



CAMBIOS EN EL POSICIONAMIENTO INTERNACIONAL DE LAS EMPRESAS VALENCIANAS DURANTE Y TRAS EL COVID-19

¿Cómo han cambiado los perfiles de internacionalización de las empresas valencianas durante los años que se han visto afectados por la pandemia? ¿Cómo cambiaron sus políticas internacionales las empresas para adaptarse a una realidad tan inesperada y compleja?

Aunque ya estamos dejando atrás la situación pandémica, todavía es necesario reflexionar sobre los posibles aprendizajes que pueden obtenerse con relación a las respuestas que las empresas dan a los desafíos impuestos por una situación sobrevenida con grandes consecuencias económicas y sociales.

En este análisis observamos los cambios que se produjeron en el perfil internacional de las empresas entre los años 2019 y 2021, el periodo más afectado por las consecuencias del COVID-19 para la actividad empresarial. Para ello estudiaremos la evolución del porcentaje de ventas internacionales (es decir, el peso que la actividad internacional tiene sobre el total de la facturación de la empresa) y el número de zonas geográficas en las que la empresa exporta. Asimismo, también analizamos los cambios en la presencia directa en el exterior, observando la evolución del número de zonas geográficas en las que las empresas se instalan físicamente mediante filiales y el tipo de participación que tienen en ellas. Finalmente realizamos una reflexión sobre la conexión entre el nivel de competitividad de la empresa y su perfil internacional.

“LA EVOLUCIÓN DE LOS MERCADOS EXTERIORES EN LAS EMPRESAS EXPORTADORAS FUE MÁS FAVORABLE QUE LA DEL MERCADO LOCAL, INCREMENTANDO EL PESO DE LAS VENTAS INTERNACIONALES SOBRE EL TOTAL DE LA FACTURACIÓN”

CAMBIOS EN LA ACTIVIDAD EXPORTADORA SEGÚN EL TAMAÑO EMPRESARIAL

Dado que el tamaño empresarial es uno de los factores con mayor influencia en la actuación estratégica de las empresas y en su capacidad para responder a los cambios en el entorno, comenzamos nuestro análisis estudiando la evolución de la actividad exportadora de las empresas valencianas en función de su dimensión.

El **gráfico 1** muestra la evolución de las ventas internacionales sobre el total de la facturación para las empresas exportadoras en la Comunitat Valenciana y en España, para cada uno de los grupos de tamaño: microempresas, pequeñas,

medianas y grandes empresas. En este gráfico puede observarse que el peso de la actividad internacional se incrementó ligeramente durante 2020, el año más intenso de la pandemia. En 2021, dicho peso de la actividad exportadora sobre el total de ventas experimenta un ligero descenso respecto a 2020, pero manteniéndose, en la mayoría de los casos, por encima del observado en el periodo prepandémico. El aumento puntual del porcentaje de ventas internacionales durante 2020 no significa que se vendiera

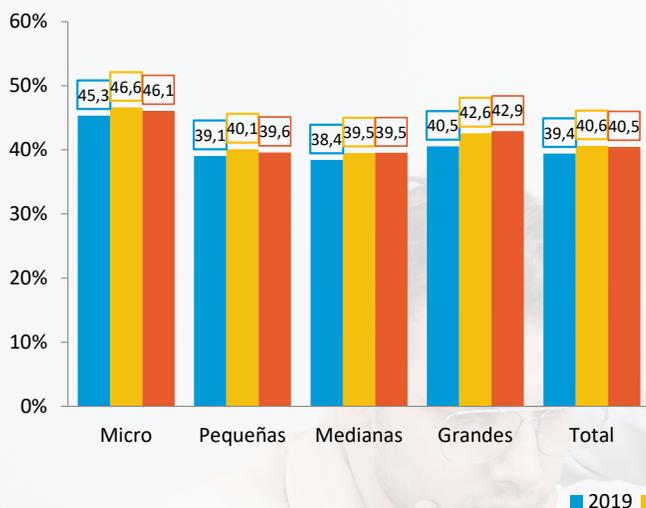
más en el extranjero, sino que la evolución de las ventas en el exterior fue mejor (o menos mala) que la evolución en el mercado nacional como consecuencia de los diferentes impactos que el COVID tuvo en diferentes países. En este sentido, **las empresas valencianas y españolas con una mayor orientación exportadora pudieron aprovechar su posición para diversificar el riesgo de su actividad en un periodo muy turbulento, y complicado globalmente.**



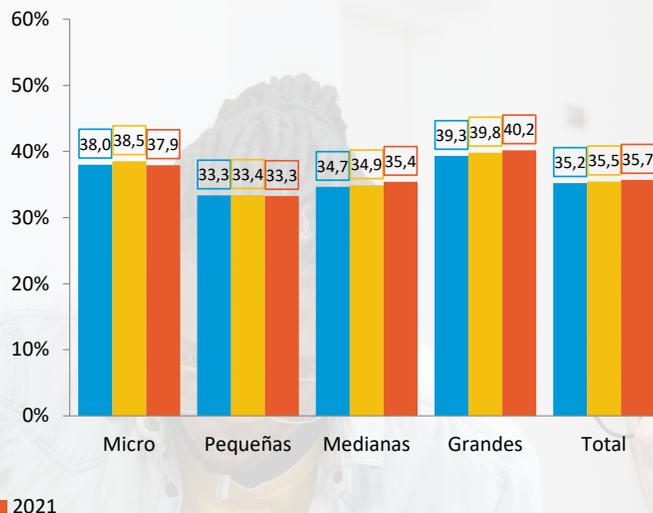
Gráfico 1.

Porcentaje de las exportaciones sobre las ventas de cada empresa por tamaño de empresa. C. Valenciana y España, 2019-2021

a) C. Valenciana



b) España



Fuente: SABI (Bureau Van Dijk) y elaboración propia

En términos generales, en 2020, el porcentaje de ventas en el exterior sobre el total creció 1,2 puntos porcentuales en promedio para las empresas de la Comunitat Valenciana, mientras que el incremento en España fue de 0,3 puntos porcentuales. En 2021 dicho incremento se mantuvo estable (en la Comunitat Valenciana) o aumentó ligeramente (en España). El incremento más notable se produjo en el caso de las grandes empresas valencianas, cuyo porcentaje de ventas internacionales creció 2,1 puntos en 2020.

El segundo aspecto relevante en los perfiles de internacionalización se refiere a la diversificación de los destinos geográficos de las exportaciones.

Para estudiar este aspecto hemos clasificado los diferentes países en 8 zonas: África, Asia, Oceanía, América del Sur, América Central, América del Norte, Unión Europea y resto de Europa. Seguidamente, hemos contabilizado a cuántas de estas zonas exporta cada empresa (siendo 8 el máximo posible). Asimismo, hemos estudiado los destinos predominantes de las exportaciones reportadas por las empresas.

En el **gráfico 2**, puede observarse que entre 2019 y 2020 se incrementó el porcentaje de empresas que exportaba sólo a una zona geográfica (del 77,1% a 78,8% en la Comunitat Valenciana) y se redujo, consecuentemente, el porcentaje de empresas que operan en más de una zona geográfica. En 2021, la variación experimentada durante 2020 se estabilizó.

El mismo patrón se observó en España. Casi 8 de cada 10 empresas exportadoras opera sólo en un área geográfica específica, aunque cabe señalar que puede ser que exporten a varios países dentro de esa zona. Por otro lado, el porcentaje de empresas que operan en más de 3 zonas geográficas

(sobre el total de las 8 consideradas en este análisis) se sitúa en 2021, en el 8,8% en la Comunitat Valenciana y en el 6,8% en España, frente al 9,4% y el 7,2% respectivamente, en 2019.

En el **gráfico 3** se puede comprobar que las grandes y medianas empresas (tanto en la Comunitat Valenciana como en España) concentran su actividad internacional principalmente en la Unión Europea, mientras que las empresas de tamaño micro y pequeño presentan una mayor diversidad de destinos geográficos en sus exportaciones.

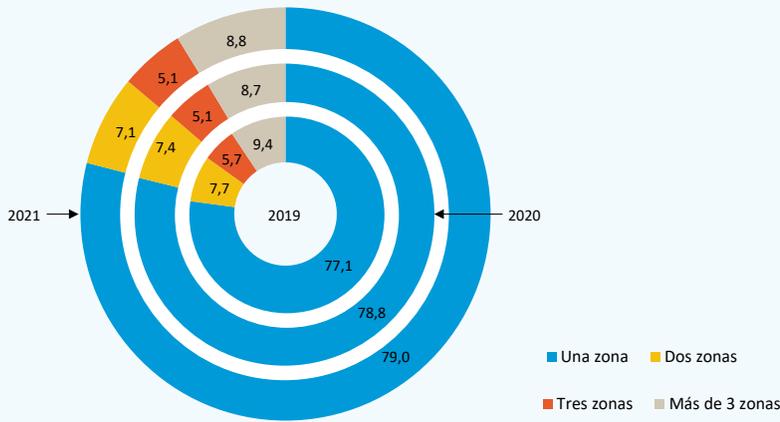
La literatura sobre comportamiento internacional de las empresas sostiene que a medida que las empresas crecen en tamaño y profesionalización desarrollan procesos de planificación estratégica más sofisticados, y suelen llevar a cabo estrategias de internacionalización más selectivas, concentrando su actividad sobre los mercados en los que pueden desarrollar mejor el potencial de sus ventajas competitivas. Por el contrario, las empresas de menor dimensión, o con enfoques menos planificados de gestión, actúan de modo más volátil en su desarrollo internacional, actuando de modo más reactivo y emergente en función de las oportu-

“DURANTE LOS AÑOS AFECTADOS POR LA PANDEMIA, LAS EMPRESAS EXPORTADORAS ENFOCARON SU ACTIVIDAD INTERNACIONAL EN UN MENOR NÚMERO DE ZONAS GEOGRÁFICAS, CONCENTRANDO SU ATENCIÓN SOBRE TODO HACIA LA UNIÓN EUROPEA”

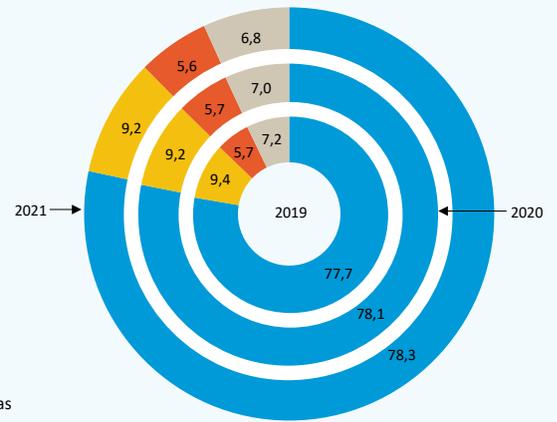
Gráfico 2.

Distribución de las empresas según el número de zonas geográficas a las que se exporta. C. Valenciana y España, 2019-2021 (porcentaje)

a) C. Valenciana



b) España

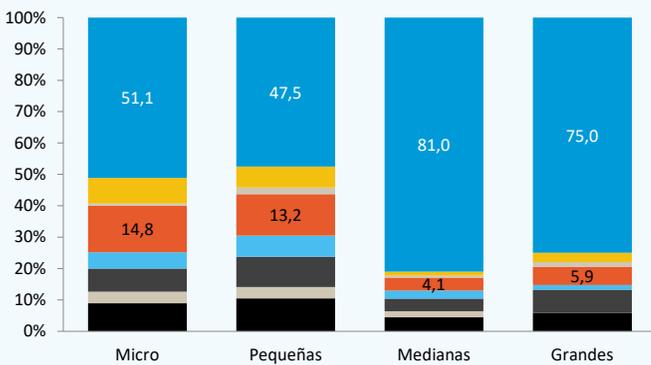


Fuente: SABI (Bureau Van Dijk) y elaboración propia

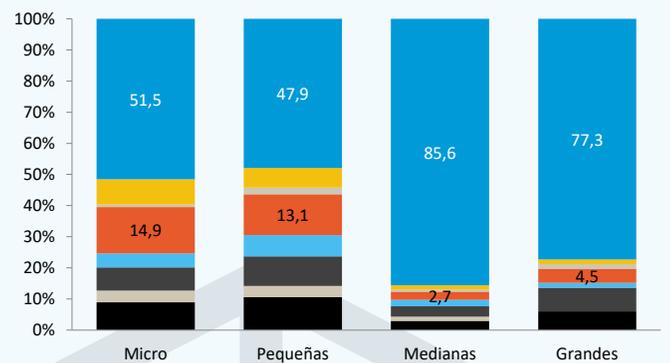
Gráfico 3.

Distribución de las empresas según destino de las exportaciones y tamaño de empresa. C. Valenciana y España, 2019-2021 (porcentaje)

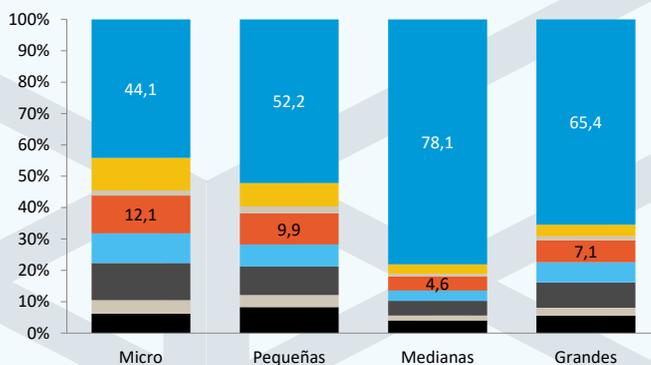
a) Comunitat Valenciana 2019



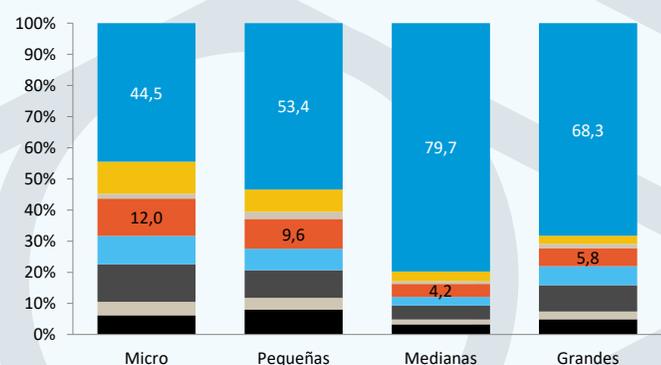
b) Comunitat Valenciana 2021



c) España 2019



d) España 2021



Fuente: SABI (Bureau Van Dijk) y elaboración propia

tunidades que surgen en cada momento. Estas prácticas se reflejan en los datos observados en este análisis. Del total de destinos geográficos reportados por las micro y pequeñas empresas (paneles a y b del gráfico 3), la Unión Europea representa en 2021 aproximadamente la mitad (51,5% en las microempresas y 47,9% en las pequeñas), repartiéndose la otra mitad entre las otras 7 áreas geográficas definidas para este análisis, y siendo Asia el segundo grupo en importancia, con cifras entre el 13,1% (pequeñas empresas) y el 14,9% (microempresas) en 2021. En España (paneles c y d del gráfico 3) el patrón es similar, aunque la Unión Europea pierde peso entre las microempresas y lo gana en las pequeñas empresas en comparación con las empresas valencianas. Sin embargo, entre las empresas grandes y medianas, la Unión Europea se sitúa como el área dominante en términos de actividad exportadora valenciana, con un peso situado por encima del 85% de los destinos de exportación reportados por las medianas empresas y un 77,3% en las grandes. El patrón es similar a nivel nacional, aunque con un peso algo más reducido de la Unión Europea como destino exportador de las empresas medianas y grandes españolas.

Estas diferencias denotan que la exportación de las empresas de menor dimensión sigue un patrón de nicho, y/o de aprovechamiento de oportunidades comerciales emergentes, mientras que las empresas más grandes apuestan de modo más decidido por ciertos mercados, y disponen de capacidades que les permiten competir exitosamente en mercados más maduros, más seguros y de mayor capacidad de compra.

En todos los casos, el peso de la Unión Europea como destino exportador se incrementó en 2021 con respecto a 2019. Las empresas que reportan presencia exportadora en Asia se reducen prácticamente en todas las categorías de tamaño.

VARIACIONES EN LA INVERSIÓN DIRECTA EN EL EXTERIOR SEGÚN EL TAMAÑO EMPRESARIAL

En contraposición a los datos relativos a las exportaciones, el estudio de la Inversión Directa en el Exterior (IDE) mediante la implantación de filiales en el extranjero muestra un patrón diferente. En este caso, el tamaño empresarial está claramente asociado a una mayor diversidad de áreas geográficas en las que se instalan las empresas españolas y valencianas. Es decir, cuando las empresas asumen posiciones de mayor control en los mercados mediante el establecimiento de filiales, las empresas más grandes utilizan esta herramienta en un mayor número de áreas geográficas, en busca de un posicionamiento más global en su estrategia de internacionalización.

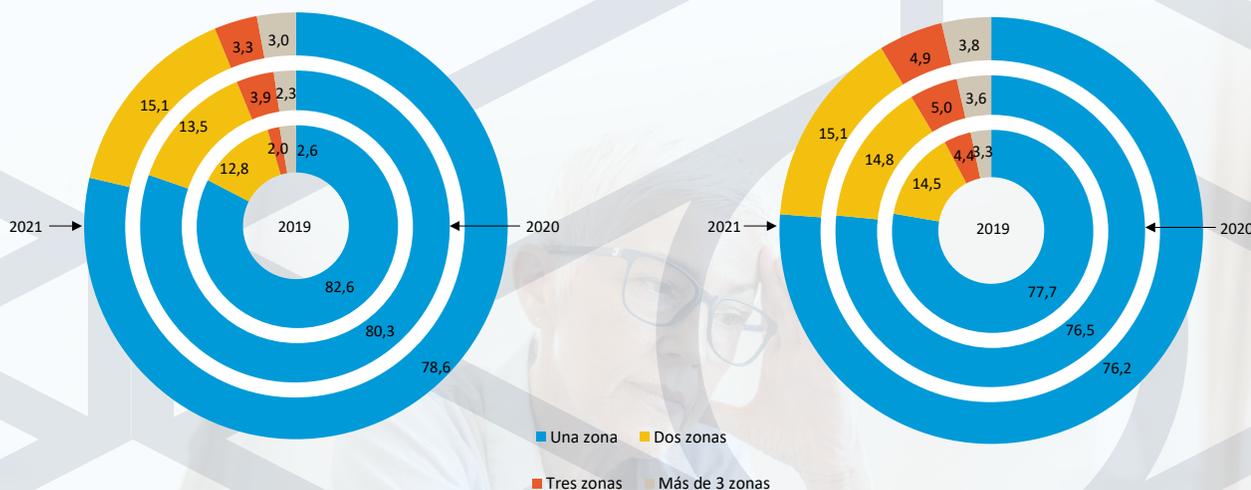
El gráfico 4 indica que en la Comunitat Valenciana, el porcentaje de empresas con filiales que tienen presencia en dos o más áreas geográficas pasaron de ser el 17,4% en 2019, a ser un 21,4% en 2021. Igualmente, en España, las empresas con filiales que están presentes en dos o más áreas pasaron del 22,3% en 2019 al 23,8% en 2021. Se observa, por un lado, que la actividad internacional a través de filiales de las empresas valencianas se sitúa por debajo de la media a nivel nacional, y por otro lado, que hay una reacción expansiva generalizada para las operaciones internacionales a través de presencia directa en los mercados extranjeros.

Gráfico 4.

Distribución de las empresas según el número de zonas geográficas con filiales extranjeras. C. Valenciana y España, 2019-2021 (porcentaje)

a) C. Valenciana

b) España



Fuente: SABI (Bureau Van Dijk) y elaboración propia

“DURANTE LOS AÑOS MÁS EXPUESTOS AL EFECTO DEL COVID, LA RESPUESTA EXPANSIVA DE LAS EMPRESAS EN TÉRMINOS DE DIVERSIFICACIÓN GEOGRÁFICA DE LA INVERSIÓN DIRECTA ES RELATIVAMENTE MAYOR A NIVEL VALENCIANO QUE EN EL CONTEXTO NACIONAL”

Con relación a la selección de mercados para la inversión directa, (**gráfico 5**) el tamaño empresarial se asocia de modo positivo a un mayor grado de diversificación geográfica. El peso de la Unión Europea como área receptora de la inversión directa valenciana y española se reduce significativamente a medida que estudiamos empresas con tamaños más grandes, al tiempo que crece de modo notable el de América del Sur y, en menor medida, América del Norte.

En general, el peso de los destinos de la Unión Europea para la ubicación de filiales es sensiblemente mayor en la Comu-

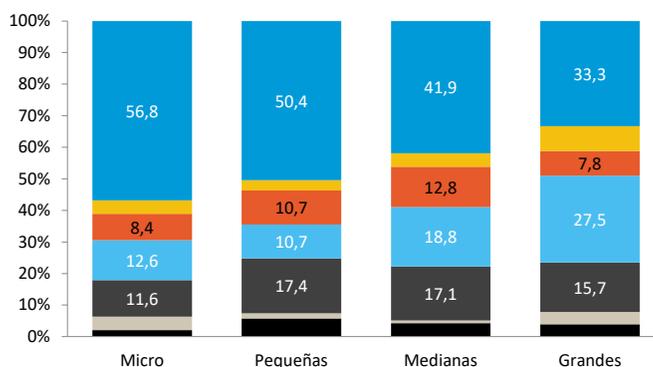
nitat Valenciana que en España, especialmente en el caso de las empresas medianas y grandes.

En cuanto a los cambios observados en los años de mayor impacto de la pandemia, no se observan patrones específicos sobre las zonas geográficas en las que las empresas implantan sus filiales. En el caso de las empresas valencianas, las empresas medianas y grandes acentúan su presencia en América del Norte durante el periodo 2019-2021.

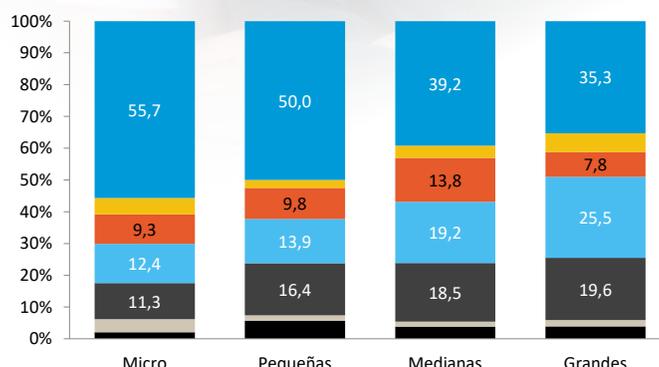
Gráfico 5.

Distribución de las empresas según ubicación de las filiales extranjeras por tamaño de empresa. C. Valenciana y España, 2019-2021 (porcentaje)

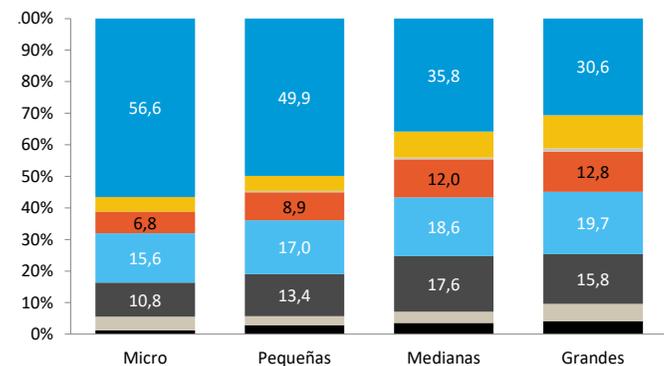
a) Comunitat Valenciana 2019



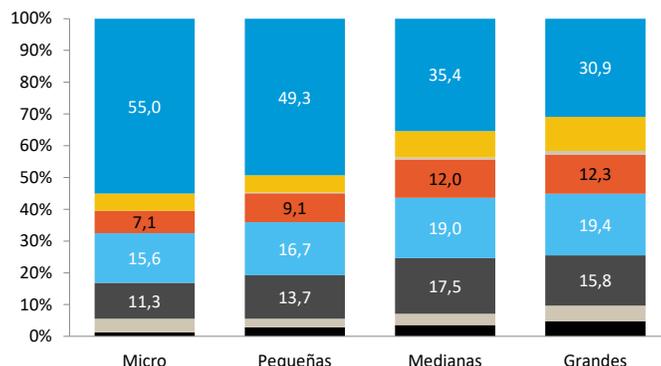
b) Comunitat Valenciana 2021



c) España 2019



d) España 2021



■ África
 ■ América del Norte
 ■ Asia
 ■ Resto de Europa

■ América Central y Caribe
 ■ América del Sur
 ■ Oceanía
 ■ Unión Europea

Fuente: SABI (Bureau Van Dijk) y elaboración propia



En cuanto al tipo de participación que tienen las empresas en sus filiales extranjeras, las empresas valencianas y españolas suelen optar por modos de participación mayoritaria en sus filiales extranjeras (**gráfico 6**).

Las empresas con menor peso promedio en el capital de sus subsidiarias son las microempresas, cuya limitación de recursos se refleja en participaciones menores, y en la colaboración con socios locales para desarrollarse internacionalmente a través de inversión directa.

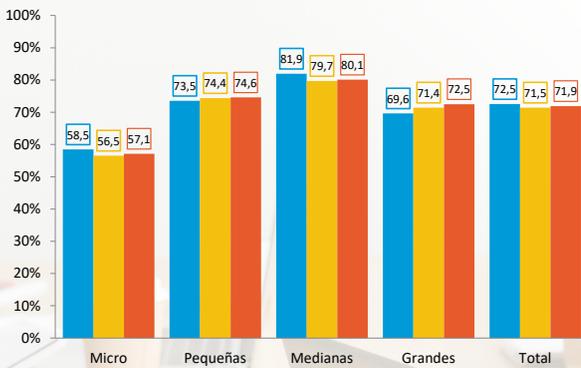
En el **gráfico 7** se observa que en la Comunitat Valenciana, las empresas que en 2021 tienen posiciones mayoritarias en el capital de sus filiales se sitúan 1,9 puntos porcentuales por debajo del dato nacional (86,5% en las valencianas frente al 88,4% en las españolas). No se observan cambios relevantes en estos patrones desde 2019.



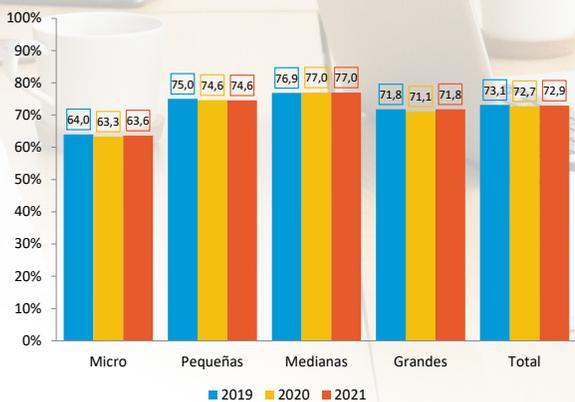
Gráfico 6.

Porcentaje medio de participación directa en filiales extranjeras por tamaño de empresa. C. Valenciana y España, 2019 - 2021

a) C. Valenciana



b) España

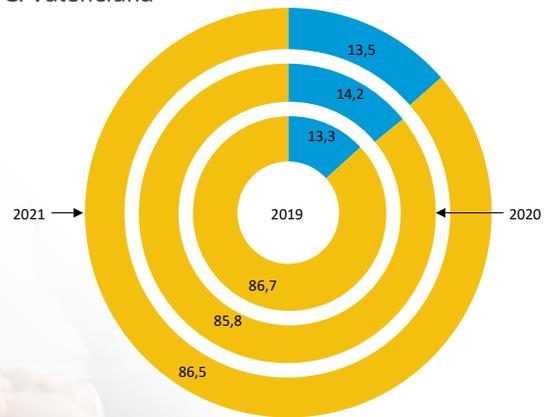


Fuente: Bureau van Dijk (SABI) y elaboración propia

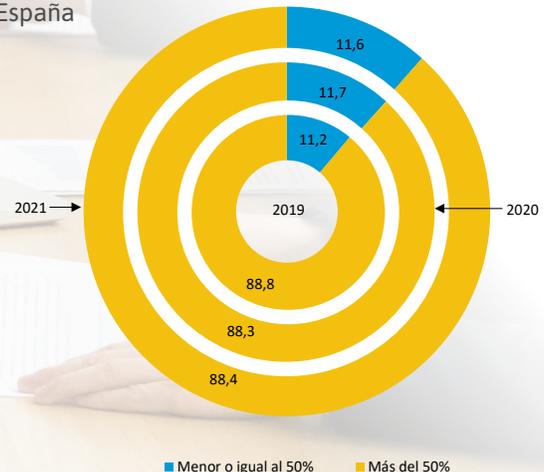
Gráfico 7.

Distribución de las empresas según la participación en filiales extranjeras. C. Valenciana y España, 2019-2021 (porcentaje)

a) C. Valenciana



b) España



Fuente: Bureau van Dijk (SABI) y elaboración propia



POSICIONAMIENTO INTERNACIONAL Y NIVEL DE COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS

¿Existe relación entre el posicionamiento internacional y los cambios experimentados durante la pandemia, con el nivel de competitividad de las empresas?

Para responder a esta pregunta, utilizamos la clasificación utilizada tradicionalmente en el Observatorio GECE con respecto a la competitividad empresarial. Distinguimos cuatro grupos de empresas en función de su nivel de competitividad, es decir: competitividad baja, media-baja, media-alta y alta. La inclusión de cada empresa en estos cuatro niveles se realiza mediante la consideración de la posición relativa de cada empresa con respecto al resto de empresas de su sector en 7 ratios relacionados con la capacidad de las empresas para competir eficazmente (rentabilidad a corto y largo plazo, solvencia a corto y largo plazo, productividad del empleo y de los activos, y capacidad de generación de cash-flow).

El primer rasgo llamativo del posicionamiento internacional de las empresas de alta y media-alta competitividad, es que su diversificación geográfica exportadora (gráfico 8) es más baja que la observada en las empresas de competitividad baja y media-baja.

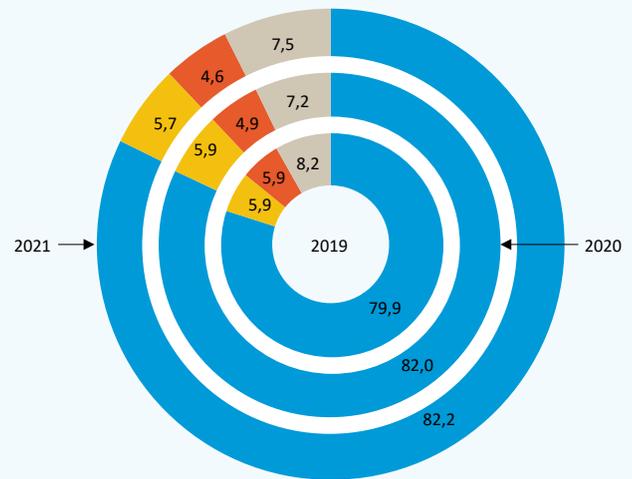
Esta realidad denota que la competitividad y los buenos resultados empresariales están asociados a una fuerte posición local y una actividad exportadora más enfocada en determinadas zonas geográficas. Las empresas más competitivas explotan sus ventajas competitivas en determinados mercados sin dispersar su atención hacia una elevada variedad de destinos. Por el contrario, las empresas con menores niveles de competitividad muestran un patrón más abierto a atender oportunidades de venta internacional más dispersas, pero también menos planificadas y deliberadas.

En el **gráfico 8** se puede comprobar que las empresas valencianas con niveles de competitividad más elevados suelen exportar a un menor número de zonas geográficas, siendo solo entre un 17,8% (en 2021) y un 20,1% (en 2019) las que exportan a dos o más áreas, de las 8 consideradas en este trabajo. Por el contrario, las empresas con menores niveles de competitividad operan, en promedio en un mayor número de áreas geográficas, aproximándose al 26% las que exportan a dos o más zonas geográficas.

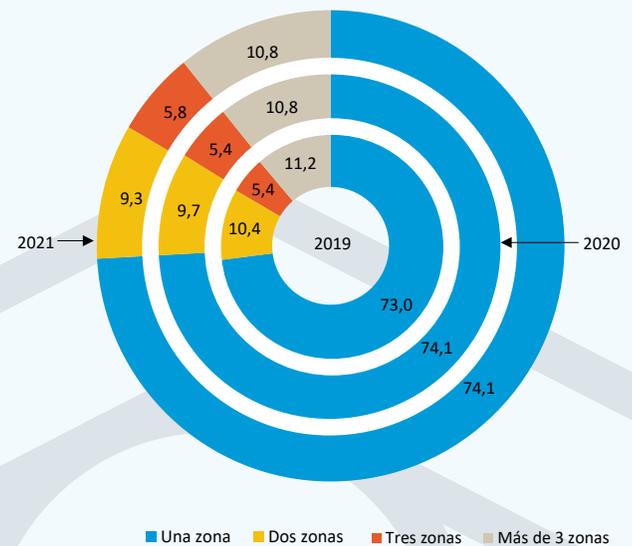
Gráfico 8.

Distribución de las empresas según el número de zonas geográficas a las que se exporta y nivel de competitividad. C. Valenciana, 2019-2021 (porcentaje)

a) Competitividad alta y media-alta



b) Competitividad baja y media-baja



Fuente: SABI (Bureau Van Dijk) y elaboración propia

“LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL NO SE ASOCIA A UN MAYOR GRADO DE INTERNACIONALIZACIÓN, SINO A UN PERFIL DE INTERNACIONALIZACIÓN QUE APORTA MAYOR CONTROL Y MEJOR APROVECHAMIENTO DE LAS VENTAJAS COMPETITIVAS”

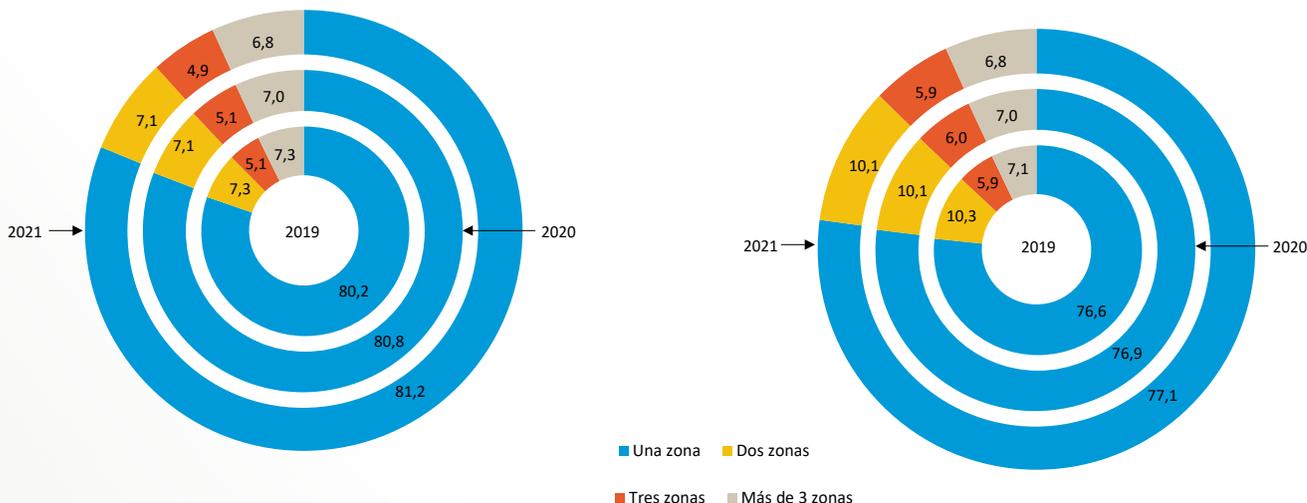


Gráfico 9.

Distribución de las empresas según el número de zonas geográficas a las que se exporta y nivel de competitividad. España, 2019-2021 (porcentaje)

a) Competitividad alta y media-alta

b) Competitividad baja y media-baja



Fuente: SABI (Bureau Van Dijk) y elaboración propia

En España, el patrón es similar (**gráfico 9**). Las empresas más competitivas concentran más su actividad exportadora en un menor número de áreas geográficas. Se observa también una ligera tendencia hacia la concentración en un menor número de áreas durante los años afectados por la pandemia. Por el contrario, las empresas con niveles de competitividad más modestos mantienen un grado de diversificación geográfica ligeramente superior que, en términos generales, se mantiene durante los años 2020 y 2021.

Otro rasgo digno de mención es la menor diversificación geográfica de las empresas exportadoras más competitivas, con mucha mayor presencia en la Unión Europea. Este pa-

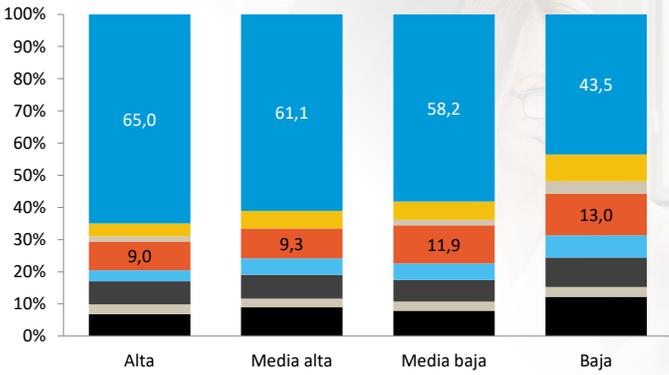
trón es muy similar entre las empresas españolas (**gráfico 10**, paneles c y d) y de la Comunitat Valenciana (**gráfico 10**, paneles a y b). Las empresas con mejores niveles de competitividad superan a las de niveles inferiores en cuanto su mayor presencia en la Unión Europea, y tienen menor exposición en los mercados de Europa del Este, Asia o América del Sur. Su alta competitividad les permite operar con éxito y con mejores perspectivas en mercados más desarrollados y estables como el de la Unión Europea. A largo plazo, no obstante, esta experiencia internacional debería extenderse hacia otras áreas para lograr posicionamientos internacionales a nivel global.

“LAS EMPRESAS DE MAYORES NIVELES DE COMPETITIVIDAD OPERAN EN MERCADOS INTERNACIONALES MÁS CONCENTRADOS EN DETERMINADAS ZONAS (SOBRE TODO UNIÓN EUROPEA), SIN EMBARGO, TIENEN MÁS PRESENCIA Y DIVERSIFICACIÓN GEOGRÁFICA INTERNACIONAL A TRAVÉS DE FILIALES EN EL EXTERIOR”

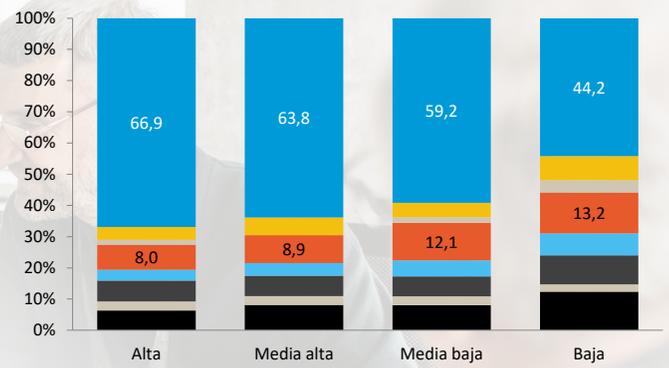
Gráfico 10.

Distribución de las empresas según destino de las exportaciones y nivel de competitividad.
C. Valenciana, 2019-2021 (porcentaje)

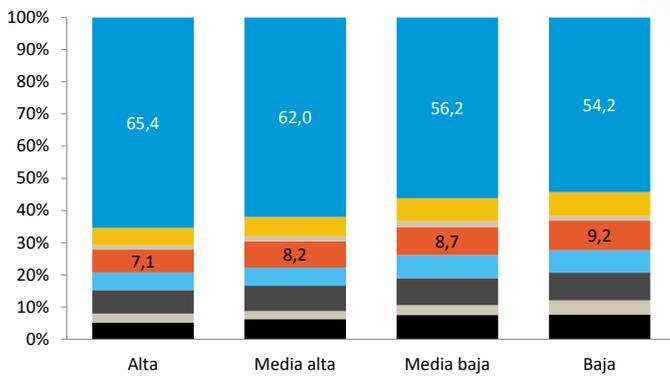
a) Comunitat Valenciana 2019



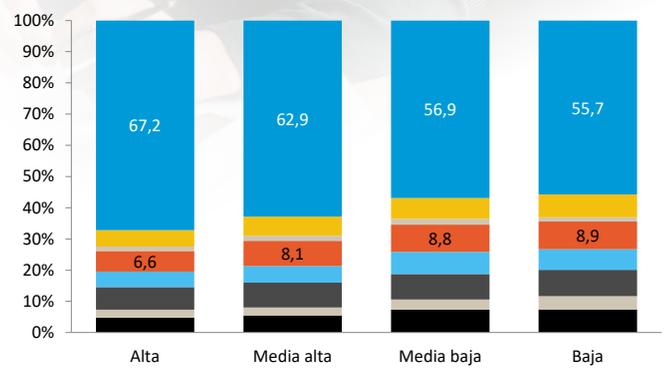
b) Comunitat Valenciana 2021



c) España 2019



d) España 2021



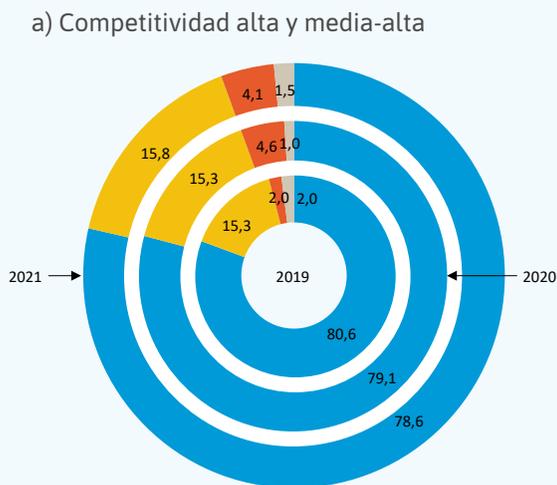
■ África
 ■ América del Norte
 ■ Asia
 ■ Resto de Europa
 ■ América Central y Caribe
 ■ América del Sur
 ■ Oceanía
 ■ Unión Europea

Fuente: Bureau van Dijk (SABI) y elaboración propia



Gráfico 11.

Distribución de las empresas según el número de zonas geográficas con filiales extranjeras y nivel de competitividad. C. Valenciana, 2019-2021 (porcentaje)



b) Competitividad baja y media-baja

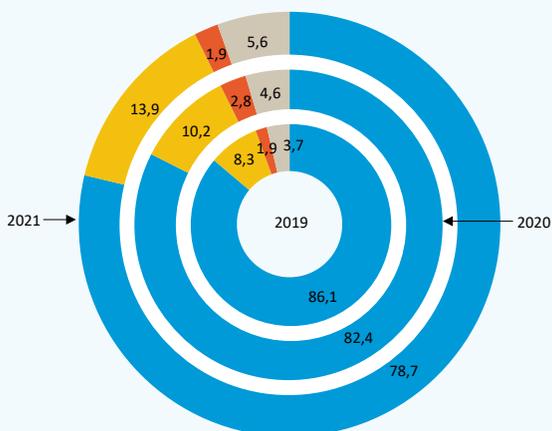
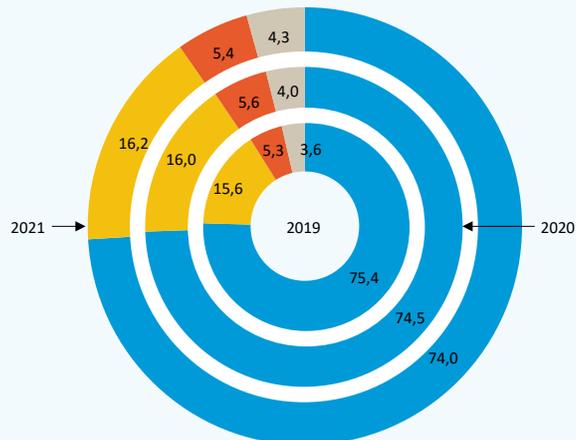


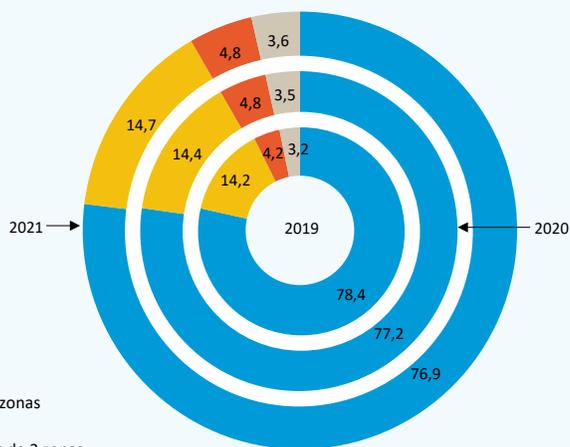
Gráfico 12.

Distribución de las empresas según el número de zonas geográficas con filiales extranjeras y nivel de competitividad. España, 2019-2021 (porcentaje)

a) Competitividad alta y media-alta



b) Competitividad baja y media-baja



■ Una zona ■ Dos zonas
■ Tres zonas ■ Más de 3 zonas

Fuente: Bureau van Dijk (SABI) y elaboración propia

En el ámbito de la inversión directa en el exterior, las diferencias entre las empresas de mayor y menor competitividad no son notables. En el caso de la Comunitat Valenciana (**gráfico 11**), se observa un menor porcentaje de empresas presentes en tres o más zonas geográficas entre las empresas más competitivas que entre las de menor nivel de competitividad. En España (**gráfico 12**), sin embargo, este patrón no se confirma, por lo que no es posible identificar una relación clara entre el nivel de competitividad y el perfil de presencia física en el extranjero a partir de los datos disponibles.

En España, la presencia en el exterior a través de inversión directa presenta un mayor grado de diversificación geográfica que en la Comunitat Valenciana.

En todos los casos, no obstante, se observa un patrón de crecimiento de la presencia en el exterior a través de filiales desde 2020, manteniéndose la tendencia en 2021.

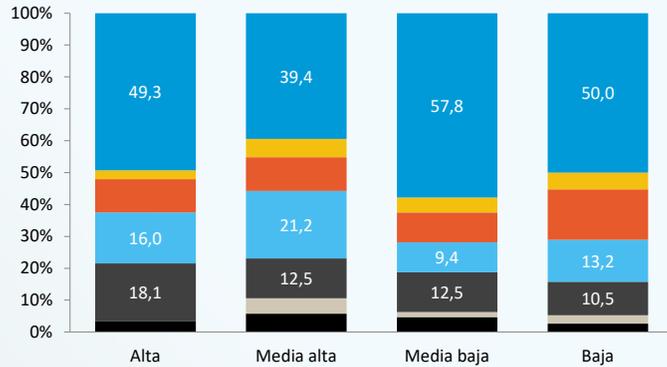
Con respecto al destino de las inversiones, aunque la Unión Europea y América del Sur siguen siendo los destinos preferidos para el establecimiento de filiales, su peso no sigue un patrón claramente asociado a los niveles de competitividad (**gráfico 13**).



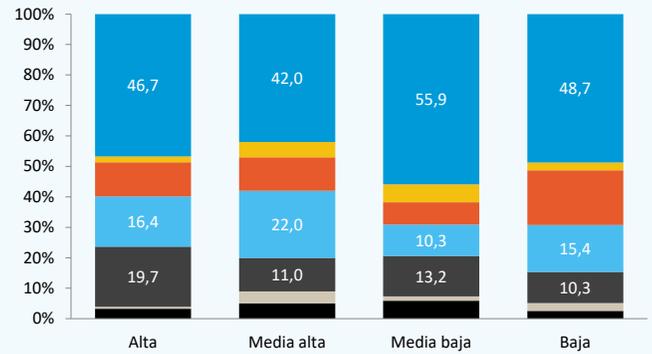
Gráfico 13

Distribución de las empresas según ubicación de las filiales extranjeras y nivel de competitividad. C. Valenciana y España, 2019-2021 (porcentaje)

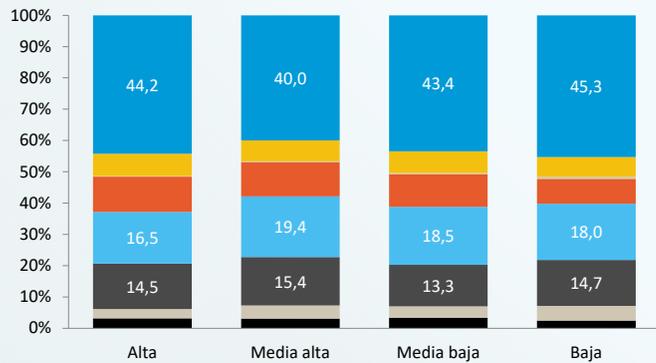
a) Comunitat Valenciana 2019



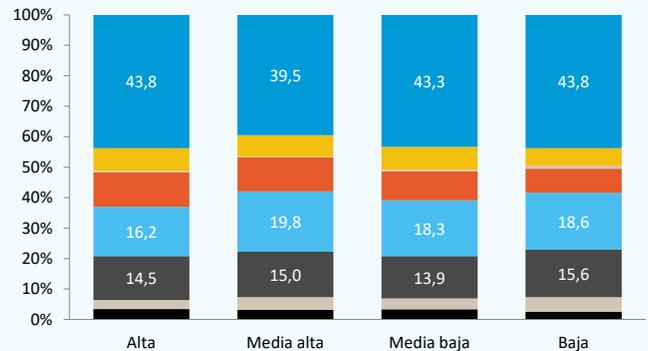
b) Comunitat Valenciana 2021



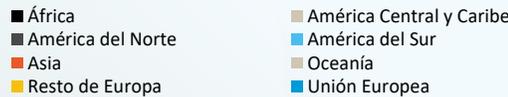
c) España 2019



d) España 2021



Fuente: Bureau van Dijk (SABI) y elaboración propia



CONCLUSIÓN

El primer análisis de 2023 del Observatorio GECE se ha centrado en el cambio experimentado en el perfil internacional de las empresas valencianas y españolas durante los años afectados por la pandemia del COVID-19.

El análisis nos ha permitido conocer que cuando las empresas valencianas tenían un posicionamiento internacional desarrollado con anterioridad a la pandemia, dicha posición puede haber sido beneficiosa para compensar el riesgo derivado de las restricciones nacionales en ciertos mercados. Su actividad exportadora en otros mercados ha podido ayudar a compensar caídas en los mercados locales y en los destinos más afectados por el COVID-19. La diferente evolución de la situación pandémica en cada país puede haber permitido a estas empresas adaptar su actividad en diferentes mercados en función de las circunstancias.

De hecho, las empresas exportadoras incrementaron el peso de su actividad internacional frente al total de su fac-

turación durante el periodo más duro de la pandemia y han mantenido en 2021 parte de ese incremento. Si bien esto no significa necesariamente un incremento de las ventas internacionales, sí que denota un efecto positivo de la presencia internacional, pues, en promedio, las ventas en el exterior han evolucionado de modo algo más favorable a las locales.

Por otro lado, se observa una actuación internacional más enfocada en mercados específicos, reduciéndose la variedad de zonas geográficas atendidas en el ámbito de la exportación. No obstante, la Unión Europea se mantiene como el destino exportador dominante, sobre todo entre las empresas de mayor dimensión.

En cuanto a la internacionalización a través de inversión directa en el exterior (IDE), es decir la posesión de filiales en el extranjero, la evolución observada muestra, en general, una ligera expansión en la diversificación geográfica de las filiales. En este caso, los principales mercados en los que se

ubicar las filiales de las empresas valencianas y españolas son la Unión Europea y América del Sur. De modo similar, esta mayor diversificación de los mercados no significa por sí misma una expansión internacional, sino más bien un reposicionamiento de las áreas de mercado en las que se invierte.

Con respecto a la posición internacional considerando los niveles de competitividad de las empresas, los resultados muestran, tanto para el caso de las empresas exportadoras, como para la inversión directa en el exterior, que las empresas con niveles más altos de competitividad tienden a mantener un posicionamiento internacional más enfocado en un menor número de áreas geográficas. Estos resultados son especialmente interesantes, ya que parecen indicar que la internacionalización en las empresas con mejores resultados se caracteriza por un planteamiento enfocado en mercados seleccionados, donde la empresa puede lograr y explotar ventajas competitivas.

Un mayor grado de internacionalización o una diversificación geográfica más amplia, no necesariamente se relaciona con buenos niveles de competitividad. La exposición a una competencia mayor y a una alta diversidad de mercados y contextos institucionales requieren de unas capacidades internas que no todas las empresas poseen. En muchos casos, una elevada diversificación de mercados es fruto de planteamientos reactivos y emergentes de la actividad internacional, apoyado en solicitudes esporádicas que pueden proporcionar resultados a corto plazo, pero que dañan la competitividad y la consistencia de la acción estratégica a largo plazo. Así, las empresas más competitivas apuestan por un posicionamiento internacional bien definido y consistente con sus recursos y capacidades.

CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA

La muestra de empresas utilizada para este informe procede de la base de datos SABI (Bureau van Dijk). Esta base de datos contiene datos históricos de las cuentas anuales depositadas en los registros mercantiles, además del sector de actividad de la empresa, el estado, la forma jurídica, etc. Los estados financieros analizados corresponden a los ejercicios 2019, 2020 y 2021.

Los resultados del análisis a partir de estos datos, y las conclusiones derivadas, han de matizarse teniendo en cuenta el alcance y la calidad de los datos de partida, pues existen sesgos que pueden afectar al análisis (aun siendo una muestra lo más representativa posible de la realidad). La selección de la muestra ha sido realizada a partir de la aplicación de una serie de criterios que tienen por objeto disponer de un conjunto de datos representativo y fiable.

La muestra inicial sobre la que trabaja este informe es de 174.525 empresas españolas en 2019-2021. Para una población total de empresas españolas de 1.487.444 empresas a 1 de enero de 2021, según el Directorio Central de Empresas (DIRCE) del Instituto Nacional de Estadística, la muestra ofrece margen de error máximo del 0,2% para un intervalo de confianza del 95%. Para la Comunitat Valenciana, nuestra submuestra incluye 21.942 empresas. Considerando que según el DIRCE hay 167.570 empresas, el error muestral

se corresponde con una tasa del 0,6% para un intervalo de confianza del 95% (ver **cuadro 1**).

El **cuadro 2** ofrece la distribución de empresas por tamaño con el porcentaje de exportaciones sobre ventas utilizadas en la elaboración de este informe. Es destacable las limitaciones en cuanto al porcentaje de ventas internacionales sobre el total, solo el 4% de las empresas de la muestra aportan esta información (el 3,8% en la C. Valenciana). En el caso de la muestra de empresas con filiales extranjeras (**cuadro 3**), el porcentaje de empresas con este dato es aún menor (2,6% para España y 4,3% para la Comunitat Valenciana).

Cuadro 1.

Descripción de la muestra de empresas

	C. Valenciana		España	
	Número	% sobre el total	Número	% sobre el total
Total Empresas	21.942	100,0	174.525	100,0
Grandes	163	0,7	1.914	1,1
Medianas	1.041	4,7	9.199	5,3
Pequeñas	6.377	29,1	51.794	29,7
Micro	14.361	65,5	111.648	63,9

Fuente: Bureau van Dijk (SABI) y elaboración propia

Cuadro 2.

Muestra de empresas con porcentaje de exportaciones sobre ventas según tamaño de la empresa (porcentaje sobre el total de empresas de cada grupo)

	C. Valenciana		España	
	Número	% sobre el total empresas	Número	% sobre el total empresas
Total Empresas	841	3,8	7.150	4,1
Grandes	63	38,6	750	39,2
Medianas	339	32,6	2.840	30,9
Pequeñas	325	5,1	2.722	5,3
Micro	114	0,8	838	0,8

Fuente: Bureau van Dijk (SABI) y elaboración propia

Cuadro 3.

Muestra de empresas con número de filiales extranjeras según el tamaño de la empresa (porcentaje sobre el total de empresas de cada grupo)

	C. Valenciana		España	
	Número	% sobre el total empresas	Número	% sobre el total empresas
Total Empresas	940	4,3	4.610	2,6
Grandes	39	28,6	589	30,8
Medianas	112	10,8	1.307	14,2
Pequeñas	152	2,4	1.564	3,0
Micro	144	1,0	1.150	1,0

Fuente: Bureau van Dijk (SABI) y elaboración propia

Ivie (Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas):

El Ivie es un centro dedicado al desarrollo y fomento de la investigación económica y a su proyección en el ámbito nacional e internacional. Entre sus actividades, realiza y difunde trabajos de investigación que responden a necesidades prácticas y específicas, y crea bancos de datos que mejoran la información económica, haciéndola accesible para los agentes públicos y la sociedad en su conjunto.

CaixaBank:

CaixaBank es el grupo financiero líder en España y uno de los más importantes de Portugal, donde controla el 100% de BPI, con un modelo de banca universal socialmente responsable que apuesta por un servicio cercano y de calidad. El banco tiene alrededor de 21 millones de clientes en el mercado ibérico, la mayor red comercial de la península, con unas 6.300 oficinas y 15.400 cajeros automáticos, y el liderazgo en banca digital con 10 millones de clientes digitales. Gracias a su modelo de especialización, con una propuesta de valor de productos y servicios adaptada para cada segmento, CaixaBank es una referencia para el tejido empresarial, así como para comercios, negocios, autónomos y emprendedores.

Entidades colaboradoras

Cátedra de Empresa Familiar de la Universitat de València (CEFUV):

La CEFUV es una institución nacida en 2006 de la colaboración de la Universitat de València con AVE, EDEM, IVEFA e IEF, y está patrocinada por CaixaBank y Broseta Abogados. Tiene como misión contribuir a la mejora de la competitividad y las probabilidades de éxito y perdurabilidad a largo plazo de las empresas familiares.



OBSERVATORIO **GECE**

Ivie



CaixaBank

Este proyecto ha sido realizado por el siguiente equipo investigador:

Carlos Albert (Ivie y Universitat de València)
Alejandro Escribá (Ivie y Universitat de València)

Edición:

M^o Cruz Ballesteros González (Ivie)

Más información: info@observatoriogece.es