

INTERREG EUROPE – SME

INTERNACIONALIZACIÓN DE PYMES

Duración: Abril 2016 – Diciembre 2020

El proyecto “SME Internationalization Exchange, SIE” (Internacionalización de PYMES) nos permitirá, así como al resto de socios evaluar y mejorar los servicios de apoyo empresarial a las pequeñas y medianas empresas (PYMES), en Cantabria, específicamente los relacionados con la exportación y la internacionalización.

Los socios con los que se trabaja son:

- Kent County Council (Reino Unido)
- Región de Molise (Italia)
- Región de Usti (Chequia)
- Nbank (Alemania)
- Agencia de Desarrollo Torun (Polonia)
- Cámara de Comercio de Aquitania (Francia)

Finalidad y objetivos

- Evaluar las barreras a la exportación que identifican las pymes en Cantabria
- Analizar la efectividad de las políticas y programas de apoyo a la exportación existentes
- Identificar programas innovadores de apoyo empresarial a la exportación en las regiones de los socios del proyecto
- Establecer nuevos programas de apoyo en Cantabria para ayudar a eliminar las barreras al comercio internacional y mejorar los niveles de exportación en Cantabria

Resultados esperados

- Identificando de las barreras al comercio internacional a las que se enfrentan las empresas de Cantabria
- Desarrollo de Propuestas para enfrentarse a las barreras a la exportación
- Nuevas iniciativas de apoyo empresarial aplicadas basadas en soluciones innovadoras en las regiones de los socios
- Empresas de Cantabria mejor preparadas para el negocio internacional

Principales ventajas para Cantabria

- Puesta a disposición de las empresas de Cantabria de información actualizada sobre las barreras al comercio internacional resaltando las necesidades de apoyo.

- Una oportunidad de poner en marcha nuevas estrategias para ayudar a las empresas locales a crecer internacionalmente
- Mejora de los servicios de apoyo a las empresas
- Establecimiento de relaciones comerciales que facilitan la entrada en mercados exteriores así como la atracción de inversión extranjera

Desarrollo del programa

Durante el periodo que ha durado la primera fase del proyecto ***SME Internationalization Exchange (SIE)*** han tenido lugar diferentes visitas de estudio a las regiones donde se sitúan las organizaciones que conforman el proyecto. En todas ellas el objeto de estudio han sido las políticas concretas de apoyo a la internacionalización de PYMES que se llevan a cabo en esas regiones, las barreras a las que las empresas pueden enfrentarse y como tratan de afrontarse.

Aunque todas las regiones objeto de estudio presentan una estructura económica, más o menos, similar, las economías tradicionales de cada una, así como su idioma, situación geográfica o coyuntura económica propia de cada país, hacen que las barreras a las que las empresas locales se enfrentan puedan presentar diferencias sustanciales.

A continuación, se pasa a enumerar las visitas que han tenido lugar durante este periodo y los temas tratados en cada una de ellas

1. VISITA A LA REGION DE KENT (REINO UNIDO)– Julio 2016

El principal objetivo de la visita era que el socio líder del proyecto, Kent City Council, pudiese presentar los programas que desarrolla de manera local para la promoción de la internacionalización de sus empresas. Durante la visita se visitaron varias empresas, presentadas como casos de éxito, de sectores representativos de la economía regional.

Entre estas visitas se puede enumerar: una empresa del sector biotecnológico, una cervecería local, la más antigua del Reino Unido, y representante del importante sector de la agricultura en Kent y al parque científico y tecnológico local.

Las políticas presentadas por el socio local partieron de la presentación del estudio denominado “Kent International Business Study”, a partir del mismo, realizado en 2011, se hicieron recomendaciones sobre como enfocar las distintas políticas de apoyo a la PYME. Esto llevó a la creación del programa Kent International Business por el cual se tratan de aglutinar los sistemas de apoyo a la PYME de los distintos actores regionales. A partir de ese sistema se acompaña a las empresas a ferias internacionales y se celebran eventos a nivel local/regional.

Por último, distintas organizaciones, a nivel local o nacional, presentaron sus sistemas de apoyo, como la Cámara de Comercio del Reino Unido, y sus servicios, de carácter tanto gratuito para socios como de pago.

2. VISITA A LA REGION DE MOLISE (ITALIA) – Noviembre 2016

Como en la visita anterior, el viaje giro entorno a las políticas de apoyo a las PYMES para esa región italiana. Situada en el sur de Italia es una región eminentemente rural, que ha tenido problemas de despoblación, y con una economía con amplia presenta de sectores más tradicionales.

En la visita, además de las visitas a las empresas, se presento el proyecto local “Go and Come Back” mediante el cual, la región financia becas de estancias internacionales a jóvenes universitarios, por las que acuden a hacer practicas en empresas en el extranjero y, al volver a Italia, les concede créditos sin coste para que puedan montar sus propios negocios. El programa busca fijar población joven en la región.

3. VISITA A LA REGION DE TORUN (POLONIA) – Julio 2017

La región de Torum, en Polonia, se sitúa en el norte del país. Fue la tercera visita del programa en la que los grupos locales presentaron sus propias políticas al resto de socios del programa para que se puedan comparar con las suyas propias y aprender de los posibles casos de éxito.

La visita se dividió en tres fases: la visita a empresas locales, intentado focalizar las mismas en compañías representativas de la internacionalización regional. Además, los socios locales presentaron sus organizaciones y políticas propias. Por último, el socio local, la Agencia de Desarrollo Local, presento su programa elegido como buena práctica, la formación de clusters en sectores claves para el fomento de la exportación.

Los principales sectores de la región son: industria química y de plásticos, agricultura, electromecánicas y el procesamiento de alimentos. La mayoría de las compañías son locales, pero también atraen inversión extranjera directa, especialmente de Alemania. Las visitas a las empresas fueron a empresas representativas de estos sectores.

Para ilustrar el programa de creación de clusters se eligió el cluster dirigido a la industria HORECA, que aglutina 13 empresas locales del sector que se agrupan para optar a contratos internacionales. A la fundación del cluster recibieron financiación regional con el objetivo que, mediante esta agrupación, las empresas puedan optar a contratos que no podrían de manera individual. Según se reportó en la visita, los resultados han sido muy exitosos.

4. VISITA A LA REGION DE HANNOVER (ALEMANIA) – Febrero 2018

La región alemana de Hannover, mediante el socio local del proyecto, NBank, presentó el proyecto local que consiste en el establecimiento de oficinas regionales en el extranjero de forma que faciliten el acceso de las empresas sajonas a los mercados internacionales elegidos.

Mediante estas oficinas de representación las empresas alemanas consiguen en destino un socio de confianza que les permite: acceder a información de primera mano, facilita la gestión de contactos tanto a nivel empresarial como político, información sobre la coyuntura económicas de los países, etc.

En la actualidad cuenta con oficinas en: EEUU, Irán Polonia, Rusia, China y Dinamarca. Adicionalmente se está llegando a acuerdos para abrir una delegación en el Caribe.

5. VISITA A LA REGION DE BURDEOS (FRANCIA) – Junio 2018

Durante esta visita el socio local (Cámara de Comercio de Aquitania) pudo presentar, poniendo énfasis, en las reformas que, tras las recientes elecciones generales en Francia, sufrió el sistema publico de apoyo a las empresas, pasando a ser un sistema mucho más centralizado en búsqueda de la eficiencia. Fruto de esa unión a nivel nacional surgió el programa presentado como caso de éxito, llamado “Parcours L’Export”.

Mediante dicho programa, las empresas elegidas acceden aun marco de apoyo individualizado que las acompaña a lo largo de todo el proceso de exportación. Desde los pequeños detalles iniciales hasta la búsqueda de mercados objetivo, contratación de personal especializado, búsqueda de clientes o asistencia a ferias y acceso a contratos.

El marco supone un apoyo muy individualizado a las empresas de la región que, para acceder a él, deben pasar rigurosos exámenes como forma de apuntalar su compromiso total con el proyecto.

Por último, y como en los otros casos, se pudo visitar empresas de sectores representativos: biotecnológico y vinícola, el más tradicional de los sectores de Burdeos, y el más internacionalizado.

6. VISITA A LA REGION DE USTI (REP. CHECA) – Septiembre 2018

La visita a Usti fue la ultima que tuvo lugar dentro del marco del proyecto y en ella se dieron los ultimo coletazos a la comparación de políticas regionales.

Las empresas que se visitaron fueron de sectores muy distintos: agricultura y aeroespacial.

La primera empresa que se visito tuvo dos objetivos, conocer el cultivo tradicional de la zona, el lúpulo, usado para la fabricación de cerveza, y también conocer el programa de apoyo elegido como caso de éxito por la región, la agrupación de empresas en forma de cooperativa para que puedan acceder a mercados internacionales en mejores condiciones de lo que lo harían normalmente.

La región apoyo inicialmente a la formación de ese grupo de productores locales, tanto económica como logísticamente.

Actualidad

Una vez finalizado el periodo de visitas tuvieron lugar dos reuniones de trabajo, en Bruselas y Reino Unido, donde los socios locales pudieron llegar a acuerdos sobre los siguientes pasos a dar dentro del marco del programa.

El objetivo es lograr que, con las lecciones aprendidas durante las visitas, los socios locales pudieran formar programa de apoyo a sus Pymes locales.

En la actualidad el proyecto se encuentra en esta fase.

Extensión COVID-19

Con motivo de la pandemia del COVID-19, el proyecto fue ampliado durante un año con el propósito de hacer una encuesta entre las PYMES de las regiones afectadas.

La Cámara de Comercio de Cantabria envió esta encuesta entre las empresas internacionalizadas y elaboró un estudio con los resultados, que se pueden consultar a continuación:

ENCUESTA SOBRE LOS EFECTOS DE LA COVID-19 EN LA EXPORTACIÓN CÁNTABRA

Esta encuesta sobre los efectos de la COVID-19 se enmarca dentro del programa europeo Interreg SIE en el que la Cámara de Comercio lleva participando desde el año 2016.

El objetivo del programa, desde un principio, es evaluar y comparar las políticas públicas de apoyo a la PYMES y su internacionalización en regiones europeas de características económicas similares, entre las que se encontraba Cantabria. Durante los 4 años que duró inicialmente el programa se evaluaron las distintas políticas presentadas por las regiones con el objetivo de, al final, implantar planes piloto con las lecciones aprendidas. Lamentablemente, como en tantos otros ámbitos, el estallido de la pandemia en los primeros meses de 2020 interrumpió estos planes, impactando directamente en su aplicación y obligando a, entre otras cosas, la cancelación de los eventos de clausura del programa de forma física y trasladándolos a un espacio online mucho menos productivo que no favoreció el objetivo último del programa, el

intercambio de experiencias entre *stakeholders* y *policymakers* de las distintas regiones.

Para tratar de paliar esos efectos y como forma de obtener una información extra y útil, el consorcio presentó una solicitud de ampliación del programa, durante un año más, hasta mediados de 2022, que permitiese estudiar los efectos de la pandemia en las PYMES, así como su opinión sobre las distintas medidas adoptadas.

En el caso de la **Cámara de Comercio de Cantabria**, siempre en estrecha colaboración con **SODERCAN** como *stakeholder* más importante, se diseñó un cuestionario para las empresas. Este fue consensuado tanto con los miembros del consorcio en pos de obtener unas respuestas lo más homogéneas posibles que hiciesen viable la comparación con el resto de regiones involucradas, así como con **SODERCAN**.

El formulario consiste en veintiséis preguntas de respuesta múltiple centradas en:

1. Entender el tipo de empresa.
2. Conocer de primera mano los diferentes efectos de la COVID-19 en la empresa.
3. Conocer los efectos que ha tenido en la organización interna.
4. Conocer como evalúan las políticas implantadas en Cantabria de 2020 a 2021.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de ese cuestionario:

1. Publicación y respuestas

El cuestionario se difundió tanto por la **Cámara de Comercio de Cantabria** como por **SODERCAN** a las listas de correo que se consideraron prioritarias, por pertenecer al ámbito internacional. Esta primera difusión se hizo con fecha 11 de enero. Posteriormente, y ante la escasez de respuestas recibidas, la **Cámara de Comercio** hizo una segunda difusión, más personalizada, entre las empresas participantes habituales en las acciones del área internacional. Esta segunda difusión se hizo una semana más tarde, el día 18 de enero, y fue considerablemente más efectiva, logrando finalmente 67 respuestas completas.

El objetivo inicial del área se fijó en sesenta respuestas, con un mínimo de cincuenta, teniendo en cuenta el número aproximado de empresas objetivo y los diferentes motivos de tiempo, ausencias o discreción que pudiesen llevar a las empresas a rechazar la respuesta.

Todas las respuestas tienen carácter anónimo, haciendo imposible, incluso para la Cámara, saber que empresas respondieron y en qué orden.

La encuesta se gestionó mediante la plataforma **FORMS** de Microsoft Office.

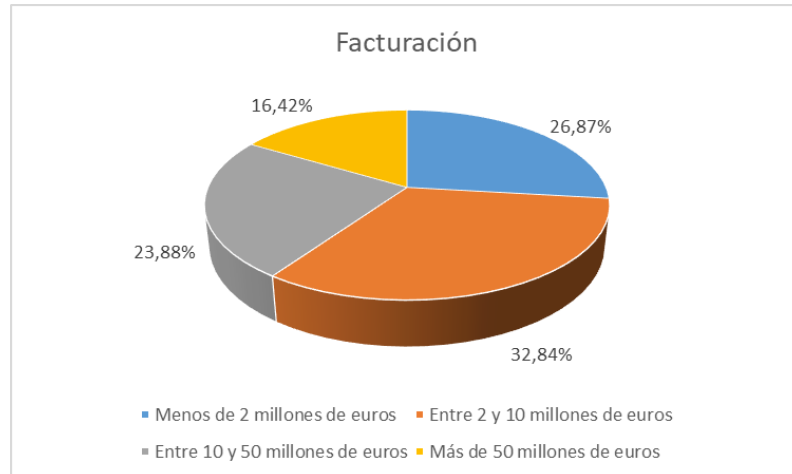
2. Análisis de resultados

El análisis de resultados consta de cuatro etapas.

1. Una primera resumiendo las primeras respuestas, de manera que podamos tener una pequeña imagen de

la empresa tipo que ha respondido la encuesta.

2. Una segunda que permita conocer los efectos de la pandemia en el corto plazo, en diversos ámbitos del



funcionamiento de la empresa.

3. Organización interna de la empresa.
4. Una última, para conocer la opinión sobre las políticas implantadas.

Por último, cabe indicar que estos resultados reflejan meramente la realidad de las empresas participantes en la encuesta y no son fiel imagen de la realidad de la empresa exportadora cántabra ni su composición sectorial, solo una mera aproximación.

2.1 Radiografía de la empresa

De las 67 empresas participantes más de un 50% (34) declararon pertenecer al sector industrial, seguido por agroalimentario (12), tecnológico (9), servicios (7) y bienes de consumo (5).

Por tamaño de la empresa se distribuyen en 15 (22%) con menos de diez trabajadores, 24 (36%) con entre diez y cincuenta y, por último, 28 (42%) con más de cincuenta trabajadores.

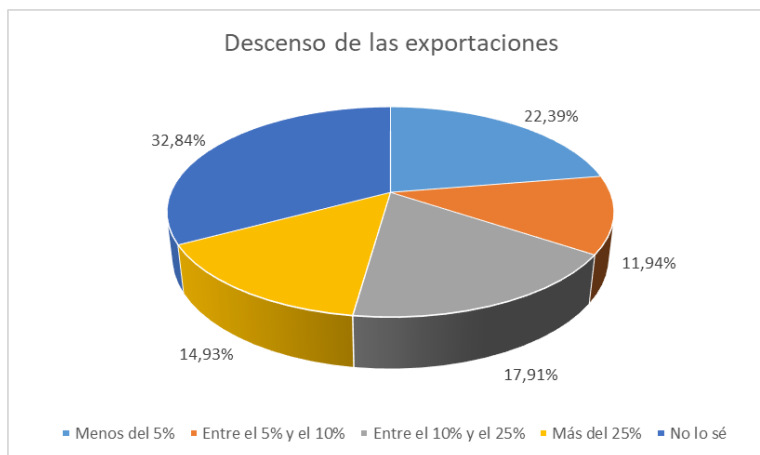
En cuanto a la facturación, un 60% de las empresas declaran facturar menos de 10 millones de euros, según el gráfico adjunto.

Por último, destaca el elevado peso que tienen las exportaciones ya que el 43% de ellas declaran que sus ventas internacionales suponen más del 50% de sus ventas totales. Y si además tenemos en cuenta las que cuantifican sus exportaciones entre un 25% y un 50% de su facturación, sumamos otro 12% de empresas adicional. Esto nos hace pensar que las empresas que han invertido tiempo en contestar le cuestionario son precisamente las empresas con un carácter más exportador, lo que añade valor adicional a sus comentarios posteriores.

2.2 Efectos de la pandemia

A la pregunta de si creen que la pandemia ha afectado a su proceso de internacionalización, la gran mayoría contesta que sí, concretamente un 66%. Curiosamente, un 5% de los encuestados considera que la pandemia ha tenido un efecto positivo en su internacionalización, sin entrar en más detalle. El 83% de las empresas consideran que la pandemia ha tenido un efecto muy importante o bastante importante en su actividad.

En el plano internacional, destacan el efecto tanto en las exportaciones como en los suministros como principales focos donde se han visto afectadas.



Se preguntó a las empresas que, si sus exportaciones habían bajado, cuantificasen esa bajada. Pese a que un 32.8% de las mismas prefirió no decirlo o no lo tenía cuantificado, los datos son interesantes igualmente y, eso sí, cabe compararlos con lo que nos dicen las estadísticas oficiales al respecto.

Según los últimos datos anuales disponibles completos (lo más actualizados son de noviembre de 2011) la caída de las exportaciones cántabras en 2020 fue del 5.7%, casi la mitad que la media nacional que se situó en un 10% y muy por debajo de regiones como Asturias que se situó en el 19%.

Según esta encuesta, al 22% de las empresas les afectó menos de un 5% de sus ventas respecto al ejercicio anterior; un 18% declaró una bajada entre el 10 y el 25 por ciento y, por último, un 15% declaró descensos superiores al 25%.

Así mismo, las empresas declaran que la pandemia ha tenido un efecto negativo en el peso de las exportaciones en sus ventas, con un 42% de empresas que han sufrido un descenso en este apartado. Cabe destacar que, por el contrario, un 25% declaran que este porcentaje ha aumentado. Teniendo en cuenta que solo un % de las empresas consideraba que el COVID ha tenido un efecto positivo en su actividad, parece indicar que un importante porcentaje de las empresas cántabras han utilizado los mercados internacionales como sostén de sus ventas.

Un dato muy representativo de esta crisis es que el 60% de las empresas declara que no se ha

visto obligado a buscar nuevos mercados en estos dos años, lo que hace suponer que las empresas han considerado un esfuerzo casi inútil buscar colocar sus productos en otros mercados ya que prácticamente todos se han contraído.

En cuanto a los proveedores, el 47% de empresas declaraban haber sufrido la pandemia en sus proveedores y/o cadena de suministro. Dato que coincide casi exactamente con el 48% que declara haber tenido que buscar nuevos proveedores.

2.3 Organización interna

Un dato positivo es que, de las empresas participantes, un 70% declara haber mantenido o incluso aumentado sus trabajadores durante estos dos últimos años. Un dato que puede parecer contraintuitivo al contrario que en otras crisis económicas, ya que esta ha tenido un marcado carácter internacional.

Donde los datos sí que siguen un poco más lo esperado es en cómo han reaccionado las empresas ante la obligatoriedad del confinamiento y las medidas sanitarias. Esta se consideró una pregunta abierta para dar cabida a las distintas estrategias, pero a modo de resumen se puede indicar que:

- Las empresas tuvieron que adaptarse para seguir los protocolos sanitarios, bien mediante turnos, mediante teletrabajo o incluso incorporando personal para poder instaurar turnos de trabajo.
- A nivel promocional se suprimió la dependencia de los viajes internacionales y muchas empresas declaran haber utilizado nuevas vías, online, o incluso el seguimiento a mercados locales.
- Medidas de apoyo a los clientes, ampliando plazos o tiempos de almacenaje.

Cabe destacar, como es lógico, el rol de las nuevas tecnologías. Teniendo en cuenta que puede diferir según el tipo de negocio, un 63% de las empresas considera que la digitalización ha jugado un papel clave en su adaptación. El 22% de las empresas han citado el teletrabajo como una de las medidas clave, y la promoción comercial o reuniones de equipo y clientes vía videollamadas han resultado ser factores clave.

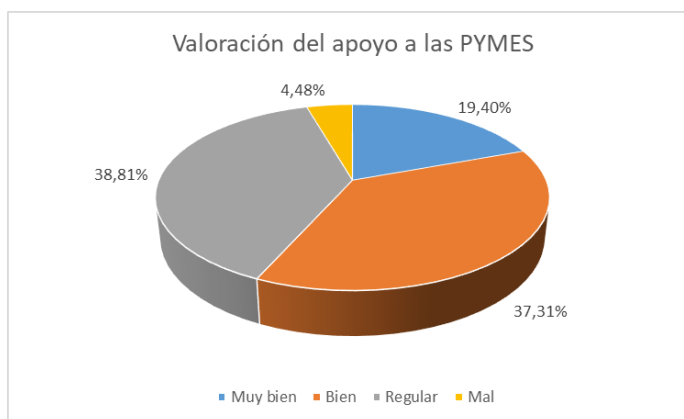
Respecto al medio plazo, el 84% de las empresas considera la digitalización una vía indispensable de futuro. Eso sí, la parte más tradicional del negocio internacional está lejos de quedarse obsoleta ya que un abrumador 97% de los encuestados no baraja abandonar los viajes y/o ferias internacionales.

Por último, se les preguntó si creían haber aprendido alguna buena práctica que implantar desde ya en su organización y un 63% consideró que sí. Entre las más citadas tenemos: implantación del

teletrabajo, prospección virtual de mercados y los *webinars* o videollamadas como sustituto de las llamadas tradicionales.

2.4 Valoración apoyo

En cuanto a la valoración que dan las empresas participantes en la encuesta al apoyo ofrecido por las instituciones, el 20% declara no haber estado al tanto de las medidas de apoyo a la internacionalización que han



tomado las instituciones, cántabras y españolas, durante estos meses.

Entre las que estaban al tanto la valoración de ese apoyo difiere bastante. Casi el 20% declara que ese apoyo fue muy bueno, con otro 37% diciendo que fue bueno. En cambio, un 40% indica que el apoyo fue regular y un 4.48% que fue malo.

Más impactante es el dato sobre el papel decisivo o no de las ayudas en frenar el impacto de la pandemia; el 81% de las empresas encuestadas declara que las ayudas no tuvieron un papel decisivo al soportar los efectos del COVID-19.

Cuando fueron preguntadas por como esa ayuda podía mejorar, las respuestas fueron muy diversas, pero se las puede englobar en:

- Agilización de los expedientes y trabas administrativas. Mayor claridad en la publicación.
- Mayor cuantía de las ayudas.
- Implantación mayor de la digitalización en las administraciones.

Por último, y pese a los datos anteriores, el 94% de las empresas encuestas aseguraron seguir teniendo interés en participar en las acciones de internacional que se puedan desarrollar desde SODERCAN y la Cámara de Comercio de Cantabria.