluña (2010)

Potencial exportador: Perspectiva sectorial y empresarial

26. Aumentar la base de empresas industriales manufactureras con presencia exterior

Potenciar la difusión de las medidas de apoyo a la internacionalización; empresas industriales

20.261 Empresas industriales no exportan

16.551 (hasta 10 empleos)

3.444 (10-50 empleos)

267 (50 y más empleos)

3.302 no se lo han planteado, no lo descartan

1.782 quieren, pero no tienen recursos

2.107 ya hacen exportación pasiva

Más de 7.000 empresas industriales podrían asumir como estrategia interna la opción de exportar

Mayoría empresas pequeñas

Estas empresas han declarado que necesitan (además de recursos financieros)

- **Personas formadas** en la internacional del negocio (idiomas, formación, disponibilidad…)
- Conocer mercados/clientes: **Conocimiento de utilidad**
- Desarrollar una **oferta competitiva** y de calidad

Las cifras expuestas han de tomarse como un orden de magnitud suficientemente ilustrativo. Proceden de la encuesta realizada que pretende conocer la posición y motivación ante los mercados exteriores y no tanto medir los colectivos. Fuente: Cámara de Comercio de Barcelona a partir del Clima Empresarial de Cataluña (2010)

Potencial exportador: Perspectiva sectorial y empresarial

27. Aumentar la base de empresas de servicios a las empresas con presencia exterior

Potenciar la difusión de las medidas de apoyo a la internacionalización; empresas de servicios a las empresas

87.773 Empresas de servicios a empresas no exportan

71.084 empresas no tiene producto

8.769 no se lo han planteado, no lo descartan

3.869 quieren, pero no tienen recursos

1.757 ya hacen exportación pasiva

Más de 4.000 empresas de servicios a empresas (quieren o hacen exportación pasiva) podrían asumir como estrategia interna la opción de exportar

Mayoría: empresas pequeñas

Estas empresas han declarado que necesitan (además de recursos financieros)

- Conocer mercados/clientes: **Conocimiento de utilidad**
- Desarrollar las **estrategias internas de posicionamiento** (cada empresa, su propia reflexión)
- **Personas formadas** en la internacional del negocio (idiomas, formación, disponibilidad…)

Las cifras expuestas han de tomarse como un orden de magnitud suficientemente ilustrativo. Proceden de la encuesta realizada que pretende conocer la posición y motivación ante los mercados exteriores y no tanto medir los colectivos. Fuente: Cámara de Comercio de Barcelona a partir del Clima Empresarial de Cataluña (2010)

Potencial exportador: Perspectiva sectorial y empresarial

28. Aumentar el volumen de ventas en el exterior de la industria manufacturera

Potenciar el uso de las medidas de apoyo a la internacionalización; empresas industriales

10.290
Empresas industriales exportadoras

4.393
(hasta 10% ventas)

2.717
(11-35% ventas)

3.925
(más de 35% ventas)

Para más de 4.000 empresas de la industria manufacturera los mercados exteriores le aportan hasta el 10% de sus ventas. El reto es mejorar este porcentaje, integrando plenamente todos los mercados

Empresas pequeñas y medianas

Estas empresas han declarado que necesitan (además de recursos financieros))

- Conocer mercados/clientes: **Conocimiento de utilidad**
- Desarrollar una **oferta competitiva** y de calidad
- **Personas en la gestión internacional** del negocio (idiomas, formación, disponibilidad…)

Las cifras expuestas han de tomarse como un orden de magnitud de calidad, puesto que proceden de la encuesta realizada que pretende conocer la posición y motivación ante los mercados exteriores y no tanto medir los colectivos. Fuente: Cámara de Comercio de Barcelona a partir del Clima Empresarial de Cataluña (2010)

Potencial exportador: Perspectiva sectorial y empresarial

29. Asentar el volumen de ventas en el exterior de las empresas de servicios a empresas

Difundir y potenciar el uso de las medidas de apoyo a la internacionalización; empresas de servicios a las empresas

10.118
Empresas
Servicios a
empresas
exportadoras

4.270
(hasta 10% ventas)

3.371
(11-35% ventas)

1.595
(más de 35% ventas)

Para 4 de cada 10 empresas de servicios de empresas que exporta, esta representa hasta el 10% de sus ventas. El reto es ir asentando progresivamente este porcentaje, consolidando la presencia en estos mercados

Empresas pequeñas y medianas

Estas empresas han declarado que necesitan (además de recursos financieros))

- Conocer mercados/clientes: **Conocimiento de utilidad**
- Desarrollar una **oferta competitiva** y de calidad
- **Personas en la gestión internacional** del negocio (idiomas, formación, disponibilidad…)

Las cifras expuestas han de tomarse como un orden de magnitud de calidad, puesto que proceden de la encuesta realizada que pretende conocer la posición y motivación ante los mercados exteriores y no tanto medir los colectivos. Fuente: Cámara de Comercio de Barcelona a partir del Clima Empresarial de Cataluña (2010)

Anexo: Ficha Metodológica

Muestra y su distribución.....41
Preguntas solicitadas a las empresas.....44

Anexo Metodológico

Muestra y su distribución

Muestra efectiva de empresas, por rama de actividad y número de ocupados. Industria

	Total empresas
Alimentación, bebidas y tabaco	119
Textil, confección, cuero y calzado	99
Industrias de la madera y el corcho	65
Papel, edición, soportes grabados	98
Industrias químicas	126
Caucho y materias plásticas	72
Fab.otros ptos minerales no metálicos	82
Metalurgia, productos metálicos	113
Maquinaria y equipos mecánicos	78
Equipos eléctricos, electrónicos	130
Materiales de transporte	66
Otras industrias manufactureras	64

Muestra efectiva de empresas, por rama de actividad y número de ocupados. Servicios a las empresas

	Total empresas
Act. Informáticas	100
Serv. Alquiler (equipos, maquinaria)	49
Servicios I+D	179
Actividades jurídicas y de gestión	226
Publicidad y servicios audiovisuales	111
Servicios a empresas diversos	345

Muestra efectiva de empresas, sectores de actividad y tamaño (empleo)

	Hasta 10 empleos	De 10 a 19 empleos	De 20 a 49 empleos	50 y más empleos
Industria	265	489	282	76
Servicios a empresas	548	273		189

Universos de referencia y error muestral, según ramas de actividad

	Industria	Servicios
Universo	30.550	97.892
Muestra	1.112	1.010
Margen de error*	± 2,9%	± 3,1%

*Máximo error posible calculado a partir de una muestra aleatoria simple

Anexo Metodológico

Preguntas solicitadas a las empresas

1. Respecto de la actividad exterior, su empresa *(todas las empresas*

1.1. Exporta (P2)

1.2. No exporta (P3)

2.1.Con qué regularidad exporta

1.2.1. Todos los años
1.2.2. Prácticamente todos los años
1.2.3. Ocasionalmente, o de forma excepcional y sin continuidad
1.2.4. Muy recientemente (acaban de iniciarse)

2.2. En un año normalizado, ¿qué porcentaje sobre sus ventas representan las realizadas en el exterior?

……%

2.3. Esta cuota de exportación responde principalmente a *(señal DOS argumentos):*

2.3.1.Crecimiento/atractivo de la demanda exterior
2.3.2.Debilidad/pérdida de atractivo de la demanda interna (España)
2.3.3.Seguimiento a clientes que se internacionalizan
2.3.4.Crecimiento de la actividad empresarial
2.3.5.Estrategias de diversificación de mercados
2.3.6.Otras (ir P4.1)

3. Cuál es el motivo por el que no exporta? (señalar 1)

3.1.No tiene producto/servicio para exportar
3.2. Pertenece a un grupo (no decide sobre mercados)
3.3. No se lo han planteado, pero no lo descartan
3.4. Quieren exportar, pero no cuenta con los recursos necesarios (financieros, personales, técnicos…)
3.5. Lo hacen de forma indirecta (su producción se integra en la actividad de otra empresa, que finalmente exporta)

4.1. Por lo que respecta a su potencial exportador *(todas las empresas),* **¿cuáles son los principales obstáculos a superar para su desarrollo son** *(señalar dos):*

2.1.Acceder a un conocimiento útil de los mercados/clientes
2.2.Desarrollar una estrategia interna para la internacionalización
2.3.Disponer de personas idóneas para su gestión (formación, disponibilidad, …)
2.4.Poder responder a esta demanda (capacidad productiva suficiente)
2.5.Contar con una oferta competitiva (en calidad, innovación)
2.6. Disponer de los recursos financieros suficientes
2.7. Otros

4.2. Con respecto de las iniciativas de apoyo a la exportación de la Cámara de Comercio de Barcelona *(todas las empresas)*

4.1. Las conoce, pero no las ha utilizado
4.2. Las conoce y las ha utilizado
4.3. NO las conoce

Título:	**Potencial exportador y perfil de la empresa exportadora de Cataluña** **Informe Final, Fase II y Fase III**
Elaboración	**Octubre 2009-Mayo 2010**
Coordinación:	**Cámara de Barcelona** **Area de Internacionalización Empresarial**
Elaborado por:	**IKEI, research & consultancy SA**