

Diagnóstico del grado de internacionalización de las empresas de la Comarca de Somontano de Barbastro. Proyecto red de apoyo al emprendedor en el Somontano

Promueven:



RED DE APOYO AL EMPRENDEDOR EN EL SOMONTANO, proyecto de trabajo en común, participado por la Comarca de Somontano de Barbastro, el Ayuntamiento de Barbastro, a través de sus correspondientes áreas de empleo y desarrollo, el Centro de Desarrollo del Somontano y la Asociación de Empresarios de Barbastro.

Subvencionan:



Colabora:

HdosO
consultoría e ingeniería

Parque Tecnológico Walqa
22197 Huesca
T +34 974232224
e-mail:hdoso@hdosoconsultores.com

Fecha de cierre de la información contenida en este informe: Marzo 2012

No se autoriza la reproducción total o parcial de los datos contenidos en el presente Estudio sin citar la Fuente, debiéndose, asimismo, indicar la temporalidad de los mismos.

Nuestro más sincero agradecimiento a las empresas, organizaciones y personas que, de forma totalmente desinteresada, nos han dedicado su valioso tiempo, participando en las entrevistas y encuestas realizadas. Sin su sinceridad, transparencia, honestidad e inmejorable disposición, no habría sido posible realizar este trabajo.

Página 5	1. Antecedentes
Página 7	2. Situación comercio Exterior
Página 12	3. Objetivo
Página 14	4. Ámbito de actuación
Página 21	5. Metodología
Página 30	6. Resultados
Página 74	7. Conclusiones. Acciones propuestas
Página 79	8. Bibliografía y Fotografía
Página 82	ANEXO 1 Análisis del comercio Exterior: España, Aragón y Huesca
Página 122	ANEXO 2 Base de datos del universo muestral
Página 139	ANEXO 3 Modelo de Encuesta



La Comarca del Somontano junto con el Ayuntamiento de Barbastro, el Centro de Desarrollo del Somontano y la Asociación de Empresarios de Barbastro, se han unido en el proyecto denominado "Red de Apoyo a Emprendedores en el Somontano". Las cuatro entidades suman, una vez más, esfuerzos humanos y económicos con el fin de fomentar el desarrollo de nuestro territorio, ayudando al tejido empresarial del Somontano.

El proyecto "Red de Apoyo a Emprendedores en el Somontano" ha recibido el apoyo de:

1. La Dirección General de Política de la Pequeña y Media Empresa, dependiente del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, con la concesión de una subvención de 41.172 euros, a ejecutar durante seis meses
2. La Caja de Ahorros y Monte de Piedad de Zaragoza, Aragón y Rioja –IBERCAJA- aportando una subvención de 5.000 euros.

El principal objetivo del proyecto es mejorar la calidad del servicio de apoyo que se presta a los emprendedores y empresas del Somontano, haciéndolo de una forma coordinada, y responder en mayor medida a sus necesidades, unificando métodos de trabajo y la oferta de nuevas herramientas de utilidad para el sector.

Una de las acciones que se van a desarrollar es el fomento de la internacionalización. Así, tras el diagnóstico y formación de los técnicos, se pondrá a disposición de las empresas interesadas una guía práctica sobre exportación y se realizará una jornada técnica.

El resto de acciones del proyecto permitirán coordinar la atención de cada consulta o proyecto atendido.

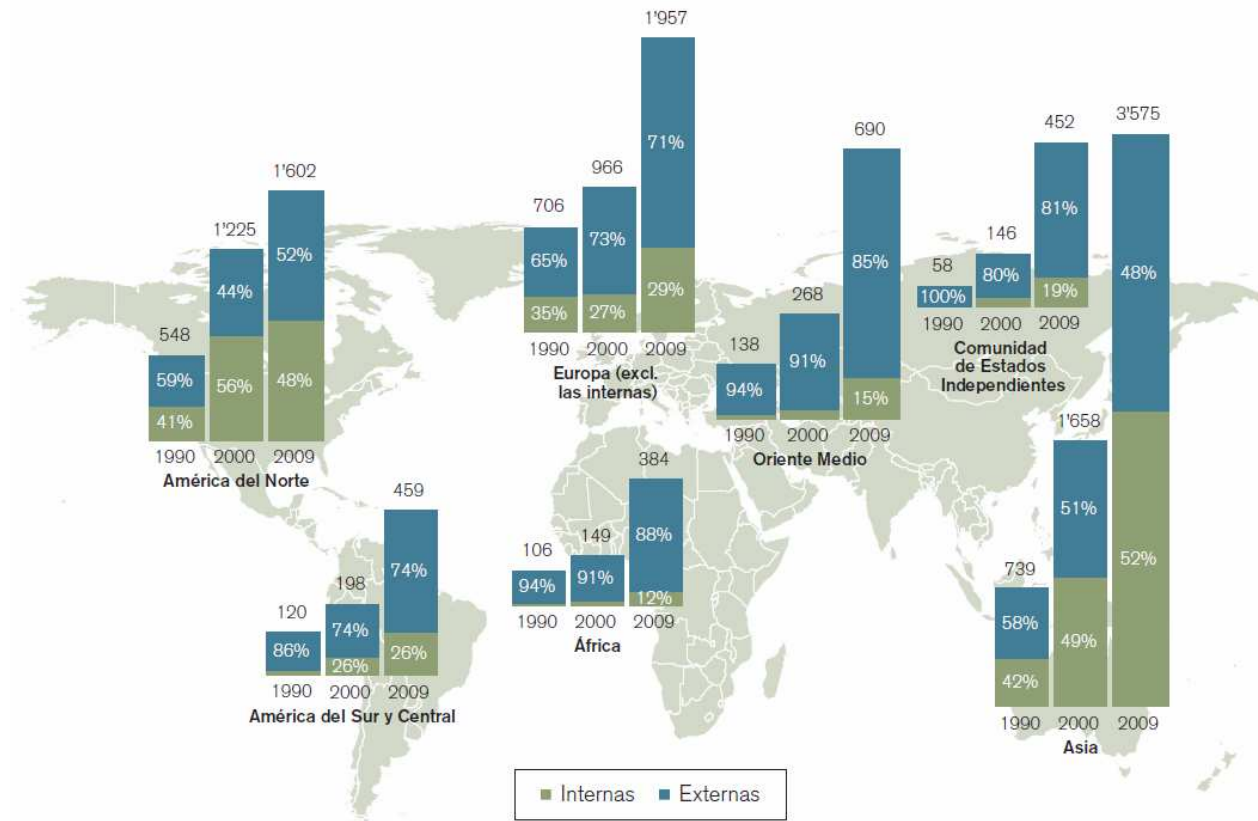


Desde los tiempos más remotos se tiene constancia de los movimientos de personas, del interés por el comercio entre pueblos, y la exploración de nuevos territorios con el fin de mejorar los niveles de renta y riqueza.

Se puede decir, por tanto, que la expansión comercial no es un proceso nuevo. Esto es así, básicamente, porque los intercambios comerciales, nacionales o internacionales, son positivos porque benefician a las dos partes.

El comercio se produce porque comprador y vendedor se benefician del trato, sin coacción. Sin embargo, es cierto

que esta expansión internacional no se ha percibido de una manera tan notable en otras épocas como ocurre en los últimos años. Los cambios producidos con la revolución tecnológica y la reducción de los costes de transporte, han hecho del mundo un mercado prácticamente único en el que las transacciones comerciales y empresariales son cada vez más frecuentes. Los mercados locales pasaron en un primer momento a ser comarcales, después regionales, nacionales, internacionales y, finalmente, se puede decir que ahora, en muchos casos, son prácticamente mundiales.



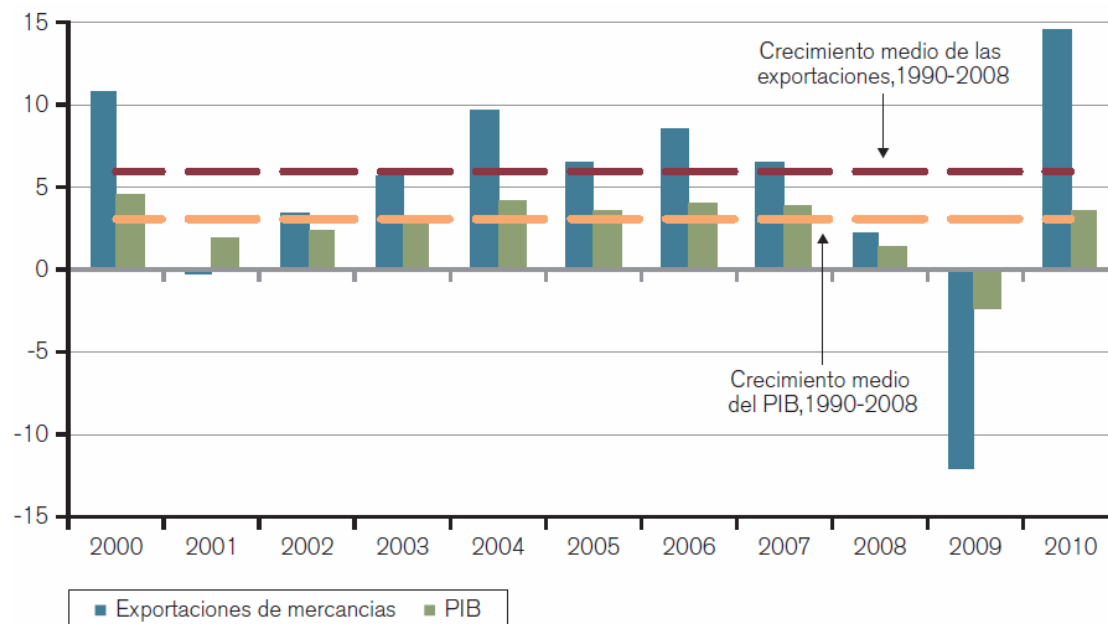
Fuente: Secretaría Organización Mundial de Comercio. Informe sobre Comercio Mundial 2011

En el ANEXO 1 Análisis del comercio Exterior: España, Aragón y Huesca, figura el análisis del comercio exterior del año 2011 realizado por el ICEX, no obstante a continuación se hace un pequeño comentario de la situación en estos tres escenarios.

Mundial

Las corrientes mundiales de comercio registraron una fuerte recuperación en 2010, después de haberse desplomado en 2009. Se observó un aumento sin precedentes en el volumen de las exportaciones de mercancías, ya que subieron un 14,5%, sostenidas por una recuperación de la producción mundial medida por el producto interior bruto (PIB) del 3,6%, lo que permitió que el comercio mundial volviese al nivel anterior a la crisis, aunque sin recuperar la tendencia a largo plazo.

Tanto el comercio como la producción crecieron con más rapidez en las economías en desarrollo que en las desarrolladas. Las exportaciones en volumen (es decir, en términos reales, considerando las variaciones de los precios y de los tipos de cambio) subieron un 13% en estas últimas, mientras que en las primeras el aumento llegó casi al 17%.



Las importaciones también marcaron diferencias acusadas en el comercio mundial, ya que aumentaron un 11% en las economías desarrolladas, mientras que en el resto del mundo el incremento fue de 18%. Es posible que los factores que contribuyeron a la extraordinaria disminución del comercio mundial, del 12%, en 2009 también hayan contribuido a la magnitud del repunte en 2010. Entre ellos están la amplitud de las cadenas mundiales de suministro y la composición por productos del comercio en comparación con la producción.

Fuente: Secretaría Organización Mundial de Comercio. Informe sobre Comercio Mundial 2011

Las cadenas mundiales de suministro hacen que las mercancías atraviesen fronteras nacionales varias veces durante el proceso de producción, lo que hace que aumenten las corrientes comerciales medias en comparación con los decenios anteriores. Las mercancías más afectadas por la reducción (bienes de consumo duraderos, maquinaria industrial, etc.) tienen una participación mayor en el comercio mundial que en el PIB mundial, lo que magnificó la caída del comercio en relación con el PIB en 2009 y tuvo un efecto positivo parecido durante la recuperación de 2010.

España

Los datos de la evolución del comercio exterior en España, publicados por la Agencia Estatal de Administración Tributaria de España, a fecha de marzo de 2012, recogen que en el mes de febrero de 2012, tanto las exportaciones como las importaciones muestran cierto dinamismo. Así, las primeras han crecido un 4,9% y las segundas un 6,6% en tasa interanual.

Los principales sectores exportadores españoles han sido bienes de equipo (17,9% del total mensual) y alimentos (15,4% del total). Los primeros han registrado un descenso interanual del 5,0%, mientras que los segundos han avanzado a tasas del 11,9%. En el resto de sectores, las ventas externas han experimentado avances excepto en automóvil, bienes de consumo duradero y semimanufacturas no químicas.

Con respecto a las importaciones se han registrado progresos en los sectores de productos energéticos, alimentos, productos químicos, automóviles y otras mercancías. Los productos energéticos constituyen el principal sector importador (25,4% del total mensual) aumentando un 31,2% interanual.

Las exportaciones dirigidas a la Unión Europea, que suponen un 64,8% del total mensual se han incrementado un 1,9% en términos interanuales, mientras las destinadas a países de la zona euro han retrocedido un 1,3%.

Las importaciones procedentes de la Unión Europea (51,5% del total) han crecido un 1,5% en tasa interanual.

Las ventas al resto de áreas geográficas experimentan avances, excepto a América Latina y América del Norte. Destacan los incrementos de las exportaciones dirigidas a África (31,8%) y Resto de Europa (16,8%).

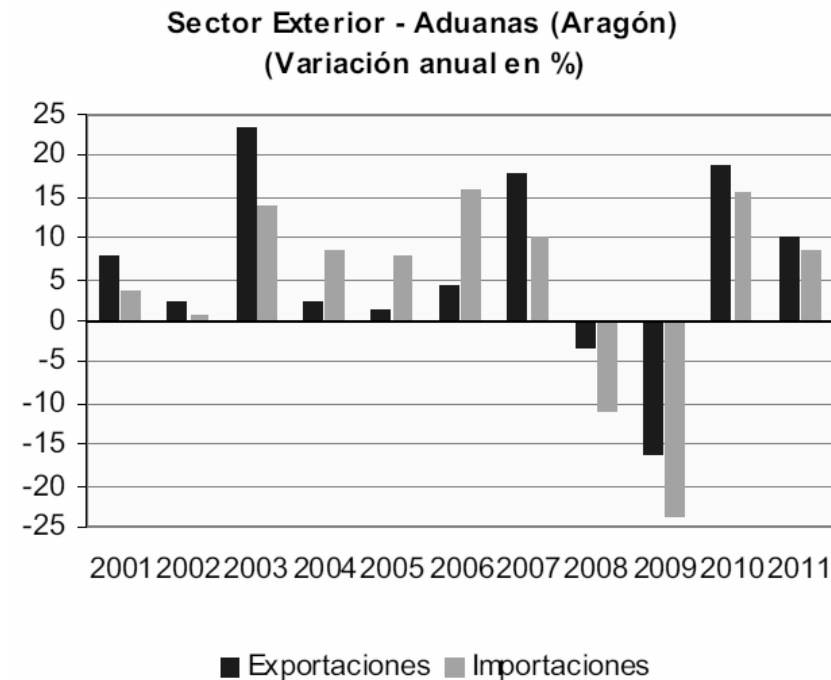
Las compras externas crecen interanualmente en febrero de 2012 en todas las áreas geográficas, excepto para Resto de Europa (-3,3%) y Asia (-6,2%).

Aragón

Los datos de comercio exterior para el conjunto de 2011 muestran que Aragón exportó bienes por valor de casi 9.300 millones de euros, mientras que importó por valor de casi 7.700 millones de euros, de forma que el superávit comercial se situó en más de 1.500 millones de euros en 2011, lo que representa alrededor del 4,5% del PIB estimado para Aragón.

Sin embargo, la evolución interanual, tanto de exportaciones como de importaciones, fue menos dinámica que la experimentada el año anterior; las primeras crecieron un 10,1% en 2011 (18,8 % en 2010), y las segundas lo hicieron un 8,5% en 2011 (15,5% en 2010).

No obstante, el principal aspecto a destacar es que en el cuarto trimestre se rompe el patrón que ha caracterizado la lenta recuperación económica experimentada en los dos últimos años por Aragón. El sector exterior y, en consistencia con ello, el industrial, eran los que estaban actuando como principales impulsores del ritmo de actividad, sin embargo, en el último trimestre de 2011 las exportaciones anotan una fuerte caída, mientras que la producción del sector industrial se reduce en términos interanuales.



Fuente: Informe 2011 Secretaría Organización Mundial de Comercio



3. OBJETIVO

Objetivo principal

Conocer y analizar la situación, actual y a futuro, del grado de internacionalización de las empresas de la Comarca de Somontano de Barbastro para, una vez conocidas sus necesidades, adaptar las políticas de apoyo a la internacionalización, y optimizar aquellos instrumentos que ayuden a impulsar las exportaciones e inversiones del Somontano en el exterior.

El nuevo entorno económico mundial convierte a la internacionalización en un factor de competitividad e incluso de supervivencia, por tanto, este diagnóstico se realiza con el objetivo de ayudar a las empresas a hacer frente a este nuevo entorno en el que la internacionalización no es una opción, sino una estrategia para muchas de ellas.

La tendencia general de las empresas sigue siendo la expansión internacional y la búsqueda de nuevos mercados, convirtiéndose la internacionalización en una decisión estratégica empresarial. La internacionalización es un concepto más amplio que el simple comercio de mercancías y servicios, incluye tanto la salida al exterior como la entrada de productos, servicios, información, etc.

Objetivos específicos

Disponer de un diagnóstico que permita identificar empresas con potencial exportador.

Conocer las capacidades internas para la internacionalización.

Identificar mercados potenciales.

Conocer las estrategias de exportación utilizadas por empresas con experiencia exportadora.

Minimizar los obstáculos a la exportación, identificando necesidades para impulsar el desarrollo de conocimientos habilidades y destrezas en la puesta en marcha de proyectos de internacionalización.

Identificar necesidades formativas para mejorar el grado de conocimiento de la operativa de internacionalización.



4. ÁMBITO DE APLICACIÓN



Fuente: www.comarcas.es

La **comarca de Somontano de Barbastro** está situada en el cuadrante noreste de la península Ibérica, en la Comunidad Autónoma de Aragón y en el centro geográfico de la provincia de Huesca. Tiene una superficie de 1167 km² y comprende 29 municipios

Se trata de una comarca con identidad propia, configurada a lo largo de la historia en torno a la ciudad de Barbastro, su capital, como centro de servicios.

Se ubica en una posición espacial estratégica, ya que ejerce de entrada a los valles orientales del Pirineo Aragonés y se encuentra atravesada por la carretera Nacional 240, y, actualmente, por la autovía Pamplona-Huesca-Lérida. Sus límites naturales están bien definidos: al norte, la Sierra de Guara, al este, la Sierra de Estadilla y el río Cinca; al oeste el río Alcanadre y al sur las llanuras monegrinas. Se trata pues de una zona de transición geográfica entre la quebrada orografía de la Sierra de Guara y los relieves tabulares de la zona meridional, que se manifiesta en un paisaje variado, y en un aprovechamiento diferenciado de los recursos naturales.

Desde el punto de vista de la organización territorial administrativa española, este territorio cuenta con una administración de carácter local, la Comarca de Somontano de Barbastro, entidad local de la Comunidad Autónoma de Aragón creada en el año 2002.

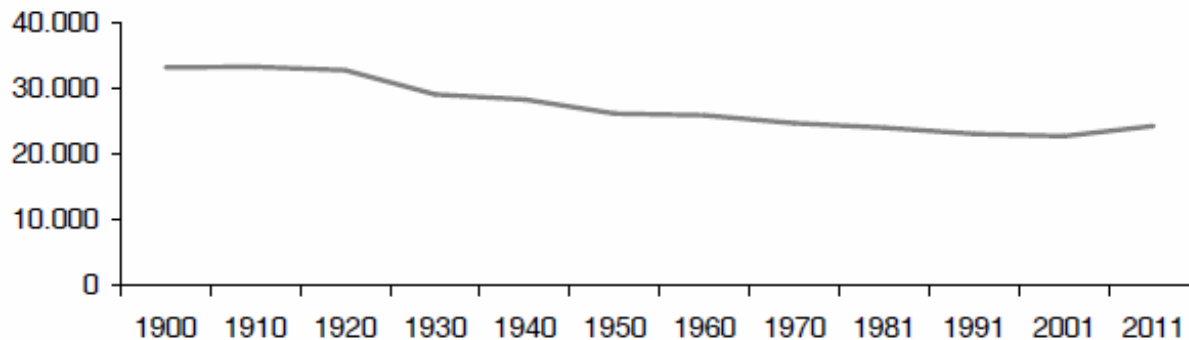
Está relativamente cerca y bien comunicada con áreas de gran desarrollo socioeconómico como Cataluña, Navarra, La Rioja y la ciudad de Zaragoza, y dista sólo algo más de 100 kilómetros de la frontera con Francia por el Pirineo Central (túnel de Bielsa).

El Somontano de Barbastro cuenta con una **población** de 24.304 habitantes, según datos del nomenclátor del padrón municipal de habitantes a 1-1-2011 del INE-IAEST que representa casi el 11% de la población de la provincia de Huesca y algo menos del 2% de la población aragonesa. Se trata de una comarca con una baja densidad de población, 20,8 hab/km², y en la que predomina el hábitat concentrado, ya que en la mayoría de sus 29 municipios la población se agrupa en un núcleo central.

El mayor municipio es Barbastro con 17.085 habitantes que agrupa el 70,29% de la población comarcal; los demás municipios no sobrepasan los 900 habitantes y 18 cuentan con menos de 250.

El grado de envejecimiento de la población es elevado, el 23% de la población comarcal es mayor de 65 años.

En el Somontano de Barbastro la población ha ido disminuyendo, de una manera constante durante el siglo pasado. Actualmente, comienzan a percibirse fenómenos nuevos en la dinámica demográfica, destacando la llegada de inmigrantes extranjeros. A lo largo de esta última década se ha producido un pequeño repunte.



Evolución de la población 1900-2011. Fuente INE-IAEST

El saldo que ofrecen los movimientos migratorios en la comarca en su conjunto desde el año 2001 es positivo.

Actividad económica

La **agricultura** en el Somontano es predominantemente de secano ya que del total de tierras de cultivo, se riega un 30% aproximadamente, los herbáceos ocupan la mayor parte de la superficie cultivada. La cebada está presente en todo el territorio y es el principal cultivo en cuanto a la superficie agrícola ocupada. En las áreas de regadío se cultivan, principalmente, maíz y alfalfa, siendo los cultivos industriales (girasol, lino y cáñamo) menos extendidos.

De los cultivos leñosos, el viñedo es el más extendido y el que ha experimentado mayor crecimiento en las últimas décadas. Desarrollo propiciado por la creación de la Denominación de Origen del Somontano y sus bodegas. El segundo cultivo leñoso es el almendro de secano. Con una extensión similar, el olivo se erige como el tercer cultivo leñoso por su superficie. El aceite de la zona es de gran calidad y constituye un interesante potencial para la diversificación agrícola.

A la huerta tradicional hay que añadir las nuevas zonas de riego, y el fomento del tomate rosa de Barbastro, impulsado por la Asociación de Hortelanos y amigos de la Huerta del Altoaragón y las diferentes entidades y administraciones comarcales y locales.

La **ganadería** en el Somontano ha sufrido una importante transformación. Dentro de las especies ganaderas, el porcino es el sector más importante desde el punto de vista económico. En orden de importancia sigue la ganadería de ovino y caprino.



La economía del Somontano está diversificada; prueba de ello es que el **sector industrial** ocupa un lugar importante, al



igual que el **sector servicios** liderado por el turismo. Atendiendo al número de empresas y trabajadores, destaca el sector de la metalurgia y construcción de maquinaria, el agroalimentario (bodegas,almazaras e industrias cárnicas fundamentalmente), las industrias químicas y otros productos minerales no energéticos y, también, el sector de la madera.

Las empresas de los municipios rurales del Somontano se dedican mayoritariamente al sector del metal, a la transformación agroalimentaria y, en menor medida, a la transformación de la madera.

El municipio de Castejón del Puente posee un interesante tejido industrial, motivado por la existencia de suelo y por su excepcional situación junto a la carretera nacional 240, entre Barbastro y Monzón.

El sector agroalimentario merece una especial consideración. La industria del vino con 34 bodegas en el marco de la Denominación de Origen Somontano, situadas en localidades colindantes con el municipio de Barbastro, es la que genera mayor empleo e inversión en la comarca.



También las empresas cárnicas son muy dinámicas, impulsando en los últimos años proyectos de crecimiento y mejora de la calidad. El sector del aceite de oliva tiene una gran capacidad productiva, y está inmerso en una dinámica de modernización.

Otras industrias que están presentes son las de elaboración de quesos, miel y, a más distancia, las del sector de panadería y repostería.



En la última década destaca la actividad de una decena de empresas artesanas que elaboran una variada gama de productos (quesos, mermeladas, pastas artesanas, etc.), apoyándose en materias primas del territorio, métodos de elaboración tradicional, etc., y que conforman una atractiva oferta de productos locales.

La **construcción**, que era un sector muy dinámico en la comarca, ha sufrido en los últimos cuatro años un descenso de la actividad muy acusado, ya que muchas empresas han cesado su actividad.



El 53% de la población activa se dedica a alguna **actividad terciaria**. En primer lugar, destaca el comercio, centrado en la cabecera de comarca. La especialización comercial de Barbastro es tan importante que su ámbito de influencia excede del territorio comarcal. Las empresas que centran su actividad en la reparación de vehículos, transportes y comunicaciones, peluquerías, servicios profesionales y oficios, servicios a las empresas, entidades financieras, actividades inmobiliarias... son algunas de las actividades propias de una cabecera de comarca que da servicio a más de 24.300 habitantes.

Los servicios públicos, la sanidad, la educación y la administración pública también se concentran en Barbastro.

El **sector turístico** de la comarca está consolidado y en constante crecimiento, es dinámico e incorpora nuevos productos, ornitología, BTT, etc.

El mayor crecimiento se produjo a lo largo de la década de los 90 debido a la puesta en valor de los recursos naturales y culturales, a los nuevos hábitos de ocio y el crecimiento del turismo de interior y religioso, todo ello ha contribuido a aumentar el número de visitantes, permitiendo la diversificación y el crecimiento de los establecimientos turísticos. Las localidades del entorno de la Sierra de Guara concentran la mayoría de las empresas turísticas de deporte y aventura y en El Grado y Naval las de turismo religioso.



5. METODOLOGÍA

Internacionalización es un concepto multidimensional, por ello no es de extrañar que la medida del grado de internacionalización sea un asunto difícil, sujeto a discusión desde hace tiempo y que refleja la propia complejidad del proceso de internacionalización.



Esquema de la Metodología de Trabajo

Recopilación de información

Ha jugado un papel muy importante, en la planificación de la metodología para la realización del diagnóstico, la información recopilada del tejido empresarial de nuestro territorio.

La tipología de la información analizada ha sido diversa, desde bases de datos de empresas ubicadas en el Somontano a datos estadísticos, estudios específicos y documentos técnicos, realizados por diferentes entidades sectoriales o Administraciones Públicas, hasta entrevistas personales con representantes de asociaciones.

Entre las fuentes de información consultadas cabe destacar, además de las bases de datos documentales de las entidades promotoras:

- Asociación de Empresarios Valle del Cinca.
- Consejo Regulador de la Denominación de Origen Somontano.
- Asociación Agraria de Jóvenes Agricultores, ASAJA Barbastro.
- Asociación de hortelanos y amigos de la huerta del Altoaragón.
- Cámara de Comercio e Industria de Huesca.
- Observatorio Socioeconómico de la Provincia de Huesca.
- Fundación Economía Aragonesa.
- Instituto Aragonés de Estadística.

Cuestionario

Las encuestas se han diseñado integrando los diversos factores que definen el grado de internacionalización de las empresas, de modo que sirvan para seguir su evolución.

En la elaboración del cuestionario, véase ANEXO 3, se recogieron los principales aspectos relacionadas con la internacionalización de las empresas, las instituciones de apoyo a la internacionalización y el entorno económico. Dicho cuestionario constó de 43 preguntas divididas en 3 BLOQUES:

- BLOQUE 1, caracterización de la empresa.
- BLOQUE 2, encuesta para empresas que **no exportan**.
- BLOQUE 3, encuesta para empresas que **exportan**.

En estos tres bloques se incluyeron, tanto preguntas múltiples como de valoración, así como la pregunta filtro que permitió diferenciar entre empresas internacionalizadas y no internacionalizadas adaptando las cuestiones a cada una de ellas. El cuestionario incluyó, también, una pregunta abierta en la que las empresas pudieron expresar sus principales demandas respecto a la política de apoyo a la internacionalización.

En aquellas cuestiones en que el encuestado tenía la opción de elegir varias respuestas -1.14, 2.4, 2.5, 2.6, 2.8,2.9, 2.10, 3.3, 3.4, 3.6, 3.7, 3.8, 3.9, 3.12, 3.13 y 3.14- los histogramas se han realizado calculando la representatividad en base al total de empresas que han participado, no al número total de respuestas.

El proceso de elaboración ha supuesto un minucioso trabajo en el que han participado activamente todas las Instituciones: Asociación de Empresarios de Barbastro, Ayuntamiento de Barbastro, Centro de Desarrollo del Somontano y Comarca de Somontano de Barbastro.

Además, para asegurar su eficacia, el cuestionario fue testado, antes de su utilización, a fin de evaluar la claridad de las preguntas y su comprensión.

Diseño muestral

Una vez definidas las bases de datos de las empresas ubicadas en el Somontano que conforman la muestra, se concretaron el universo y el tamaño muestral necesario, véase ANEXO 2 base de datos del universo muestral.

Para diagnosticar el grado de internacionalización de las empresas del Somontano de Barbastro se seleccionó una muestra dada la imposibilidad de encuestar a todas las empresas y entendiendo como muestra, una parte representativa de la población. El muestreo es una herramienta de la investigación científica, cuya función básica es determinar qué parte de una población debe examinarse, con la finalidad de hacer inferencias sobre dicha población.

Dado el conocimiento que se tiene de las empresas del Somontano por las asociaciones y entidades promotoras de este diagnóstico, el elevado número de empresas existentes en el Somontano, la gran diversidad de sectores en los que se insertan y de situaciones en las que se encuentran, se decidió realizar la encuesta a una muestra estratégica, que no tiene un carácter rigurosamente representativo del total de empresas ubicadas en el Somontano, pero que es la estrategia de estudio universalmente aceptada en el ámbito científico para acometer este tipo de análisis cuando no hay información suficiente sobre el universo con el que se trabaja y/o existen serias dificultades para acceder a él.

La muestra final, utilizando esta estrategia, fue de 176 empresas del Somontano.

Puesto que no pudo aplicarse un riguroso criterio de representatividad estadística con el universo de análisis, las muestras estratégicas debían mostrar su consistencia utilizando otros criterios que, en este caso, se han cumplido totalmente. Estos criterios son básicamente dos:

1. Que no exista orientación previa alguna ni ningún intento de estimular a unas empresas y no a otras para que participen; es decir, que las empresas hayan participado en la encuesta con absoluta libertad.
2. Que el número de empresas participantes haya sido lo suficientemente elevado.

En lo concerniente a esta encuesta, las dos premisas básicas se han cumplido con total satisfacción.

En consecuencia, y en términos técnicos, al valorar los resultados de la encuesta debemos referirnos al total de empresas encuestadas. Pero, por extensión, contamos con las garantías necesarias para deducir que los mismos reflejan suficientemente lo que sería la opinión de las empresas del Somontano de Barbastro.

A continuación se realiza el cálculo del tamaño muestral mínimo, **n**, con un nivel de confianza superior al 90% y un error de estimación inferior al 10%, a fin de comprobar la fiabilidad de los datos obtenidos.

El tamaño de la muestra depende del grado de confianza y error muestral que se quiera permitir en la investigación y viene determinado por la Ley de Probabilidad de Gauss o Studen.

Universo N=269

Selección muestral: n₁=176

92% confianza y 8% error

n	?	
e ₁	0,08	
e ₁ ²	0,01	
Z ₁	1,75	n= 82,75
Z ₁ ²	3,06	
N	269,00	
p	0,50	
q	0,50	

91% confianza y 9% error

n	?	
e ₂	0,09	
e ₂ ²	0,01	
Z ₂	1,69	n= 66,46
Z ₂ ²	2,86	
N	269,00	
p	0,50	
q	0,50	

Participación final: n₂= 74, tal y como se observa en las tablas precedentes, el valor 74 está comprendido entre los valores "n" obtenidos, por lo tanto el tamaño muestral tiene un nivel de confianza por encima del 91% y un error de estima entre el 8 y 9%.

Trabajo de campo

El trabajo de campo se llevó a cabo durante los meses de febrero y marzo de 2012.

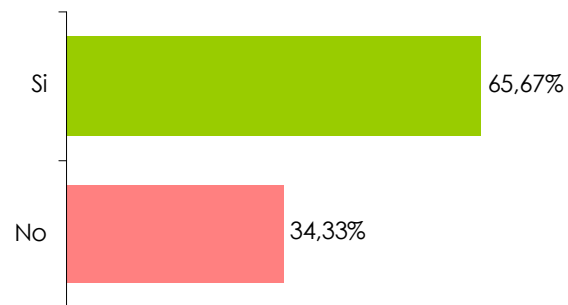
El primer contacto se realizó con todas las empresas seleccionadas, universo 269 empresas, vía telefónica. La conversación telefónica se iniciaba, en todos los casos, solicitando ser atendido por la persona responsable de la comercialización, y posteriormente se explicaba el motivo de la realización del diagnóstico.

En esta misma llamada se les solicitaba su participación en la realización del diagnóstico, y se les daba la posibilidad de realizar la encuesta en función de su disponibilidad. Todo para facilitar su cumplimentación y favorecer una mayor participación de las empresas.

- Presencial.
- Correo electrónico.
- Telefónica.

A todas aquellas empresas que accedieron a participar y eligieron la opción de realizar la encuesta por correo electrónico, se les remitieron recordatorios, tanto por vía electrónica como por vía telefónica, en un mínimo de tres ocasiones, a la semana de enviar la encuesta, a las dos semanas, y unos días antes del cierre en la recopilación de encuestas.

El hecho de acceder a la participación inicial definió la selección muestral, 176 empresas, de las 268 empresas que componen el universo.



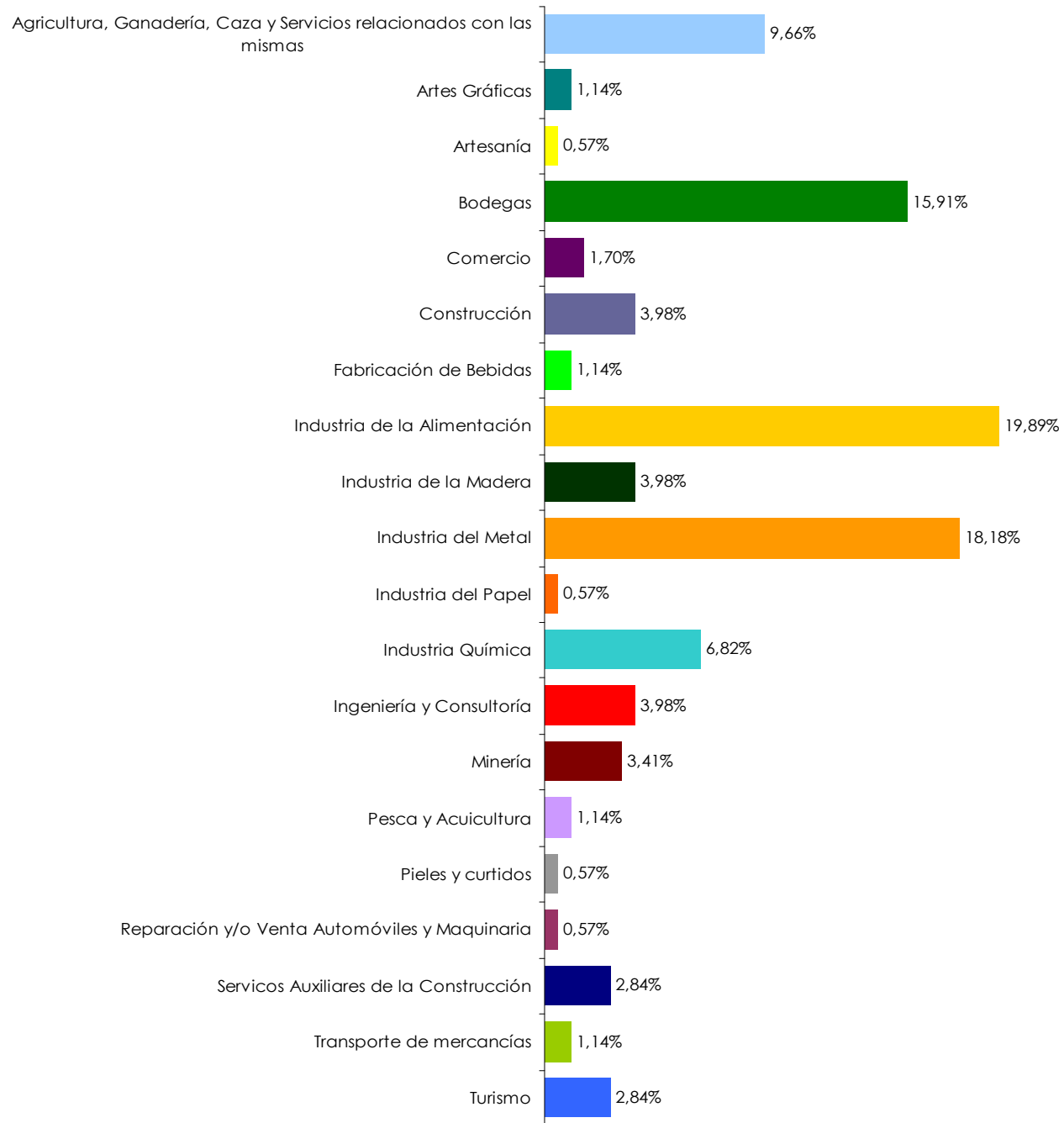
Selección muestral, partiendo de un universo de 268 empresas

Este histograma representa la distribución por sector de actividad de las 176 empresas que componen la selección muestral.

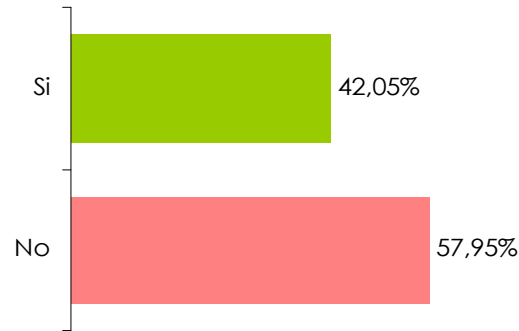
Las empresas están distribuidas reflejando la realidad económica del Somontano, y no por partidas arancelarias, ya que esta clasificación no mostraría la situación empresarial del Somontano.

Todos los sectores económicos están representados en la selección muestral. La mayor representación la ostentan la industria alimentaria y la industria del metal, seguidas muy de cerca por la industria vitivinícola, bodegas.

Sectores con presencia en la actividad productiva del Somontano como la Agricultura/Ganadería así como la Industria Química ocupan el cuarto y quinto lugar, respectivamente.



La participación final ha sido de 74 empresas participantes, partíamos de una selección muestral de 176 empresas y de un universo de 268 empresas.

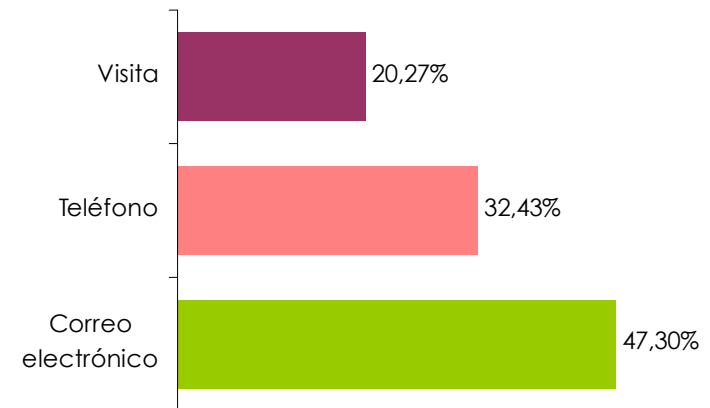


Porcentaje de participación final, partiendo de una selección muestral de 176 empresas

La encuesta presencial fue la opción menos elegida por los participantes, 20,27% -15 entrevistas-, aduciendo, en todos los casos, falta de disponibilidad, bien por ser un número reducido de empleados bien por comodidad.

Las entrevistas tuvieron una duración media de 45 minutos. El orden establecido para realizar las entrevistas se determinó en función de la disponibilidad de los encuestados y la ubicación de las empresas, e intentando causar la menor extorsión en su actividad diaria.

La encuesta telefónica ha sido la opción más eficiente, obviando, por supuesto la entrevista personal, que siempre es la opción en la que se transmite la parte subjetiva.



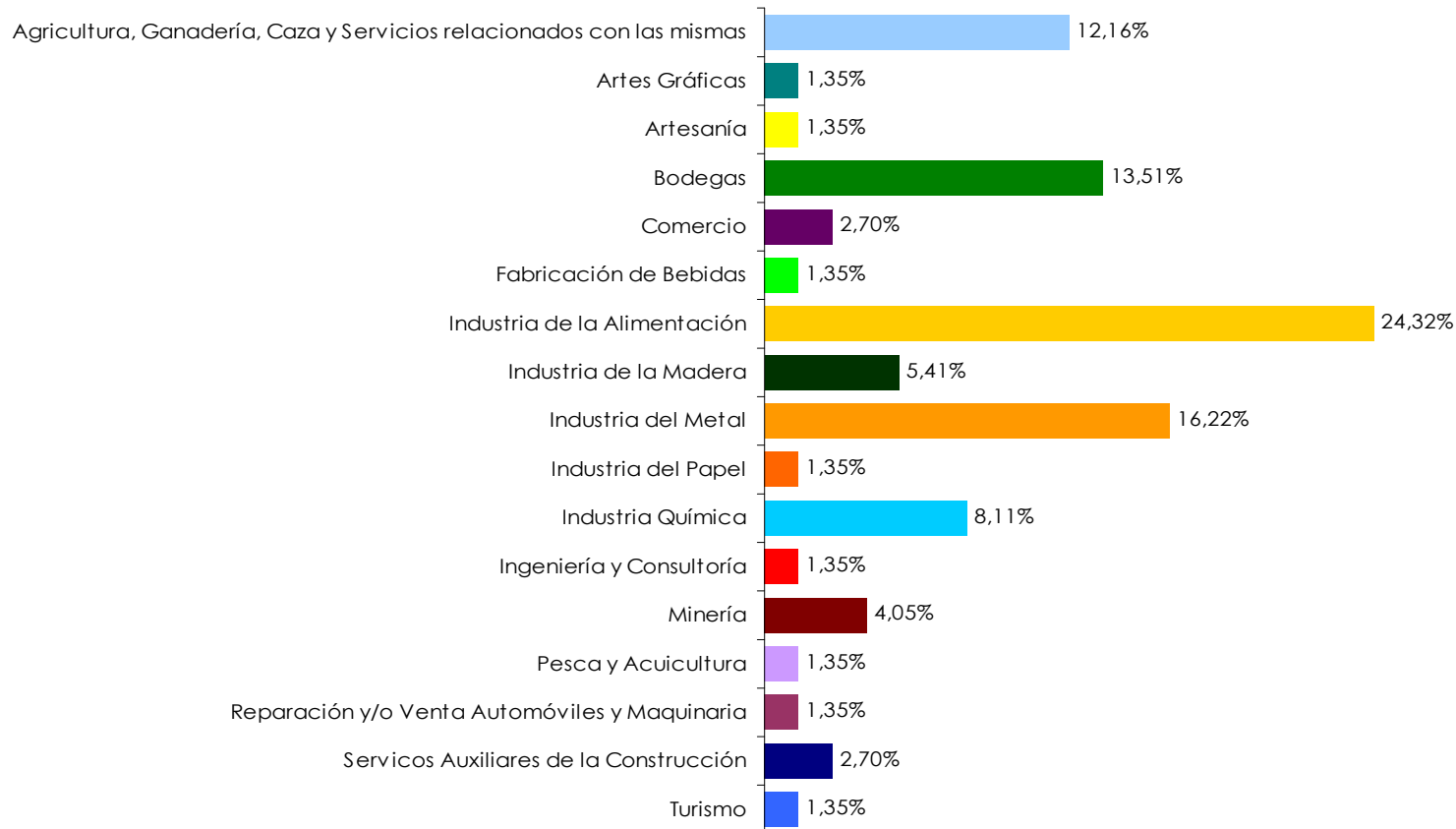
Distribución porcentual del modo de participación



6. RESULTADOS

Se inicia el apartado RESULTADOS con la **caracterización** de las **74 empresas que han participado** en el DIAGNÓSTICO DEL GRADO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS DE LA COMARCA DE SOMONTANO DE BARBASTRO:

- Los datos correspondientes a la caracterización de las empresas**, razón social, dirección, etc., respuestas del BLOQUE 1, **preguntas desde la 1.1 a la 1.8** pueden consultarse en el ANEXO 2: Base de datos del Universo Muestral.
- Sector de actividad en el que operan, pregunta 1.9 del cuestionario.** Los sectores se han modificado respecto a los indicados en la encuesta, reflejando y adaptándose a la realidad económica del Somontano, de tal forma que puede compararse este histograma, con el que figura en la página 28 "Sector de actividad de las 176 empresas que componen la selección muestral", evidenciando la representación proporcional de la actividad económica del Somontano.



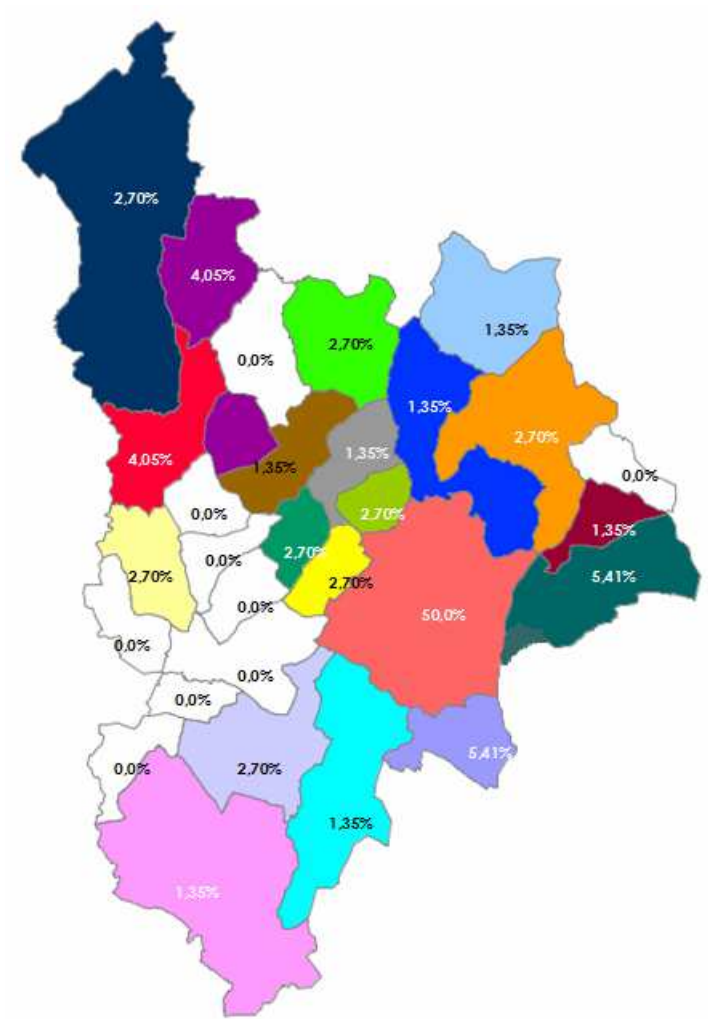
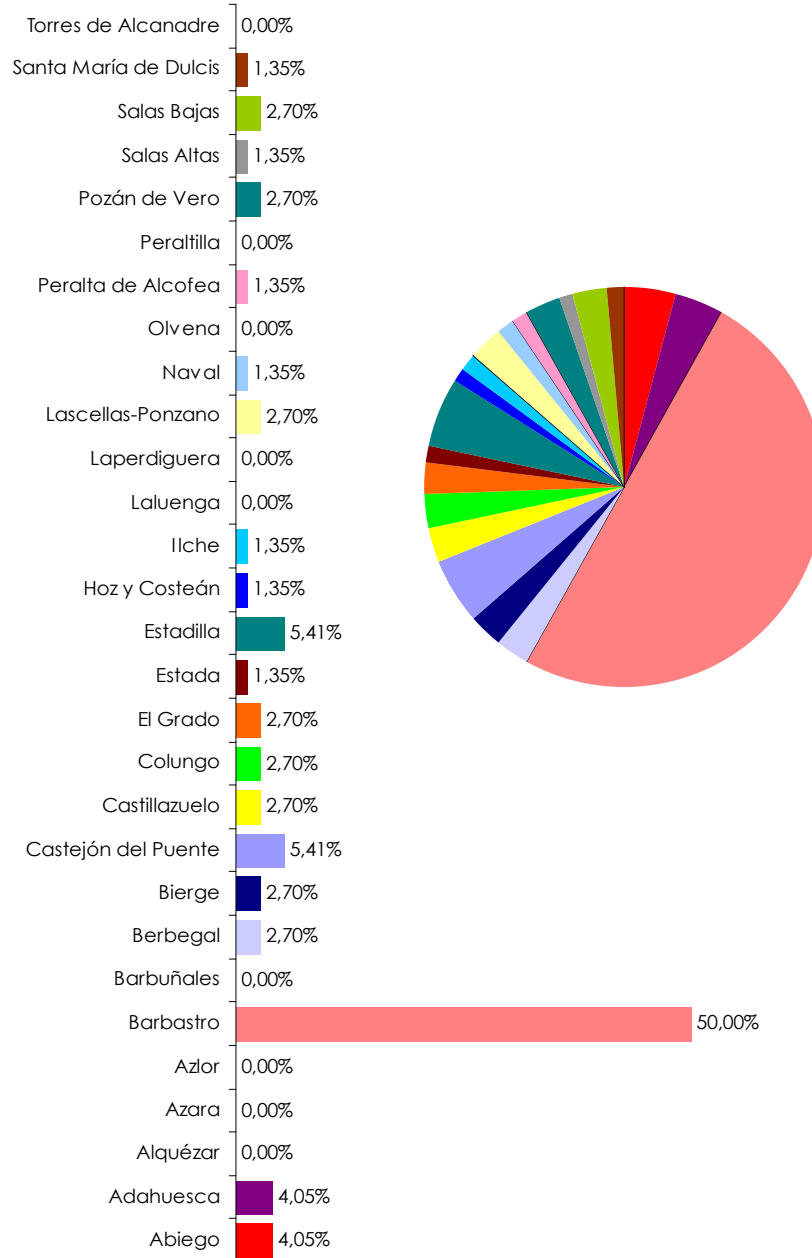
3. Localización

En la representación gráfica adjunta figura la distribución geográfica de las empresas que han participado en el Diagnóstico.

Nueve municipios no tienen representación. El tejido empresarial está formado, sobre todo por:

- Pequeñas empresas agrícolas y ganaderas.
- Turismo, como es el caso de Alquézar.
- Pequeños talleres y comercios.

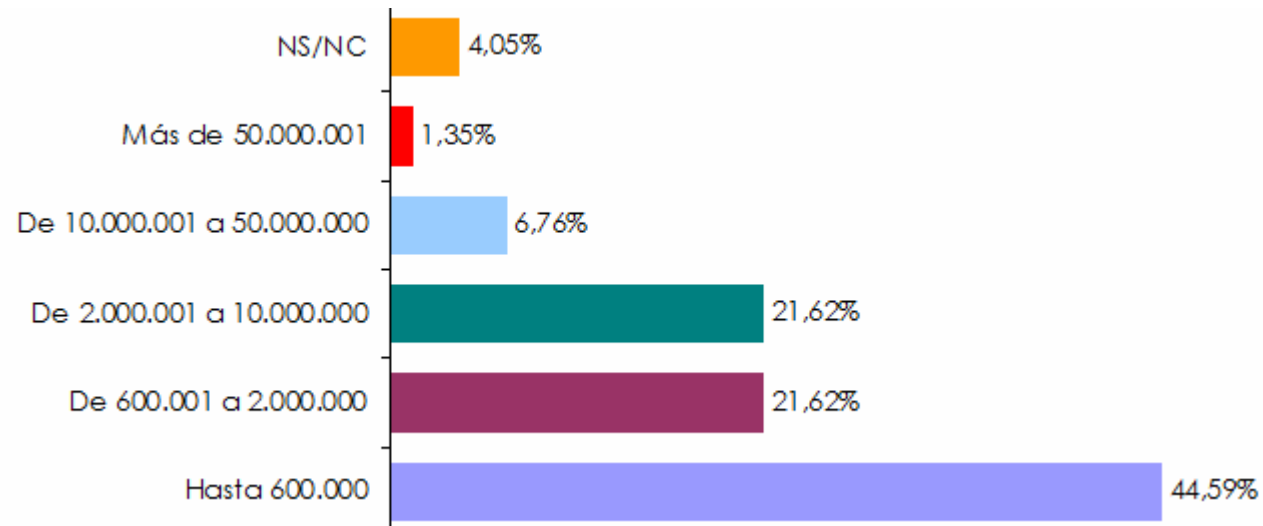
Barbastro aglutina al 50% de las empresas que han participado en el Diagnóstico, la razón viene dada por la ubicación de polígonos industriales donde se asientan un importante número de empresas.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos SITAR

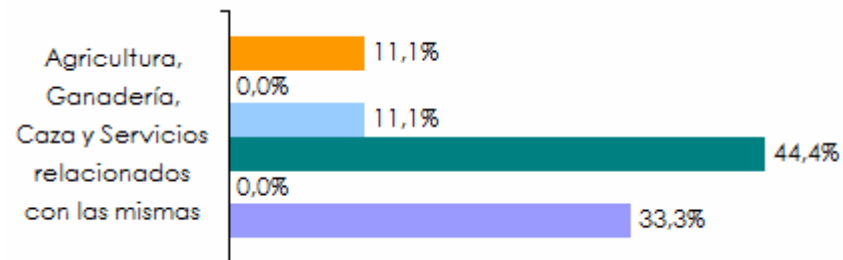
4. Volumen de facturación anual, pregunta 1.10 del cuestionario

En términos absolutos la clasificación de las empresas en función de su facturación se muestra en el siguiente gráfico, casi el 45% tienen una facturación inferior a 600.000€.

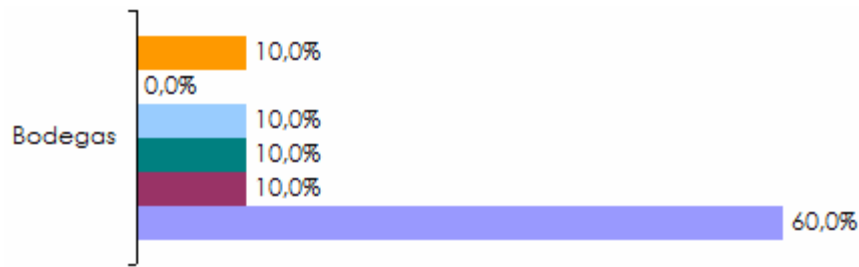


A continuación se representa el volumen de negocio de las empresas participantes de cada uno de los cinco sectores más representativos.

En el **sector agrícola, ganadero, caza y servicios relacionados con las mismas** no hay empresas que facturen más de 50.000.000€, pero es un hecho destacable que casi el 45% de las empresas facturan más de 2.000.000€.



No es de extrañar el alto porcentaje de empresas que responde NS/NC dado el rechazo, que hay en el sector primario, a facilitar este tipo de datos, observaremos que en el sector bodegas ocurre algo similar.

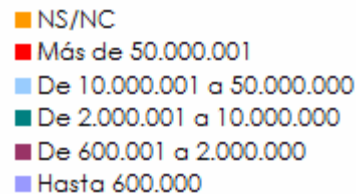
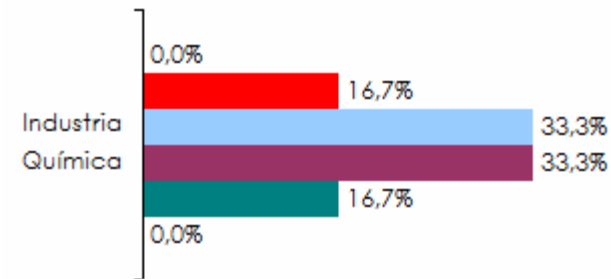
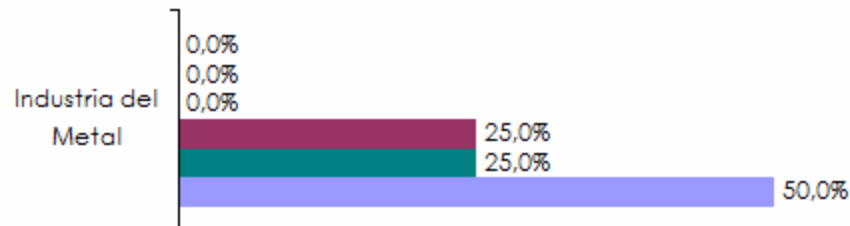
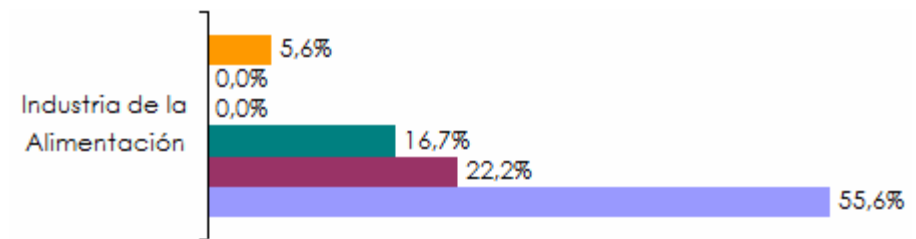


cuando se analicen los datos del BLOQUE 3 EMPRESAS EXPORTADORAS. El resultado nos proporcionará información acerca de la influencia del volumen de facturación en la internacionalización o no de la empresa.

Sin embargo en sectores industriales, como el químico y el metal, todas las empresas cumplimentan este dato.

Las empresas de mayor volumen de facturación se concentran en la **industria química**, no hay diagnosticada ninguna empresa con una facturación inferior a 600.000€. Esto contrasta con las **bodegas** y la **industria del metal** donde el porcentaje mayoritario son empresas con facturación inferior a 600.000€.

Es interesante cruzar estos datos con las empresas exportadoras,

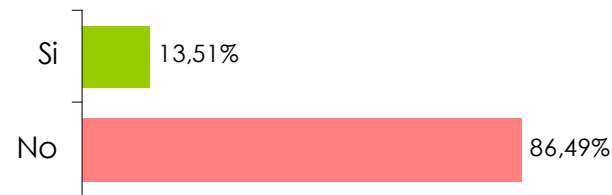


5. Pertenencia a Grupo empresarial, pregunta 1.11 del cuestionario.

Aproximadamente el 13% de las empresas entrevistadas pertenecen a un grupo empresarial, siendo en la mayoría de los casos grupos empresariales de ámbito internacional. Las empresas de los sectores alimentación y bodegas forman parte de grupos empresariales de capital nacional.

El motivo de realizar esta pregunta es evidenciar la relación existente entre formar parte de un grupo empresarial y la capacidad de internacionalización de la empresa. Las empresas que se integran en un grupo empresarial se distribuyen:

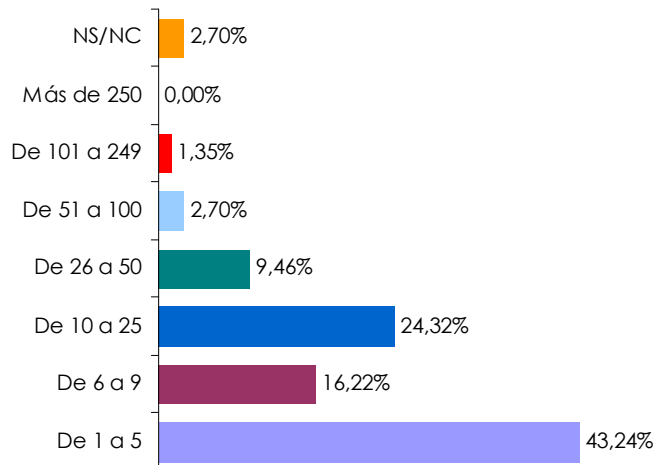
- 40% Sector Químico
- 20% Bodegas
- 20% Industria del Metal
- 10% Acuicultura
- 10% Alimentación



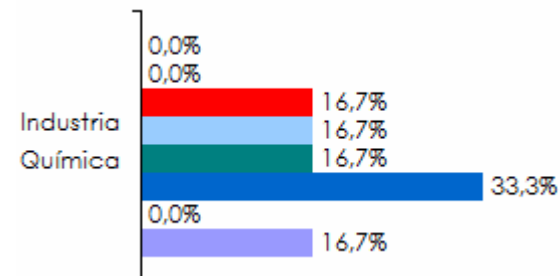
El 100% de las empresas que pertenecen a un grupo empresarial comercializan sus productos en el mercado internacional, es claro que estar integrado en (por no repetir pertenecer) un grupo empresarial propicia la entrada en diferentes mercados.

6. Número de empleados, pregunta 1.12 del cuestionario

Más de la mitad de las empresas que han participado en el diagnóstico del grado de internacionalización del Somontano son micropymes, empresas de menos de 10 trabajadores. No hay ninguna gran empresa, de más de 250 trabajadores.

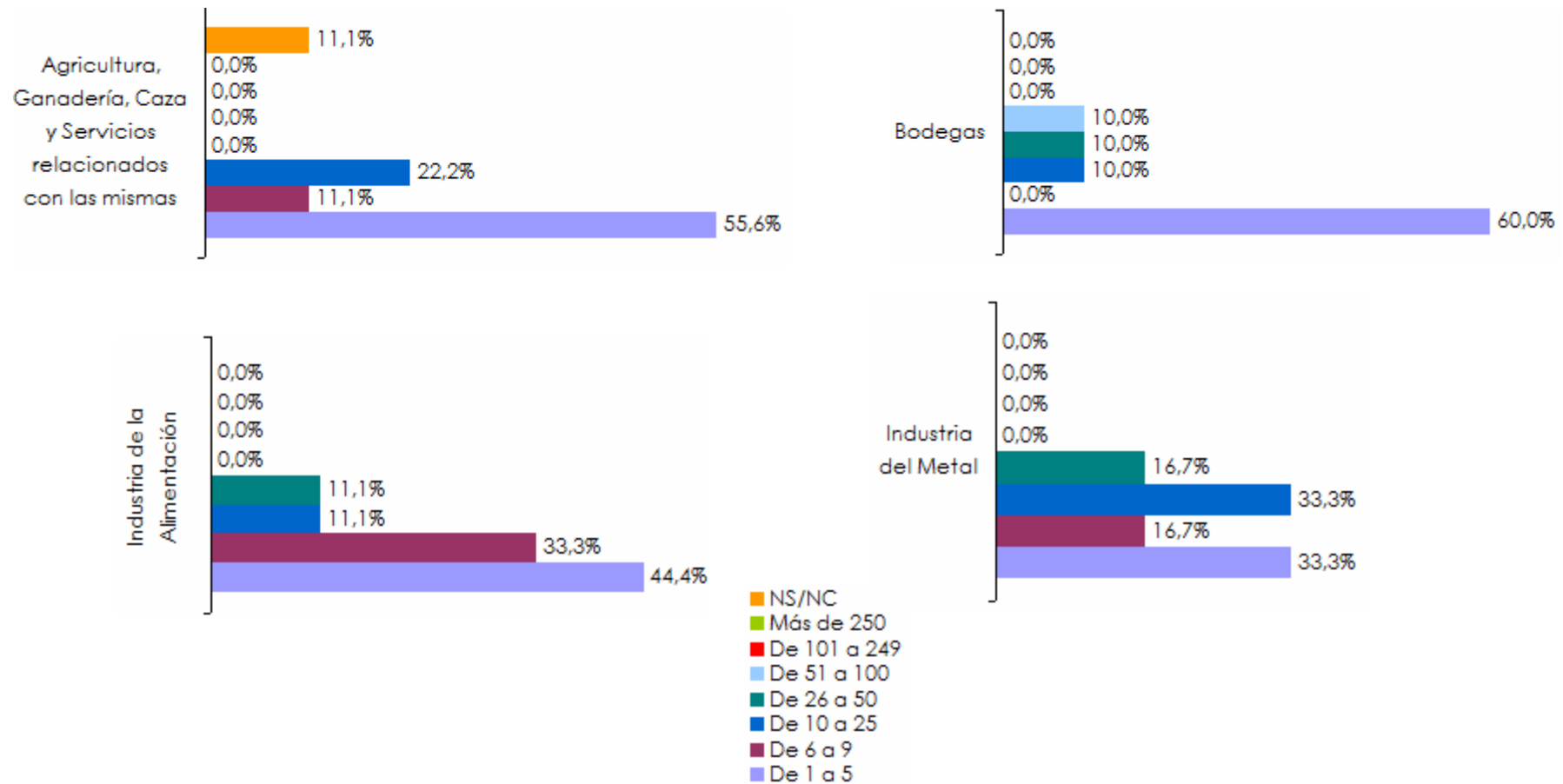


El **sector químico** es el único que está representado con una mediana empresa y donde las empresas tienen un mayor número de empleados.



Las **bodegas** y la **agricultura/ganadería** son sectores donde predominan las micropymes, más del 50%. La actividad relacionada con estos sectores es estacional, tiene unos meses en los que se precisa personal temporal que no han sido considerados en la plantilla a la hora de responder al cuestionario.

Como dato anecdótico y repetitivo, el sector primario es el más reacio a facilitar datos, tanto de facturación como de número de empleados, dado que más de un 11% que elige la opción de NS/NC, a pesar de no figurar como opción en ambos casos.



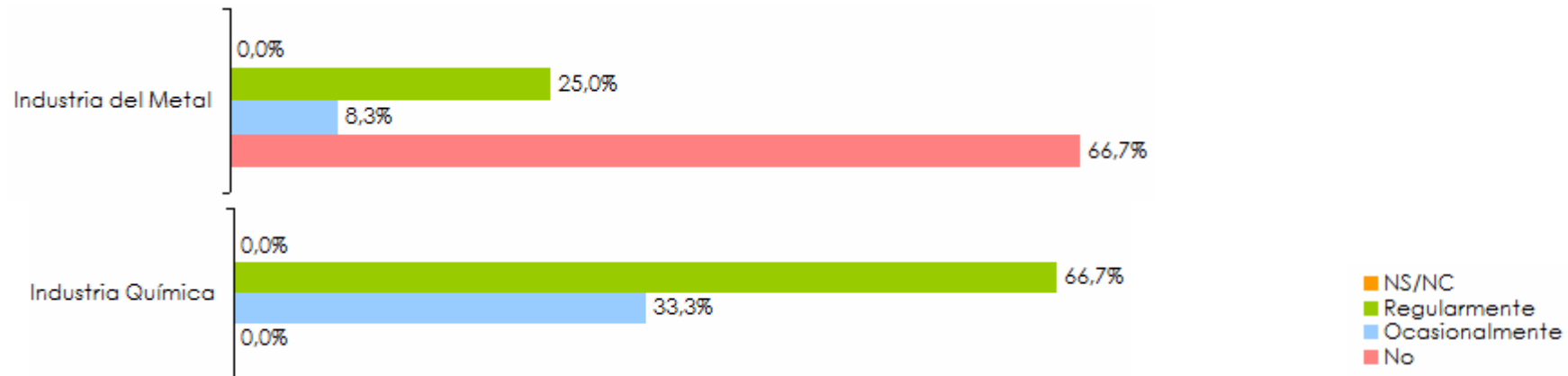
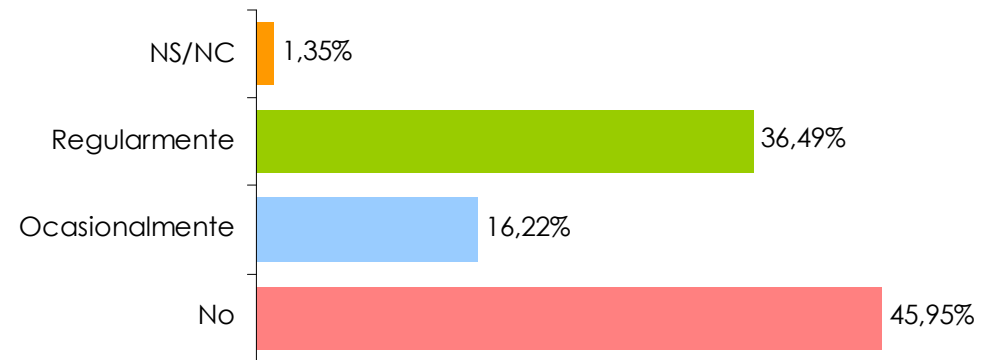
7. Exporta o NO exporta en los últimos cuatro años, pregunta 1.13 del cuestionario

Esta cuestión hace referencia a los últimos cuatro años para que el dato resultante muestre la realidad del grado de internacionalización, sin la influencia de la situación de crisis en la que estamos inmersos desde el año 2007-2008, que ha llevado a muchos empresarios a iniciarse en los últimos dos años en la apertura de mercados en otros países.

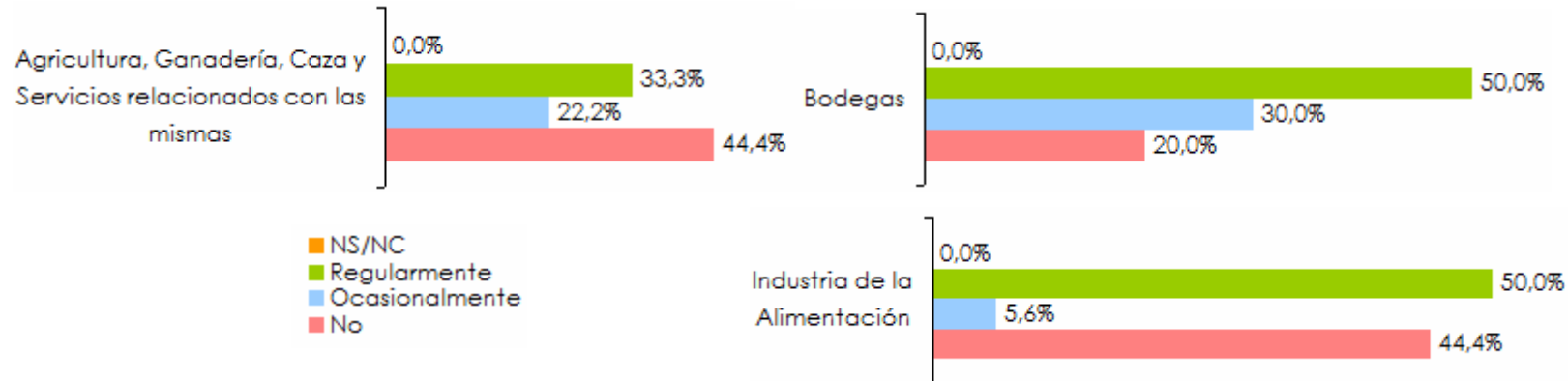
En valores absolutos, tal y como muestra el gráfico, más del 36% de las empresas exportan de forma regular, y casi el 20% lo hacen ocasionalmente, la mayoría de ellos para reducir el riesgo de su empresa y aumentar los beneficios.

Se puede concluir que aunque el perfil del empresario ubicado en el Somontano es comercial, todavía más del 45% de las empresas no han comercializado, ni tan siquiera intentado exportar sus productos/servicios.

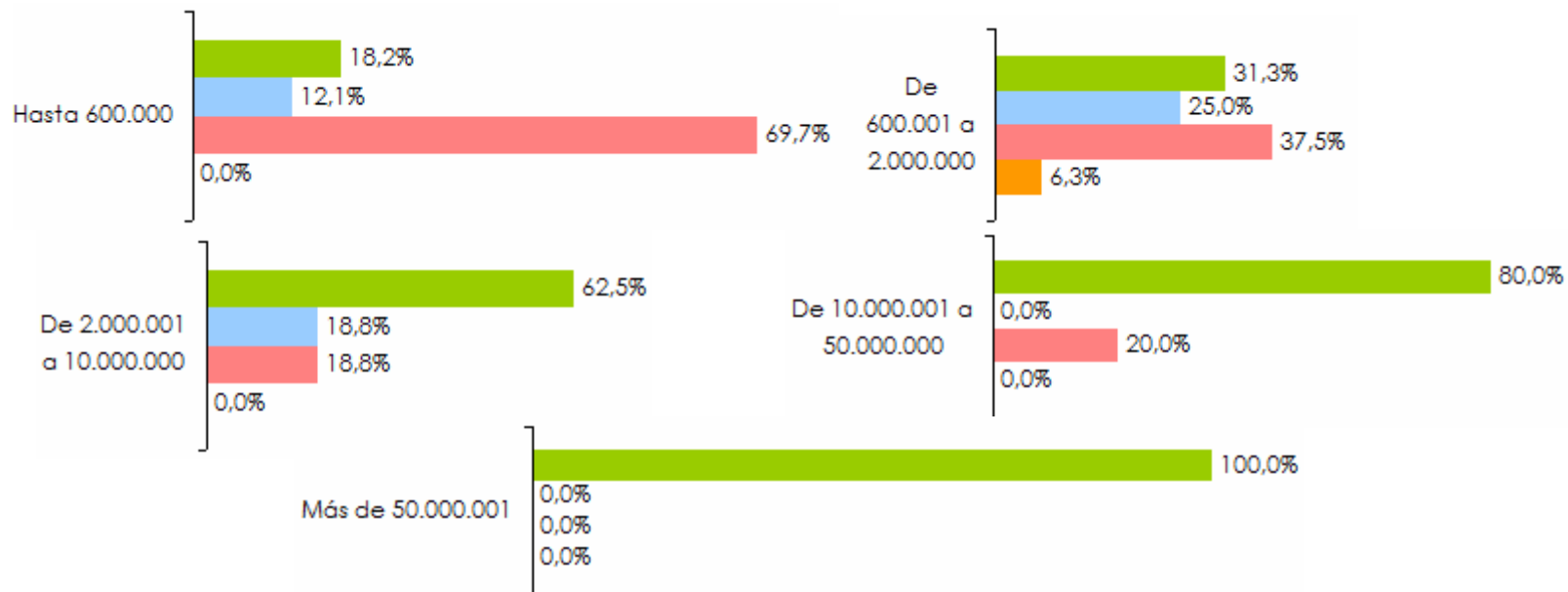
A continuación, se muestran dos sectores que operan de forma diferente, todas las empresas del sector industria química exportan, en contraposición más del 66% de la industria del metal nunca ha exportado.



A continuación, se expone el comportamiento en el grado de exportación de los sectores relacionados con la industria agroalimentaria, mostrando comportamientos bastante similares.



En los siguientes gráficos se han cruzado los datos con los referentes al volumen de facturación, el resultado es claro y obvio, la facturación es proporcional al grado de internacionalización.

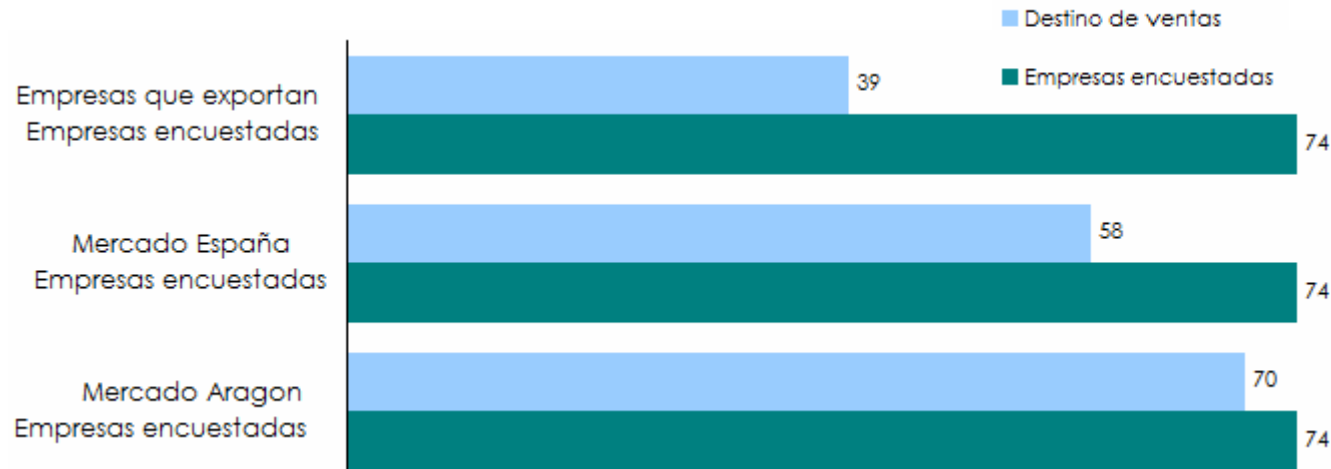


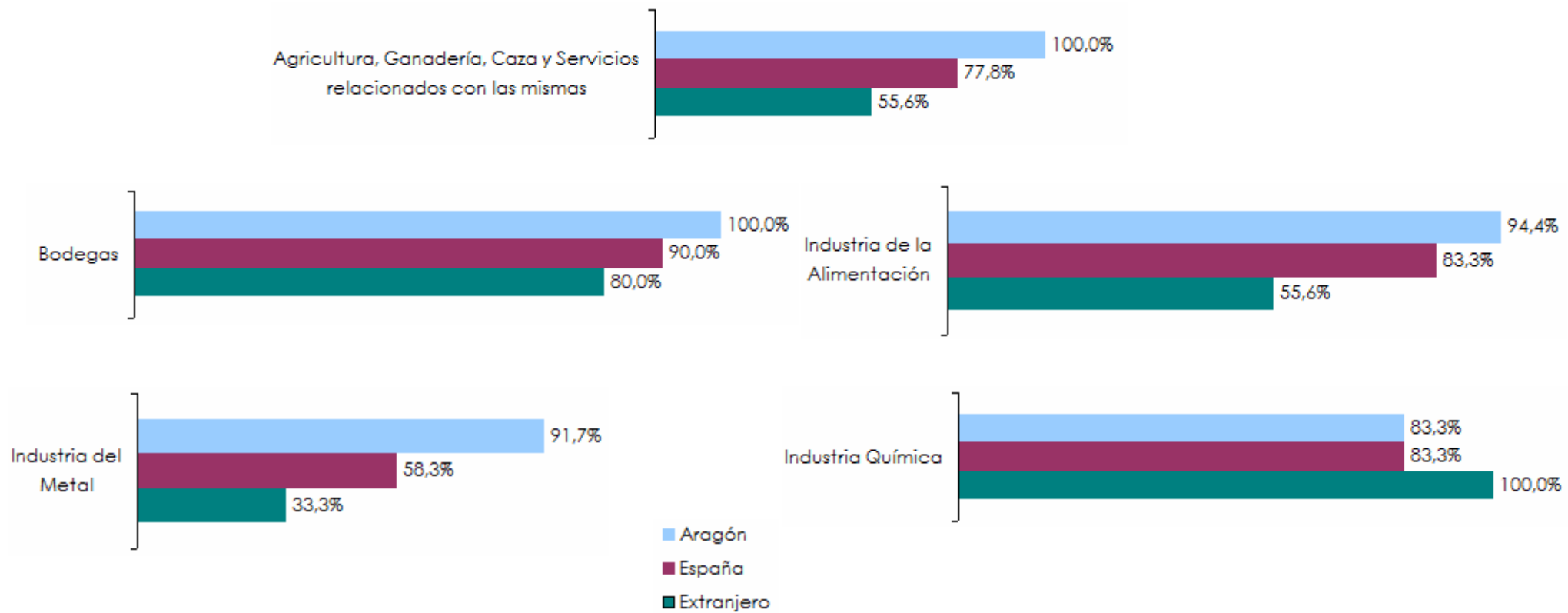
8. Distribución del porcentaje de sus ventas, pregunta 1.14 del cuestionario

La representación de la distribución de las ventas se ha dividido en tres bloques en función del destino geográfico de las ventas: mercado local, se ha considerado como tal Aragón, mercado nacional resto de España y el mercado internacional, aunque esté sólo sea un destino ocasional o un mercado incipiente. Por otro lado, se ha representado la distribución del porcentaje de las ventas de los cinco sectores más significativos.

Los resultados recogidos son:

1. Hay cuatro empresas que no venden en el mercado regional, pertenecen a la industria química, industria del metal y una de la industria de alimentación.
2. El 100% de la industria química está internacionalizada.
3. El sector del metal es el de menor grado de internacionalización, apenas 1/3 de las empresas exportan sus productos,
4. Más del 50% de las ventas del sector primario, agrícola/ganadero, se realizan en el extranjero. Los principales productos exportados son materias primas agrícolas y productos frutícolas.





CONCLUSIÓN BLOQUE 1. Los datos correspondientes a la caracterización de las empresas encuestadas muestran que los resultados obtenidos son representativos y válidos ya que se han obtenido respuestas de:

Los diferentes sectores.

Ubicación, localización en los diferentes municipios comarcales.

Tamaño de empresa, tanto en número de empleados como en volumen de facturación.

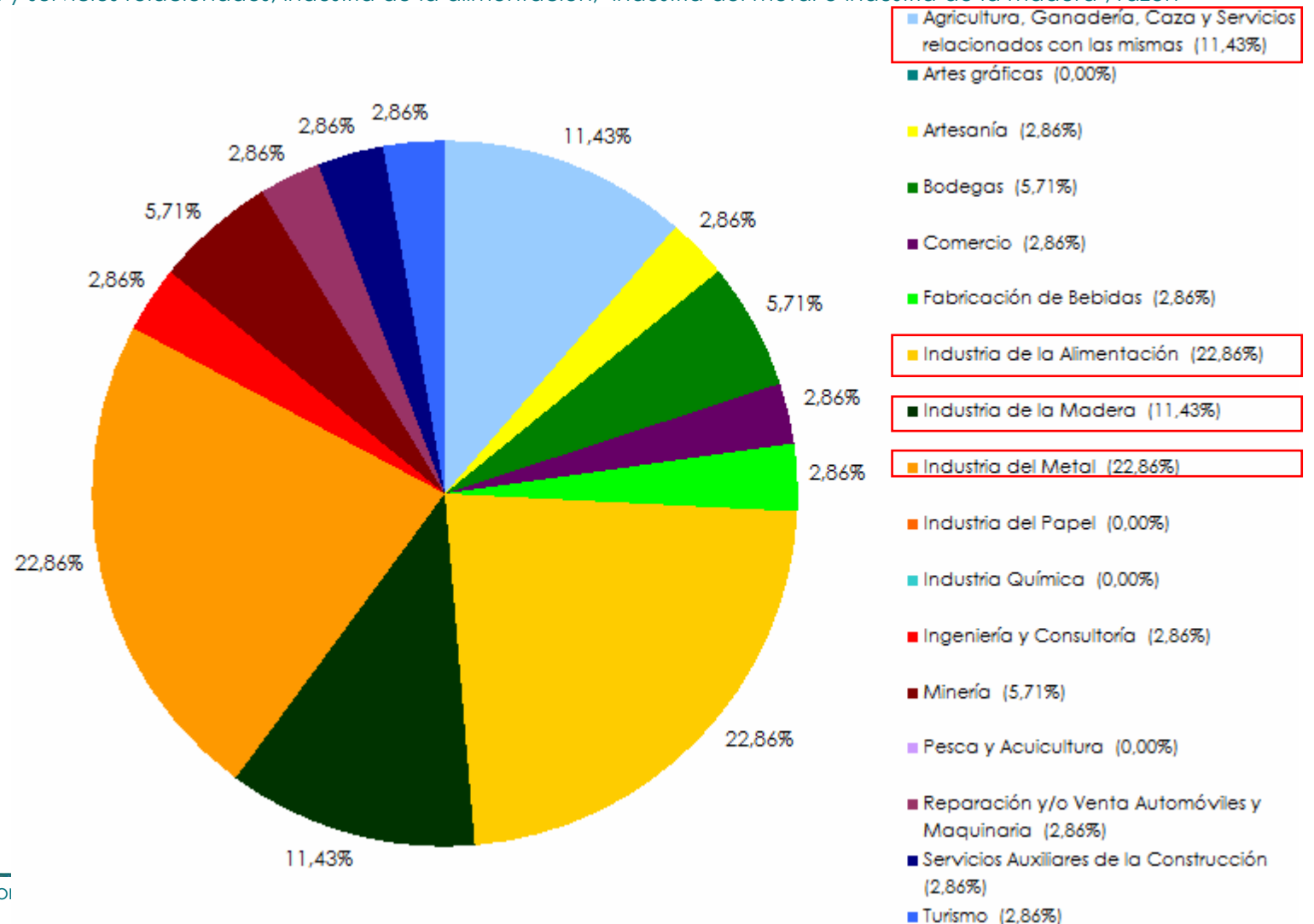
Empresas exportadoras y no exportadoras.

Empresas pertenecientes a Grupos Empresariales y no pertenecientes.

Distribución de venta local/regional, nacional e internacional.

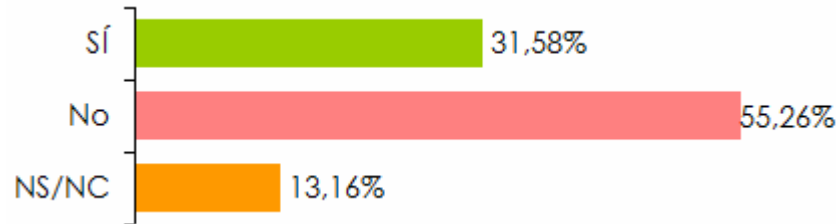
BLOQUE 2: Resultados de las empresas que han participado en el diagnóstico y NO realizan actividades de EXPORTACIÓN

El 65% de las empresas encuestadas que cumplen el condicionante del bloque 2 está conformado principalmente por 4 sectores - agricultura, ganadería, caza y servicios relacionados, industria de la alimentación, industria del metal e industria de la madera-, razón ésta por la que se cruzaran resultados absolutos obtenidos frente a los datos de estos sectores.

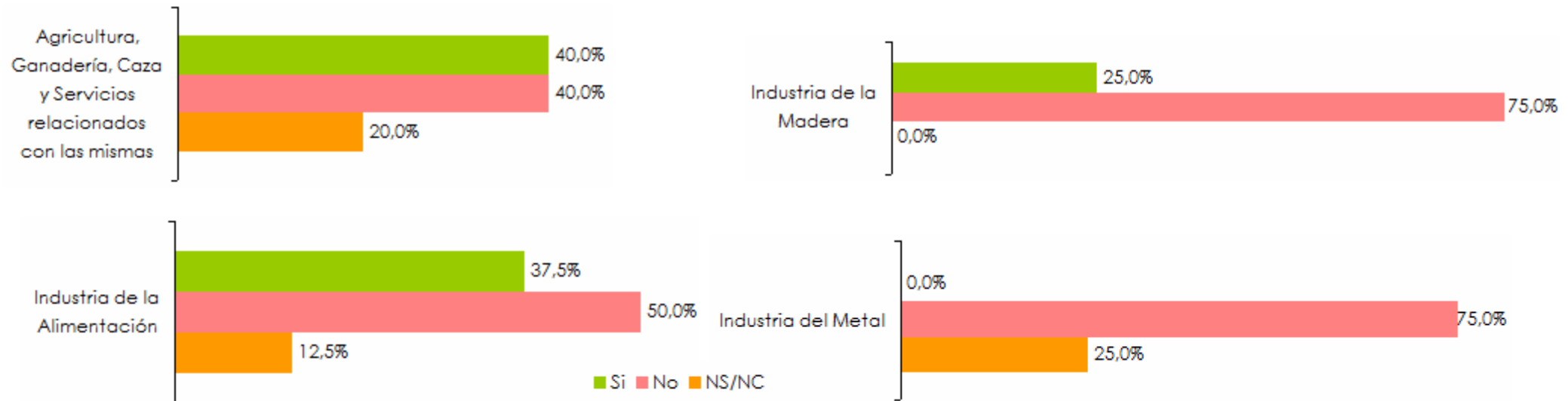


La primera cuestión con la que se inicia este bloque es la 2.1 ¿Desearía iniciarse en el comercio exterior? Más de la mitad de las empresas encuestadas no tienen interés en introducirse en mercados internacionales. La siguiente cuestión, 2.2, completa esta respuesta, poniendo de manifiesto que las empresas no consideran que su producto sea exportables.

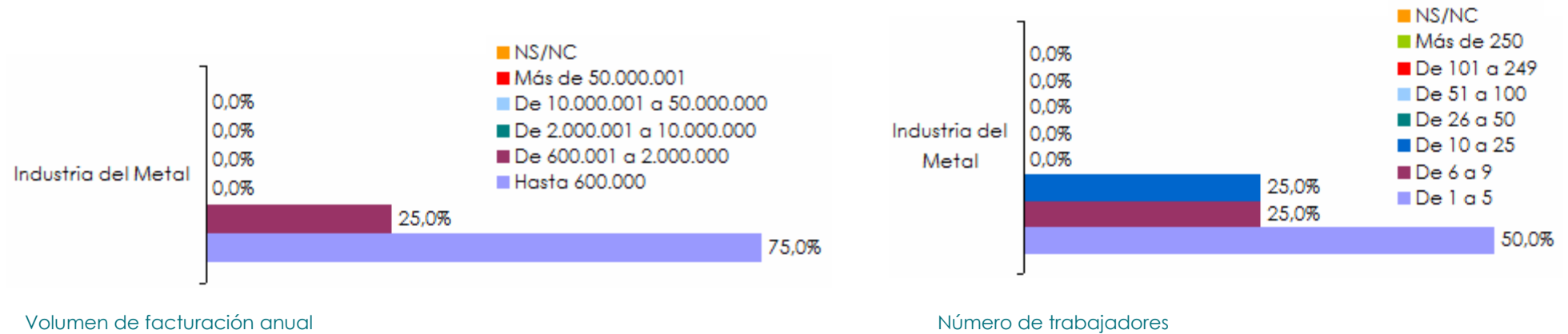
Es destacable el hecho de que casi un 14% de las empresas - sector agrícola/ganadero y el metal- no sepa si quiere o no quiere iniciarse en el comercio internacional.



El sector primario, representa la parte indecisa de las respuestas, tal y como ya se ha expuesto en el bloque 1. El 20% de las empresas han escogido la respuesta NS/NC, siendo el motivo principal el desconocimiento, tanto de las posibilidades de su producto como de los trámites y procedimientos a realizar. Las características comunes a estas empresas son su tamaño, tanto en el número de empleados como en el volumen de facturación, micropymes y menos de 600.000€.

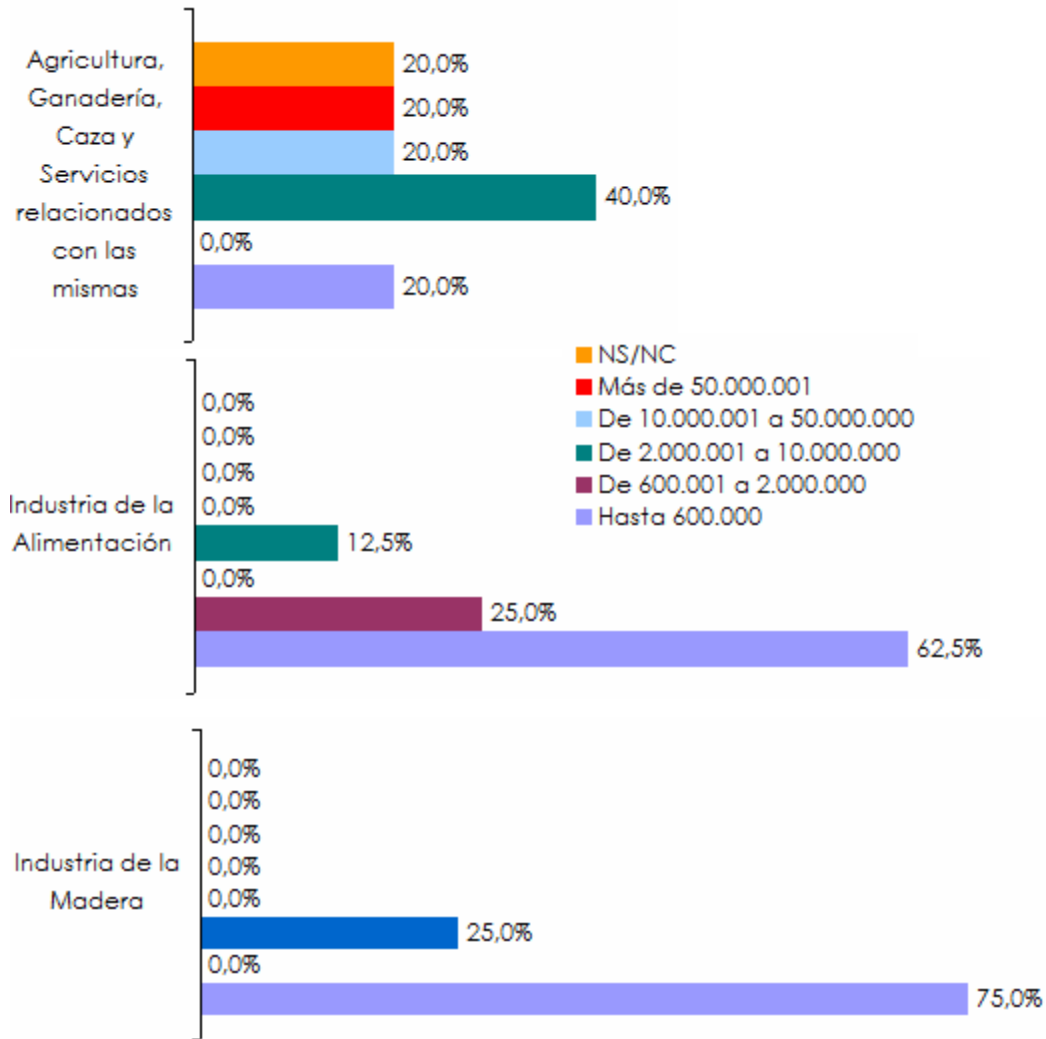


Las empresas pertenecientes a la industria del metal tienen características similares - facturación menor de 600.000€ y micropymes-, con la diferencia que estos pequeños talleres no creen que puedan exportar sus productos, tanto por su falta de infraestructuras como por el tipo de producto que desarrollan, que, en muchos casos, ofrecen servicios de reparación.

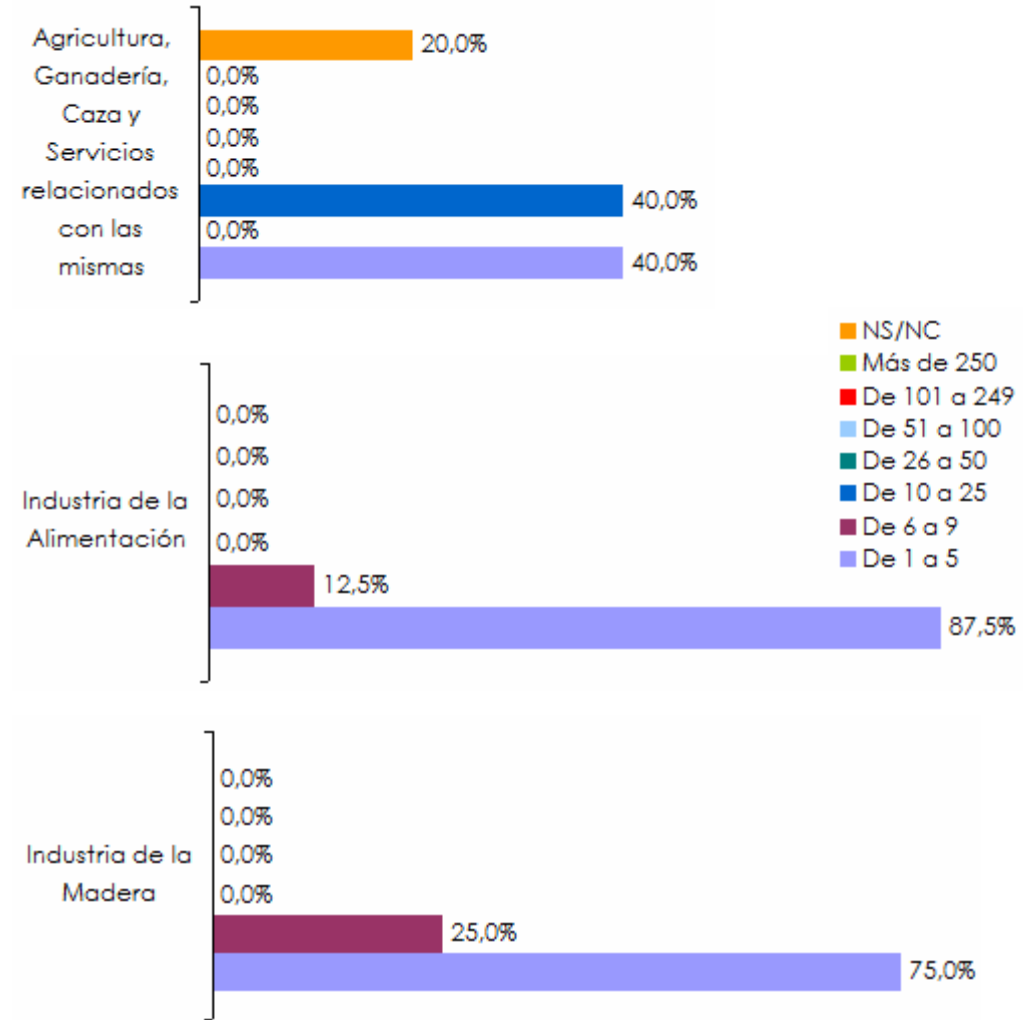


A continuación, se representan los datos tanto de volumen de facturación anual como de número de trabajadores en los sectores más representativos de las empresas encuestadas no exportadoras, las características de las empresas son comunes al sector metal:

- Agricultura, Ganadería, Caza y Servicios relacionados con las mismas.
- Industria de la Alimentación.
- Industria de la Madera.

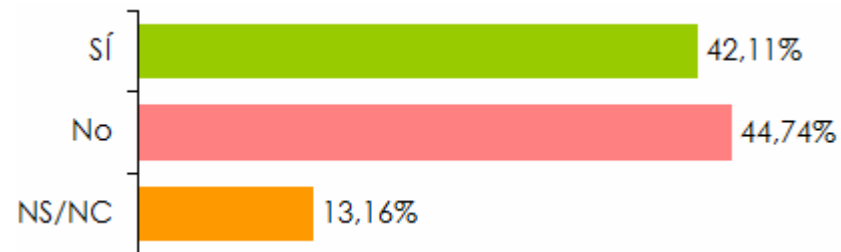


Volumen de facturación anual

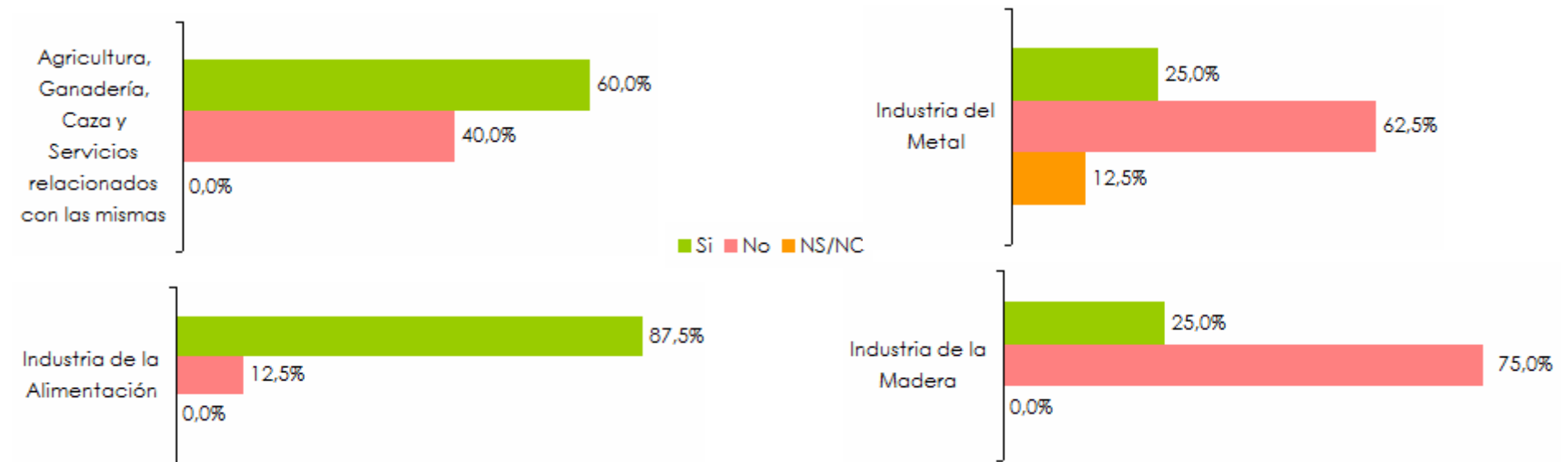


Número de trabajadores

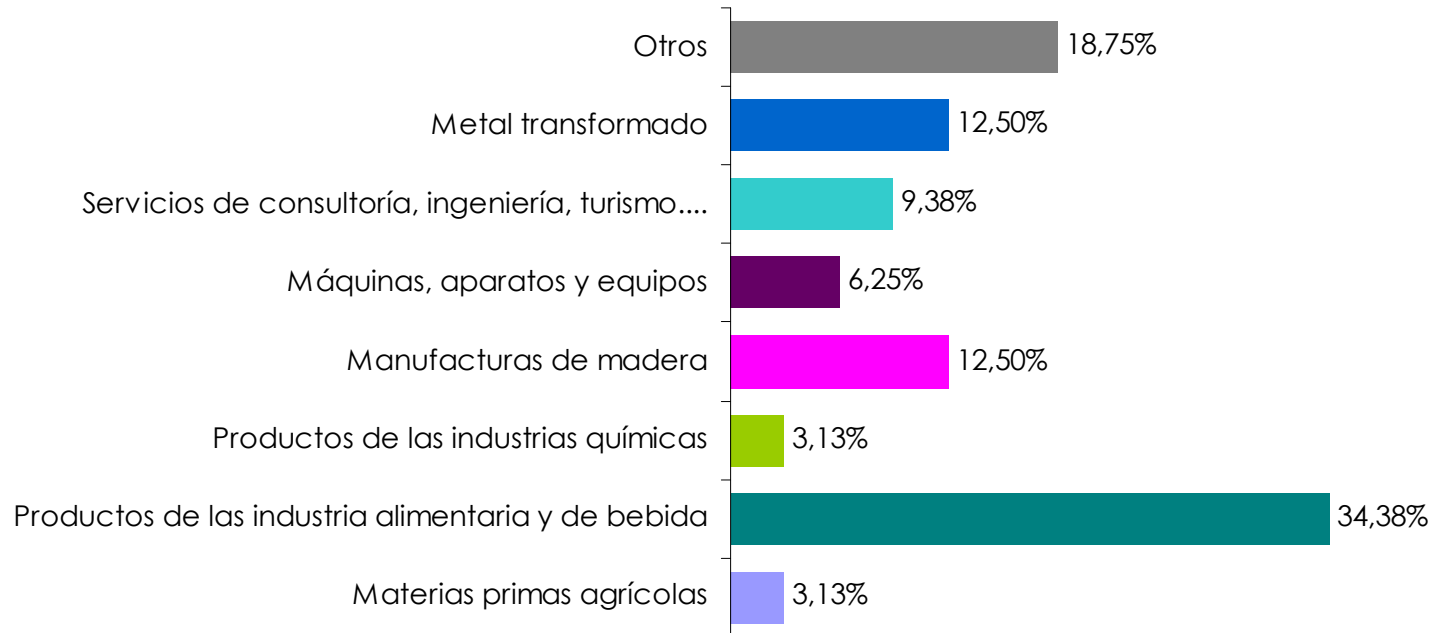
2.2 ¿Cree que la actividad de su empresa es susceptible de exportar en el exterior?, la respuesta a esta pregunta justifica la anterior, ya que casi el 45% no cree que la actividad de su empresa sea susceptible de ser exportada. En la mayoría de las ocasiones el motivo de esta opinión radica en el tipo de producto que comercializan -perecederos o bajo pedido-, el modelo de gestión de empresa, enfocada a la atención personalizada -no fabricando en serie, con producciones o productos estandarizados-.



Si tenemos en cuenta el sector de actividad, son la Industria del Metal y la Madera, con del 63% y 75 % respectivamente, son los que consideran que su producto no es exportable. Cabe destacar el resultado en la Industria de la Alimentación, ya que más del 87%, sí que consideran su producto exportable, a pesar de no estar exportando, lo mismo que en el sector primario con valores del 60%.



En este mismo bloque, en la pregunta **2.3**, se solicita información acerca de los **productos y/o servicios que consideran que son susceptibles de comercializar en el exterior.**



El porcentaje mayor corresponde a productos de la industria agroalimentaria, dato que coincide con el obtenido en los apartados anteriores, es el sector de la alimentación el que considera que su producto puede ser exportable.

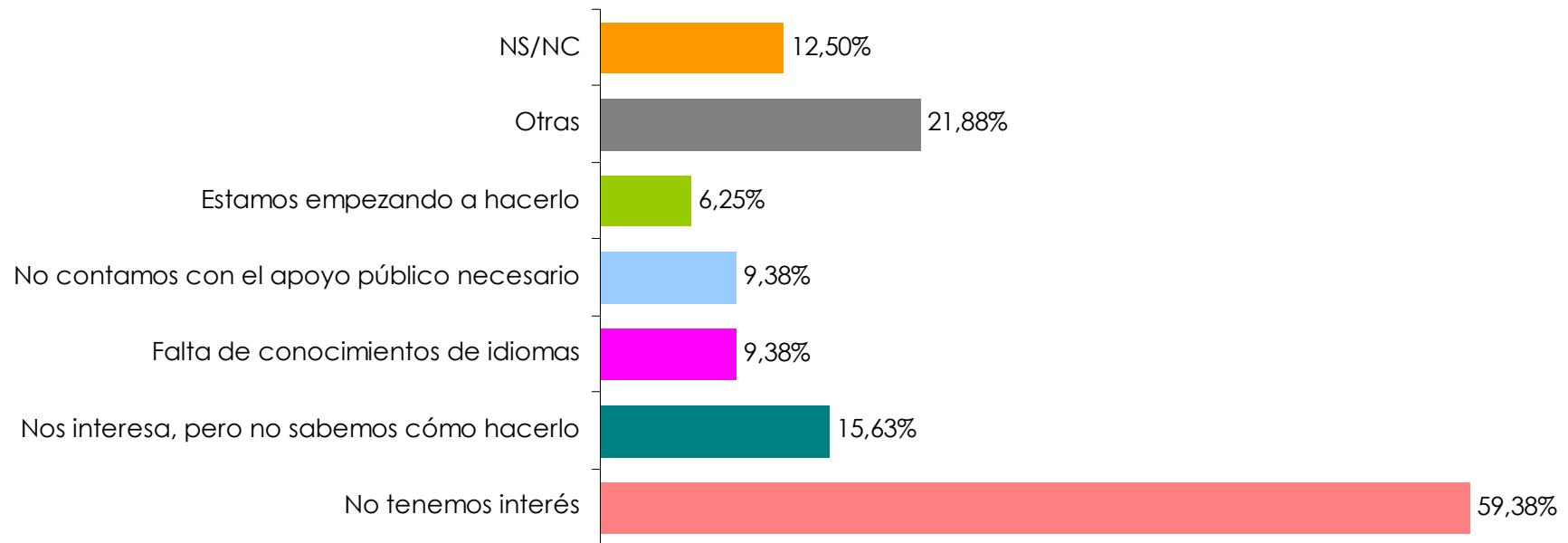
Merece especial atención el valor de "otros", donde se han incluido áridos, servicios como montaje y mantenimiento de explotaciones porcinas y piensos. El coste del transporte se cree un inconveniente para la internacionalización de estos productos.

A la pregunta **2.4 ¿Por qué razones cree que no ha exportado?**

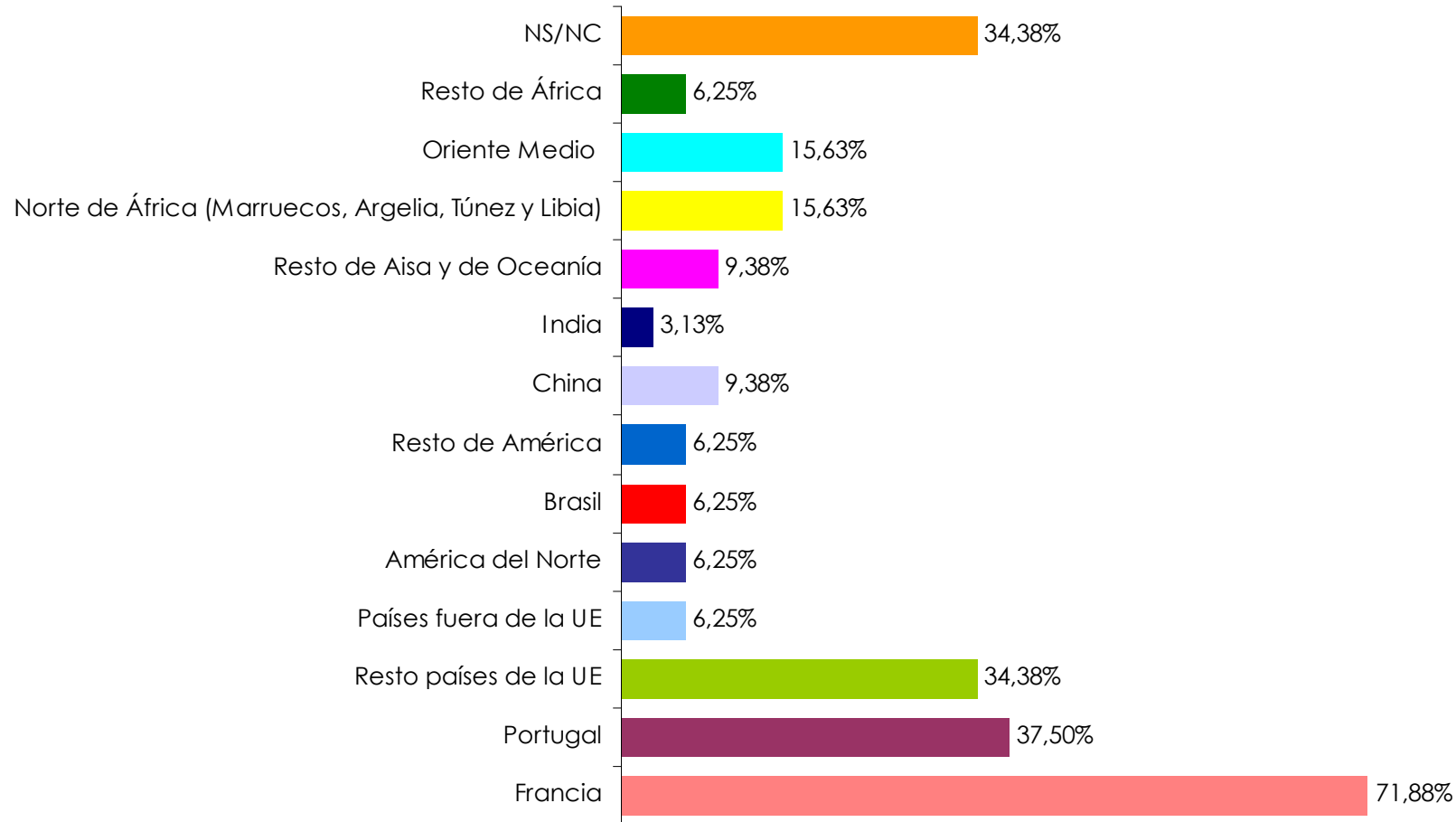
Se identifican siete posibles respuestas, mostrando más de la mitad de los encuestados no tener interés en internacionalizar su negocio, dato que coincide y se repite en las preguntas anteriores de este bloque.

No obstante, el otro 40% que sí demuestra interés, precisa ayuda para llevarlo a cabo. En esta pregunta parte de los encuestados comentan que la información facilitada por las entidades es generalista, necesitan de asesoramiento más personalizado. Apuntan que no están acostumbrados a trabajar a través de distribuidores, sino mediante venta a cliente final.

En muchos casos opinan que deberían crearse agrupaciones o plataformas que faciliten la venta de varios productos complementarios o del mismo sector, ejemplo aceite, vino, queso, cárnicos, miel.



Los mercados por los que muestran interés para posibles acciones de internacionalización se reflejan en la respuesta a la cuestión 2.5 **¿Qué países serían objeto de interés en caso de exportación?**

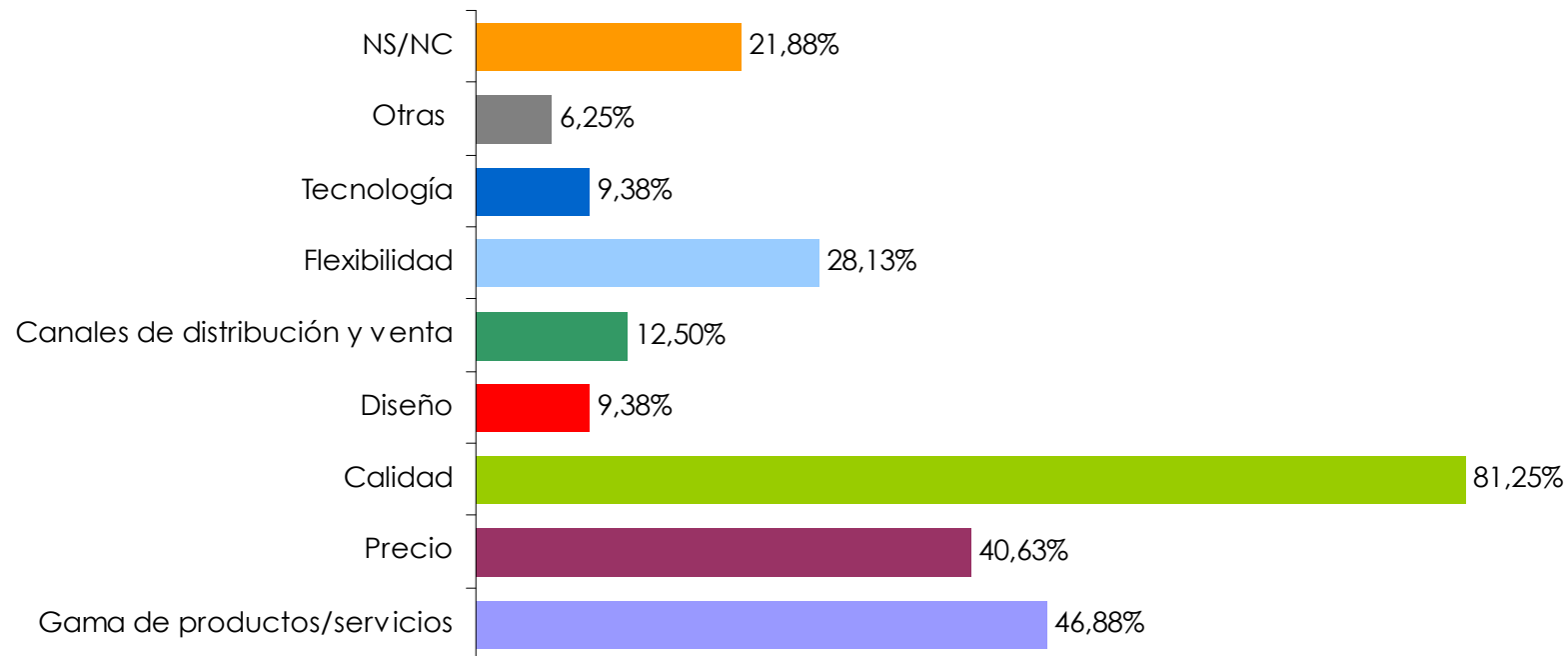


Lo más destacable es el alto porcentaje de la opción NS/NC, en aquellos casos en los que el encuestado no sabía a qué mercado podría dirigir su producto se optó por esta respuesta. La tendencia ante lo desconocido es optar por mercados próximos, como se aprecia en los datos obtenidos. No hay relación extrapolable entre el sector de actividad y el país de destino o interés.

2.6 ¿Cuáles considera que son sus fortalezas competitivas?

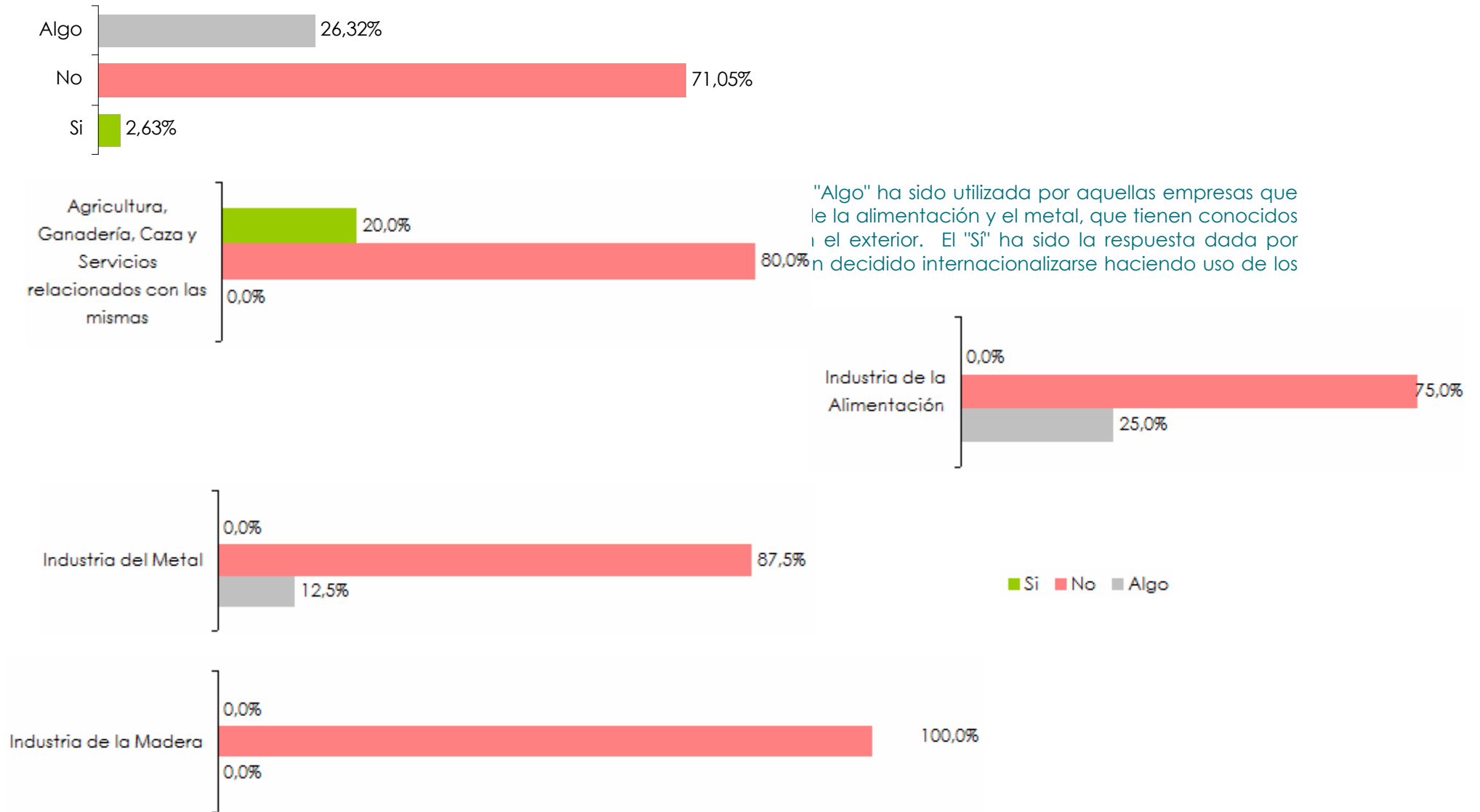
La calidad es considerada la principal fortaleza competitiva para más del 80% de los encuestados, seguida por la gama de productos, 46%, y el precio, 40%.

En contraposición, consideran un punto débil el desconocimiento de canales de distribución y venta, convirtiéndose en un inconveniente para la comercialización de productos y/o servicios, fuera de España.



La innovación, el diseño y la tecnología no son fortalezas que impulsen su externalización.

2.7 ¿Dispone de conocimientos suficientes sobre internacionalización?



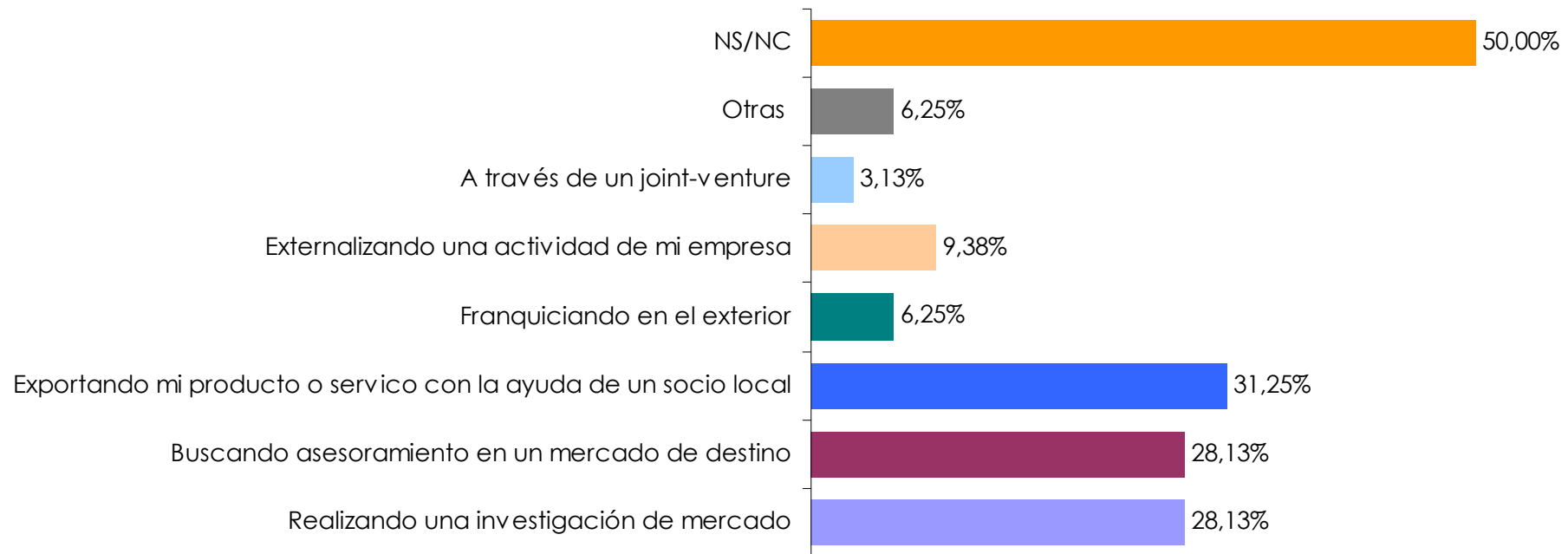
2.8 En el caso de que piense exportar, ¿qué procedimiento piensa utilizar?

Los datos obtenidos avalan los resultados extraídos en las preguntas anteriores de este bloque. La respuesta mayoritaria, con un 50%, es NS/NC, el desconocimiento.

Analizando las encuestas de las empresas que han elegido la opción NS/NC, la gran mayoría son micropymes, con facturación menor de 600.000€ y, no hay un sector a destacar.

Los procedimientos de menor interés para iniciarse en la exportación son aquellos que bien son poco conocidos, o bien requieren de una inversión importante, como la joint-venture o el franquiciado.

La opción de externalizar el proceso de internacionalización, a través de un tercero, aunque supone menor esfuerzo, genera desconfianza, y tan sólo es elegida por un 9% de los encuestados.



La valoración de los motivos **que impulsaría la internacionalización de las empresas del Somontano**, pregunta 2.11 del cuestionario son, principalmente:

1. "GENERAR MAYOR VALOR A LA EMPRESA"
2. "AUMENTO DE BENEFICIOS"

Sin embargo, el "ACCESO A MATERIAS PRIMAS" así como "DAR SALIDA A STOCKS" no son razones que les impulsen a plantearse la internacionalización de su negocio, ambas respuestas son lógicas teniendo en cuenta la tipología de empresas no exportadora, pymes o micropymes del sector agroalimentario o que trabajan bajo pedido.

0	1	2	3	
2	1	15	16	AUMENTO DE LOS BENEFICIOS
6	7	15	4	REDUCCIÓN DE RIESGO DE NEGOCIO POR DIVERSIFICACIÓN
12	7	10	3	ACCESO A MERCADOS DE MATERIAS PRIMAS
13	8	5	7	DAR UNA SALIDA A LOS STOCKS
1		10	23	GENERAR MAYOR VALOR A LA EMPRESA
			1	OTRAS NO ESPECIFICADAS

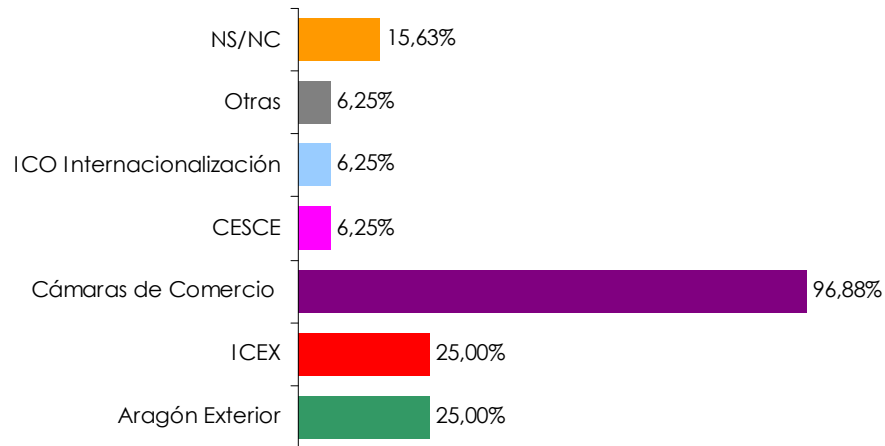
No puede extraerse ninguna conclusión respecto de la tipología de empresa que se ha decantado por un tipo de respuesta u otra, es común a todos los sectores las opciones: generar mayor valor y aumentar beneficios.

Al final del BLOQUE 2, **preguntas 2.9 y 2.10**, se requiere información acerca del **conocimiento de entidades, tanto implantadas en todo el territorio autonómico y nacional, como en el Somontano, que puedan asesorar sobre exportación.**

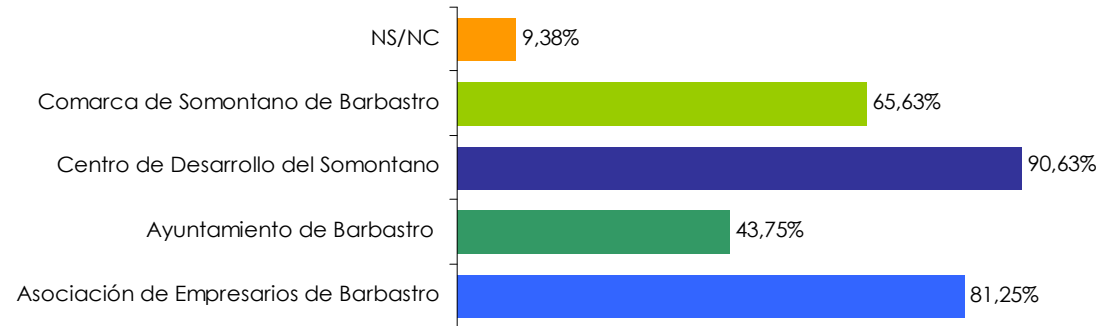
A los encuestados se les dio la opción de elegir todas aquellas instituciones que conociesen.

Las Cámaras de Comercio son la institución más conocida y a la que más del 97% de empresas acudirían a la hora de solicitar información sobre mercados y procedimientos para la exportación. Son conocidas en igual proporción el ICEX y Aragón Exterior, en un 25% cada una de ellas, considerando mucho más eficiente el ICEX.

Los datos obtenidos de la pregunta acerca del conocimiento de las entidades ubicadas en el Somontano, no se consideran representativos. La razón es clara, las empresas responden por conocimiento de la institución pero no porque la identifique como un organismo que pueda asesorarles en exportación.



Entidades de ámbito autonómico y nacional



Entidades ubicadas en el Somontano

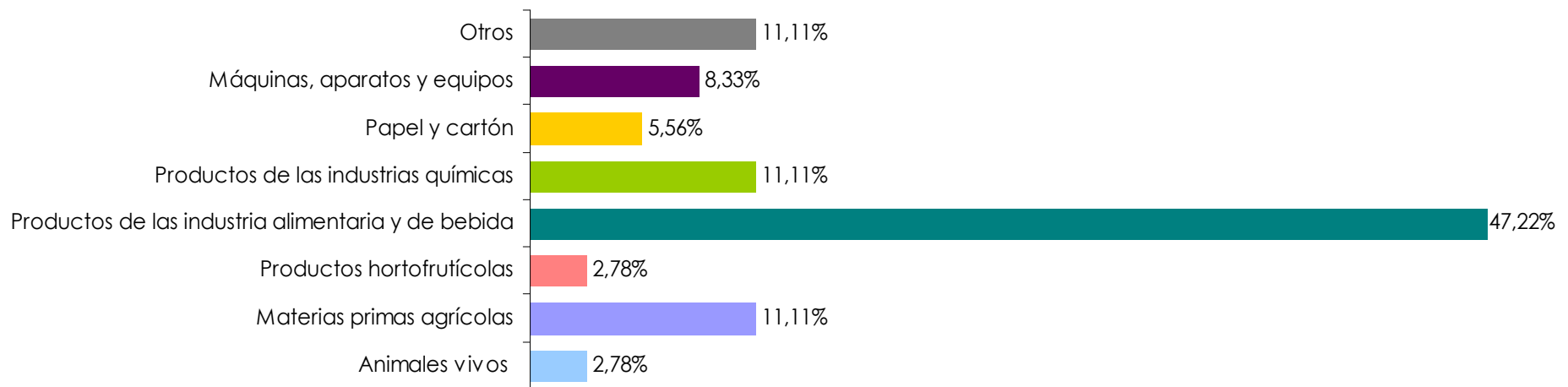
CONCLUSIÓN BLOQUE 2. Los datos obtenidos muestran que:

- Las empresas que no exportan son, en su mayoría, micropymes o PYMES con facturación menor a 600.000€.
- Más de la mitad de las empresas que no exportan, no están interesadas en iniciarse en exportación, no creen que su producto o servicio sea exportable y no consideran que pueda ser una opción para su empresa en la situación actual.
- Los principales obstáculos para iniciarse en la internacionalización son: falta de recursos, tanto económicos como humanos, y la falta de conocimiento sobre cómo hacerlo.

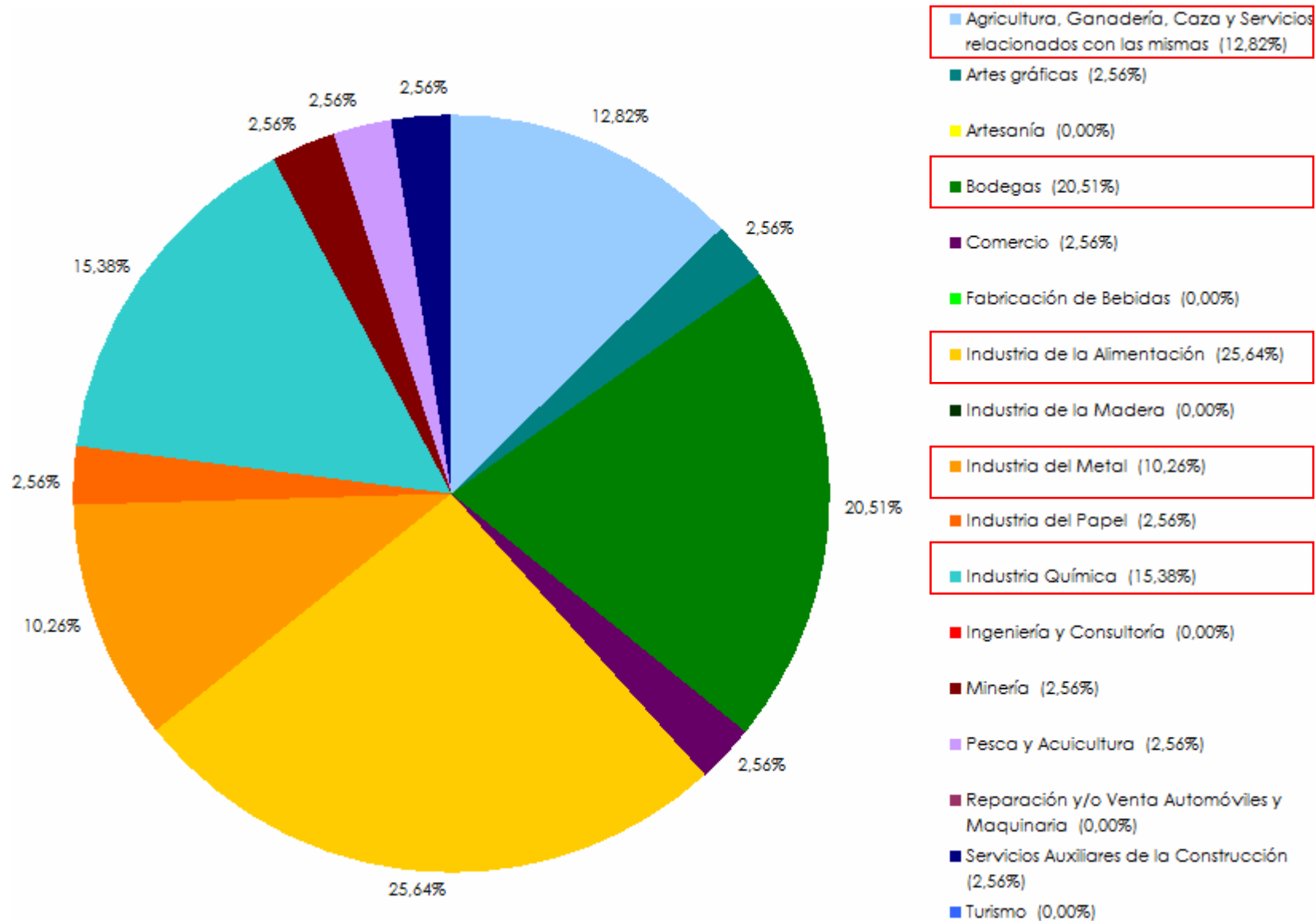
BLOQUE 3: Resultados de las empresas que han participado en el diagnóstico y REALIZAN actividades de EXPORTACIÓN

La encuesta de las empresas exportadoras comienza con la pregunta **3.1 Principales productos que se exportan.**

En el Somontano los productos de la industria alimentaria y la bebida suponen casi el 50% de los productos que se exportan. En este apartado están incluidos los vinos. Se debe tener en cuenta que de las 34 bodegas, que componen la DO del Somontano, exporta el 70%. Según datos proporcionados por el Presidente del Consejo Regulador del DO Somontano, está previsto que el 40% de las ventas del año 2012, se realicen en el mercado internacional, actualmente este dato es del 33%.



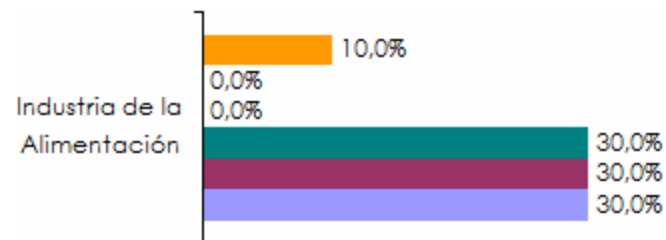
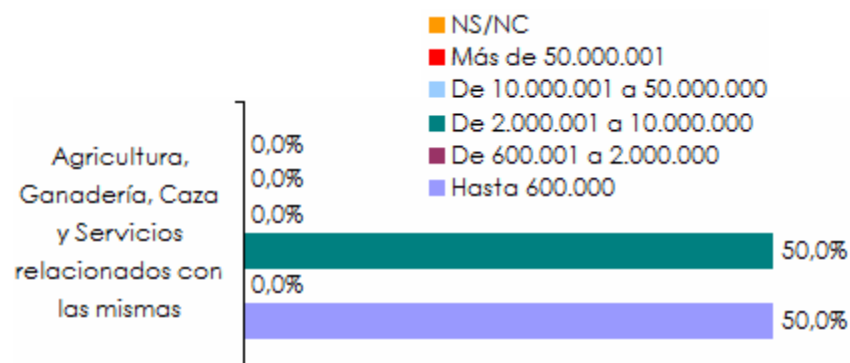
A continuación se muestra el porcentaje de los diferentes sectores de las empresas exportadoras del Somontano.



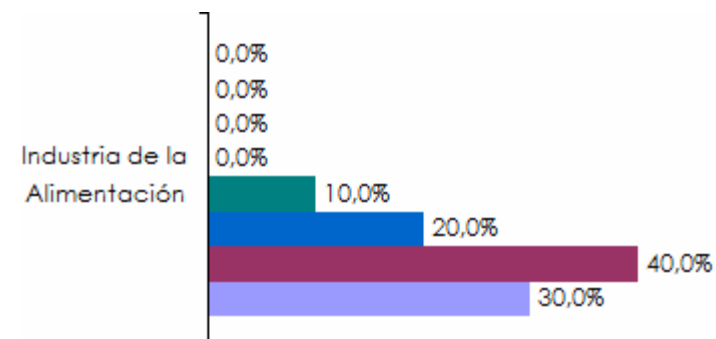
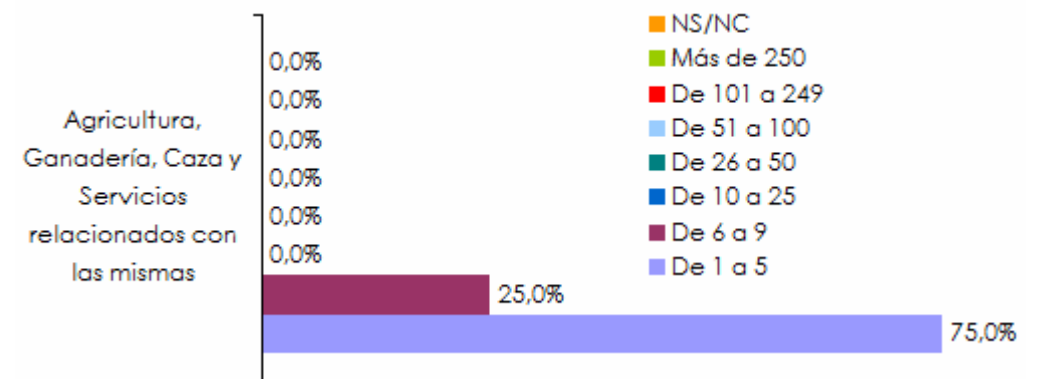
Los sectores más representativos, que agrupan a las empresas exportadoras son: el sector primario, la industria de la alimentación, las bodegas, la industria del metal y la industria química.

La caracterización de las empresas que se agrupan en estos sectores, en cuanto a volumen de facturación y número de trabajadores, se representa gráficamente.

Tanto en el sector agrícola/ganadero como en la industria de la alimentación predominan las micropymes, con diferencias significativas en volumen de negocio.

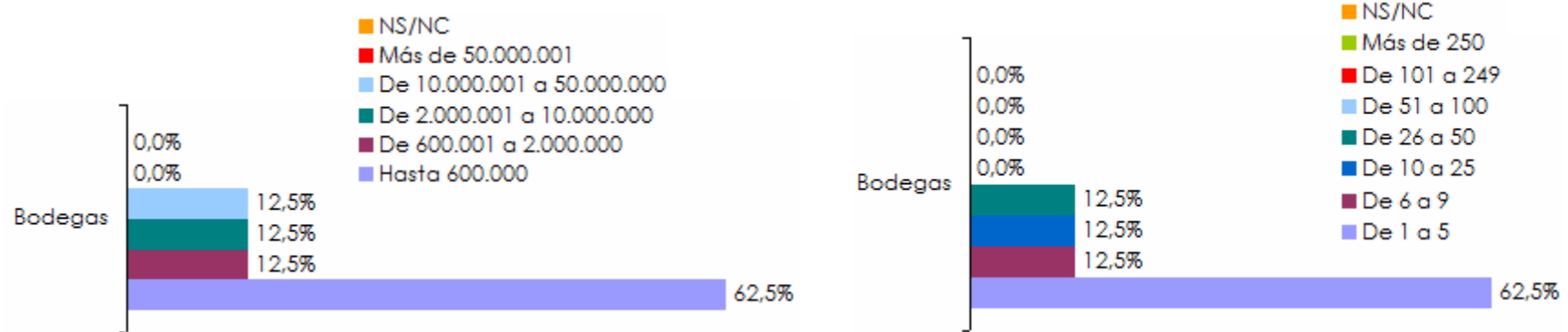


Volumen de facturación

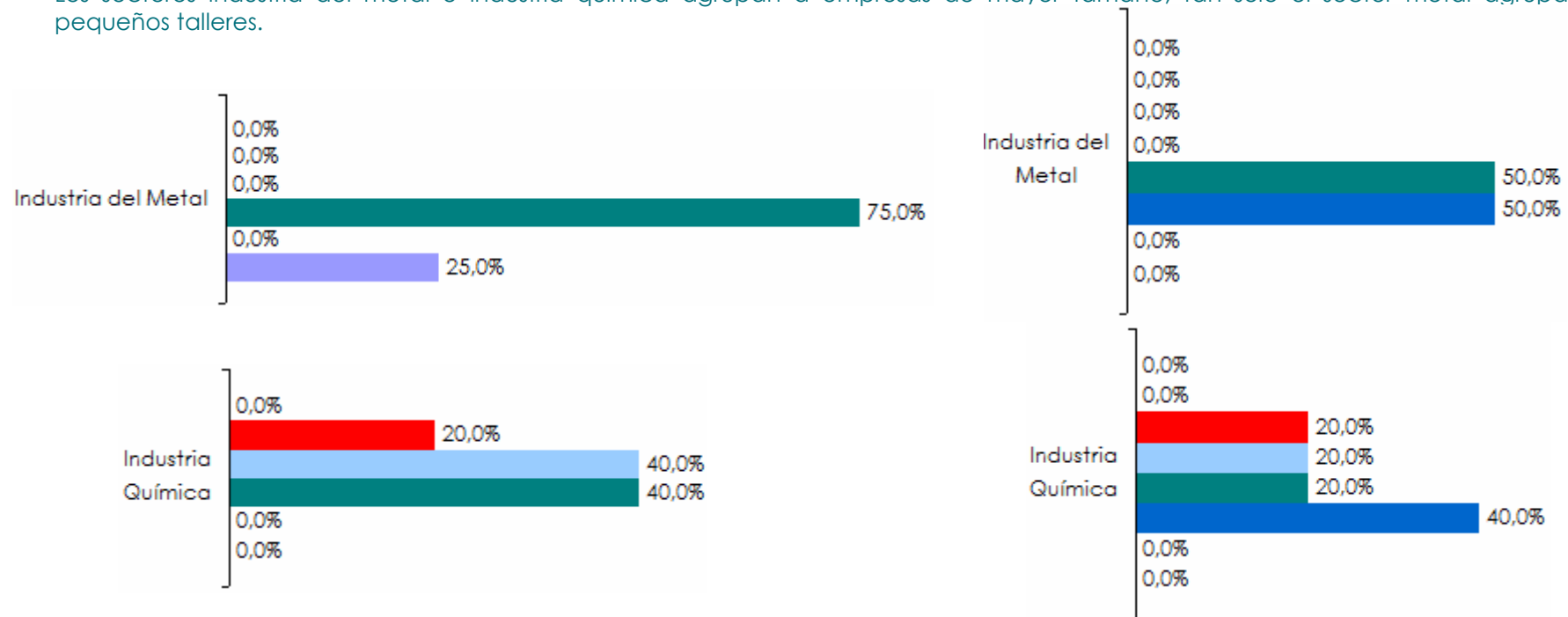


Número de trabajadores

Las empresas del sector bodegas son muy similares a las del sector primario y alimentación.



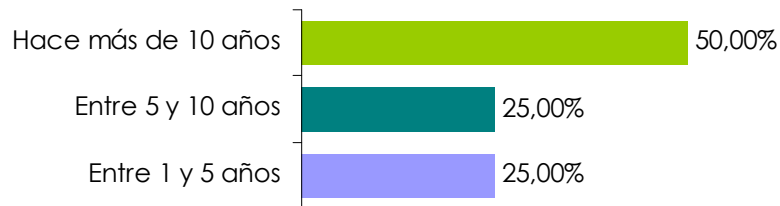
Los sectores industria del metal e industria química agrupan a empresas de mayor tamaño, tan sólo el sector metal agrupa a pequeños talleres.



Volumen de facturación

Número de trabajadores

La experiencia exportadora de las empresas del Somontano se contrasta en la respuesta obtenida a la pregunta **3.2 ¿Desde cuándo opera en el ámbito internacional?**



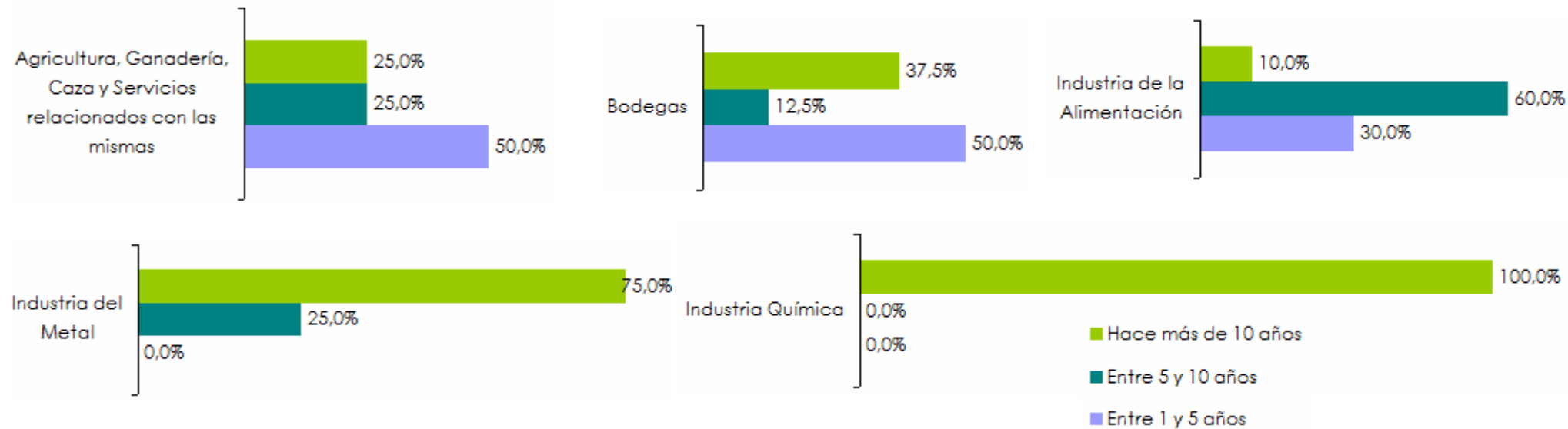
Todas las empresas hace más de 1 año que realizan labores de exportación, y lo más destacable que en el 50% de ellas es un hecho consumado en el tiempo, superando los 10 años. Esta experiencia debería ser útil para acciones futuras en el tejido empresarial del Somontano.

Hay diferencias muy significativas en la experiencia y consolidación en la exportación. Así, el sector químico lleva más de 10 años comercializando sus productos fuera de España, y la industria del metal opera en el

mercado exterior desde hace más de 5 años.

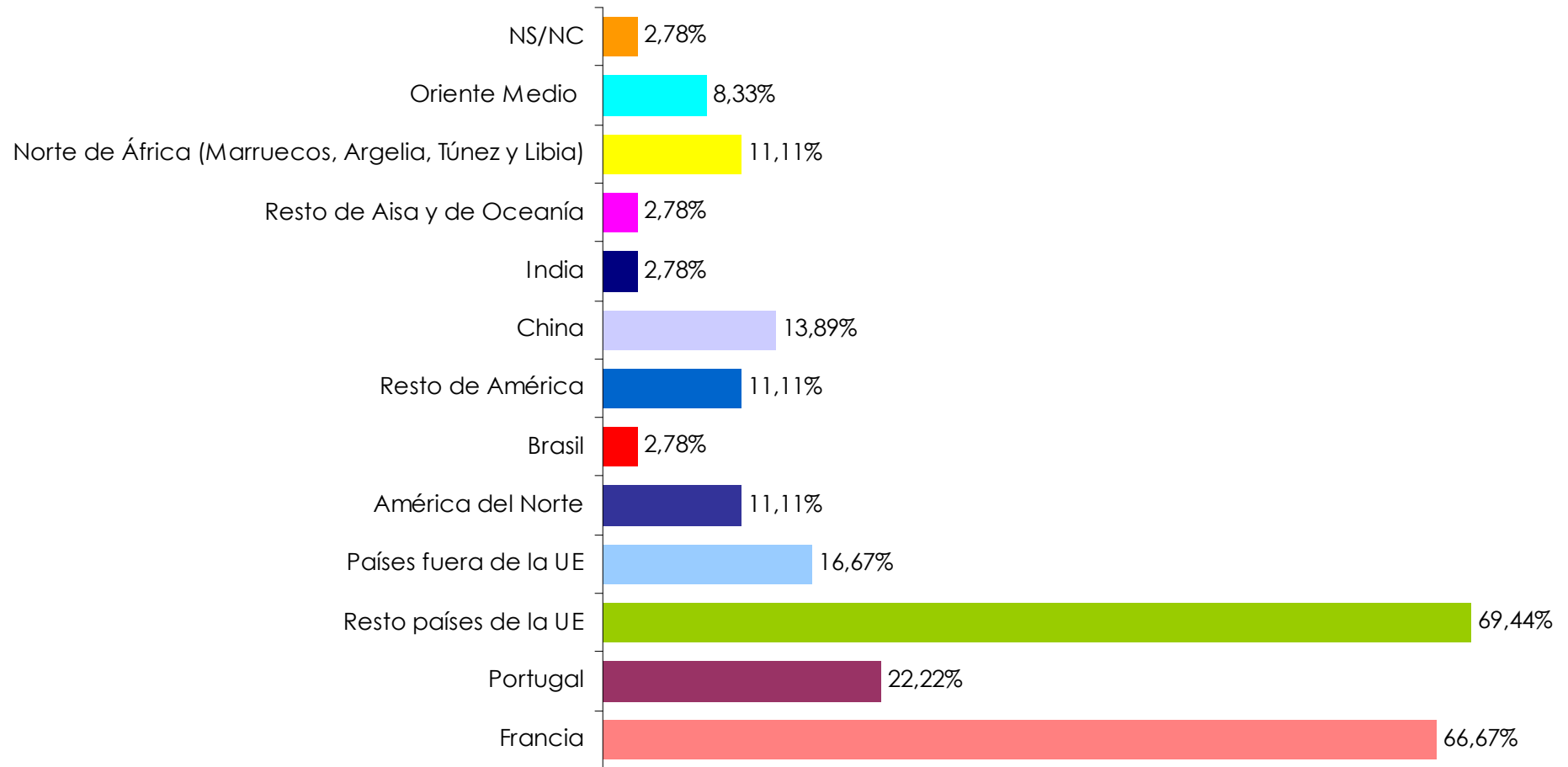
La agricultura/ganadería y las bodegas se han incorporado al tren de la internacionalización más recientemente, motivadas en su mayor parte por la situación del mercado nacional de los últimos cuatro años.

La industria de la alimentación, apoyada tanto por el desarrollo de la legislación comunitaria y la armonización de los requisitos en seguridad alimentaria en la UE, trajo consigo, la apertura al mercado europeo en una época anterior a la situación de crisis actual.



3.3 Mercados de exportación

Los principales mercados de exportación de los productos del Somontano de Barbastro son los países europeos, principalmente nuestros vecinos, Francia y Portugal, y el resto de países del UE. Un hecho que justifica y avala estos datos es la legislación similar y controles de calidad exigentes en la industria alimentaria y de bebida en toda la UE.



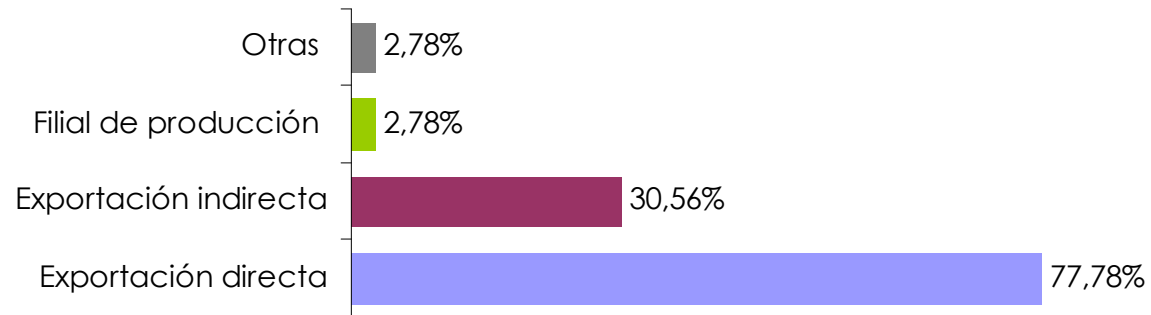
La pregunta **3.4 indica el modo de operar en los mercados internacionales.**

De las posibles modalidades -Exportación directa, Exportación indirecta, Licencia o franquicia, Empresa comercial mixta, Filial de ventas, Empresa de montaje o ensamblaje, Empresa mixta de producción, Filial de producción, Otras- que se pueden llevar a cabo en las operaciones de internacionalización, las empresas encuestadas han elegido 4 opciones:

- Exportación directa.

- Exportación indirecta.
- Filial de producción.
- Otras, no especificando a cuales se refieren en este caso.

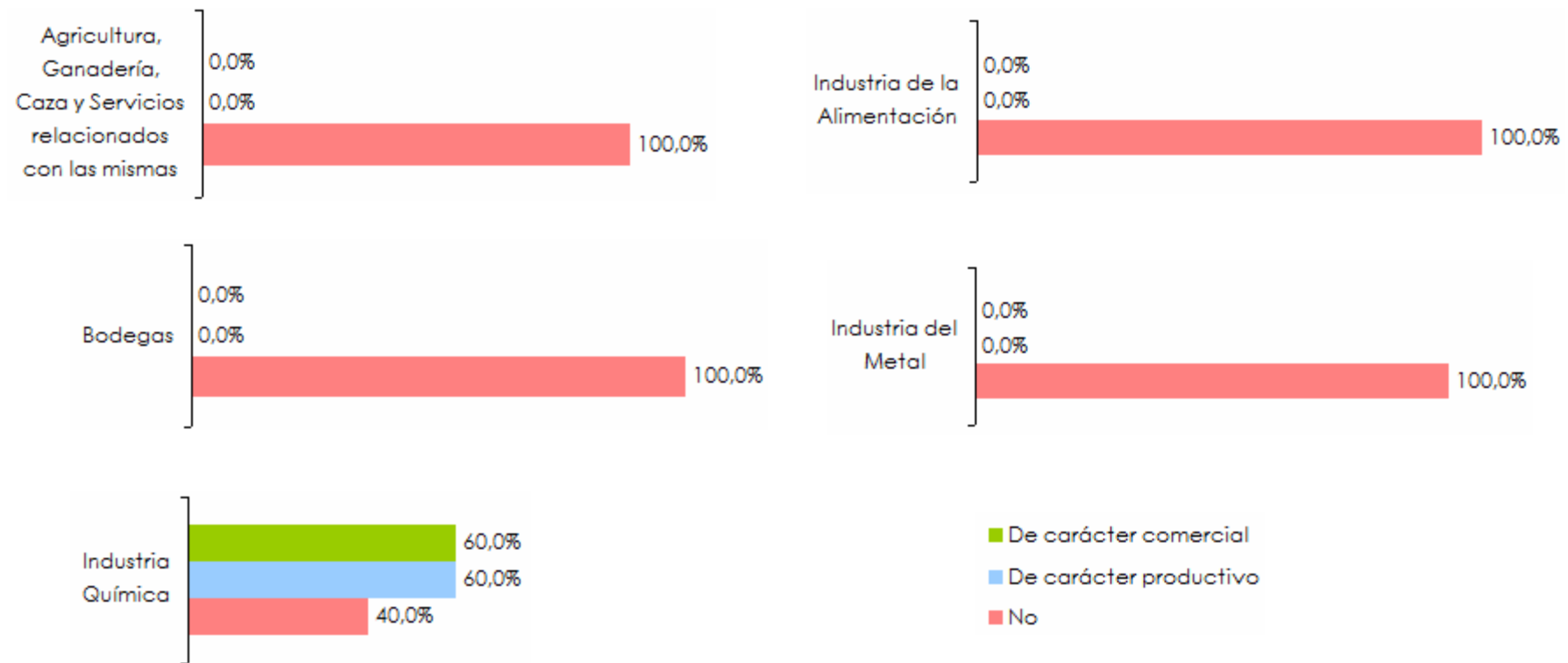
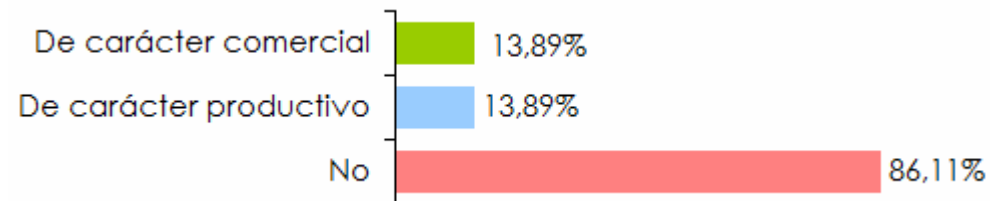
Más del 77%, realizan exportación directa, consideran que es el método que les proporciona un mayor control, información del mercado y fidelización del cliente.



Agrupando por sectores los porcentajes son:

EXPORTACIÓN INDIRECTA		EXPORTACIÓN DIRECTA	
		Agricultura/Ganadería	100%
Bodegas	22%	Bodegas	88%
Industria Alimentación	30%	Industria Alimentación	70%
Industria del Metal	60%	Industria del Metal	40%
Industria Química	43%	Industria Química	57%

De las empresas exportadoras ubicadas en el Somontano, sólo las que pertenecen a grupos empresariales, y únicamente del sector químico, a excepción de una empresa de acuicultura, dato no representativo, **tienen algún tipo de instalación en el extranjero, tanto productiva como comercial, pregunta 3.6.**



Sólo hay una empresa que exporta el 100% de su producción, en nuestra Comarca sólo produce, la transformación y comercialización se realizan en Francia, a través de una empresa de su grupo. Este dato es anecdótico, los datos relevantes que se extraen de la pregunta **3.5 Porcentaje que supone el negocio internacional sobre su volumen de negocio total** son:

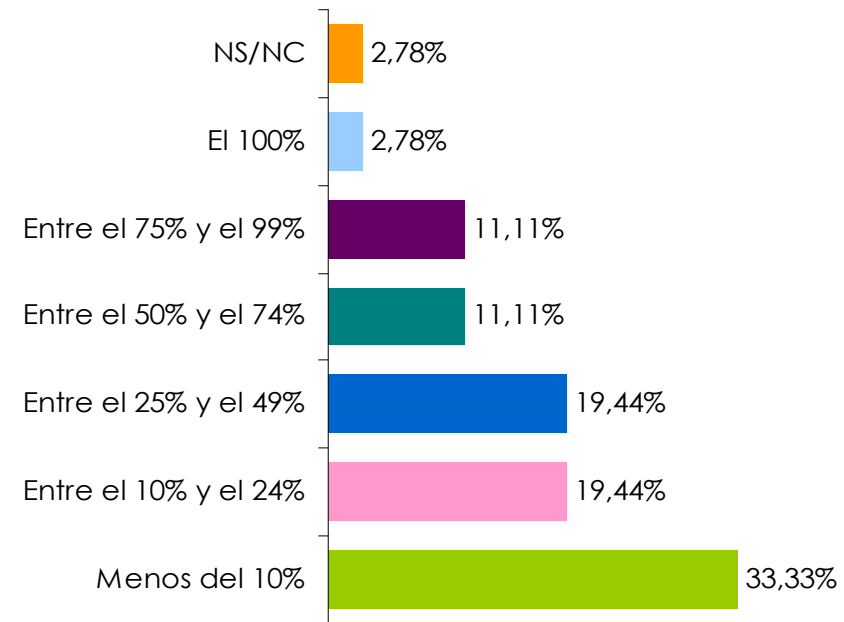
1. El 20% de las empresas presenta volúmenes de exportación altos, más del 50% de su facturación.

Dentro de este intervalo el 75% son pequeñas empresas, hasta 49 trabajadores, y, el 25% restante son micropymes pertenecientes al sector primario en el que la producción es estacional con empleo temporal. La facturación en el 75% de los casos supera los 2.000.000 € y, en un caso, se sitúa entre 10.000.000€ y 50.000.000€. Los sectores son muy heterogéneos, destacando el metal con una representación del 37% seguido del sector primario con un 25%. No hay empresas de los sectores Bodegas e Industria de la alimentación en este intervalo.

2. Las empresas cuyo volumen de negocio internacional se encuentra entre el 25% y 49% del total de facturación es un mosaico de sectores, tipología de empresa y volumen de facturación.

3. Otro 20% ya ha rebasado valores poco significativos de internacionalización, alcanzando cifras entre el 10% y el 24%. Está conformado por empresas de la industria de la alimentación -28%- y bodegas -72%-. Tan sólo hay una bodega con una facturación mayor de 10.000.000€ y más de 50 empleados, el resto son micropymes-57%- con facturaciones inferiores a 600.000€ y pequeñas empresas -28%- con facturación de 600.001 a 2.000.000€

4. Pero todavía hay un número considerable de empresas que comercializan en el exterior un volumen de negocio inferior al 10% de su facturación. Este grupo del 30% de las empresas exportadoras engloba empresas de la industria de la alimentación -57%-, bodegas -14%-, industria química -14%- y del metal -14%, con volúmenes de facturación muy dispares y con pocos empleados -71% son micropymes y el resto pequeñas empresas-.



La valoración de los motivos **que han promovido la internacionalización de las empresas del Somontano, pregunta 3.10** del cuestionario, son, principalmente:

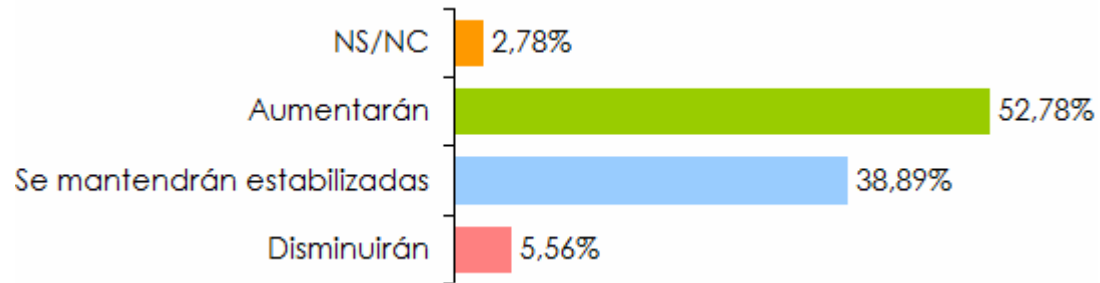
1. "GENERAR MAYOR VALOR A LA EMPRESA"
2. "AUMENTO DE BENEFICIOS"
3. "REDUCCIÓN DE RIESGO DE NEGOCIO POR DIVERSIFICACIÓN",

Sin embargo, el "ACCESO A MATERIAS PRIMAS" no es una razón que les impulse a plantearse la internacionalización de su negocio,

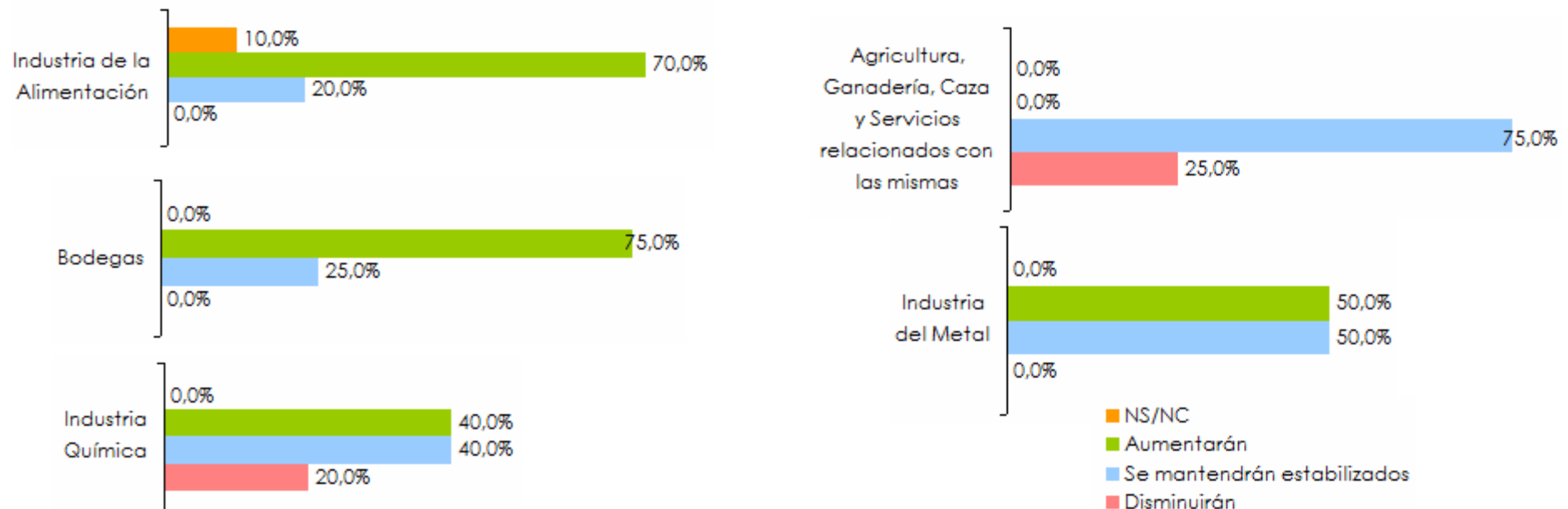
0	1	2	3	
	2	8	24	AUMENTO DE LOS BENEFICIOS
4	3	13	10	REDUCCIÓN DE RIESGO DE NEGOCIO POR DIVERSIFICACIÓN
19	4	5		ACCESO A MERCADOS DE MATERIAS PRIMAS
6	8	7	9	DAR UNA SALIDA A LOS STOCKS
1		9	24	GENERAR MAYOR VALOR A LA EMPRESA
			1	OTRAS NO ESPECIFICADAS

No puede realizarse ninguna conclusión respecto de la tipología de empresa que se ha decantado por una respuesta u otra, son comunes a todos los sectores las opciones: generar mayor valor y aumentar beneficios, en un tercer lugar, y menos valorada, se encuentra la reducción de riesgo de negocio por diversificación, pero es tomada en consideración por la situación de estancamiento del mercado nacional.

En la pregunta **3.11** se solicita información sobre las **previsiones para el próximo ejercicio de aumento o disminución en el volumen de exportación**



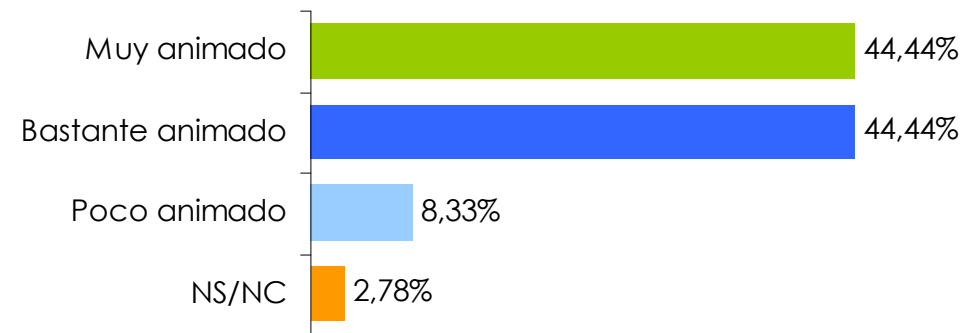
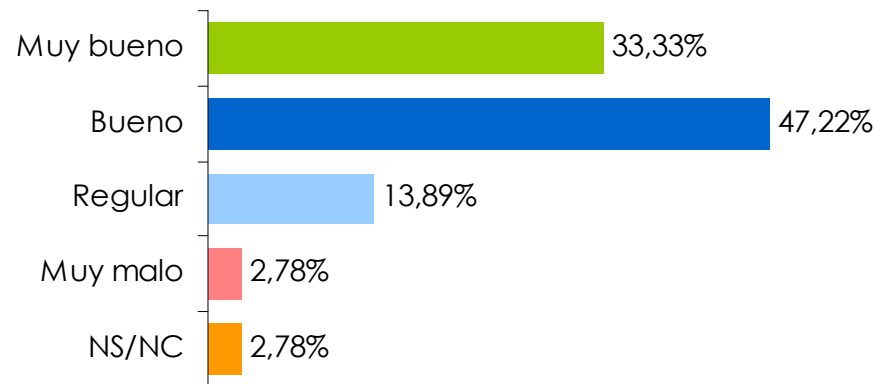
Tan sólo el 5% cree que disminuirán, el resto, más del 90%, piensan que o bien se mantendrán o bien aumentarán. La creencia general es que la única manera de mantener o crecer en su actividad es a través de la exportación. Teniendo en cuenta la experiencia en exportación de sectores como el químico y el metal, la tendencia es mantener sus mercados actuales a la par que intentan introducirse en nuevos mercados. Sin embargo, la industria de la alimentación y bodegas, sectores con menos años de presencia en mercados exteriores creen que van a aumentar su volumen de negocio internacional.



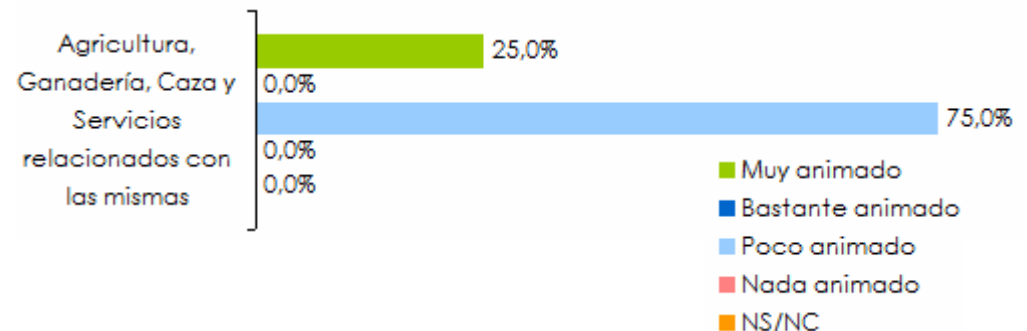
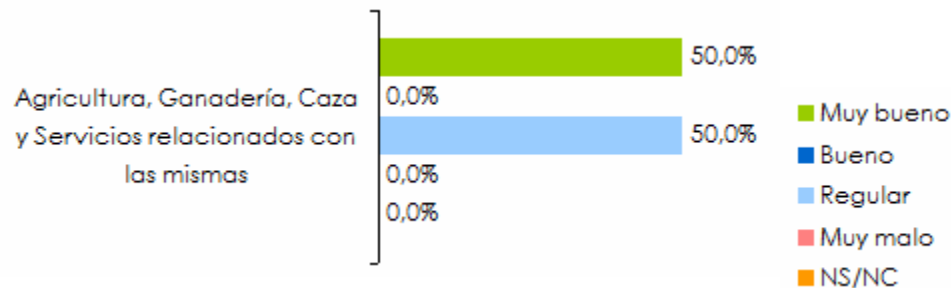
La valoración de los resultados obtenidos en la experiencia internacional se han preguntado en la cuestión **3.15 ¿cómo valora los resultados que ha obtenido su empresa en su experiencia internacional hasta la fecha?**

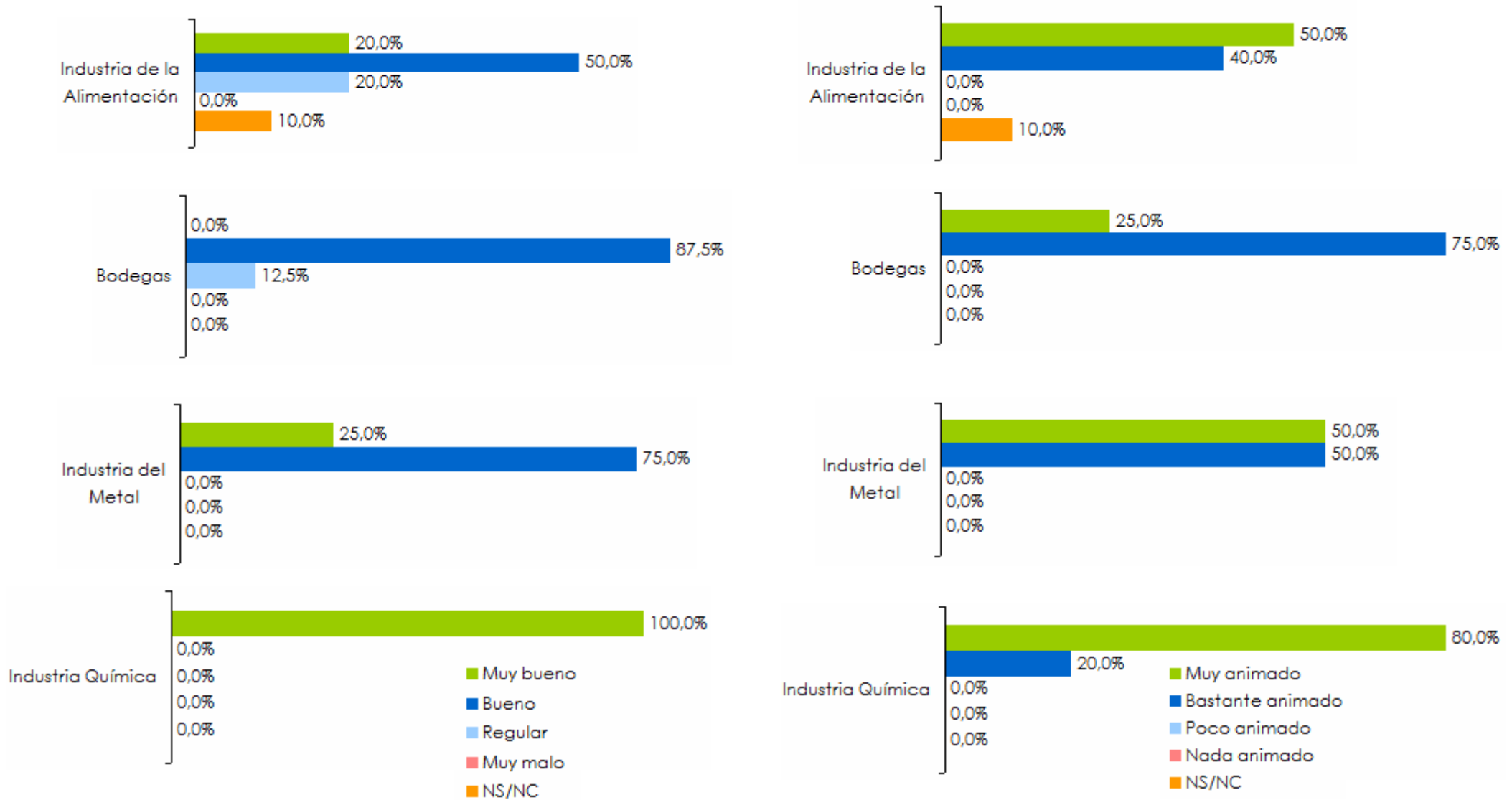
Ninguna de las empresas ha considerado que su experiencia sea mala, tan sólo una empresa, que pertenece al sector artes gráficas no considerado en este diagnóstico, piensa que ha sido muy mala,.

Más del 80% consideran la experiencia buena o muy buena, comentando razones tan de peso como la forma de cobro, el reconocimiento a la calidad de los productos, la seriedad y fidelidad en la relación comercial. Los resultados son coherentes con las respuestas dadas en la pregunta **3.16 ¿Cómo se siente para continuar con la internacionalización de su empresa?**



Analizando estas cuestiones por sectores, el sector químico junto con la industria del metal son los más optimistas y los que consideran la exportación una muy buena opción de negocio, opinión muy a tener en cuenta dada su presencia en el exterior, superior a 5 años. La industria de la alimentación y bodegas, con menor tiempo de operación en el ámbito internacional, se muestran igualmente animadas. El sector primario, es el que muestra menos ánimo.



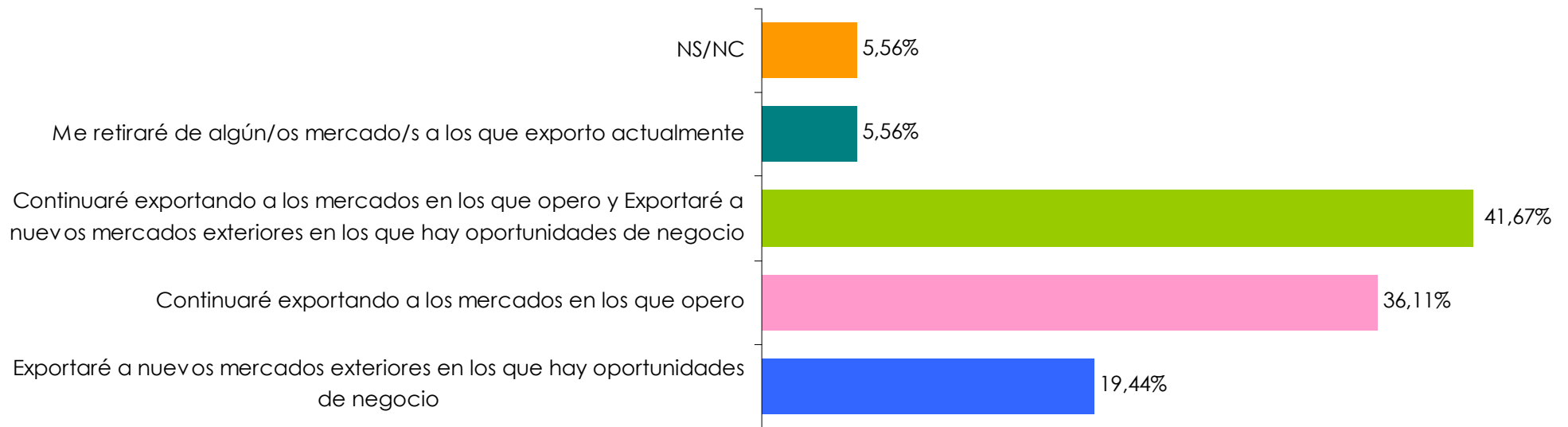


La pregunta **3.12 plantea los planes, a corto y medio plazo, de internacionalización de las empresas.**

Se han variado los campos en función de las respuestas obtenidas ajustándose a la opinión de los encuestados.

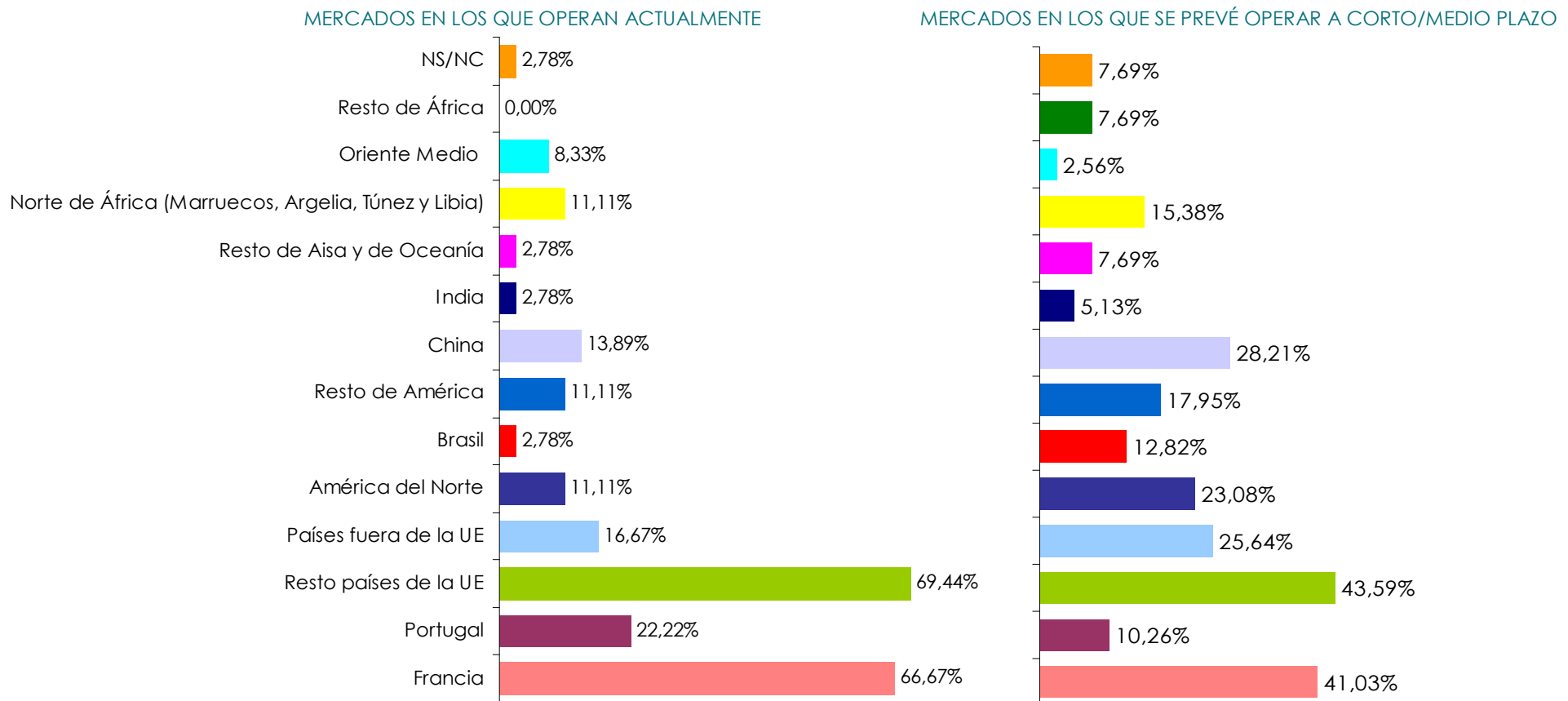
Más del 40% prevén dirigirse a otros mercados además de continuar en los que ya están operando. Este grupo lo forman, principalmente, la industria de la alimentación y bodegas, sectores con menos trayectoria exportadora.

El resto de sectores han elegido opciones muy heterogéneas, no pudiéndose extraer datos significativos que aporten tendencia en uno u otro sector o bien tipología de empresa.

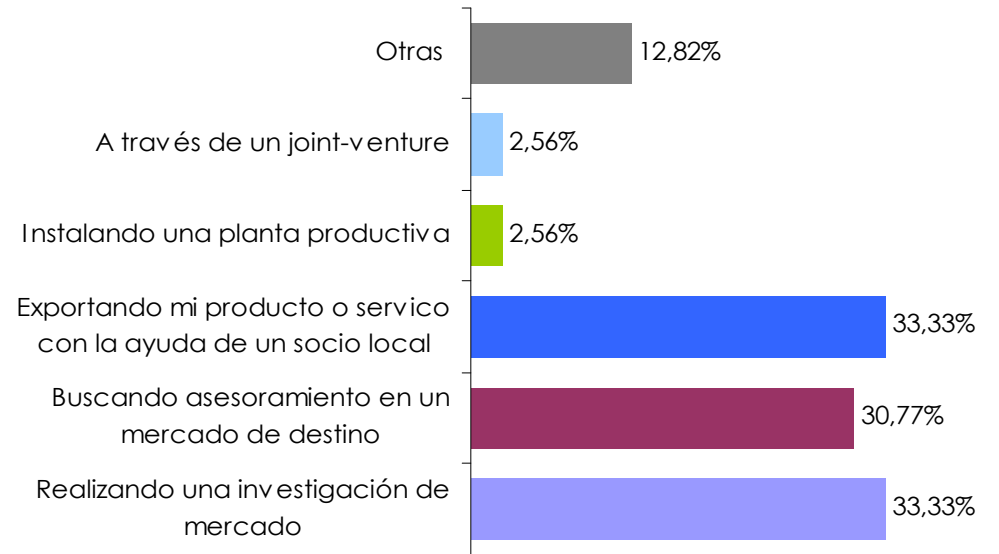
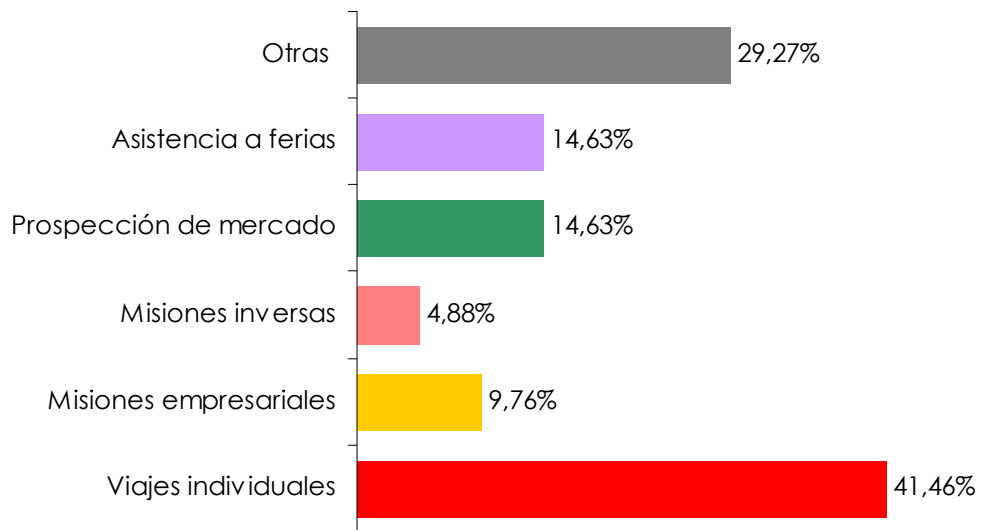


En la cuestión 3.13 se pregunta acerca de los nuevos mercados, en los que a corto o medio plazo tiene previsto operar, a continuación se compara estos nuevos mercados con los que actualmente se actúa.

Destaca la apertura países emergentes como Brasil y China, a destinos que ofrecen mayores garantías legales, tras los cambios políticos habidos, como en el Norte de África o del Resto de África. Son las bodegas las empresas que tiene más interés en comercializar fuera de la UE, seguido del sector metal y el químico.



En este punto de análisis de los resultados se comparan las cuestiones **3.7 ¿Cómo empezó su proceso de exportación?** y **3.14 ¿Qué procedimiento empleará en caso de exportar a nuevos países?**



Pregunta 3.7. Otras, ha sido la respuesta de casi el 30% de los encuestados, dentro de esta respuesta se incluyen:

Aquellos que han participado dentro del programa PIPE
Aquellos que han contactado con consultoras especializadas en apertura de mercados internacionales
Mediante la compra de empresa en otros países, esta opción sólo corresponde a empresas que pertenecen a grandes grupos
La colaboración con otras empresas que ya se han iniciado en la internacionalización
Turistas que ven la oportunidad, bien por calidad bien por precio, de exportar productos a sus países de origen

Pregunta 3.14. Otras, ha sido la respuesta de casi el 20% de los encuestados, dentro de esta respuesta se incluyen:

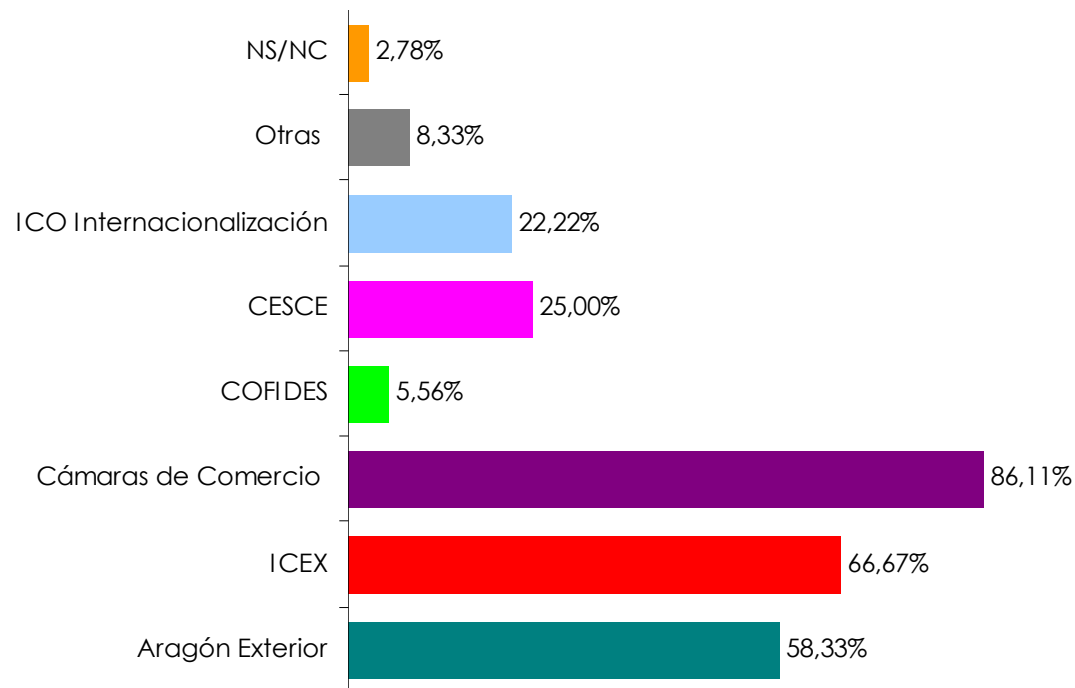
Asistencia a ferias
Participando en misiones inversas
Misiones empresariales

Al igual que a las empresas que no exportan, a las empresas exportadoras se les ha preguntado en las cuestiones 3.8 y 3.9 por el conocimiento de la existencia de entidades, tanto implantadas en todo el territorio autonómico y nacional como ubicadas en el Somontano, que puedan asesorar sobre exportación.

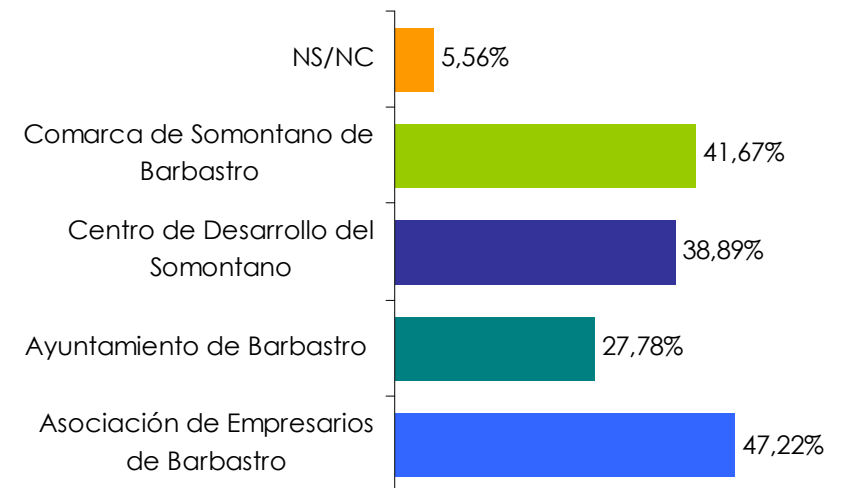
A los encuestados se les dió la opción de elegir todas aquellas instituciones que conociesen.

Las Cámaras de Comercio son la institución más conocida y a la que más del 86% de empresas identifican como institución asesora en exportación. Son conocidas en igual proporción el ICEX y Aragón Exterior, considerando mucho más eficiente el ICEX. Para las empresas exportadoras, a diferencia de las no exportadoras que prácticamente desconocían entidades como el CESCE o COFIDES, son todas más conocidas, pero menos valoradas en cuanto a asesoramiento para la exportación.

Los datos obtenidos de la pregunta acerca del conocimiento de las entidades ubicadas en el Somontano, no se consideran representativos. La razón es clara, las empresas responden por conocimiento de la institución pero no porque la identifique como un organismo que pueda asesorarles en exportación.



Entidades de ámbito autonómico y nacional



Entidades ubicadas en el Somontano

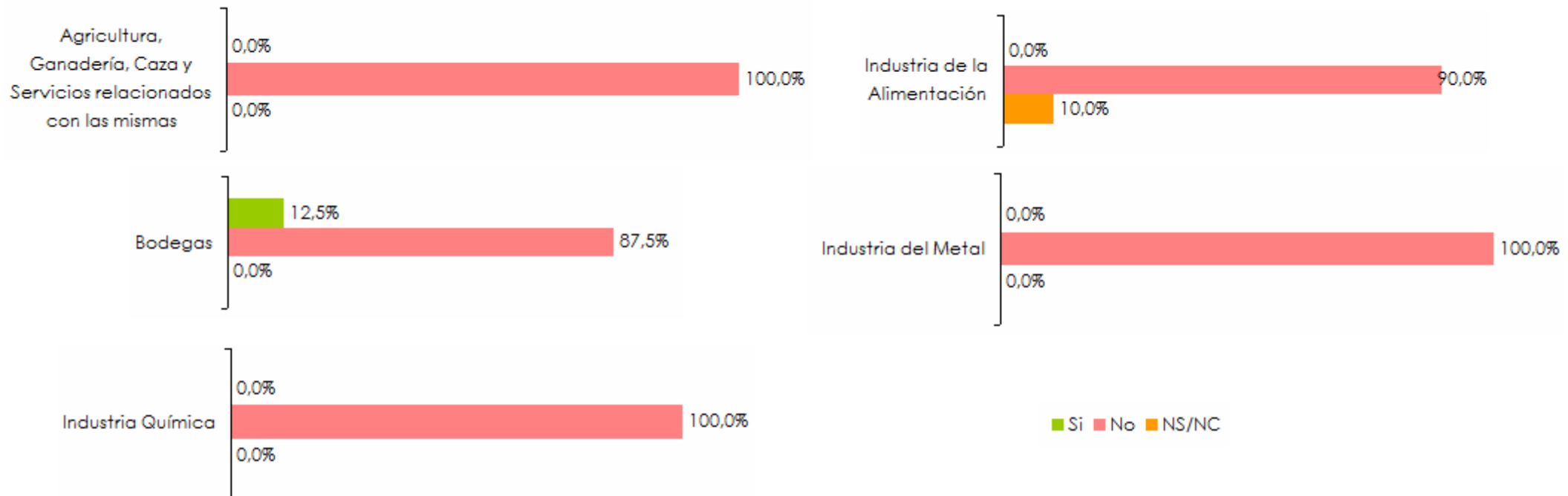
Finalmente, resulta interesante conocer si **las empresas forman parte de algún Consorcio de Exportación, pregunta 3.18.**

El 95% no forma parte de un consorcio de exportación, por lo tanto es claro que no son considerados una buena herramienta para la exportación, o son desconocidos.

Al encuestar, se ha preguntado si se conocía algún consorcio, la respuesta mayoritaria ha sido negativa.

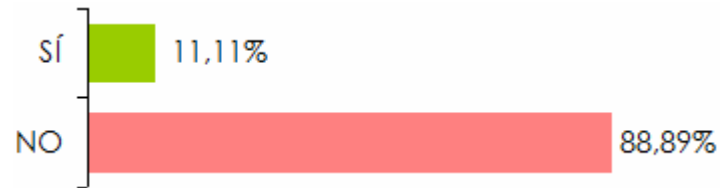


El único sector que participa en un consorcio es el sector bodegas.

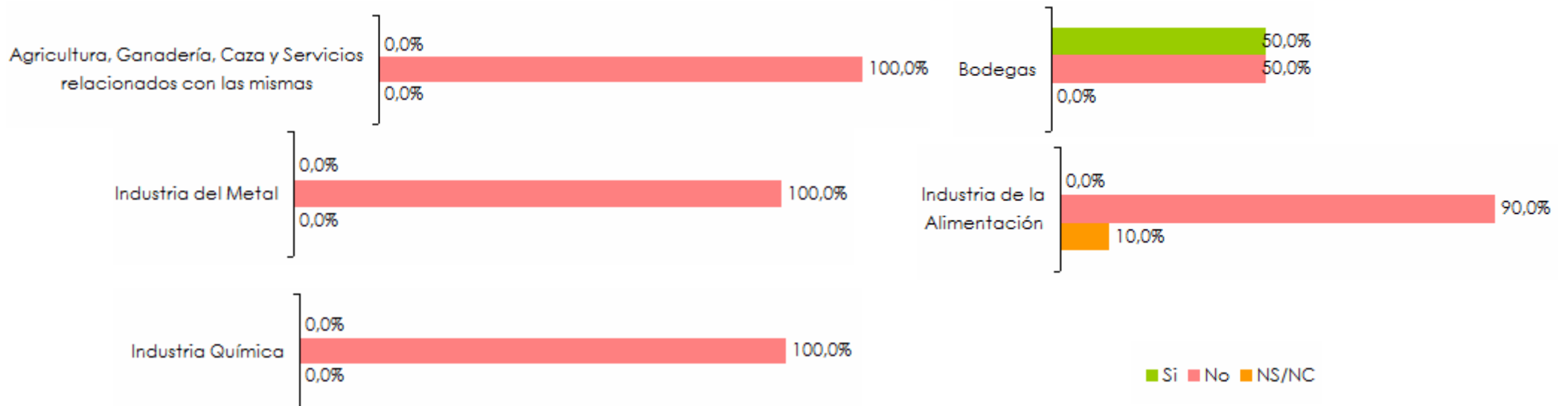


Por último la cuestión **3.17** concierne a las posibles **dificultades de financiación en los últimos dos años para su tarea de exportación.**

Es reseñable que casi el 90% de las empresas exportadoras entrevistadas no han tenido problemas de financiación en las operaciones de internacionalización de su empresa, es un hecho muy destacable dados los momentos de difícil acceso al crédito.



Todas las empresas que han tenido problemas de financiación son del mismo sector, bodegas.



CONCLUSIÓN BLOQUE 3. Los datos obtenidos muestran que:

- El tamaño de las empresas que exportan varía en función del sector al que pertenecen. En el sector primario, y bodegas encontramos un alto porcentaje de empresas con facturación menor a 600.000€ y reducido número de empleados que operan en el mercado internacional. Por el contrario, en el sector químico y del metal son empresas de mayor facturación y con mayor número de empleados, perteneciendo algunas de ellas a grupos empresariales, a excepción de algunos talleres, con facturación inferior a 600.000€. En el sector de la alimentación encontramos, todo tipo de empresas, no siendo en ninguna de ellas la facturación superior a los 10.000.000€, y con número de empleados inferior a 50.
- Cabe destacar la tradición en exportación, ya que más del 75% de las empresas llevan más de 5 años exportando. En la industria química, el 100% de las empresas exporta desde hace más de 5 años.
- Los principales países a los que se exporta son los europeos, aunque la tendencia es abrir nuevos mercados en países emergentes de Asia, América y Norte de África.
- El modo de operar más habitual es la exportación directa, seguido a gran distancia de exportación indirecta, contando muy pocas de las empresas con instalaciones fuera del territorio nacional.
- Todas las empresas que exportan consideran muy positiva la experiencia, estando entre sus objetivos el continuar en los mercados actuales y posicionarse en otros nuevos, ya que les proporciona mayor valor a la empresa al mismo tiempo que se reducen los riesgos al diversificar mercados.
- La financiación no les ha supuesto ni les supone un obstáculo en la exportación, salvo en aquellas empresas que llevan pocos años o están empezando, al ser un proceso que requiere una mayor inversión en sus inicios.



La internacionalización de las empresas permite **mejorar su eficiencia** y **diversificar riesgos** ante posibles dificultades en el mercado interior. La situación de crisis actual está demostrando que las empresas que saldrán más fortalecidas son aquellas que han afrontado antes los procesos de salida al exterior.

Los actores principales del proceso de internacionalización han de ser las empresas, que deben hallar la forma óptima de insertarse en los flujos comerciales y de inversión, y destinar el esfuerzo y los recursos necesarios para obtener el mayor provecho posible.

La comarca de Somontano de Barbastro cuenta con importantes empresas que han demostrado saber adaptarse a estos cambios, en sectores como el tecnológico, industrial, agroalimentario, etc. Empresas que han incorporado la internacionalización dentro su actividad comercial. Es importante aprender de la experiencia de estas empresas, así como de otras regiones con modelos de éxito, con el fin de incorporarlos a nuestra comarca.

Una de las principales herramientas para incorporarse al proceso de internacionalización es la **especialización**, con el fin de centrarse en aquellos aspectos de la empresa con claras ventajas competitivas que le permitan ampliar sus mercados.

El sector empresarial necesita del **apoyo** de las Administraciones Públicas, las organizaciones empresariales y otras instituciones para afrontar con éxito el reto de su internacionalización y es, en este sentido, donde, pueden y deben hacer un esfuerzo especial, pero sin olvidar que es también necesaria la participación del sector privado en los instrumentos de apoyo a la internacionalización de la empresa.

DAFO

Debilidades	Fortalezas
Desconocimiento capacidad de la propia empresa para exportar, se atribuye a la naturaleza del producto/servicio como impedimento para exportar.	Amplia gama de producto, de calidad y precio competitivo.
Desánimo para iniciarse en el proceso de internacionalización. Desconocimiento de las ventajas y oportunidades de la exportación.	Las empresas exportadoras consideran que la salida a otros mercados supone una de las únicas estrategias de crecimiento especialmente en la coyuntura económica actual.
Falta de experiencia, conocimiento y capacidad técnica para abordar mercados lejanos, desconocimiento del procedimiento de internacionalización (fiscalidad, autorizaciones...)	Significativa presencia de empresas de la comarca en el exterior, que puede generar un efecto arrastre de otras empresas aún no perteneciendo al mismo sector.
Poco conocimiento de medidas de apoyo institucional.	Disponer de organizaciones que permiten la colaboración entre empresas, pudiendo alcanzar una dimensión idónea para la internacionalización.
Dificultad para encontrar y asumir el coste de personal para iniciar la internacionalización.	Aumento de las iniciativas y programas de apoyo institucional a la exportación.
Falta de cooperación entre empresas, que puedan generar sinergias.	Promoción comercial conjunta, entre los que se incluyen la asistencia a ferias, encuentros de cooperación empresarial, etc.
PYMES con ámbito de actuación regional y local, no les permite prepararse para el mercado internacional.	
75% de las empresas no cuentan con instalación en el exterior y aquellas que disponen pertenecen a grupos empresariales.	

Amenazas	Oportunidades
Reducción de apoyos crediticios por la situación económica actual, que limita el acceso a la financiación para emprender proyectos en general y de exportación en particular.	Diversificar riesgos. Ahorro de costes.
Prácticas proteccionistas en algunos países emergentes.	Mejora de imagen de marca.
Dificultades por aspectos regulatorios y legales del país de destino que dificultan la entrada de productos.	Conocimiento del idioma en Latinoamérica.
Gran competencia internacional, especialmente en UE y en mercado asiático/americano.	Generar oportunidades en países con mayor crecimiento.
La mayor cuota de mercado se concentra en zonas próximas geográficamente, países de la UE.	Incremento de servicios comerciales internacional, propiciado por la mejora en las telecomunicaciones, no siempre obliga a estar presente para prestar el servicio.
	Proximidad con países de la UE. Existencia de programas de cooperación transfronteriza.

CONCLUSIONES

Para incrementar el número de empresas que inicien su actividad empresarial, así como para consolidar la presencia internacional de las empresas del Somontano, las acciones a llevar a cabo tras el diagnóstico podrían ser:

1. Sensibilizar sobre las posibilidades que ofrece el mercado internacional.
2. Creación de una guía de Buenas Prácticas sobre exportación.
3. Apoyo a la capacitación técnica de la empresa:
 - Conocer su situación de partida, y capacidades internas para la internacionalización.
 - Incrementar su grado de conocimiento de los mercados exteriores, para elegir los mercados objetivos.
 - Identificar las necesidades para la puesta en marcha de sus proyectos.
 - Proporcionar un enfoque orientativo de las fases del proceso de internacionalización que les ayude a definir una posible hoja de ruta para iniciar o consolidar su proyecto en el exterior, elaborando una herramienta práctica, una guía práctica para vender fuera de España.
4. Fomentar y apoyar la cooperación empresarial. El sector agroalimentario -cárnicas, quesos, aceite- de gran peso en la economía del Somontano, debería aprovechar las sinergias y canales de venta de las bodegas, que, en su gran mayoría, están presentes en mercados internacionales.
5. Configurar misiones internacionales con agendas empresariales personalizadas.
6. Impulsar la incorporación de nuevas tecnologías e innovación en procesos de internacionalización.
7. Apoyar la imagen y estrategia de marketing.

No podemos hacer cada día exactamente las mismas cosas y luego esperar resultados diferentes. Si queremos resultados diferentes, debemos emprender acciones diferentes.



- Ayuntamiento de Barbastro

<http://www.barbastro.org>

Comarca del Somontano

<http://www.somontano.org>

- Centro de Desarrollo del Somontano

<http://www.cedersomontano.com/>

- Asociación de Empresarios de Somontano de Barbastro

<http://www.aeb.es/>

- Consejo Regulador de la Denominación de Origen Somontano

<http://www.dosomontano.com/>

- Asociación de Empresarios Polígono Valle del Cinca

<http://www.poligonovalledelcinca.com/>

- Asociación de Empresarios de la Sierra de Guara

<http://www.guara.org/>

- Asociación de hortelanos y amigos de la huerta del Altoaragón

<http://asociaciondehortelanosdelaltoaragon.blogspot.com.es/>

- Instituto Aragonés de Estadística

<http://w.aragon.es/DepartamentosOrganismosPublicos/Organismos/InstitutoAragonesEstadistica>

Ministerio de Economía y Competitividad

<http://www.mineco.gob.es/>

Instituto Español de Comercio Exterior
<http://www.icex.es/>

Cámara de Comercio e Industria de la Provincia de Huesca
<http://www.camarahuesca.com/>

Organización Mundial del Comercio.
<http://www.wto.org/indexsp.htm>

Anuario Industrial de Aragón 2011.

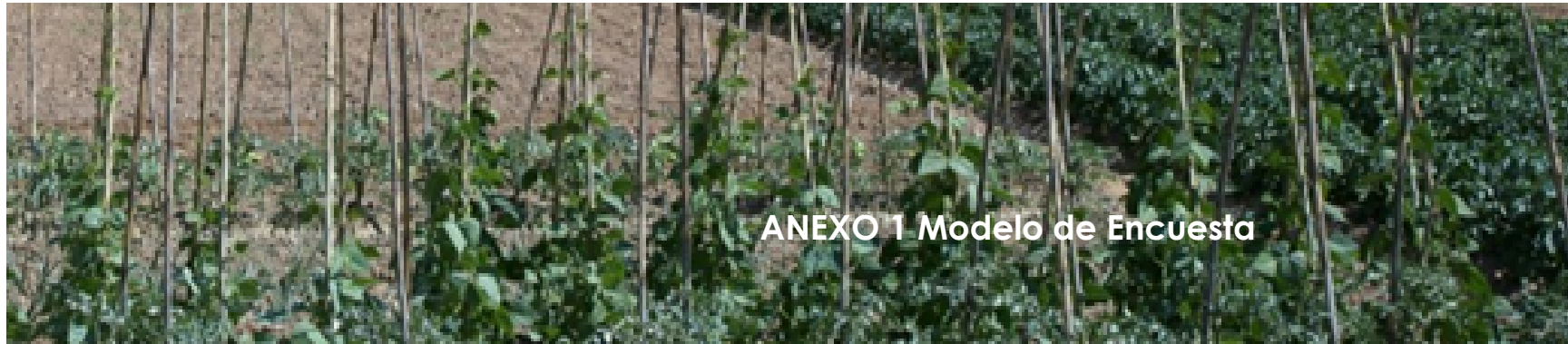
Anuario Internacional CIDOB 2011. Relaciones Exteriores de España: relaciones económicas exteriores

Libros de la Comarcalización. Colección territorio. Comarca de Somontano de Barbastro. Del presente y del futuro. 1. Una comarca que mira hacia el futuro: población, economía e iniciativas de desarrollo. Paloma Fábregas Martínez y Nuria Gil Gil.

Diagnóstico Territorial sobre el empleo, la formación y la dinamización empresarial. Comarca de Somontano de Barbastro. Centro de Desarrollo del Somontano. Año 2011

El Libro Blanco para la Internacionalización de la Empresa Madrileña. CEIM, Confederación Empresarial de Madrid-CEOE-COCIM, Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid. Año 2011.

Boletín Económico de Información Comercial Española. El sector exterior en el 2010. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio



ENCUESTA grado de internacionalización de las empresas de la Comarca del Somontano de Barbastro. PROYECTO RED DE APOYO A EMPRENDEDORES EN EL SOMONTANO

1 CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA

1.1 Razon social:

1.2 Empresa:

1.3 Dirección Postal:

1.4 E-mail:

1.5 Web:

1.6 Teléfono:

1.7 Persona de contacto:

1.8 Año de fundación:

1.9 Marque el sector o sectores de actividad en el que opera:

- Agricultura, ganadería, caza y servicios relacionados con las mismas
- Pesca y acuicultura
- Industria de la alimentación
- Fabricación de bebidas
- Industria del papel
- Industria química
- Artes gráficas
- Fabricación de maquinaria y equipos
- Fabricación de muebles
- Construcción/minería
- Informática y comunicaciones
- Ingeniería Civil/Medioambiental/Energía
- Logística
- Turismo
- Bienes de consumo/Hogar/Contract/Regalo
- Otros servicios (Financiero, Consultoría, Auditoría, Formación, etc)
- Otros no especificados en secciones anteriores (Por favor, indique cuales)
- NS/NC

1.10 Volumen de facturación anual en euros

- Hasta 600.000
- De 600.001 a 2.000.000
- De 2.000.001 a 10.000.000
- De 10.000.001 a 50.000.000
- Más de 50.000.000

1.11 ¿Su empresa pertenece a un grupo empresarial?

- No
- Sí Nombre

1.12 Número de trabajadores en la empresa

- De 1 a 5
- De 6 a 9
- De 10 a 25
- De 26 a 50
- De 51 a 100
- De 101 a 249
- Más de 250

1.13 Su empresa o grupo ¿ha exportado en los últimos cuatro años?

- Sí, ha exportado regularmente en los últimos cuatro años
- Sí, ha exportado ocasionalmente en los últimos cuatro años
- No
- NS/NC

1.14 ¿Cuál fue la distribución porcentual de sus ventas en los siguientes

- | | | |
|---------------|---|---|
| Aragón | <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> | % |
| España | <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> | % |
| Exportaciones | <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/> | % |

Nota: Si su empresa ha exportado pase el BLOQUE 3: ENCUESTA PARA EMPRESAS QUE EXPORTAN, en el supuesto que su empresa no exporte cumplimente el BLOQUE 2: ENCUESTA PARA EMPRESAS QUE NO EXPORTAN

2 ENCUESTA PARA EMPRESAS QUE NO EXPORTAN

2.1 ¿Desearía iniciarse en el comercio exterior?

- Sí
- No
- NS/NC

2.2 ¿Cree que la actividad de su empresa es susceptible de exportar en el exterior?

- Sí
- No
- NS/NC

2.3 Seleccione de la siguiente lista los principales productos que su empresa es susceptible de exportar o invertir en el exterior

- Animales vivos
- Materias primas agrícolas
- Productos hortofrutícolas
- Productos de las industria alimentaria y de bebida
- Productos de las industrias químicas
- Materias plásticas y manufacturas de caucho
- Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera
- Papel y cartón
- Material textil y sus manufacturas
- Máquinas, aparatos y equipos
- Servicios de consultoría, ingeniería, turismo....
- Otros no especificados en secciones anteriores (Por favor, indique cuales)

2.4 ¿Por qué razones no ha exportado?. Marque sólo la razón principal

- No tenemos interés
- Nos interesa, pero no sabemos cómo hacerlo
- Falta de conocimientos de idiomas
- No contamos con el apoyo público necesario
- Estamos empezando a hacerlo
- Otras no especificadas en secciones anteriores (Por favor, indique cuales)
- NS/NC

2.5 ¿ Qué países serían objeto de interés en caso de exportación?

- Francia
- Portugal
- Resto países de la UE
- Países fuera de la UE
- América del Norte
- Brasil
- Resto de América
- China
- India
- Resto de Aisa y de Oceanía
- Norte de África (Marruecos, Argelia, Túnez y Libia)
- Oriente Medio
- Resto de África

2.6 ¿Cuáles considera que son su fortalezas competitivas?

- Gama de productos/servicios
- Precio
- Calidad
- Diseño
- Canales de distribución y venta
- Flexibilidad
- Tecnología
- Otras no especificadas en secciones anteriores (Por favor, indique cuales)
- NS/NC

2.7 ¿Dispone de conocimiento suficiente sobre internacionalización?

- Si
- No
- Algo

2.8 En el caso de que piense exportar, ¿qué procedimiento piensa utilizar?
Marque lo que proceda

- Realizando una investigación de mercado
- Buscando asesoramiento en un mercado de destino
- Exportando mi producto o servicio con la ayuda de un socio local
- Franquiciando en el exterior
- Externalizando una actividad de mi empresa
- Abriendo una oficina en el exterior
- Instalando una planta productiva
- A través de un joint-venture
- Otras no especificadas en secciones anteriores (Por favor, indique cuales)
- NS/NC

2.9 Señale qué entidades conoce, ubicadas en el Somontano, que puedan informarle sobre exportación

- Asociación de Empresarios de Barbastro
- Ayuntamiento de Barbastro
- Centro de Desarrollo del Somontano
- Comarca de Somontano de Barbastro

2.10 Señale las entidades que conoce del siguiente listado, que puedan informarle sobre exportación

- Aragón Exterior
- ICEX
- Cámaras de Comercio
- COFIDES
- CESCE
- ICO Internacionalización
- Otras no especificadas en secciones anteriores (Por favor, indique cuales)
- NS/NC

2.11 Valore (desde 3, muy importante a 0, nada importante) las siguientes motivaciones para acometer un proceso de internacionalización comercial o productivo

- | | 0 | 1 | 2 | 3 | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Aumento de los beneficios |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Reducción de riesgos de negocio por diversificación |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Acceso a mercados de materias primas |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Dar una salida a los stocks |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Generar mayor valor a la empresa |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Otras no especificadas en secciones anteriores (Por favor, indique cuales) |

Aquí termina la encuesta para usted. Muchas gracias por su colaboración

3 ENCUESTA PARA EMPRESAS QUE EXPORTAN

3.1 Seleccione de la siguiente lista los principales productos que exporta

- Animales vivos
- Materias primas agrícolas
- Productos hortofrutícolas
- Productos de las industria alimentaria y de bebida
- Productos de las industrias químicas
- Materias plásticas y manufacturas de caucho
- Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera
- Papel y cartón
- Material textil y sus manufacturas
- Máquinas, aparatos y equipos
- Servicios de consultoría, ingeniería, turismo,...
- Otros no especificados en secciones anteriores (Por favor, indique cuales)

3.2 ¿Desde cuándo opera en el ámbito internacional?

- Desde hace un año o menos
- Entre 1 y 5 años
- Entre 5 y 10 años
- Hace más de 10 años

3.3 ¿Cuáles son su principales mercados de exportación?

- Francia
- Portugal
- Resto países de la UE
- Países fuera de la UE
- América del Norte
- Brasil
- Resto de América
- China
- India
- Resto de Aisa y de Oceanía
- Norte de África (Marruecos, Argelia, Túnez y Libia)
- Oriente Medio
- Resto de África

3.4 En su actividad empresarial internacional, ¿Cómo caracterizaría las operaciones internacionales de su empresa o grupo?

- Exportación directa
- Exportación indirecta
- Licencia o Franquicia
- Empresa comercial mixta
- Filial de ventas
- Empresa de montaje o ensamblaje
- Empresa mixta de producción
- Filial de producción
- Otras no especificadas en secciones anteriores (Por favor, indique cuales)

3.5 En su empresa, ¿Qué porcentaje aproximado supone el negocio internacional sobre su volumen de negocio total?

- Menos del 10%
- Entre el 10% y el 24%
- Entre el 25% y el 49%
- Entre el 50% y el 74%
- Entre el 75% y el 99%
- El 100%

3.6 ¿Su empresa tiene algún tipo de instalación en el extranjero?

- Sí
 - De carácter comercial
 - Con actividad productiva
- No

3.7 ¿Cómo empezó su proceso de exportación?

- Viajes individuales
- Misiones empresariales
- Misiones inversas
- Prospección de mercado
- Asistencia a ferias
- Otras no especificadas en secciones anteriores (Por favor, indique cuales)

3.8 Señale qué entidades conoce, ubicadas en el Somontano, que puedan informarle sobre exportación

- Asociación de Empresarios de Barbastro
- Ayuntamiento de Barbastro
- Centro de Desarrollo del Somontano
- Comarca de Somontano de Barbastro

3.9 Señale las entidades que conoce del siguiente listado, que puedan informarle sobre exportación

- Aragón Exterior
- ICEX
- Cámaras de Comercio
- COFIDES
- CESCE
- ICO Internacionalización
- Otras no especificadas en secciones anteriores (Por favor, indique cuales)
- NS/NC

3.10 Valore (desde 3, muy importante a 0, nada importante) cuales fueron sus motivaciones para exportar

	0	1	2	3	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Aumento de los beneficios
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Reducción de riesgos de negocio por diversificación
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Acceso a mercados de materias primas
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Dar una salida a los stocks
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Generar mayor valor a la empresa
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Otras no especificadas en secciones anteriores (Por favor, indique cuales)

3.11 En el próximo ejercicio estima que las exportaciones de su empresa

- Aumentarán
- Disminuirán
- Se mantendrán estabilizadas

3.12 ¿Cuáles son los planes que contempla respecto a la internacionalización de su empresa?

- Exportaré a nuevos mercados exteriores en los que hay oportunidades de negocio
- Continuaré exportando a los mercados en los que opero
- Me retiraré de algún/os mercado/s a los que exporto actualmente

3.13 ¿En qué áreas económicas prevé operar?

- Francia
- Portugal
- Resto países de la UE
- Países fuera de la UE
- América del Norte
- Brasil
- Resto de América
- China
- India
- Resto de Aisa y de Oceanía
- Norte de África (Maruecos, Argelia, Túnez y Libia)
- Oriente Medio
- Resto de África

3.14 En el caso de que piense exportar a nuevos países, ¿qué procedimiento piensa utilizar?

- Realizando una investigación de mercado
- Buscando asesoramiento en un mercado de destino
- Exportando mi producto o servicio con la ayuda de un socio
- Franquiciando en el exterior
- Abriendo una oficina en el exterior
- Instalando una planta productiva
- A través de una joint-venture (empresa conjunta)
- Otros no especificados en secciones anteriores (Por favor, indique cuales)

3.15 ¿Cómo valora los resultado que ha obtenido su empresa en su experiencia internacional hasta la fecha?

- Muy malo
- Malo
- Regular
- Bueno
- Muy bueno

3.16 ¿Cómo se siente para continuar con su experiencia de internacionalización de su empresa?

- Muy animado
- Bastante animado
- Poco animado
- Nada animado

3.17 ¿Ha tenido su empresa dificultades de financiación en los últimos dos años para su tarea de exportar o invertir en el exterior?

- Sí
- No

3.18 ¿Participa en algún consorcio de exportación?

- Sí
- No

OBSERVACIONES

Aquí termina la encuesta para usted. Muchas gracias por su colaboración