



# ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD EXPORTADORA DE LA PYME ARAGONESA

## EQUIPO:

Marisa Ramírez Alesón (Inv. Ppal.)

Nuria Alcalde Fradejas

Natalia Dejo Oricain

Nieves García Casarejos

Jorge Rosell Martínez

UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA



**EXPORTACIÓN**

**PYME**

**ARAGÓN**

1ª etapa  
internacionalización

Protagonistas principales

Alta apertura exterior

Mayor capacidad de  
adaptación

**OBJETIVO**

**ESTUDIAR LA ACTIVIDAD EXPORTADORA DE LAS  
PYMES ARAGONESAS**

**Factores de  
EMPRESA**

**Factores de  
LOCALIZACIÓN**

**Factores Determinantes  
MODO DE ENTRADA**

Conocer mejor a los principales agentes implicados permitirá no sólo aumentar la probabilidad exportadora de las empresas (aumentar nº de empresas), sino también favorecer la intensidad exportadora de las empresas que ya exportan.

# UNA VISIÓN GENERAL DE LAS EXPORTACIONES ARAGONESAS. 1995-2005 (ANÁLISIS MACROECONÓMICO)

## DISTRIBUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES ARAGONESAS.

Peso de las Exportaciones Aragonesas sobre el Total de Exportaciones Españolas. 1995-2005.

	Período 1995-99		Período 2000-04		2005*	Período 1995-2005	
	Media	Variación anual media	Media	Variación anual media	Media	Media	Variación anual media
<b>ARAGÓN/ESPAÑA</b>	<b>5,29%</b>	-6,52%	<b>4,44%</b>	6,45%	<b>4,61%</b>	<b>4,84%</b>	-0,40%
Huesca	0,48%	-1,24%	0,45%	11,36%	0,42%	0,46%	5,06%
Teruel	0,07%	16,30%	0,08%	6,49%	0,06%	0,07%	9,07%
Zaragoza	4,74%	-7,26%	3,91%	6,19%	4,13%	4,31%	-0,92%

>3,1% PIB



Buena  
Posición  
Competitiva

\*Datos provisionales.

Fuente: Elaboración propia a partir de la información publicada por la Secretaría de Estado de Turismo y Comercio (con datos del Departamento de Aduanas e I.E.E. de la Agencia Tributaria).

A partir del 2001, tendencia creciente en las Exportaciones Aragonesas



Evolución determinada por exportaciones de Zaragoza

89%  
Exportaciones Aragón

POSICIÓN ARAGÓN EN ESPAÑA: **8º puesto**

(Cataluña, Comunidad Valenciana, Madrid, País Vasco, Andalucía, Galicia y Castilla-León)



**ZARAGOZA: 5ª**

(Barcelona, Madrid, Valencia y Pontevedra)



**HUESCA: 32º**



**TERUEL: 49º**

(por delante de Melilla, Ceuta y Zamora)

# PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES ARAGONESAS.



Las empresas aragonesas han realizado un notable esfuerzo por estar presentes en un gran número de países o zonas comerciales (**más de 200**).

Principal Destino Exportaciones Aragonesas → **UE-15**  
(Huesca/Teruel/Zaragoza)

- 1º Alemania
- 2º Reino Unido
- 3º Italia
- 4º Francia
- 5º Portugal

← **≈ ESPAÑA**  
(difiere orden)

**5,67% exportaciones en UE-15 > 4,84% exportaciones Aragón/España**

2º Destino Exportaciones Aragonesas → **Resto OCDE**  
(Teruel/Zaragoza)  
2º destino Huesca → **África (Senegal)**

- 1º Suiza
- 2º Japón
- 3º EEUU

← **≈ ESPAÑA**  
(difiere orden)

3º Destino Exportaciones Aragonesas → **Latinoamérica**  
(Huesca/Teruel/Zaragoza)

- 1º México
- 2º Argentina
- 3º Chile
- 4º Cuba

← **4º ESPAÑA**

**Aunque los volúmenes de exportaciones son muy diferentes entre las provincias aragonesas, éstas tienen similares preferencias en cuanto a mercados y áreas de destino de sus exportaciones.**

# PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS DE LAS EMPRESAS ARAGONESAS (TARIC).

Principales Productos Aragoneses Exportados: Sección XVII- Material Transporte (**ZARAGOZA**- Opel España)

← ≈ ESPAÑA

Principales Productos Oscenses Exportados: Sección IV- Industria Alimentación, Bebidas y Tabaco (**HUESCA**)

2º Productos Aragoneses Exportados: Sección XVI- Maquinaria Mecánica y Eléctrica

← ≈ ESPAÑA

2º Productos Oscenses Exportados: Sección I- Animales vivos, Producto del Reino Animal (**HUESCA**)

3º Productos Aragoneses Exportados: Sección VII- Materias Plásticas, Caucho y Manufacturas (**HUESCA**)

← ESPAÑA: Sección VI- Industrias Químicas Conexas

3º Productos Turolenses Exportados: Sección IX- Madera, Corcho, Cestería y Manufacturas (**TERUEL**)

3º Productos Zaragozanos Exportados: Sección XV- Metales Comunes y Manufacturas (**ZARAGOZA**)



# DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN (ANÁLISIS MICROECONÓMICO)

## BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN SOBRE PYMEs ARAGONESAS EXPORTADORAS

REQUISITOS: - Tipo de Producto Exportado  
- Países Destino de la Exportación

FUENTE: Cámaras de Comercio e Industria

ZARAGOZA

HUESCA

TERUEL

89%  
Exportaciones  
Aragón

1182 empresas

(exportadoras y/o importadoras)

No Disponible

ACTIVIDAD COMERCIAL	TOTAL MUESTRA		DISTRIBUCIÓN			
	Nº Emp.	% Emp.	CAPITAL		RESTO PROVINCIA	
			Nº Emp.	% Emp.	Nº Emp.	% Emp.
Exportación	663	56,09%	314	47,36%	349	52,64%
Importación y Exportación	326	27,58%	152	46,63%	174	53,37%
Importación	193	16,33%	131	67,88%	62	32,12%
<b>TOTAL</b>	<b>1182</b>	<b>100,00%</b>	<b>597</b>		<b>585</b>	

Emp.: Empresa. Fuente: Elaboración propia.

SABI

¿Cuántas PYMEs?

109 no disponible

17 Grandes

68 Medianas

297 Pequeñas

172 Microempresas

537 PYMEs

INFORMACIÓN SOBRE  
MODO DE ENTRADA

NO  
DISPONIBLE

51 Misiones y 10 Encuentros Empresariales (2004-06)  
254 organizaciones (Huesca/Teruel/Zaragoza)  
FUENTE: Cámaras de Comercio e Industria

# CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES DE LAS PYMES EXPORTADORAS

## FACTORES DE EMPRESAS

LITERATURA ESPECIALIZADA



TAMAÑO

SECTOR

EXPERIENCIA ORGANIZATIVA

EXPERIENCIA INTERNACIONAL

DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTO

MERCANCÍAS EXPORTADAS

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN  
Y COMUNICACIÓN (TIC)

INTENSIDAD DE CAPITAL

ENDEUDAMIENTO

## MEDICIÓN

CAMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE  
ZARAGOZA + SABI



Microempresa / Pequeña / Mediana (DOCE 20.05.2003)  
Número de trabajadores / Ventas

16 Sectores OCDE

Antigüedad de la empresa (Edad)

Filiales en el Extranjero  
Accionistas Extranjeros en la empresa

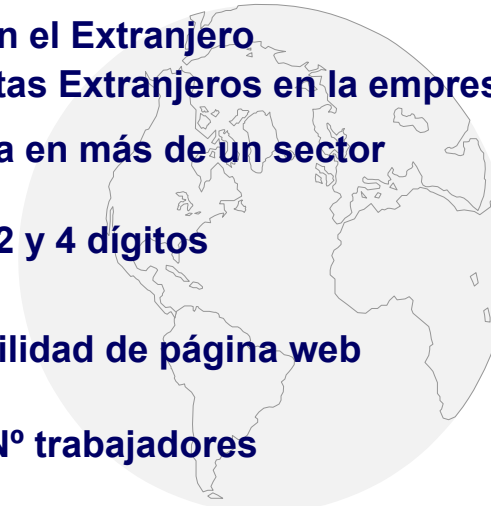
Presencia en más de un sector

TARIC a 2 y 4 dígitos

Disponibilidad de página web

Activo / N° trabajadores

Fondos Ajenos / Activo



## APLICACIÓN A LA MUESTRA DE PYMES EXPORTADORAS.

- ➔ Cerca del 50% de las empresas de la muestra, sea cual sea su tamaño, desarrollan actividades del S11-Comercio y Reparación y el S6-Productos Metálicos y Mecánicos
- ➔ Antigüedad media de las empresas (Experiencia Organizativa): 22,6% PYMEs fundadas antes de los 80; el 34,3% en los 80; 37,1% en los 90; 6% en 2000. Mayor tamaño ➔ Mayor Experiencia Organizativa.
- ➔ La Experiencia Internacional de las PYMEs es baja:
  - con algún accionista extranjero ➔ 4,28%
  - con filiales en el exterior ➔ 3,91% } Mayor tamaño ➔ Mayor Exp. Internacional
- ➔ Baja Diversificación de Producto (23% de la muestra)
- ➔ Más del 75% de las PYMEs exportan mercancías de un único capítulo TARIC y, además, son mono-exportadoras (única mercancía) en el 56% de los casos.
  - ↓ Destacan microempresas muy activas ➔ exportan 9 mercancías diferentes o de 6 capítulos diferentes
- Mercancías más exportadas ➔ Sección XVI-Maquinaria mecánica y eléctrica ← ≈ Datos Macroeconómicos
  - ➔ Sección IV-Alimentación, bebida y tabaco (Micro/Pequeñas)
  - ➔ Sección XV- Metales comunes y manufacturas (Medianas)
- ➔ Las TIC están implantadas en más del 50% de las PYMEs, pero se observan diferencias por tamaño ➔ el 82% de las Medianas tienen TIC ⇔ 18% de las Microempresas.

**Se pone de manifiesto que existe una relación entre las características empresariales y el tamaño empresarial.**

# ANÁLISIS DE LAS DIFERENCIAS POR TAMAÑO DE EMPRESAS (ANOVA)

FACTOR	MICRO (1) (172 emp)	PEQUEÑA (2) (297)	MEDIANA (3) (68 emp)	TOTAL	F	Test de Scheffé
TAMAÑO (nº trabajadores)	4,95 (2,84)	23,26 (11,05)	103,72 (57,68)	27,58 (37,36)	500,23***	1-2*** 1-3*** 2-3***
TAMAÑO (Ventas, miles de €)	1.791,61 (5373,71)	4.024,35 (5011,66)	19.456,28 (13135,83)	5.282,85 (8666,99)	180,26***	1-2** 1-3*** 2-3***
EXPERIENCIA ORGANIZATIVA	15,83 (10,69)	21,07 (11,11)	25,87 (13,94)	20,0 (11,81)	21,92***	1-2*** 1-3*** 2-3*
EXPERIENCIA INTERNACIONAL (Accionistas Extranjeros)	0,03	0,02	0,18	0,04	18,120***	1-3*** 2-3***
EXPERIENCIA INTERNACIONAL (Filiales)	0,02	0,04	0,06	0,04	1,011	--
DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTO	0,18	0,26	0,26	0,23	1,971	--
MERCANCÍAS EXPORTADAS (Taric 2-dígitos) (1)	1,30	1,27	1,59	1,32	5,060**	1-3** 2-3***
MERCANCÍAS EXPORTADAS (Taric 4-dígitos) (2)	1,63	1,64	2,04	1,69	2,383*	--
TIC	0,19 (0,39)	0,56 (0,50)	0,82 (0,38)	0,47 (0,50)	59,97***	1-2*** 1-3*** 2-3***
INTENSIDAD DE CAPITAL	283,65 (488,06)	133,54 (140,82)	194,46 (169,53)	189,33 (308,42)	13,52***	1-2***
ENDEUDAMIENTO	37,06 (26,05)	39,69 (22,44)	38,73 (21,26)	38,73 (23,50)	0,68	--

(1) Esta información sólo se dispone para 514 empresas: 161 microempresas, 289 pequeñas y 64 grandes. (2) Esta información sólo se dispone para 458 empresas: 144 microempresas, 257 pequeñas y 57 grandes. \*\*\*p-valor <0,01, \*\*p-valor <0,05, \*p-valor <0,1. Fuente: *Elaboración propia*.

# CARACTERÍSTICAS DE LOS PRINCIPALES MERCADOS DE DESTINO: FACTORES DE LOCALIZACIÓN

## PRINCIPALES MERCADOS DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE LAS PYMEs DE LA MUESTRA

Las PYMEs aragonesas están presentes en 123 mercados distribuidos en todo el mundo

<b>UE-15</b> 4 países	<b>UE-25</b> 10 países	<b>POT-UE</b> 4 países	<b>PF</b> 11 países	<b>LA</b> 19 países	<b>R-OCDE</b> 9 países	<b>ASIA</b> 22 países	<b>AFRICA</b> 22 países	<b>RM</b> Rusia pp
--------------------------	---------------------------	---------------------------	------------------------	------------------------	---------------------------	--------------------------	----------------------------	-----------------------

**1º 67%**      **3º 11%**      **2º 16%**      **4º 10%**      El orden se mantiene por tamaño de empresa

Las empresas Pequeñas son las más numerosas y están presentes en un mayor número de mercados.

Las Medianas son las más activas, es decir, tienen una mayor presencia simultánea en diversas áreas.



**El tamaño de la empresa es un aspecto determinante a la hora de abordar los mercados extranjeros**

# FACTORES DE MERCADO

# MEDICIÓN

## LITERATURA ESPECIALIZADA



**DISTANCIA PSÍQUICA**

**Cercanía geográfica y cultural**

**TAMAÑO DEL MERCADO**

**Población**

**DESARROLLO ECONÓMICO**

**Producto Interior Bruto Per Cápita**

**NIVEL DE COMPETENCIA**

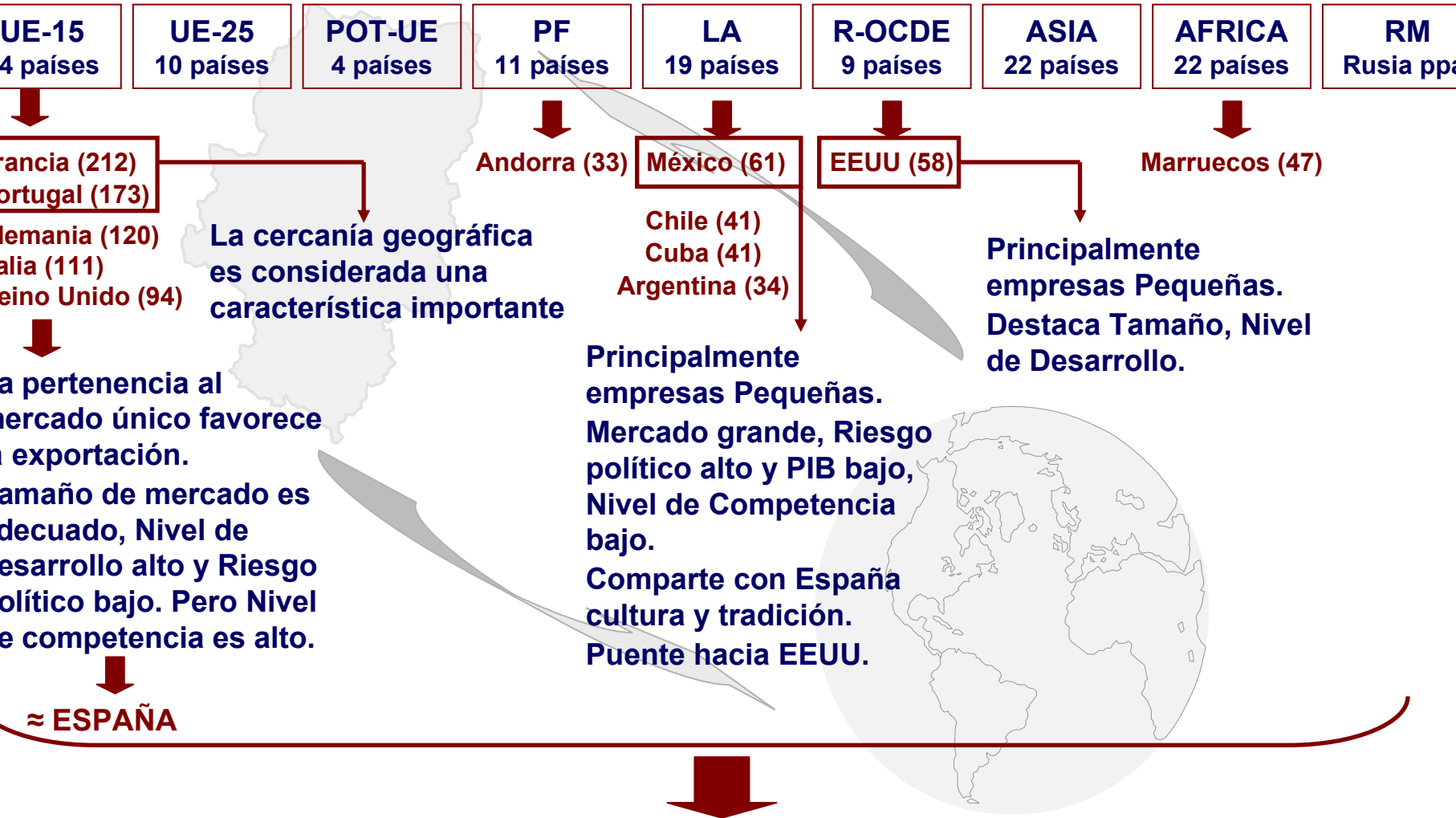
**Índice de Competitividad Global (World Economic Forum): escala 1 a 7**

**RIESGO POLÍTICO**

**Índice de Restricción Política (Henisz, 2000): 0- mayor incertidumbre; 1-mayor estabilidad)**

ÁREA	TAMAÑO MERCADO Población <sup>1</sup> (miles)	DESARROLLO ECONÓMICO PIB per cápita <sup>1</sup> (dólares)	NIVEL DE COMPETENCIA GCI <sup>2*</sup> 2006 Score	RIESGO POLÍTICO PCI <sup>3**</sup> 2004 Score
<b>UE-15:</b>				
Francia	60.257	33.967	5,31	0,757074
Portugal	10.441	16.063	4,60	0,748457
Alemania	82.645	32.708	5,58	0,846998
Italia	58.033	28.913	4,46	0,732993
Reino Unido	59.479	35.718	5,54	0,738222
<b>RESTO OCDE:</b>				
EEUU	295.410	39.650	5,61	0,852761
Suiza	7.240	49.367	5,81	0,880973
<b>LA:</b>				
México	105.699	6.397	4,18	0,385481
Chile	16.124	5.838	4,85	0,733868
Cuba	11.245	3.059	nd	nd
Argentina	38.372	3.988	4,01	0,513386
<b>AFRICA:</b>				
Marruecos	31.020	1.606	4,01	0,788032
Argelia	32.358	2.497	3,90	0,462813
Egipto	72.642	1.222	nd	0,699674
<b>PF:</b>				
Andorra	67	25.786	nd	0,435626 **
Emiratos Árabes	4.284	19.659	4,66	nd
<b>ASIA:</b>				
Arabia Saudita	23.950	10.202	nd	nd
China	1.285.342	1.283	4,24	nd
<b>RESTO MUNDO:</b>				
Rusia	143.899	4.047	4,08	nd
<b>UE-25</b>				
Polonia	38.559	6.265	4,30	0,739128
<b>Pot. UE:</b>				

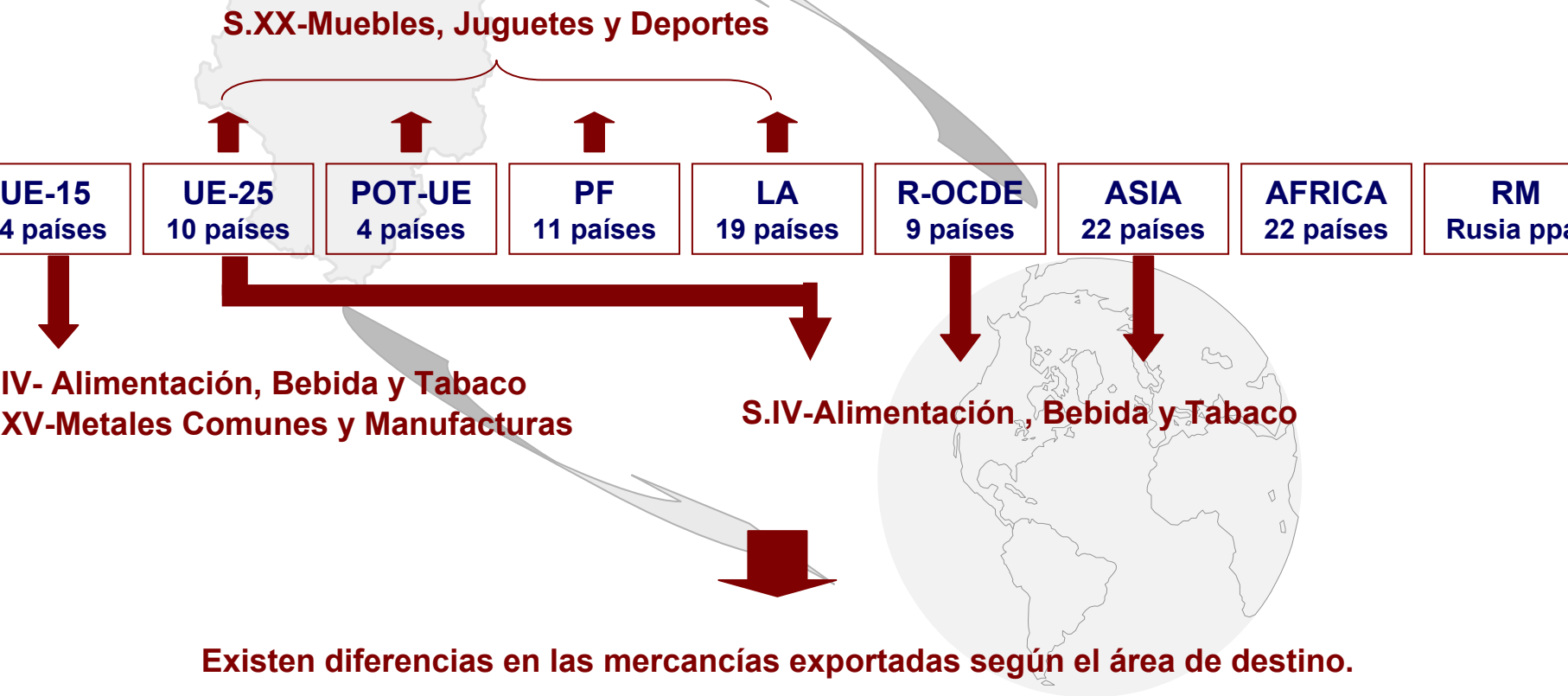
# CARACTERÍSTICAS DE LOS PRINCIPALES MERCADOS DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE LAS PYMEs DE LA MUESTRA



Se pone de manifiesto la gran actividad exportadora de las PYMEs y el esfuerzo que realizan para estar presentes en un gran número de mercados diferentes y ser competitivas en los mismos.

# PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR LAS PYMEs DE LA MUESTRA SEGÚN ÁREA DE DESTINO

El mayor número de empresas exportan productos de la Sección XVI-Maquinaria Mecánica y eléctrica y lo hacen hacia todas las áreas definidas.



## PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS PYMES DE LA MUESTRA SEGUN AREA DE DESTINO

	UE-15	UE-25	POT-UE	PF	LA	R-OCDE	ASIA	AFRICA	RM
<b>Empleados</b>	30,32	36,90	38,97	40,54	47,65	47,73	33,13	24,29	18,43
<b>Ventas</b>	6092,44	9724,02	10256,29	6877,69	8945,58	8544,10	7874,95	4145,10	6109,03
<b>Sector*</b>	11 y 6	11 y 7	11 y 7	11, 6 y 4	11 y 6	11 y 6	11, 7 y 6	11, 7 y 6	6 y 3
<b>Exp. Organizativa</b>	20,38	23,36	19,23	22,31	22,67	23,27	16,48	20,65	30,43
<b>Filiales</b>	0,04	0,02	0,05	0,05	0,04	0,03	0,00	0,12	0,00
<b>Accionistas Extranjeros</b>	0,05	0,10	0,10	0,02	0,04	0,03	0,04	0,00	0,00
<b>Div. Producto</b>	0,20	0,24	0,28	0,25	0,20	0,20	0,17	0,24	0,14
<b>Mercancías</b>	1,70	1,72	1,89	1,96	1,80	2,07	1,71	1,53	2,57
<b>Capítulos</b>	1,30	1,19	1,42	1,40	1,45	1,37	1,26	1,35	1,14
<b>TIC</b>	0,51	0,66	0,59	0,68	0,72	0,70	0,70	0,53	0,86
<b>Intensidad de Capital</b>	183,84	245,90	226,64	139,22	161,48	243,59	201,62	110,14	530,82
<b>Endeudam.</b>	38,39	38,93	37,69	43,02	41,31	50,22	42,27	45,75	52,82



**Existen diferencias en las características de las PYMEs que exportan según el área de destino.**

# MODO DE ENTRADA EN LOS MERCADOS EXTRANJEROS: FACTORES DE ENTRADA

Características Modo de Entrada → NO DISPONIBLE

## PARTICIPACIÓN EN MISIONES Y ENCUENTROS EMPRESARIALES EN ARAGÓN

- ➔ En el período 2004/2006 se han identificado 51 misiones y 10 encuentros empresariales
- ➔ Empresas aragonesas participantes: 254 empresas diferentes

Procedencia: 206 de Zaragoza, 21 de Huesca y 27 de Teruel

Tamaño: Las PYMES representan un 95% de las empresas participantes

Sectores más importantes:

Distribución sectorial de las PYMES aragonesas participantes en acciones de apertura a nuevos mercados

SECTOR DE ACTIVIDAD	EMPRESAS PARTICIPANTES
Comercio y Reparación.	100
Productos Metálicos y Mecánicos.	98
Maquinaria de Oficina, Ordenadores, Radio, TV y equipamiento de Comunicaciones.	58
Petróleo, Productos Químicos, Caucho y Materiales Plásticos.	43
Productos Alimenticios.	39
Industria Textil y de la Madera.	38
Vehículos y otro Equipamiento de Transporte.	20
Construcción.	20
Otros	22
TOTAL	438

➔ } Mayor nº empresas exportadoras

## DESTINOS DE LAS ACCIONES ORGANIZADAS (áreas geográficas)

- ➔ **MISIONES:** son el instrumento de promoción más importante desde el punto de vista cuantitativo y se suelen orientar a mercados como África, Latinoamérica, Asia, etc.
- ➔ **ENCUENTROS:** Son el instrumento más utilizado en las áreas donde se han establecido o se quieren crear fuertes vínculos, sustentados en el potencial de crecimiento de estos mercados o en excelentes relaciones bilaterales (p.e. UE)

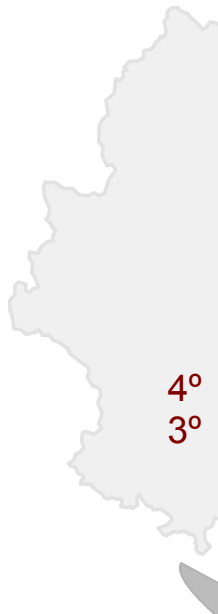
### Empresas visitantes y acciones organizadas a cada destino

Áreas destino de las acciones	Nº de empresas participantes	Nº de acciones realizadas
UE-15	71	9
Resto hasta UE-25	108	14
Potenciales entrantes UE	27	4
Latinoamérica	146	16
Resto de la OCDE	90	16
Asia	40	5
África	89	8
Paraísos Fiscales	77	8
Resto del Mundo	52	6
<b>TOTAL</b>	700	86

# DESTINOS DE LAS ACCIONES ORGANIZADAS (países)

Relación de países a los que se ha organizado más de una acción en el período 2004-2006

Países destino de las acciones	Nº acciones	Nº empresas aragonesas participantes
Argentina	3	32
Australia	2	11
Bielorrusia	2	14
Brasil	3	29
Canadá	4	23
Chile	2	22
Corea del Sur	2	8
Egipto	3	32
Emiratos Árabes	3	41
España	3	42
Estados Unidos	3	15
Francia	2	7
Japón	2	8
Letonia	2	15
Lituania	2	15
Marruecos	4	43
México	3	27
Nueva Zelanda	2	12
Panamá	3	21
Polonia	6	48
Republica Dominicana	3	21
Rusia	2	20
Tailandia	2	17
Turquía	2	19
Ucrania	2	18

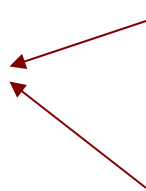


4º  
3º

2º

1º

13%  
visitas



# CONCLUSIONES

Importante actividad exportadora de las PYMEs aragonesas, tanto en volumen de exportación, nº de mercancías exportadas y nº de mercados extranjeros.

Factores de Empresa → **PYME “representativa”**

Empresa pequeña con una experiencia organizativa de 20 años, cierta experiencia internacional, escasamente diversificada en producto, que ha implantado las TIC en gran medida, con un nivel de endeudamiento medio y que exporta 2 mercancías de un mismo capítulo.

**RM:** gran experiencia organizativa. Alta implantación TIC, y el mayor nº de mercancías, pero carecen de Experiencia Internacional y elevado endeudamiento.

**UE-25:** tienen la mayor participación de capital extranjero

**Pot-UE:** tienen la mayor participación de capital extranjero y diversificación de producto

**Asia:** son las empresas más jóvenes

**África:** son las que tienen un mayor nº de filiales extranjeras

Factores de Localización

PYMEs aragonesas buscan mercados cercanos o con nivel de desarrollo similar, con los que comparten políticas y con bajas barreras comerciales (p.e. UE-15); o mercados con gran potencial, un gran tamaño y con los que se comparte cultura e idioma, aunque el riesgo sea alto (p.e. México)

Es fundamental estudiar Empresas y Mercados conjuntamente para entender mejor la internacionalización de la empresa

Factores de Entrada (modo de entrada)

Las misiones y encuentros favorecen la internacionalización de la empresa.

Tanto las áreas como los países de destino de estas acciones coinciden mayoritariamente con los destinos de las exportaciones de las PYMEs, pero también son importantes las acciones que se realizan en destinos en los que la presencia aragonesa es casi inexistente



# ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD EXPORTADORA DE LA PYME ARAGONESA

## EQUIPO:

Marisa Ramírez Alesón (Inv. Ppal.)

Nuria Alcalde Fradejas

Natalia Dejo Oricain

Nieves García Casarejos

Jorge Rosell Martínez

UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA

