

Síguenos en



[INTERNATIONAL BUSINESS REPORT \(IBR\)](#)

España, el país de la UE que más espera aumentar sus exportaciones

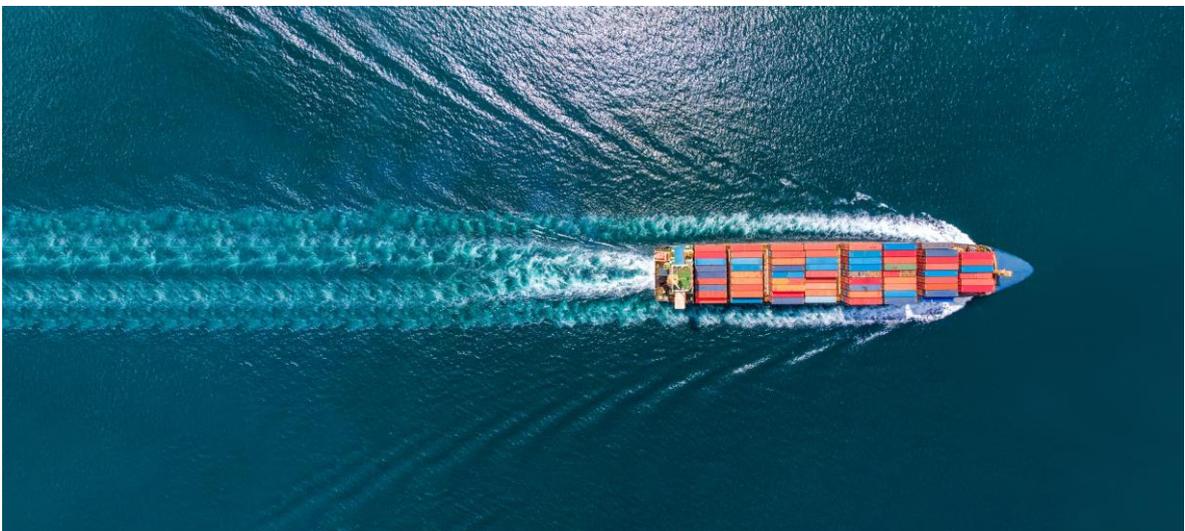
La mitad de los empresarios del middle-market de nuestro país (48%) confía en hacer crecer sus exportaciones, 11 puntos más que la media comunitaria

Las perspectivas de exportación de las empresas españolas son las mayores de los últimos 13 años y diez puntos superiores a 2023

Cuatro de cada diez exploran nuevos mercados para ganar en calidad

Alemania y Estados Unidos se encuentran entre los destinos favoritos de las organizaciones a la hora de incrementar sus negocios internacionales

La rentabilidad (52%) y la sostenibilidad (41%) son los principales factores a la hora de tomar decisiones sobre la cadena de suministro



31/07/2024

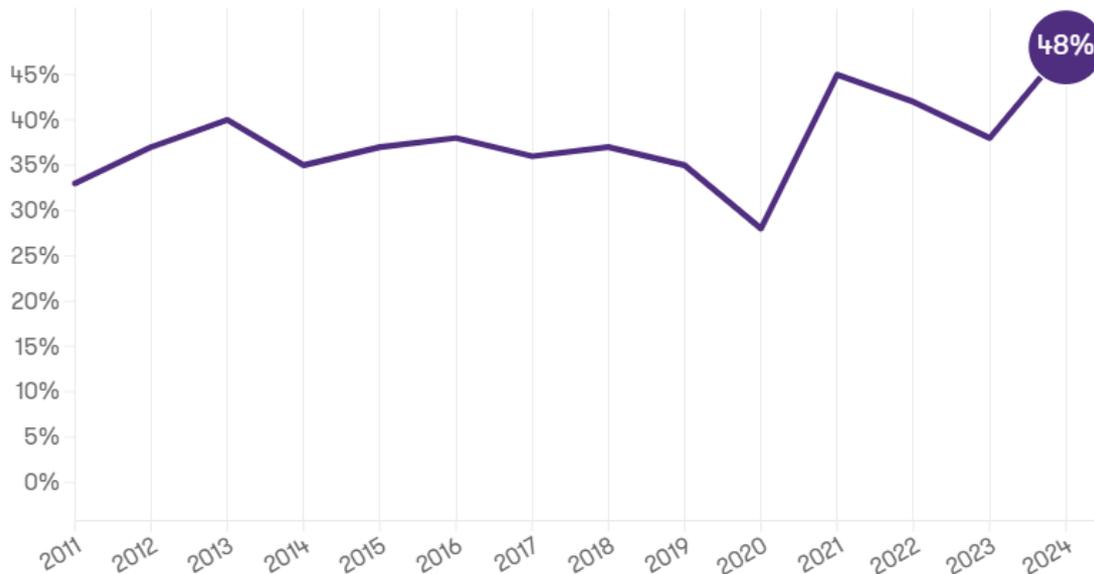
Los empresarios **del middle-market español** continúan aumentando su **apetito exportador** y su **interés por lanzarse a competir en los mercados internacionales**, gracias a la **evolución positiva de nuestra economía** y a pesar de un **escenario global cambiante**. Estas son algunas de las conclusiones que, en materia de internacionalización, destaca la última edición del estudio [International Business Report \(IBR\)](#) de **Grant Thornton**, un informe que analiza las previsiones y preocupaciones de este tipo de organizaciones tanto de nuestro país como a nivel global.

Síguenos en



De hecho, el estudio destaca que **España es el país de la Unión Europea que más espera aumentar sus exportaciones** en los próximos doce meses, tal y como **asegura cerca de la mitad (48%) de las compañías de nuestro país**, unas perspectivas que **son 11 puntos superior a la media europea (37%) y dos más que el porcentaje global (46%)**.

Empresas españolas que esperan aumentar las exportaciones en los próximos 12 meses



Fuente: Grant Thornton IBR



Estas perspectivas de exportación expresadas por los directivos españoles son las mayores de los últimos 13 años y diez puntos superiores al promedio de 2023. Desde 2011, año que comienza la serie histórica estudiada por el IBR, este porcentaje se mantuvo estable, hasta sufrir **un drástico descenso en 2020**. Desde entonces, la tasa se incrementó, para mostrar posteriormente una tendencia de reducción de las perspectivas. Sin embargo, **en esta última edición, el porcentaje aumentó considerablemente**, hasta alcanzar cerca de la mitad de los líderes de las empresas medianas de nuestro país (48%).

La **evolución de las expectativas de internacionalización** de nuestras organizaciones está **muy en línea con el comportamiento de la exportación española** en los últimos años, que **se ha desarrollado a un nivel superior al de nuestros vecinos**. De hecho, **creció un 32% en 2023 con respecto a 2019, año previo a la**

Síguenos en

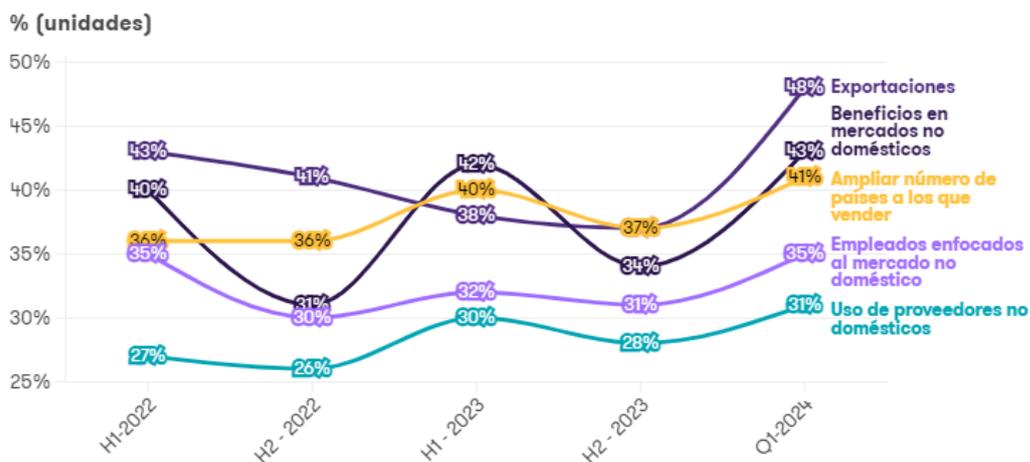


pandemia, según datos del Ministerio de Economía, Comercio y Empresa.¹ Este incremento ha sido superior tanto a las cifras del conjunto de la UE (27,9%) como a los de la zona euro (26,2%).

Más del 40% de los empresarios confían en aumentar sus ingresos procedentes de mercados internacionales

El informe de Grant Thornton también muestra una clara tendencia positiva en otros indicadores relacionados con la internacionalización de nuestro empresariado. El **43% espera aumentar sus ingresos procedentes de mercados no domésticos**, un porcentaje que ha crecido nueve puntos con respecto a la última edición y en uno en comparación con el primer semestre del 2023.

Evolución de las perspectivas de internacionalización de los directivos españoles



Fuente: Grant Thornton IBR



Una evolución similar ha experimentado las expectativas de **crecimiento del número de países** con los que **hacer negocios** en los próximos meses. Estas, de hecho, son las previsiones para **cuatro de cada diez (41%)** organizaciones de nuestro país, unas perspectivas que se han incrementado cuatro puntos desde el segundo semestre de 2023 y uno desde los primeros seis meses del pasado año.

¹ <https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/economia-comercio-empresa/Documents/2024/190224-presentacion-balance-Comercio-Exterior-2023.pdf>

Síguenos en



También han aumentado las perspectivas de **destinar más trabajadores a mercados internacionales** (35%) y tres de cada diez (31%) espera **incrementar el número de proveedores no domésticos**.

Por otro lado, **más de la mitad** (55%) de las compañías españolas **centra sus estrategias en los mercados internacionales** y el 41% de ellas, además, esperan hacer aumentar este enfoque en los próximos doce meses.

Esta confianza expresada por el empresariado español se debe a que **nuestro país no se ha visto tan afectado por problemáticas que sufre el resto de Europa**, como el **aumento de precios de la energía**, en particular del gas natural. Según el informe “Perspectivas y estadísticas del comercio mundial”² de la Organización Mundial del Comercio (OMC), **países como Alemania**, que producen y exportan bienes manufacturados de alto consumo energético, han sufrido una importante caída en sus exportaciones debido a que esta **subida de precios encarece sus productos**, lo que los deja en desventaja con otros competidores.

De hecho, **ciertas regiones emergentes están registrando expectativas de exportación muy positivas**, como el **Sudeste Asiático** (58%), los países **BRICS** (Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica, también con el 58%) o **África** (52%).

Según **Ramón Galcerán, presidente de Grant Thornton en España**, “los líderes empresariales que están valorando la internacionalización de sus compañías han de tener en cuenta las particularidades de sus negocios, sus puntos fuertes y sus aspectos de mejora, además de conocer las casuísticas de sus clientes e investigar los mercados en los que quieren competir. En especial, que sean ambiciosos y que estén dispuestos a asumir riesgos en un escenario inestable, aunque con el respaldo de una economía, la española, que está demostrando solidez y resiliencia”.

La **flexibilidad y la adaptabilidad de las compañías de este mercado** siguen siendo **dos de sus ventajas diferenciales** a la hora de seguir creciendo y desarrollándose internacionalmente. De hecho, y a pesar de la incertidumbre en todo el mundo, **el 92% de ellas se consideran preparadas para futuros imprevistos**, como cambios geopolíticos y económicos de transcendencia, tras haber superado episodios recientes como la pandemia.

Las perspectivas mencionadas están en línea con los datos del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo³ que señalan que las exportaciones de mercancías españolas alcanzaron los **93.430 millones de euros en el primer trimestre del año, el segundo mejor dato de la serie histórica**. Estas cifras consolidan la **tendencia que indica que**

² https://www.wto.org/spanish/res_s/publications_s/trade_outlook23_s.htm

³ <https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/economia-comercio-empresa/Paginas/2024/200524-exportaciones-primer-trimestre-2024.aspx>

Síguenos en

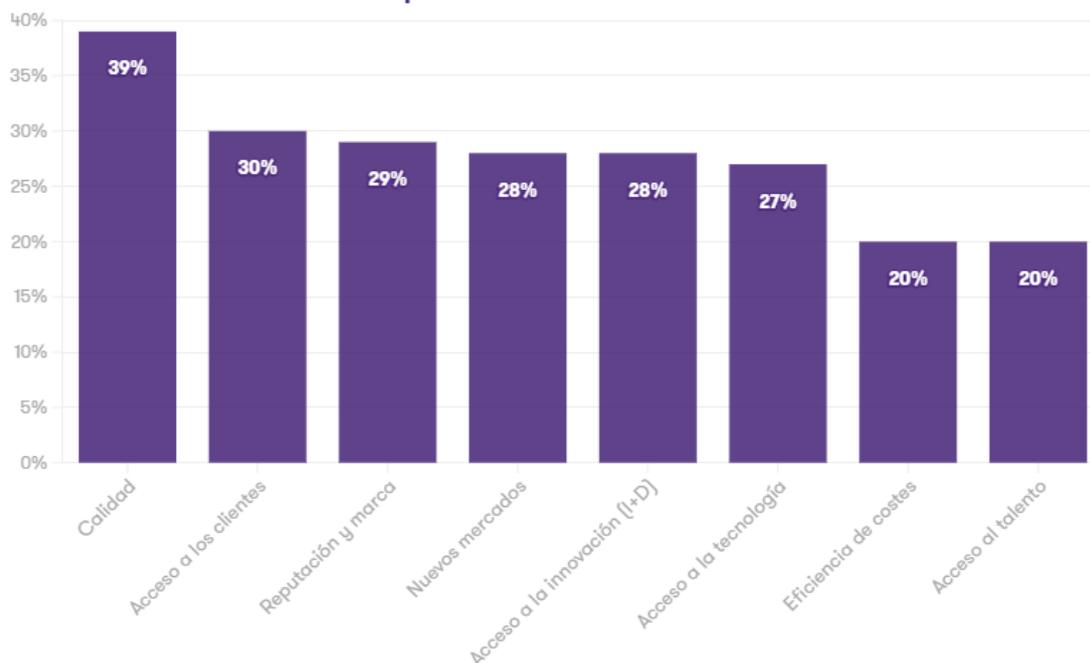


el **comercio exterior continúa siendo** una de las **principales palancas de crecimiento económico** y generación de empleo en nuestro país.

Calidad, acceso a nuevos clientes y mejora de la reputación, principales motivaciones para la internacionalización

En cuanto a las razones que empujan a los empresarios de nuestro país para lanzarse a competir en el extranjero, **cuatro de cada diez (39%) exploran nuevos mercados para ganar en calidad**, un porcentaje incluso dos puntos superiores al registrado a nivel global.

Principales motivaciones de las empresas españolas para Internacionalizarse



Fuente: Grant Thornton IBR



"Es alentador ver que las empresas se lanzan a competir en el extranjero no como un fin en sí mismo, sino como una manera de mejorar, incrementando la calidad de sus productos y procesos, accediendo a las herramientas tecnológicas más innovadoras y logrando nuevos conocimientos para sus empleados. De este modo, la internacionalización es un aprendizaje que hace más competitivas a las organizaciones", señala **Álvaro Fernández, Socio de Auditoría de Grant Thornton**.

Por otro lado, **el 30%** declara que el **acceso a nuevos clientes** es una motivación para operar fuera de territorio nacional, seguido por una **mayor reputación y visibilidad de la marca** (elegido por el 29%), la **diversificación hacia nuevos mercados** y el acceso a la **innovación** (ambas con el 28%).

Síguenos en



Alemania y Estados Unidos, destinos favoritos

En cuanto a los países a los que miran las empresas españolas, **Alemania es, por cuarto año consecutivo, el favorito a la hora de operar fuera de nuestras fronteras**, tanto por la ganancia esperada en sus operaciones en ese territorio, como porque ofrece una mejor oportunidad de mercado.

Tanto es así, que, según los últimos datos del IBR, **las compañías nacionales eligen el país germano como el que más les generará ingresos**, el que les **ofrecerá mayores oportunidades de negocios y el origen de sus principales proveedores extranjeros**. La **tendencia detectada en España se repite también a nivel de la Unión Europea**, cuyos empresarios también escogen como mercado predilecto el alemán en sus estrategias de internacionalización.

Por su parte, **Estados Unidos es elegido como el más interesante** en el caso de **incrementar el número de países** con los que hacer negocios y **Franca** es escogido como **segundo destino** para las exportaciones. Por otro lado, **España aparece entre los tres países predilectos para internacionalizarse en el caso de América Latina y Francia**.

La importancia de la cadena de suministro

En las estrategias de internacionalización, las **cadena de suministro son piezas fundamentales para lograr el éxito**. Aunque la globalización ofrece muchas oportunidades a las compañías con vocación internacional, las cadenas de suministro **son cada vez más complejas**, lo cual expone a las organizaciones a mayores riesgos.

En esta situación, **más de la mitad de los máximos gestores de las compañías españolas (52%) destacan la rentabilidad** como el principal factor a la hora de tomar decisiones sobre la cadena de suministro internacional. Le siguen la **sostenibilidad (41%)**, la **visibilidad (26%)**, la **rapidez de comercialización (20%)** y la **resiliencia (18%)**.

“Las empresas deben contar con una red sólida que les ayuden a acceder a nuevos mercados. Todo depende de lo robustas que sean tus relaciones, y es clave tener contactos que comprendan los matices de la cultura a la que vas a entrar”, recomienda **Jorge Tarancón, Socio de Financial Advisory - Transactional Advisory Services de Grant Thornton**.

Sobre Grant Thornton

Grant Thornton es una Firma multidisciplinar que presta servicios de Auditoría, Consultoría de Negocio, Tecnología e Innovación, Asesoramiento Fiscal, Legal, Laboral, Financiero y Outsourcing. Somos la Firma en España de Grant Thornton International, una de las mayores organizaciones mundiales de servicios profesionales, con un equipo de más de 73.000

Síguenos en



profesionales y presente en 147 mercados. En la actualidad estamos presentes en 10 ciudades: Madrid, Barcelona, Bilbao, Castellón, Murcia, Las Palmas de Gran Canaria, Oviedo, Pamplona, Valencia y Zaragoza. Grant Thornton España ha sido elegida Firma del Año de la red global de Grant Thornton en 2023.

Para ampliar información o hablar con profesionales de Grant Thornton, no dudes en llamarnos:

**DEPARTAMENTO COMUNICACIÓN
GRANT THORNTON**

POLICARPO AROCA

Director de Comunicación

T 91 576 39 99

M 650 71 31 21

Policarpo.aroca@es.gt.com

RAFAEL GIL

Supervisor de Comunicación

T 91 576 39 99

M 681 15 65 13

Rafael.gil@es.gt.com

ROMAN

TAMARA RAPOSO

+34 690 358 123

T.raposo@romanrm.com

IGNACIO MARÍN

+34 602 254 999

I.marin@romanrm.com