

UN ANÁLISIS SOBRE LAS POSIBILIDADES DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES CATALANAS

Inmaculada Riera

Directora General de la Cámara de Comercio de España

1. Introducción

En 2023, el sector exterior ha continuado contribuyendo positivamente al crecimiento económico, apoyándose en el dinamismo de las exportaciones de servicios, turísticos y no turísticos, y la normalización de los flujos de comercio de bienes, tras las perturbaciones de los ejercicios previos, asociadas a la crisis sanitaria, la guerra de Ucrania y, más recientemente, la crisis del mar Rojo.

El diagnóstico de la internacionalización de las pymes catalanas es positivo en términos de capacidades y oportunidades, pero necesitan mejorar en diversificación de mercados, optimización de recursos y creación de estrategias a largo plazo para enfrentar los desafíos.

Las pymes catalanas tienen un horizonte de oportunidades muy prometedor en los próximos años, impulsado por la digitalización, la sostenibilidad, el acceso a nuevos mercados y la innovación tecnológica. A medida que se fortalecen las políticas de apoyo y se diversifican las cadenas de suministro globales, las pymes que inviertan en estos frentes estarán mejor posicionadas para aprovechar las tendencias del comercio internacional. Sin embargo, será clave que desarrollen estrategias de internacionalización bien planificadas y adapten sus modelos de negocio a las nuevas demandas del mercado global. Con la correcta combinación de apoyo institucional, planificación estratégica y adaptabilidad, pueden fortalecer su presencia global y aprovechar mejor las oportunidades internacionales.

A continuación, se detallan las posibilidades de internacionalización de las pymes catalanas, para ello, se partirá de un diagnóstico de la internacionalización de la economía española y catalana y de las características de las empresas que forman parte de la base exportadora para posteriormente revisar los retos a los que se enfrentan las empresas catalanas, en concreto las pymes, en la internacionalización de su actividad empresarial, a modo de conclusión, se analizará un DAFO de la internacionalización de las pymes catalanas y para finalizar con el papel de las Cámaras de Comercio en el apoyo a la internacionalización.

2. Diagnóstico del comercio exterior de España y Cataluña

En 2023, el comercio exterior de España se consolidó como uno de los pilares fundamentales de la economía, alcanzando cifras récord en exportaciones. Las exportaciones españolas de mercancías se situaron en 383.688,6 millones de euros en el año 2023, alcanzando el segundo mejor dato de la serie histórica, aunque ligeramente por debajo del valor de 2022, impulsado por sectores clave como la industria automovilística, la agroalimentaria, la química y los bienes de equipo. Aun así, las exportaciones españolas de mercancías se redujeron un 1,4 % respecto a 2022 debido al espectacular crecimiento de los dos años anteriores de las exportaciones españolas que registraron tasas de crecimiento en torno al 20%.

En un entorno caracterizado por la inestabilidad en los precios de las materias primas y en el entorno geopolítico, las exportaciones españolas han mostrado un comportamiento más favorable que el conjunto de la Unión Europea que redujo las exportaciones en una tasa del 2,5% o de economías como la alemana que registro una disminución de las exportaciones del 2,0%. Sin embargo, Francia mostró un crecimiento en sus exportaciones del 1,7%. Países de fuera de la UE, Japón y China aumentan sus exportaciones, en 2023, a tasas del 2,8% y 0,6% respectivamente, mientras que, Reino Unido y Estados Unidos disminuyen sus exportaciones respecto al año anterior en un 3,5% y 2,2%.

Por comunidades autónomas, en 2023 las exportaciones se incrementaron en términos interanuales en ocho comunidades y ciudades autónomas y se redujeron en el resto. El crecimiento más significativo de las exportaciones lo registró Cataluña. Las exportaciones catalanas han experimentado una evolución muy positiva en 2023 (6,1%), aunque que se han moderado respecto al avance histórico de 2022 (17,3%). Como consecuencia de este dinamismo, Cataluña ha sido la comunidad autónoma de mayor contribución positiva a la tasa de variación total de las exportaciones españolas en 2023 (1,5 puntos).

En el año 2023, las exportaciones españolas experimentaron avances positivos solo tres sectores económicos (automóvil, bienes de equipo y alimentación, bebidas y tabaco). El análisis de las exportaciones de bienes en función de la tecnología muestra que las mercancías de contenido tecnológico medio-alto son las que experimentaron un mejor comportamiento en las ventas exteriores, registrando un fuerte crecimiento, 10,3%. Las exportaciones de manufacturas de contenido medio-alto supusieron, en 2023, el 41,9% del total de las exportaciones españolas. Por el contrario, las exportaciones de tecnología alta y media-baja retrocedieron a una tasa de dos dígitos, en concreto del 12% y 11%. La disminución en las exportaciones de bienes de alta tecnología se debe fundamentalmente a la caída de las ventas al exterior de los productos farmacéuticos, ya que, las ventas de otros productos de tecnología alta crecen como es el caso de los productos informáticos, electrónicos y ópticos y aeronáuticos.

Las comunidades autónomas españolas pueden agruparse en cuatro grupos en función de la especialización sectorial de las exportaciones.

Un primer grupo integrado por las regiones con un patrón exportador centrado en productos primarios, aquí estarían la Región de Murcia, Extremadura, La Rioja, Andalucía y Castilla-La Mancha.

En el segundo grupo, estarían aquellas comunidades en las que las exportaciones se concentran en el sector del automóvil, como es el caso de la Comunidad Foral de Navarra, Castilla-León y Aragón.

Un tercer grupo formado por las comunidades en las que predominan las exportaciones de dos o tres sectores económicos (Comunidad de Madrid o País Vasco).

Finalmente, se encuentran las comunidades autónomas cuyo patrón exportador está diversificado, fundamentalmente Cataluña y Comunidad Valenciana. En el caso de Cataluña, sus exportaciones se centran sobre todo en productos químicos (29,4 %), pero también en automóvil (15,9 %), bienes de equipo (15,6 %), alimentos (14,6 %) y manufacturas de consumo (10,3 %).

Los sectores económicos que constituyen el núcleo de las exportaciones catalanas son la industria química, el agroalimentaria y la fabricación de vehículos a motor y materiales de transporte. Estos tres sectores, junto con las exportaciones textiles, representaron el 63,9% del total de exportaciones en 2023.

España sigue posicionándose en los mercados internacionales, diversificando además sus destinos comerciales más allá de la Unión Europea. Países de América Latina, África y Asia cobraron un protagonismo cada vez mayor, ampliando el alcance de las empresas españolas más allá de su tradicional entorno europeo.

La distribución geográfica de las exportaciones españolas muestra que, en el año 2023, la Unión Europea (UE-27) fue el principal destino de las exportaciones españolas, ya que allí se dirigió el 62,7 % del total (240.389,4 millones de euros). En 2023, los principales clientes de las exportaciones españolas pertenecen a la zona euro: Francia (15,6 % del total exportado), Alemania (10,4 % de este total), Italia (8,6 %) y Portugal (8,3 %).

Las ventas a destinos extracomunitarios (37,3 % del total) retrocedieron en menor medida que las comunitarias, lo que indica que paulatinamente las exportaciones españolas se están diversificando. En 2023, España ha buscado consolidar su posición en mercados tradicionales como la UE, al tiempo que ha expandido su presencia en mercados emergentes en América, Asia y África. Las relaciones comerciales con países como Estados Unidos, China, India y Brasil han sido claves para este proceso de cambio, mientras que las oportunidades en África y Oriente Medio siguen en crecimiento, impulsadas por la participación española en proyectos de infraestructura y energías renovables.

Los países extracomunitarios de mayor aportación positiva a la tasa de variación total de las exportaciones españolas fueron Turquía (0,5 puntos), Panamá (0,5 puntos) y Reino Unido (0,3 puntos). Por áreas geográficas extracomunitarias, en el año 2023, el único avance fue el de las ventas españolas a América Latina (5,2 % del total), que crecieron el

8,1 % interanual, principalmente por el dinamismo de las exportaciones españolas dirigidas a México.

La menor caída se produjo en las exportaciones a América de Norte (5,5 % del total), que disminuyeron un 0,6 % interanual. Las ventas exteriores a África (5,2 % del total) y a Asia, se redujeron un 5,9 % y un 6,6 % interanual respectivamente.

La distribución geográfica de las exportaciones catalanas sigue la misma pauta que en el caso del conjunto de España. El 61,5% de las exportaciones catalanas tuvieron como destino algún país de la UE-27 en 2023, siendo Francia el primer país receptor (17,6% del total), seguido de lejos por Alemania y Italia (10,3% y 9,3% respectivamente).

En cuanto a la evolución de las exportaciones catalanas por destinos geográficos, destaca la evolución positiva prácticamente generalizada, si bien es necesario tener en cuenta el impacto del incremento de los precios sobre los valores nominales de los intercambios comerciales. Por ejemplo, en la Unión Europea el crecimiento ha sido especialmente intenso en Alemania (10,4%) e Italia (5,8%), pero también es significativo en Francia (2,7%) y Portugal (4,0%). Fuera de la Unión Europea, destaca la mejora en Centroamérica y del Sur (28,1%) y Reino Unido (13,3%). Por el contrario, cabe destacar el caso de China y Japón, donde las exportaciones catalanas retrocedieron un 21,7% y un 7,5% en comparación con 2022, respectivamente.

Por su parte, las importaciones españolas de mercancías se situaron en 424.248,7 millones de euros en 2023, registrando un descenso nominal del 7,2% superior al descenso registrado por las ventas al exterior de mercancías españolas, como se ha mencionado anteriormente, del 1,4%. Este menor dinamismo de las compras del exterior se produce después de dos años de extraordinaria recuperación de las importaciones españolas, con un crecimiento nominal del 25 % en 2021.

La Unión Europea fue el principal origen de las compras españolas procedentes del exterior. Así, el 49,3% de las importaciones españolas procedieron de la UE lo que supone un crecimiento del 2,4 % respecto a 2022. Este aumento en las importaciones de los países de la UE contrasta con el menor ritmo mostrado en el total de las importaciones españolas, antes mencionado del 7,2%, provocado por la disminución en las compras por parte de España de productos procedentes de países extracomunitarios, principalmente de China. Así, las importaciones españolas de países extracomunitarios se redujeron, en 2023, a una tasa del 15%.

Las importaciones de bienes en Cataluña han caído, aunque a un menor ritmo que en el conjunto de España, en concreto las importaciones de Cataluña se han reducido en un 1,7% en 2023, y se han situado en los 110.557 millones de euros en 2023. El motivo principal del descenso de las compras al exterior de Cataluña es la menor importación de productos energéticos e industriales (-7,3%) por la disminución de los precios de la energía. Así, 2023 el saldo negativo de la balanza comercial de bienes con el exterior, de Cataluña, se ha situado en los 9.788 millones de euros, lo que representa un descenso del 46,7% respecto a 2022. Además, en 2023 la tasa de cobertura (definida como el

cociente de las exportaciones sobre las importaciones) se ha incrementado de forma importante en 2023 (91,1%), el máximo de la serie histórica.

En 2023, diez comunidades y ciudades autónomas registraron superávit comercial y nueve de ellas déficit. La Comunidad de Madrid y Cataluña fueron las de mayor saldo negativo si bien, en ambos casos, mejoró respecto al año anterior.

Por lo que se refiere al comercio exterior de servicios de España, 2023 destacó por el dinamismo de las ventas de servicios turísticos al resto del mundo, registrándose cifras récord en la entrada de turistas extranjeros, más de 85 millones de turistas extranjeros vinieron a España en 2023, lo que supone un 1,9% superior a las cifras registradas antes de la pandemia. Además, el gasto medio diario en términos reales también aumentó un 2,2% en 2023 respecto a 2019. Las tensiones geopolíticas existentes, la diversificación en los destinos en las regiones españolas y la mayor entrada de turistas en la temporada de otoño e invierno podrían explicar estos datos.

Por su parte, el comercio de servicios no turísticos muestra, también, una evolución positiva. La exportación de servicios no turísticos ha crecido un 57% en los últimos 5 años. Dentro de ventas al exterior de los servicios no turísticos, destacaron, los otros servicios empresariales, en los que se incluyen tanto los servicios de I+D como los de asesoría legal y técnica, todos ellos de alto valor añadido. También tuvieron un peso significativo los ingresos de los servicios ligados al transporte. Los servicios de telecomunicaciones, informáticos y de información, la tercera rúbrica por importancia relativa.

Los datos publicados por el Banco de España muestran que el superávit de la balanza de servicios repuntó con intensidad, situándose en 93.023 millones de euros en 2023, un 23,2 % superior al del año anterior, compensando la suma de los saldos negativos de las balanzas de mercancías y de rentas.

Estos datos podrían estar reflejando que la economía española estaría experimentando un cambio estructural, por el aumento de la capacidad exportadora de servicios empresariales, informáticos y de telecomunicaciones, impulsados por la creciente digitalización de la economía.

Las previsiones del Servicio de Estudios de la Cámara de Comercio de España anticipan un dinamismo similar en el sector exterior en 2024 respecto al anterior ejercicio: las exportaciones aumentarán ligeramente por encima del 2% en 2024, mientras que las importaciones se acelerarán para alcanzar un ritmo de crecimiento inferior al 2%.

Esta actividad exterior de la economía española se traslada en datos al tejido empresarial en 137.000 empresas españolas exportadoras y de ellas, en torno a 53.000 empresas que exportan de manera regular. Tenemos unas 2.500 empresas multinacionales, cuando a principios de los 90 no teníamos prácticamente ninguna. Y contamos con varios centenares de empresas que ocupan posiciones de liderazgo en sectores claves de bienes y servicios en el mercado global. En Cataluña, las empresas exportadoras registradas en 2023 se acercan a las 49.000, en el caso de empresas que exportan cuatro

años seguidos (exportadoras regulares) fueron 17.581. Las empresas exportadoras españolas y catalanas han disminuido en 2023, este descenso ha sido más acusado en el conjunto de España que en Cataluña. Sin embargo, las empresas que exportan de modo regular han aumentado en 2023.

Las empresas exportadoras españolas presentan una serie de características que las definen en términos de tamaño, sector, regularidad en las exportaciones, y estrategias de internacionalización. Estas características son clave para entender su comportamiento en los mercados internacionales y los retos que enfrentan en su proceso de expansión.

La base exportadora española se caracteriza por el predominio de pymes, la mayoría de las empresas exportadoras españolas son pequeñas y medianas empresas, lo que refleja la estructura general del tejido empresarial en España. Según datos recientes, alrededor del 98% de las empresas que exportan pertenecen a esta categoría, aunque en términos de valor exportado, las grandes empresas representan la mayor parte del total.

Además, hay una concentración de la exportación en grandes empresas. Así, aunque hay una gran cantidad de pymes exportadoras, el valor de las exportaciones está altamente concentrado en unas pocas grandes empresas. Aproximadamente el 1% de las empresas exportadoras generan más del 50% del valor total de las exportaciones españolas. Esto indica que, aunque las pymes participan activamente en la exportación, su impacto en términos de volumen es más limitado.

En España, las empresas exportadoras regulares han crecido en los últimos años y representa aproximadamente un 30% del total de empresas exportadoras, contribuyen con más del 90% del valor total de las exportaciones. Estas empresas suelen ser más estables y resilientes ante las fluctuaciones del comercio internacional. Por otro lado, las empresas que exportan de manera esporádica, que son mayoría, tienen una menor presencia internacional y tienden a depender más de las oportunidades puntuales que surgen en los mercados extranjeros. Estas empresas suelen enfrentarse a mayores desafíos en cuanto a acceso a información de mercados, financiación y logística.

La base exportadora española ha mostrado una evolución significativa en los últimos años, reflejando la creciente internacionalización de su economía. Este fenómeno se ha visto impulsado tanto por la diversificación de mercados como por el incremento del número de empresas que se lanzan a exportar. Las empresas exportadoras españolas son un motor clave de la economía del país, con un tejido empresarial compuesto principalmente por pymes que buscan expandir su presencia internacional. Aunque existen desafíos significativos, como la falta de recursos financieros y las barreras regulatorias, muchas de estas empresas han logrado diferenciarse a través de la calidad, la innovación y la diversificación de mercados. La digitalización y la apuesta por mercados emergentes son dos tendencias claves para el futuro de las exportaciones españolas. Estos asuntos se tratarán en las secciones siguientes.

Por último, destacar algunas de las precepciones de las empresas exportadoras españolas en la actual coyuntura, así en el Observatorio de Competitividad Empresarial

de la Cámara de España dedicado a la Internacionalización señala que la mayoría de las empresas que exportan han buscado con su salida al exterior la diversificación de mercados y consideran que los principales beneficios que han obtenido han sido el aumento del tamaño de sus negocios y de su rentabilidad, así como el afianzamiento de la marca, logrando con ellos un aumento de su resiliencia. En su proceso de búsqueda de los mercados exteriores, las empresas se han encontrado con diversas dificultades, destacando entre ellos la multiplicación de trámites administrativos y la falta de información acerca de los mercados exteriores y del entorno macroeconómico de los países. También han aparecido como obstáculos la falta de personal especializado, la alta exigencia de los mercados de destino y la inseguridad jurídica de algunos de ellos. En este mismo sentido, han actuado como aspectos facilitadores de su salida al exterior el asesoramiento, la promoción, el apoyo financiero, los acuerdos de comercio y el acceso de empresas socias. Las empresas no internacionalizadas que han participado en esta encuesta han señalado que echan de menos para iniciarse en la internacionalización medidas de apoyo financiero y políticas de promoción más ambiciosas, y que temen la burocracia y la regulación de los países de destino.

3. Retos

Las pymes españolas y catalanas enfrentan una serie de retos derivados de la actual coyuntura geopolítica. Las tensiones internacionales, los cambios regulatorios, las barreras comerciales y los riesgos de ciberseguridad están redefiniendo el entorno en el que estas empresas deben operar. La capacidad de adaptación, la diversificación de mercados y la innovación serán esenciales para superar estas barreras y garantizar un crecimiento sostenible en el comercio internacional. A continuación se exponen con mayor grado de detalle los retos de las pymes catalanas y españolas ante la internacionalización:

- El conflicto en Ucrania ha tenido un impacto significativo en el comercio internacional, especialmente en Europa. Para las pymes españolas y catalanas, la guerra ha interrumpido rutas comerciales, ha generado volatilidad en los precios de la energía y las materias primas, y ha reducido la capacidad de exportación hacia ciertos mercados del Este de Europa. Las sanciones impuestas a Rusia también han provocado cambios en las cadenas de suministro, lo que obliga a las empresas a reconfigurar sus fuentes de aprovisionamiento y a buscar alternativas en mercados más estables

Este contexto ha afectado particularmente a las empresas que dependen de insumos energéticos y productos agrícolas que experimentan fluctuaciones en los precios. Las pymes en sectores como el alimentario y el industrial se han visto presionadas a gestionar estos riesgos de manera eficiente para evitar un impacto negativo en sus operaciones internacionales.

- Las tensiones comerciales entre China y Estados Unidos, las dos mayores economías del mundo generan incertidumbre para las pymes españolas que comercian con estos mercados o dependen de insumos provenientes de China. Cataluña, con una sólida industria manufacturera y tecnológica, puede verse afectada por las interrupciones en las cadenas de suministro tecnológicas y los aranceles impuestos entre ambas potencias. Además, el creciente desacoplamiento de las economías chinas y estadounidenses está obligando a las pymes a replantearse sus estrategias de abastecimiento y distribución en estos mercados

La guerra tecnológica entre ambas naciones, con restricciones a la exportación de semiconductores y otras tecnologías, también afecta a las empresas que dependen de la importación de tecnología avanzada para mejorar sus productos o procesos de producción.

- El creciente proteccionismo y los cambios regulatorios dentro de la Unión Europea (UE) también representan un desafío importante. La UE ha implementado normativas más estrictas en áreas como el comercio sostenible y la transición energética, lo que obliga a las pymes a adaptarse a estos nuevos requisitos si desean mantener su competitividad en el mercado europeo. Las empresas catalanas, debido a su gran dependencia del mercado de la UE, deben hacer frente a estas regulaciones en términos de sostenibilidad, huella de carbono y derechos laborales si quieren mantener su acceso a mercados clave.

En este sentido, la adaptación a las nuevas exigencias de la "economía verde" de la UE, como el "Pacto Verde Europeo", puede generar costos adicionales para las pymes, que deben implementar prácticas sostenibles en sus procesos productivos y en sus cadenas de suministro internacionales.

- Redefinición de alianzas comerciales. En este contexto geopolítico cambiante, las pymes también enfrentan el reto de la redefinición de alianzas comerciales. Los acuerdos comerciales que antes proporcionaban certidumbre a las operaciones internacionales están siendo renegociados o reconfigurados, lo que introduce un nivel de incertidumbre adicional. Un ejemplo es el Brexit, que ha modificado las relaciones comerciales entre España y el Reino Unido, afectando las exportaciones catalanas a este mercado. Las pymes han tenido que adaptarse rápidamente a los nuevos requisitos aduaneros, fiscales y regulatorios

A nivel global, la necesidad de buscar nuevos mercados fuera de la UE, en América Latina o Asia, conlleva el desafío de navegar entornos políticos, económicos y culturales diferentes, lo que puede ser más complicado para empresas con menos experiencia internacional.

- Otro reto que se ha intensificado en la coyuntura actual es la creciente necesidad de digitalización y ciberseguridad. Las tensiones geopolíticas, incluidas las ciberamenazas provenientes de actores estatales y no estatales, han aumentado la vulnerabilidad de las empresas que operan internacionalmente. Las pymes,

que a menudo carecen de robustos sistemas de seguridad cibernética, están expuestas a ataques que pueden comprometer su información y su cadena de suministro.

El aumento del comercio digital ha abierto nuevas oportunidades, pero también ha incrementado los riesgos asociados. La protección de los datos comerciales y la seguridad de las transacciones internacionales se ha convertido en una prioridad, aunque muchas pymes todavía no están completamente preparadas para este nuevo entorno de riesgos.

- La inflación global y la volatilidad de los mercados financieros son otros factores importantes. Los incrementos en los costes de transporte, materias primas y energía han aumentado los gastos operativos de las pymes. Además, las subidas de tipos de interés en economías clave, como la estadounidense y la europea, han encarecido el acceso a financiación, dificultando aún más las inversiones necesarias para la expansión internacional. A varios shocks negativos muy potentes han afectado a la internacionalización: las consecuencias de la invasión de Ucrania por Rusia, el conflicto en Palestina, o el cambio de orientación de la política monetaria en Estados Unidos y la zona euro, entre otros. El impacto agregado de estos acontecimientos es todavía difícil de precisar, puesto que aún están vigentes, y va a depender de su duración e intensidad y, sobre todo, de las medidas que se adopten.

Adicionalmente a los retos identificados estamos asistiendo a cambios en el comportamiento empresarial y las políticas públicas que pueden afectar a la internacionalización. En este sentido es importante señalar los siguientes aspectos:

- En el ámbito empresarial se está registrando un proceso de relocalización de actividades productivas hacia lugares más cercanos a los mercados de destino de sus productos y servicios (*nearshoring*), o bien hacia países con mayor estabilidad y afinidad comercial (*friendshoring*). Estos movimientos están asociados a modificaciones en las condiciones económicas de los países donde se implantaron hace años en busca de contextos productivos más competitivos. Por ejemplo, se ha asistido a un crecimiento de los costes laborales unitarios en China mayor que en la mayoría de los países desarrollados. Además, la transición ecológica también está modificando el hábito de los consumidores, con efectos inciertos en la producción, la logística o la propia sostenibilidad empresarial en términos económicos y financieros.

Los posibles efectos son el acortamiento de las cadenas de valor, a una regionalización de estas y a una nueva política de stocks para disponer de unas mínimas reservas estratégicas de bienes considerados estratégicos.

- Por otro lado, es posible que la geopolítica invada definitivamente la economía, tal y como ha venido haciendo en los tres últimos años. Dicho de otra forma, que el comercio y la inversión extranjera se fragmenten en un mundo dividido en bloques enfrentados si las estrategias de desacoplamiento o *de-risking* con

respecto a China se acentúan (aumento del proteccionismo, limitaciones al uso de tecnologías, control de nuevas inversiones, etc.). Según el FMI, existe alguna evidencia de que los inversores en este último país se plantean trasladar sus empresas a otros países con abundantes capacidades de desarrollo (elevada población, sobre todo), así como de que las nuevas instalaciones productivas tienden a buscar países amigos (*nearfriends*). Un escenario de este tipo, que redujera los flujos internacionales de comercio y de Inversión Extranjera Directa (IED), supondría grandes pérdidas de bienestar para la economía mundial.

En este escenario, el camino para las empresas no es fácil. La adaptación y aprovechamiento de las ventajas inherentes a la globalización (cualquiera que sea su evolución), exige concienciación, determinación y recursos humanos y financieros, pero también información y asesoramiento. El reto consiste en concienciar a las empresas, sobre todo a las pymes, de que la internacionalización no debe contemplarse solo como una salida coyuntural en momentos de crisis, sino como un cambio estructural que debe impregnar todas sus decisiones.

Las pequeñas y medianas empresas (pymes) catalanas se enfrentan a un entorno complejo, pero lleno de oportunidades para su internacionalización. Las pymes catalanas tienen una sólida base para aprovechar las oportunidades de internacionalización, especialmente en sectores como la tecnología verde, la innovación y la digitalización. Sin embargo, es crucial que se enfoquen en diversificar sus mercados, mejorar su tamaño y productividad, y aprovechar los fondos y programas europeos para sostener su crecimiento y competitividad en el entorno global. La combinación de innovación tecnológica, resiliencia en las cadenas de suministro y una estrategia de expansión bien diseñada permitirá a las pymes catalanas enfrentarse con éxito a los desafíos del comercio internacional. Ahora bien, la internacionalización es un proceso difícil y complejo que no siempre resulta y, en la mayoría de los casos, requiere un exigente análisis previo, trabajo y constancia para que dé sus frutos.

En esta coyuntura descrita y con los retos a los que hacer frente, las empresas deberían aprovechar las oportunidades y actuar en los siguientes ámbitos con la finalidad incrementar la internacionalización:

- Las pymes situadas en Cataluña deben aprovechar las ventajas del contexto económico catalán. Cataluña es una de las regiones más dinámicas en términos económicos y de exportaciones dentro de España. Representa el 19% del PIB español y tiene un volumen significativo de exportaciones, superior a países como Finlandia o Portugal. Este fuerte tejido exportador, unido a una alta industrialización (22,3% del VAB industrial español), proporciona una base sólida para la internacionalización. Además, las exportaciones catalanas representan aproximadamente el 34,9% del PIB regional, lo que sitúa a Cataluña como una región muy abierta al comercio exterior.

- Diversificación de mercados. Una de las estrategias más prometedoras para las pymes catalanas es diversificar sus mercados, sobre todo ante el escenario de tensiones geopolíticas y la creciente fragmentación económica global. Los conflictos y la competencia entre potencias como Estados Unidos y China, así como la guerra en Ucrania, han hecho que las cadenas de suministro y los flujos comerciales tradicionales se vean alterados. En este contexto, nuevos hubs emergentes en Asia y África pueden convertirse en alternativas viables para la expansión de las pymes. El aumento de la demanda en el Sur Global y las políticas de reorientación de las cadenas de valor hacia mercados más resilientes pueden ser clave.
- La transición ecológica y la digitalización ofrecen enormes oportunidades para las pymes catalanas que apuesten por la innovación y los productos o servicios sostenibles. La *greenflation* y el impulso hacia una economía más verde están generando nuevas áreas de negocio, especialmente en los sectores vinculados a las energías renovables, la eficiencia energética y la tecnología verde. El compromiso de la Unión Europea con la sostenibilidad y las metas de reducción de emisiones también generan incentivos financieros y regulatorios para las empresas que adoptan tecnologías limpias, abriendo puertas en mercados europeos y más allá.

Por ello, debe destacarse la clara y creciente vinculación entre la transformación digital de las empresas y su proceso de internacionalización (tanto al inicio como en la fase de consolidación). La internacionalización en un mundo digital no solo es una enorme oportunidad que se hace ahora más accesible gracias a la digitalización, sino que la no internacionalización, simplemente, no es una opción. Porque el cliente es global.

- Inversiones en innovación y tecnología. Cataluña cuenta con un fuerte ecosistema de investigación y desarrollo (I+D), lo que facilita que las pymes accedan a innovaciones tecnológicas y potencien su competitividad. Las empresas que inviertan en digitalización y tecnología avanzada (como la inteligencia artificial, el big data y las tecnologías verdes) pueden posicionarse mejor para exportar a mercados exigentes que demandan productos y servicios tecnológicos avanzados. Además, el programa *Horizon Europe* y otros fondos europeos pueden ser aprovechados por las pymes catalanas para financiar estos desarrollos.
- Relaciones estratégicas con la Unión Europea. Las empresas catalanas están bien posicionadas en la Unión Europea, que sigue siendo el principal destino de las exportaciones catalanas. La estrategia de la UE de *de-risking* frente a China abre oportunidades para que las pymes catalanas se inserten en las cadenas de valor europeas, reduciendo dependencias estratégicas y contribuyendo a la resiliencia del suministro europeo. Además, la alta estabilidad del marco regulatorio europeo y los acuerdos de libre comercio con terceros países favorecen la

expansión internacional de las pymes. Por otra parte, el nuevo ciclo político en la Unión Europea, y en la línea de los análisis propositivos de Letta y Draghi, ofrece un escenario de refuerzo de sus bases y políticas a escala global, con la profundización del mercado único, el impulso de la acción compartida en aras de incrementar la productividad o la aplicación de una agenda de autonomía estratégica abierta que permita recuperar y ampliar el protagonismo europeo en el escenario global.

- Desafíos del tamaño empresarial y la capacidad inversora. Uno de los grandes retos para las pymes catalanas sigue siendo el tamaño empresarial. La gran mayoría de empresas en Cataluña son pequeñas y medianas, lo que limita su capacidad de inversión y su potencial de internacionalización. Para superar esta barrera, es fundamental fomentar alianzas estratégicas entre empresas y promover mecanismos de crecimiento empresarial que permitan aumentar la escala y la competitividad internacional.
- Incrementar la base exportadora. El número de empresas exportadoras ha crecido significativamente en los últimos años, sí, pero se trata de un número todavía relativamente pequeño y sobre todo caracterizado por una aguda dualidad, en la que muy pocas empresas acaparan un porcentaje muy alto de nuestras exportaciones. Debemos seguir insistiendo en esfuerzos de sensibilización, sí, pero también en herramientas que ayuden a las pymes a crecer y ser más competitivas, afrontando con mayores posibilidades de éxito su internacionalización.
- Articular o potenciar espacios y herramientas de colaboración público-privada, pero también de colaboración entre las propias empresas. Los retos a los que nos enfrentamos exigen generosidad, amplitud de miras, suma de fuerzas y esfuerzos y cooperación.

4. Conclusiones – DAFO

El análisis de los datos e indicadores de comercio internacional junto con la identificación de los retos a los que se enfrentan las pymes españolas y catalanas en la internacionalización, así como, las posibles líneas de actuación para el fomento de la internacionalización que se han expuesto anteriormente proporcionan inputs para elaborar, a modo de conclusión, un DAFO sobre la internacionalización de las pymes españolas y por ende de las catalanas.

En síntesis, la internacionalización española muestra que en las exportaciones de bienes destaca su alta concentración en el resto de Europa y una especialización muy marcada en productos con contenido tecnológico medio-alto, medio y bajo, con un peso escaso y más reducido que entre nuestros principales competidores en bienes con alto contenido tecnológico. Otro aspecto destacable de la internacionalización de la economía española

tiene que ver con el peso que tienen las PYMES en la exportación de bienes, superior a la de la mayoría de los principales países europeos, tanto en número como, y esto es lo más relevante, en aportación al valor de las ventas en el exterior. Por otra parte, como está ocurriendo en el conjunto del comercio mundial, las exportaciones de servicios están adquiriendo un peso creciente en nuestros intercambios comerciales con el exterior, destacando el dinamismo de las exportaciones de servicios no turísticos y, en particular, de los servicios a empresas.

DEBILIDADES • Excesiva dependencia de la UE • Reducido tamaño empresarial • Poco peso de las exportaciones con alto contenido tecnológico • Competitividad limitada por costes y productividad	AMENAZAS • Tensiones geopolíticas y proteccionismo • Disrupciones de las cadenas de valor • Incertidumbre sobre evolución de precios, tipo de cambio • Barreras regulatorias y de cumplimiento normativo
FORTALEZAS • Posición geográfica estratégica • Infraestructuras de calidad • Economía abierta • Incremento de empresas exportadoras regulares	OPORTUNIDADES • Transición ecológica y digitalización • Comercio de servicios no turísticos • Mercados emergentes: Asia-Pacífico, América Latina y África • Refuerzo de la Unión Europea: mercado único y autonomía estratégica abierta

Las **debilidades** de la internacionalización de la economía española son múltiples y limitan su potencial competitivo en el mercado global. Aquí están algunas de las principales debilidades:

- Alta dependencia de la Unión Europea

Cerca del 65% de las exportaciones españolas están dirigidas a países de la Unión Europea, lo que implica una dependencia significativa de la economía y estabilidad política de esta región. Esta concentración reduce la diversificación del riesgo y hace que la economía española sea más vulnerable a las crisis o desaceleraciones económicas dentro de la UE.

Así, las pymes catalanas exportan en gran parte a países europeos, pero su presencia en mercados emergentes o en regiones como Asia y África es limitada. En general, las pymes tienen una reducida presencia en áreas de mayor crecimiento mundial, en donde el peso de las exportaciones españolas se sitúa por debajo de su potencial en mercados estratégicos como los Estados Unidos de América y China. Este hecho las hace

vulnerables a cambios en la demanda o a crisis económicas dentro de la UE. La falta de diversificación geográfica también reduce la capacidad de aprovechar las oportunidades de crecimiento en economías más dinámicas fuera de Europa.

- Pequeña dimensión empresarial

El tejido empresarial español y catalán está compuesto mayoritariamente por pequeñas y medianas empresas, lo que reduce significativamente su capacidad de inversión y financiamiento. Esta limitada dimensión afecta su productividad y economías de escala, dificultando su competitividad frente a empresas de mayor tamaño en mercados internacionales. Además, la falta de recursos financieros y humanos especializados en comercio exterior reduce su capacidad para asumir riesgos y llevar a cabo estrategias de internacionalización sostenibles.

Además, a la reducida dimensión empresarial se une la escasa cultura de colaboración. Las pymes tienden a trabajar de forma aislada, con poca colaboración entre empresas o integración en redes internacionales de valor. Esta falta de alianzas estratégicas con otras empresas internacionales o actores clave (distribuidores, socios locales, etc.) limita su capacidad para ingresar en nuevos mercados de manera más competitiva. La escasa participación en proyectos internacionales conjuntos, alianzas o consorcios limita también el acceso a nuevos mercados y tecnologías.

- Poco peso de las exportaciones con alto contenido tecnológico

Las exportaciones españolas se caracterizan por un bajo peso en productos de alta tecnología, un área en la que el país continúa rezagado en comparación con la media europea. Según los datos más recientes, el porcentaje de exportaciones de alta tecnología en España representa aproximadamente el 5,5% del total de exportaciones, muy por debajo del promedio de la UE, que se sitúa alrededor del 11,7%. España ocupa una de las posiciones más bajas en este ámbito dentro de la Unión Europea, una tendencia estructural que refleja desafíos en innovación y desarrollo de productos tecnológicamente avanzados

El crecimiento de las exportaciones españolas de alta tecnología ha sido lento en comparación con otros sectores. Aunque se han registrado incrementos en ciertos subsectores de tecnología media-alta, como el químico, que ha alcanzado casi un 19% del total de exportaciones de bienes, el progreso en tecnología avanzada es limitado. Este comportamiento refleja la necesidad de una mayor inversión en investigación y desarrollo, así como en políticas de colaboración tecnológica que podrían fomentar un crecimiento más competitivo y sostenible a largo plazo en las exportaciones de alta tecnología

Para mejorar esta situación, sería clave aumentar la inversión en I+D y desarrollar políticas que apoyen la innovación en sectores estratégicos, de modo que se reduzca la dependencia de importaciones en tecnologías avanzadas y se incremente la capacidad exportadora de estos productos.

- Competitividad limitada por costes y productividad

A pesar de los avances en la última década, la productividad en España sigue siendo baja en comparación con otros países europeos. Además, el coste de algunos insumos y servicios, junto con la burocracia y complejidades administrativas, incrementa los costes de producción, haciendo difícil competir en precio en mercados globales donde se enfrentan a países de bajos costes laborales.

Respecto a las **amenazas** para la internacionalización de la economía y las empresas españolas destaca la elevada incertidumbre existente, proveniente fundamentalmente de las crecientes tensiones geopolíticas y las respuestas que están dando los distintos países. Las amenazas identificadas para la internacionalización de las pymes españolas representan desafíos significativos y a menudo interrelacionados. A continuación, se ofrece un análisis de cada uno de estos factores:

- Tensiones geopolíticas y proteccionismo

Las tensiones geopolíticas, como las surgidas entre EE.UU. y China o los conflictos en Europa del Este, impactan la estabilidad de los mercados globales, afectando las oportunidades de expansión internacional para las pymes. Estos conflictos suelen conducir a actuaciones proteccionistas, como sanciones comerciales, cierres de mercados y aumento del proteccionismo, lo que complica el acceso a nuevos mercados para las empresas. Además, aumentan los riesgos de inversión en mercados extranjeros, haciendo que las pymes, con menor capacidad para diversificar sus destinos de exportación, se vean más expuestas a los efectos negativos de estas tensiones

- Disrupciones en las cadenas de valor

Las pymes han enfrentado disrupciones significativas en sus cadenas de suministro desde la pandemia de COVID-19, y estos efectos se han agravado debido a la escasez de materiales clave y el aumento en los costos logísticos. Esto afecta particularmente a las empresas de menor tamaño, que dependen de pocos proveedores o transportistas. La internacionalización se ve así limitada, ya que los problemas de suministro dificultan tanto la producción como la exportación de bienes. En este contexto, la falta de resiliencia en las cadenas de valor mundiales presenta una vulnerabilidad mayor para las pymes que buscan expandirse internacionalmente

- Incertidumbre sobre evolución de precios y tipo de cambio

La inflación global y la volatilidad en los precios de materias primas y energía añaden incertidumbre a los costos de producción. Para las pymes, que a menudo operan con márgenes más estrechos, estos cambios pueden hacer que sus productos sean menos competitivos en los mercados internacionales. Además, las fluctuaciones en los tipos de cambio suponen un riesgo adicional: la fortaleza del euro puede encarecer las exportaciones, mientras que su depreciación puede aumentar los costos de insumos importados. Las pymes tienen menos recursos para hacer frente a estos riesgos financieros y, en muchos casos, carecen de acceso a estrategias de cobertura

- Barreras regulatorias y de cumplimiento normativo

A nivel global, las barreras regulatorias son una amenaza constante para la internacionalización. Las pymes españolas deben cumplir con diversas normativas tanto en sus mercados locales como en los mercados de destino, incluidas las relacionadas con estándares de calidad, medioambientales y de seguridad. A menudo, estos requisitos implican trámites administrativos y certificaciones que son costosos y requieren conocimientos especializados, lo que puede ser inasequible para las pymes. La legislación de la Unión Europea también impone normas que, si bien ofrecen protección a los consumidores y al medio ambiente, pueden limitar la capacidad de las pymes para competir en mercados menos regulados.

En definitiva, las amenazas a la internacionalización de las pymes españolas exigen estrategias de adaptación y resiliencia que incluyan la diversificación de mercados, la optimización de cadenas de suministro y el fortalecimiento de capacidades de gestión de riesgos financieros y regulatorios. Estos elementos son cruciales para que las pymes puedan superar los obstáculos externos y capitalizar oportunidades en un mercado global cada vez más complejo.

La internacionalización de las empresas españolas no solo presenta debilidades y amenazas sino también fortalezas y oportunidades. En lo que respecta a las **fortalezas** destaca la situación geográfica estratégica de España, las infraestructuras de calidad, la apertura de la economía española y el incremento de las empresas exportadoras regulares.

- Posición geográfica estratégica

La ubicación de España, en el cruce entre Europa, África y América, es una ventaja clave para la expansión internacional. Esta proximidad le permite actuar como un puente hacia Latinoamérica y como punto de entrada para empresas europeas interesadas en África y el Mediterráneo. Además, España tiene conexiones sólidas con el norte de Europa y un acceso privilegiado a los mercados del Atlántico y el Mediterráneo, lo cual facilita el comercio y la distribución de productos en mercados internacionales y ayuda a las empresas a reducir costos de transporte y tiempos de entrega.

- Infraestructuras de calidad

España cuenta con una infraestructura avanzada en transporte y comunicaciones, reconocida internacionalmente. Los puertos de Algeciras, Barcelona y Valencia están entre los más importantes de Europa, facilitando la logística de exportación e importación. La red de trenes de alta velocidad, autopistas y aeropuertos también permite una conectividad eficaz a nivel nacional e internacional. Esta infraestructura ayuda a las empresas exportadoras a ser más eficientes en sus operaciones logísticas y, por lo tanto, a competir de forma más efectiva en el mercado global.

- Economía abierta

España ha cultivado una economía abierta, con políticas que promueven el comercio exterior y la inversión extranjera directa. Esto se refleja en su pertenencia a la Unión Europea y en su red de acuerdos de libre comercio, que facilitan el acceso a mercados

internacionales y disminuyen las barreras arancelarias para los productos y servicios españoles. La apertura económica también atrae a empresas extranjeras, lo cual fomenta la competencia, estimula la innovación y permite la transferencia de conocimientos y tecnología, beneficiando a las pymes españolas.

Algunos datos que muestran que España tiene una economía muy abierta, según la Organización Mundial del Comercio, España ocupaba en 2022 la posición número 19ª en la clasificación de mayores exportadores mundiales de bienes, y la 10ª en materia de servicios, lo que le hace ser muy dependiente, para bien y para mal, de la situación de la economía internacional, en la que el sector exterior se está mostrando resiliente al tiempo que se ha convertido en un parte esencial de su modelo de crecimiento.

Además, la pertenencia a la Unión Económica y Monetaria europea aporta una elevada estabilidad y un mercado con alto poder adquisitivo y seguridad jurídica, al tiempo que facilita el acceso a otros mercados gracias al elevado número de acuerdos comerciales y de inversiones que tiene firmados con la mayor parte del mundo.

- Incremento de empresas exportadoras regulares

El número de empresas exportadoras regulares (aquellas que exportan de forma continua) ha crecido en España, lo cual indica un fortalecimiento de la cultura exportadora en el país. Este crecimiento es un indicador de estabilidad en el sector exterior y representa una señal de madurez y resiliencia frente a las fluctuaciones económicas. A medida que más empresas se establecen como exportadoras regulares, mejoran sus capacidades y adaptan sus procesos para competir de manera sostenida en el exterior, lo cual contribuye a diversificar y estabilizar la base exportadora del país.

No obstante, a pesar de los avances reseñados, es preciso aumentar la base exportadora, especialmente la regular; incrementar la supervivencia en la exportación (2 de cada 3 empresas que empiezan a exportar abandonan un año después); reducir la excesiva concentración del volumen exportado en un número reducido de empresas; diversificar geográficamente los flujos de exportación (más del 60% de las exportaciones se dirigen a la UE); ampliar el valor añadido de las exportaciones españolas; estimular el componente marquista y de contenido tecnológico de la exportación; mejorar la capacitación de los recursos humanos y directivos relacionados con la internacionalización; o propiciar un clima de negocios favorable para afrontar la expansión exterior.

Por último, en este análisis DAFO las **oportunidades** para la internacionalización de las pymes españolas destacan aspectos que alinean crecimiento económico con sostenibilidad y expansión hacia mercados con alto potencial.

- Transición ecológica y digitalización

La transición hacia una economía verde y la digitalización representan dos pilares fundamentales en la estrategia europea y global, con el potencial de abrir nuevos mercados para las pymes españolas. La Unión Europea promueve activamente el desarrollo sostenible, con programas de financiación como el Next Generation EU, que

proporciona recursos para proyectos de sostenibilidad ambiental y transformación digital. Las pymes que adapten sus procesos hacia modelos más sostenibles y adopten tecnologías avanzadas podrán obtener ventajas competitivas, al acceder a segmentos de mercado que valoran la sostenibilidad y la tecnología. Estos cambios no solo impulsan la innovación, sino que también responden a demandas internacionales de productos y servicios sostenibles, especialmente en países que han adoptado compromisos ecológicos.

Así destacan las oportunidades derivadas de la transición energética. España se encuentra entre los países punteros en el desarrollo y uso de energías renovables, hasta el punto de tener empresas líderes mundiales en este tipo de energías y que el peso de estas energías en el mix energético es creciente, con precios inferiores al de otro tipo de fuentes energéticas, lo cual supone mejorar la posición competitiva de las empresas españolas y se ha convertido en un atractivo más para la localización de empresas extranjeras en España.

- Comercio de servicios no turísticos

España ha sido tradicionalmente fuerte en servicios turísticos, pero el crecimiento de sectores como los servicios financieros, tecnológicos y de consultoría ofrece nuevas oportunidades para diversificar su oferta de servicios en el extranjero. Con la expansión global de la economía digital, sectores como la tecnología de la información, el diseño y la ingeniería son cada vez más demandados. Esta tendencia permite a las pymes españolas expandirse en mercados donde estos servicios especializados son escasos o donde hay demanda de innovación. Además, estos servicios suelen tener mayores márgenes y menos barreras logísticas que los bienes físicos, lo cual puede ser ventajoso para las pymes que desean una entrada ágil en mercados exteriores. El dinamismo del comercio de servicios no turísticos, en donde las empresas españolas se muestran muy activas y competitivas, como lo pone de manifiesto que esté ganando cuota de mercado en el total mundial.

- Mercados emergentes: Asia-Pacífico, América Latina y África

El crecimiento de las economías en Asia-Pacífico, América Latina y África presenta grandes oportunidades para la internacionalización de las pymes españolas. Países como China, India y los mercados del sudeste asiático experimentan una rápida expansión de la clase media y una demanda creciente de bienes y servicios, en los que las empresas españolas podrían encontrar nichos rentables. América Latina, debido a los lazos históricos y culturales con España, es un destino natural para la expansión de las pymes, facilitado por el idioma compartido y una creciente apertura comercial en la región. Por último, África, aunque enfrenta desafíos en infraestructura y estabilidad, tiene un potencial de crecimiento a largo plazo en sectores como infraestructura, tecnología y consumo.

Realizado este análisis se considera fundamental que las medidas de política económica que se adopten siempre tengan en cuenta sus implicaciones en la internacionalización de nuestra economía, facilitando la adaptación de las empresas a los cambios que se

están produciendo y la incorporación de más PYMES a la internacionalización. En definitiva, que la política de internacionalización se considere una política de Estado.

- Refuerzo de la Unión Europea: mercado único y autonomía estratégica abierta

El nuevo ciclo político en la Unión Europea puede impulsar el refuerzo del área por la vía de la profundización del mercado único y la autonomía estratégica abierta, lo que ofrecería una oportunidad para la internacionalización de las empresas españolas, al reducir barreras regulatorias y comerciales dentro de la UE, y permitirles disponer de una cadena de suministro más estable y menos expuesta a interrupciones globales (sobre todo en sectores clave como tecnología, energía y salud). Estos planteamientos también impulsarían acuerdos comerciales para facilitar el acceso a mercados fuera de la UE, protegiendo simultáneamente a las empresas de prácticas desleales externas.

5. El papel de las Cámaras de Comercio en el apoyo a la internacionalización

Para finalizar este análisis sobre las posibilidades de internacionalización de las pymes catalanas es preciso hacer una breve mención al papel que desempeñamos instituciones como la Cámara de Comercio de España y el conjunto de la red y territorial de Cámaras para el fomento de la internacionalización de nuestro tejido empresarial.

Durante más de 130 años, las Cámaras de Comercio han prestado un servicio de enorme valor para el tejido empresarial español, y en especial para las pequeñas y medianas empresas, que son las que más ayuda necesitan. En particular, en el ámbito de la internacionalización. De hecho, la internacionalización es uno de los cometidos esenciales de las Cámaras de Comercio, plasmado en la nueva ley que rige a las Cámaras de nuestro país desde el año 2014. La promoción internacional de nuestras empresas, como vía para consolidar un modelo de crecimiento basado en la competitividad, integrado en la economía global y que nos permita un crecimiento más sólido y estable.

Tal y como nos mandata dicha ley, impulsamos la competitividad y la internacionalización empresarial a través de planes personalizados para las pymes incorporados en los Planes Camerale de Competitividad y de Internacionalización. En este marco, celebramos un gran número de encuentros y foros empresariales, en España y en el extranjero, para identificar las oportunidades de negocio que ofrecen los mercados de mayor interés. Labor que desarrollamos en estrecha coordinación con la Secretaría de Estado de Comercio y CEOE.

Tratamos asimismo de potenciar el apoyo a nuestras empresas desde el exterior a través de la coordinación y mejora de los servicios que pueden recibir desde la red de 44 Cámaras Oficiales de Comercio españolas en el exterior, que cubren 42 países y engloban a alrededor de 9.000 socios.

En nuestro papel como órgano consultivo y de asesoramiento de la Administración, defendemos un marco regulatorio favorable para la actividad empresarial y

caracterizado por una apertura del comercio y de la inversión exteriores, como factor determinante del crecimiento, el empleo, el progreso y el bienestar.

Algunas cifras relevantes que ilustran el papel de las Cámaras en España: en el año 2022 se expidieron cerca de 350.000 certificados de origen, acreditando la procedencia de las mercancías. Asimismo, se llevaron a cabo casi medio millón de acciones de internacionalización y se atendió a 17.000 emprendedores con vocación internacional.

Y, finalmente, vinculado a los fondos Next Generation EU otra acción relevante por parte de la Cámara de España, es el denominado Mentoring Internacional, que tiene por objetivo consolidar y ampliar la presencia internacional de las pymes españolas con el apoyo y mentorización de las grandes empresas.

La implicación de las grandes compañías es el elemento diferenciador y clave del éxito de este programa, que pone de manifiesto su compromiso y carácter tractor para el conjunto del tejido productivo, particularmente de las pymes, y en el que esperamos la participación de 1.200 empresas.

Y es que, avanzar en la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas, es clave para que España dé un nuevo salto de modernidad y progreso. No debemos olvidar que las pymes representan el 99,8% de nuestro tejido empresarial. Son, por tanto, la columna vertebral de nuestra economía.

En los últimos años han ganado posición en el mundo, pero queda por delante un gran, y en ocasiones complicado, camino por recorrer.

El apoyo de las Cámaras de Comercio es fundamental para ayudarlas a transitarlo. Nuestros programas de formación y sensibilización, el acompañamiento de nuestros técnicos para trazar planes personalizados son la clave de nuestro trabajo, lo que nos diferencia y da valor al servicio que prestamos a las empresas.

En definitiva, en el ADN de las Cámaras de Comercio está contribuir a que cada vez más empresas españolas mejoren su competitividad y afronten con mayor seguridad el reto de expandirse a nuevos mercados en el exterior. Sin duda, una cuestión fundamental para el bienestar futuro y el interés general de nuestro país.