



FOTOLIA

No hay miedo: las empresas riojanas hace mucho que pisan por todo el mundo sin tener mayor problema ni complejo alguno. Lo hacen las más grandes (empresas que facturan cientos de millones de euros con cientos de trabajadores) pero también las más pequeñas. Claro que los retos para unos o para otros no son los mismos. Y conviene conocer las diferencias para saber cómo está la coyuntura en estos tiempos de agitados mercados internacionales.

La semana pasada la universidad riojana UNIR presentó los resultados de Estudio de la Pequeña y Mediana Empresa 2025, centrado en su capacidad exportadora y en los retos que se le vienen encima, a partir de una muestra de 133 empresas riojanas. Así, hay una conclusión positiva e incluso sorprendente: más de un tercio de las pymes exportadoras de la comunidad mantiene una actividad exterior consolidada y obtiene más del 30% de sus ventas en mercados internacionales. Pero también hay muchas pymes que aún se encuentran con dificultades: una de cada cuatro sigue exportando de forma puntual o intermitente.

Así, según los datos recogidos en el estudio, el 34,6% de las empresas encuestadas exporta de manera regular y obtiene más del 30% de su facturación en el exterior. Otro 30,1% mantiene una actividad internacional estable con un peso de entre el 10% y el 30% de las ventas. Frente a estos grupos, un 26,3% desarrolla exportaciones de forma puntual o interrumpida.

La exportación va por barrios, y algunos sectores lo tienen obviamente más sencillo que otros. El sector industrial concentra los perfiles más consolidados, mientras que las empresas de comercio y servicios muestran trayectorias más irregulares. También el tamaño importa. Las

Las pequeñas también saben cómo exportar

Las pymes riojanas no temen a los mercados internacionales, aunque hay barreras: no por calidad, sino por red comercial

PABLO ÁLVAREZ

medianas empresas presentan una actividad exterior más estable y continuada, mientras que las microempresas registran una mayor intermitencia.

El estudio destaca asimismo la relevancia del perfil de la dirección empresarial. Las compañías gestionadas por responsables con mayor nivel formativo exportan más y más a menudo, un resultado que apunta a la importancia de la profesionalización y del capital humano.

Exportación igual a beneficio

Uno de los hallazgos más significativos del informe es la relación entre internacionalización y desempeño económico. Las empresas con exportaciones regulares, especialmente aquellas que destinan entre el 10%

y el 30% de sus ventas a mercados exteriores, presentan los mejores resultados tanto en la evolución reciente de sus ingresos como en las previsiones para el ejercicio siguiente.

Por el contrario, las empresas que exportan de forma puntual muestran los registros más desfavorables y las expectativas más pesimistas. Según los autores del estudio, coordinado por el profesor de UNIR José

Las pymes que más exportan son las más robustas, aunque su exposición a los vaivenes es fuerte

Antonio Clemente Almendros, esta situación refleja una mayor vulnerabilidad ante los cambios del entorno económico y una menor capacidad para absorber las fluctuaciones de los mercados internacionales. De todos modos, la situación siempre será más compleja para las pymes que para las empresas con más tamaño. Su exposición a la volatilidad geopolítica o arancelaria, o a los costes logísticos, es mucho mayor. Los vaivenes pueden borrar su esfuerzo exportador de manera mucho más sencilla que a los grandes exportadores.

Las barreras

¿Qué dificulta que las pymes riojanas crucen las fronteras? La buena noticia es que no se trata del producto: las empresas tienen la sensación de que lo que hacen tiene buen eco en los mercados. El problema es, por el contrario, cómo llegar a ese mercado. Así, hay tres grandes obstáculos. El primero es la dificultad para acceder a canales de distribución internacionales. El segundo, la presión competitiva sobre los precios. Y el tercero, las limitaciones para obtener y analizar información sobre mercados exteriores. Es un problema comercial, pues, no productivo.

El acceso a la información aparece como un elemento especialmente relevante. El estudio concluye que las empresas que consideran menos problemático el acceso a datos de mercado y a redes comerciales muestran mejores resultados en ventas y una mayor predisposición a invertir. En cambio, aquellas que perciben estas barreras como críticas suelen adoptar posiciones más conservadoras, tanto en sus decisiones de inversión como en sus estrategias de crecimiento.

Junto a los factores internos, el informe identifica la situación geopolítica internacional como uno de los

principales condicionantes de la actividad exportadora. Las empresas consideran que el incremento de los costes de materias primas, logística y transporte es el impacto más relevante del actual contexto.

Adaptarse

A ello se suman otros efectos como los retrasos en las entregas, las interrupciones en las cadenas de suministro y los cambios en la demanda exterior. Todos estos factores obligan a las empresas a revisar estrategias comerciales, adaptar productos y replantear mercados de destino.

La búsqueda de nuevos países a los que exportar aparece precisamente como una de las respuestas más habituales ante este escenario. El informe destaca que esta necesidad se percibe con especial intensidad entre las empresas de menor tamaño, que afrontan una mayor presión para diversificar riesgos y compensar posibles pérdidas de cuota de mercado.

¿Qué apoyo de la administración buscan estas empresas? Las empresas riojanas lanzan un mensaje claro: valoran más los servicios de acompañamiento, asesoramiento y promoción que las ayudas financieras tradicionales.

Entre las herramientas consideradas más importantes figuran la participación en ferias y misiones comerciales, las acciones de promoción exterior, las estrategias de posicionamiento digital, el fortalecimiento de la marca y el asesoramiento especializado para diseñar planes de negocio internacionales.

La conclusión de los investigadores es que la internacionalización ya no se percibe principalmente como un problema de financiación. Para muchas pymes, las necesidades más urgentes están relacionadas con el acceso a la información especializada y las redes comerciales.