



Revista Venezolana de Gerencia



Como citar: Ditta, G., Arenas, A. J., y Bayón, J. (2024). Evaluación cuantitativa del riesgo: Relación entre internacionalización y crecimiento socioeconómico de la pyme española. *Revista Venezolana De Gerencia*, 29(106), 452-471. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.29.106.1>

Universidad del Zulia (LUZ)
Revista Venezolana de Gerencia (RVG)
Año 29 No. 106, 2024, 452-471
abril-junio
ISSN 1315-9984 / e-ISSN 2477-9423



Evaluación cuantitativa del riesgo: Relación entre internacionalización y crecimiento socioeconómico de la pyme española

Ditta, Geoffrey*
Arenas Falótico, Andrés Jerónimo**
Bayón Pérez, Jessica***

Resumen

En el presente artículo se abordan los diversos cambios socioeconómicos que emanan del proceso de internacionalización. El propósito radica en demostrar y argumentar el potencial de las pequeñas y medianas empresas (PYMEs), las cuales ostentan una ventaja inherente a su flexibilidad, intrínseca a su tamaño. A través de un análisis empírico apoyado en los datos proporcionados por el Ministerio de Industria español, el presente documento ofrece una visión pragmática del estado económico de las entidades empresariales españolas. Globalmente, se contabilizan 3.000.000 de compañías que conllevan la generación de 11.000.000 de puestos de trabajo, mientras que un conjunto de 5.400 empresas de gran envergadura (con más de 250 empleados) aportan por sí solas más de 6.000.000 de empleos. Esto se traduce en un promedio de 3,7 empleados por PYME, en contraposición a los 1.111,5 empleados por empresa de gran tamaño. Los hallazgos de la investigación revelan que en la actualidad son

Recibido: 25.09.23

Aceptado: 07.12.23

* Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad Lyon 2 Lumière Francia. Universidad Nebrija (España), pero ha trabajado antes para BNP Paribas / Santander, UCI Bank Relaciones Internacionales, COMSA Corporación, Cámara de Comercio e Industria Francesa en el Programa de Desarrollo de Negocios Internacionales de las Naciones Unidas (Santiago de Chile). gditta@nebrija.es <https://orcid.org/0000-0002-1848-642X>

** Doctor en Administración de empresas, abogado y periodista. Ha sido premiado por su desempeño profesional y académico tanto a nivel nacional como internacional, destacándose el "Día de Andrés Arenas" otorgado por la Alcaldía de Miami en Florida. Lleva más de 13 años en múltiples puestos académicos en universidades de España y del extranjero. Experiencia en dirección de empresas multinacionales como CEMEX, BellSouth, Mack Trucks, entre otras. Universidad Nebrija – España. aarenas@nebrija.es <https://orcid.org/0000-0002-2763-9707>

*** Investigadora y profesora de Universidad Nebrija de Madrid España y colabora con la Escuela de Doctorado de la Universidad del Istmo de Panamá. Doctora Acreditada por ANECA en Ciencias Sociales con especialidad en RR. HH homologado por la Universidad de Almería. Acreditada por ANECA. Máster en formación del Profesorado con especialidad en Derecho. Graduada en Relaciones Laborales y Recursos Humanos. Premiada con la Medalla de Oro al Mérito Laboral por la Asociación Europea para la Economía y la Competitividad. Email: jbayon@nebrija.es ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4019-7605>

escasas las empresas que han procurado mitigar su dependencia de los mercados locales. Asimismo, confirman que las empresas que experimentan un crecimiento económico tienen un impacto significativo tanto a nivel regional como internacional. Este efecto es particularmente notable en aquellas empresas que invierten en investigación y análisis del mercado. Se evidencia que una empresa crece en tamaño, sus ingresos también aumentan proporcionalmente, destaca que las empresas que se dedican a la exportación o que están internacionalizadas tienden a ser más grandes y productivas en comparación con aquellas que no participan en actividades de exportación.

Palabras clave: Economía; teoría; globalización; innovación; tecnologías; internacionalización; fabricación.

Quantitative risk analysis: Relationship between internationalization and socio-economic growth for Spanish SMEs

Abstract

This article addresses the various socioeconomic changes that emanate from the internationalization process. The purpose is to demonstrate and argue the potential of small and medium-sized enterprises (SMEs), which have an inherent advantage of flexibility, intrinsic to their size. Through an empirical analysis supported by data provided by the Spanish Ministry of Industry, this paper offers a pragmatic view of the economic state of Spanish business entities. Globally, there are 3,000,000 companies that generate 11,000,000 jobs, while a group of 5,400 large companies (with more than 250 employees) alone provide more than 6,000,000 jobs. This translates into an average of 3.7 employees per SME, as opposed to 1,111.5 employees per large company. The research findings reveal that currently few companies have sought to mitigate their dependence on local markets. They also confirm that companies that experience economic growth have a significant impact both regionally and internationally. This effect is particularly noticeable in those companies that invest in market research and analysis. It is evident that as a company grows in size, its revenues also increase proportionally, highlighting that companies engaged in exporting have a significant impact at both the regional and international levels.

Keywords: economics; theory; globalization; innovation; technologies; internationalization; manufacturing.

1. Introducción

España se distingue como un país cuyo entramado empresarial está mayoritariamente compuesto

por pequeñas y medianas empresas (PYMES). Conforme a los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística (INE), a julio de 2023, el número total de empresas en España

ascendía a 2.925.864. En el registro de empresas adscritas a la seguridad social, y con datos actualizados hasta el 31 de julio de 2023, resalta que el número de PYMEs, clasificadas entre aquellas con un rango de 0 a 249 asalariados, alcanza la cifra de 2.920.466.

En contraposición, las grandes empresas, aquellas que cuentan con 250 o más asalariados, se encuentran menos representadas en el contexto español, totalizando únicamente 5.398 entidades, lo que equivale al 0,18% del total. La denominación de Pequeña y Mediana Empresa (PYME) refiere a una entidad que, a diferencia de una Sociedad Anónima (en los Estados Unidos: Inc.), dispone de una plantilla que no excede los 250 empleados. No obstante, es relevante subrayar que, al comparar este dato con otras naciones europeas, la presencia de grandes empresas en España se revela significativamente baja.

En enero de 2019, previo a la irrupción de la pandemia de COVID-19, las PYMEs ostentaban una aún mayor predominancia en el contexto empresarial español, alcanzando el 99,86% del total de las empresas a nivel nacional, según lo reportado por la Secretaría General de Industria y de la PYME, que contabilizaba un total de 3.358.603 empresas en territorio español. El impacto de la pandemia en el tejido empresarial resulta evidente, dado que el número de empresas no ha logrado aún recuperar los niveles previos a la crisis sanitaria.

En julio de 2023, el Instituto Nacional de Estadística (INE) reporta una tasa de desempleo persistente y elevada en España, alcanzando un total de 2.677.874 personas desempleadas. No obstante, según un estudio de Bankinter basado en la Encuesta de

Población Activa, la tasa de desempleo en 2023 muestra signos de mejora, impulsada principalmente por el sector de servicios, alcanzando un 11,6% en el tercer trimestre de dicho año. Los pronósticos más pesimistas estimaban cifras de desempleo de hasta un 13,26%, lo que refleja una disminución notable en la tasa de desempleo.

En contrapartida, la tasa de actividad experimenta un leve aumento, llegando al 58,97%. Resulta notable destacar que, en las principales naciones de la Unión Europea, la tasa de desempleo se mantiene por debajo del 10%. Países como Alemania o Francia han mantenido una tasa de desempleo inferior al 10% desde el año 2016.

La promoción y creación de empresas con una orientación intrínseca hacia la internacionalización se erige como una estrategia clave para fomentar la generación de empleos y estimular el desarrollo económico de un país (Bayón, 2019). La internacionalización de las PYMEs no solo repercute en la creación de empleo, sino que también tiene un impacto sustancial en el ámbito laboral y de recursos humanos.

Al expandirse a mercados internacionales, estas empresas se ven compelidas a adentrarse en dinámicas laborales diversas, abriendo así oportunidades para la adquisición de habilidades interculturales por parte de su personal. Esto no solo enriquece la formación y experiencia de los empleados, sino que también impulsa la diversidad en el lugar de trabajo, lo cual ha demostrado ser un factor crucial para la innovación y el rendimiento organizativo (Bayón y Arenas, 2019).

Para una comprensión más profunda de los desafíos que enfrentan las pequeñas y medianas empresas (pymes) y contribuir a su estímulo y

recuperación, se vuelve imperativo promover y comprender que la internacionalización se erige como uno de los componentes estratégicos esenciales desde su génesis (Amoah-Mensah, 2011). En última instancia, este estudio amalgamará métodos de enfoque cualitativo y cuantitativo con el fin de analizar la correlación entre la investigación de mercado y el desarrollo económico en el contexto español.

Por consiguiente, el propósito radica en demostrar y argumentar el potencial de las pequeñas y medianas empresas (PYMEs), las cuales ostentan una ventaja inherente a su flexibilidad, intrínseca a su tamaño

2. Revisión teórica. Un análisis sobre la internacionalización de pequeñas y medianas empresas

Es imperativo someter a escrutinio el paradigma de la internacionalización. El análisis de la realidad precisa cimentarse en una perspectiva teórica, dado que la dinámica y complejidad del desarrollo empresarial rebasan la capacidad de una única teoría para abordar todas las facetas de la internacionalización (Andersen, 1997; Doh, 2005).

En un mundo irremediamente globalizado, las tecnologías de la información desempeñan un papel de suma relevancia en las redes globales, las cuales abarcan diversidad de ámbitos, incluyendo los sociales, culturales y políticos (Jarzabkowski y Balogun, 2009). Gracias al avance tecnológico ininterrumpido y sin restricciones significativas, el proceso convencional de internacionalización ha experimentado un impulso considerable,

tal como apuntan Lorenzo en sus investigaciones (2020) y Bojórquez (2017).

Este escenario implica una considerable ventana de oportunidad económica para los consumidores, permitiéndoles un acceso más fluido y garantizado a bienes y servicios ofertados en este mundo globalizado (Ballesteros, Silva, Mena, & Angamarca, 2019: 110). La revisión de la propuesta de valor empresarial, conjuntamente con las nuevas adquisiciones, se postulan como un imperativo ineludible (Andersen, 2004). En lo concerniente a las pequeñas y medianas empresas, estas se configuran como entidades de naturaleza estructural y base económica más delicada.

Sin embargo, dichas entidades, a su vez, exhiben una mayor flexibilidad, lo que atenúa la magnitud del desafío que supone la incursión en una nueva zona geográfica. De manera usual, las empresas parten de una fase inicial de operaciones centradas en el ámbito nacional y local, para posteriormente, en casos eventuales, proyectar sus actividades hacia el plano internacional. No obstante, para aquellos emprendimientos que aspiran a una presencia sostenida y fructífera en mercados internacionales, se erige como una necesidad perentoria la transición hacia una dinámica de exportaciones que se caracterice por su regularidad y que, asimismo, focalice su mirada en el consumidor extranjero (Duke et al, 2021).

La productividad, el crecimiento económico, las actividades de exportación, los ingresos netos y la generación de empleo constituyen elementos catalizadores que brindan acceso directo a beneficios socioeconómicos novedosos y palpables (Benavente, 2006; Benavente

& Lauterbach, 2008; Álvarez et al, 2011; Álvarez et al, 2015). Sin embargo, no se observa una correlación lineal entre la trayectoria de la empresa y su desarrollo económico, ni entre el tamaño de la empresa y su crecimiento económico. Son precisamente las empresas de reciente creación las que representan en la actualidad la mayor densidad de pequeñas y medianas empresas en el ámbito de los servicios (Haltiwanger et al, 2016; Kantis et al, 2016; Santi & Santoleri, 2017). Este fenómeno, corroborado por Oyedijo (2012) y respaldado por Hollebeek & Macky (2019), encuentra eco en los hallazgos de Jerónimo y Medeiros (2012).

Resulta vital destacar la prioridad a la revisión de la literatura económica, delineando con precisión la conformación física y económica de las empresas en el marco del proceso de internacionalización (Tomo et al, 2022). Conforme a las reflexiones de López y Pinot (2020), el proceso de internacionalización ha experimentado notables transformaciones en los últimos años, a la par de los cambios observados en el entorno de la economía global. Tomo et al. (2021) puntualizaron que, independientemente de la escala, la internacionalización se desenvuelve en fases sucesivas, aunque la travesía por estas diferentes etapas puede ser expedita, según los incentivos, recursos financieros, medios y motivaciones para la exportación (Balaji, 1985).

La expansión de una empresa, ya sea en su vertiente virtual o física, constituye el nuevo *modus operandi* para alcanzar a los consumidores, potenciales clientes cuyo impacto podría reconfigurar de manera perdurable la orientación y estrategia de una entidad. Según Oyedijo (2012), la estrategia puede ser conceptualizada como la capacidad

de respuesta ante mutaciones en el entorno, la competencia entre equipos internacionales en la movilización de capacidades y la disposición de los directivos a internacionalizarse.

La determinación estratégica que coadyuva a este patrón es aquella que ostenta efectividad a lo largo de prologados períodos temporales (Andrews, 2011). Otros escritos también han esclarecido cómo la internacionalización conlleva riesgos de envergadura y rindes notoriamente volátiles (Goedhuys & Sleuwaegen, 2010; Hözl, 2009; Falk, 2012; Colombelli et al, 2013; Bartelsman et al, 2015; Mazzucato & Parris, 2015; Capasso et al, 2015; Bianchini et al, 2016., Curran, 2007). En este nuevo y complejo paradigma de internacionalización, la asunción de riesgos adquiere relevancia cardinal e inexorablemente lleva a decisiones de envergadura (Forsgren, 2002).

Los motivos que subyacen al riesgo pueden rastrearse en diversas causas, tales como la insuficiencia de recursos financieros, humanos o asequibles a mediano plazo; el temor a diluir la identidad en una expansión demasiado vertiginosa; o a ceder la independencia financiera (Pérez et al, 2010). El devenir de las empresas resalta la sagacidad, seguida del progreso de enfoques que han facultado a algunas entidades a erigirse como entidades estables, fidedignas y dotadas de una posición defendible a nivel global, a lo largo del tiempo.

Los riesgos asociados a la internacionalización pueden mitigarse eficazmente mediante la implementación de un riguroso proceso de benchmarking, el cual implica un detallado escrutinio de los mercados y la adopción de las estrategias exitosas propugnadas por

los líderes de la industria (Mínguez-Vera & Adina, 2011). Es imperativo que todos estos riesgos sean debidamente documentados y comunicados a través de un sistema de registro de riesgos, conocido como ERP (Enterprise Resource Planning) (Zhang et al, 2005). Resulta crucial para las pequeñas y medianas empresas adquirir, conservar y ampliar la ventaja competitiva a través de los recursos a su disposición, garantizando así su posición en el mercado (Kraja, 2013).

Por otro lado, Oviatt y McDougall (2005) señalan que, para una empresa con un nivel de apertura al ámbito internacional limitado o incluso inexistente, pero que persigue la diversificación de sus mercados y proveedores, el desafío recae en evaluar el potencial para establecer transacciones con empresas extranjeras en diversos países. Esto implica básicamente adaptar la oferta de la empresa y adaptar su procedimiento de compra y venta a las restricciones específicas que son diferentes a su área de referencia (Castellanos, 2003)

Con un modelo orientado hacia la gestación y financiamiento de nuevas empresas, las pequeñas y medianas empresas (pymes) en España ostentan el potencial de constituirse como un motor impulsor de poderío económico y generación de empleo, especialmente en el contexto posterior a la pandemia de la COVID-19 (Arenas & Bayón, 2021). De hecho, en la actualidad, se evidencian sectores, países y mercados que se ven afectados por las restricciones sanitarias impuestas (Manta, 2020).

Desde el punto de inflexión de la pandemia en 2020, se han orquestado encuentros entre los líderes de los institutos de estadística a nivel global, incluyendo el Fondo Monetario

Internacional (FMI), la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), el INSEE y Eurostat. Según lo apuntado en la indagación bibliográfica, los órganos de estas organizaciones internacionales, como lo ha promovido la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2020), incitan y propician la formulación de nuevas estrategias en el ámbito del marketing. La consolidación de estas iniciativas solo se materializará a través de activas negociaciones y compromisos entre los actores implicados.

3. Fundamentación metodológica

Esta investigación se fundamenta en un análisis empírico. Explora la hipótesis de que las PYME españolas involucradas en procesos de internacionalización incrementan su rentabilidad al realizar evaluaciones cuantitativas de riesgo previas a la ejecución de sus operaciones. Mediante el análisis detallado de datos y metodologías experimentales, se busca confirmar esta hipótesis, subrayando la importancia de una gestión de riesgos efectiva en el contexto de la expansión internacional de estas empresas. Asimismo, se han estudiado y analizado los registros y reportes mensuales y anuales proporcionados por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Esta investigación tiene como sustento la construcción un modelo a partir de la información recopilada del Instituto Nacional de Estadística (INE) y de la Secretaría General de Industria y de la Pyme.

Adicionalmente, tras una meticulosa revisión de todos los hechos y datos pertinentes, se ha seguido una metodología cuantitativa a través de una inducción probabilística, una

medición controlada y objetiva que nos ha desembocado en un proceso de sustentación inductivo metódico representada dinámicamente en gráficas y tablas. El mercado laboral en España exhibe una robustez que supera las expectativas, sustentada principalmente en el sector de servicios. Este sector, al mismo tiempo, se erige como un pionero en el ámbito de la internacionalización, lo cual debería suponer una ventaja adicional para el consumo. Las metodologías de valoración empleadas en nuestro análisis de empresarial se fundamentan en la siguiente ecuación:

$P(x) = ax + bx + c$ donde a , b , y c son reales

ax . Representa la distribución de empresas según su tamaño y sector (menos de 250 asalariados).

bx . Refleja los ingresos netos de las empresas, distinguiendo entre exportadoras y no exportadoras

$P(x)$. Indica la evolución del desempleo en las pymes españolas entre los años 2020 y 2023.

c . Corresponde al análisis sectorial de las empresas activas, discriminando entre exportadoras y no exportadoras, según el intervalo de edad.

$$P(x) = (ax + bx + c)$$

$P(x)$ (negativo) si: $(ax + bx + c)$ (positivo)

En cada país, el proceso dinámico de entrada y salida de los establecimientos exportadores implica la necesidad de definir un conjunto de condiciones que se modifican y transforman con el transcurso del tiempo. A partir del análisis de diversos indicadores económicos, tanto micro como macroeconómicos relativos a un mercado objetivo, nos permite concebir un detallado plan de internacionalización. El proceso de expansión empresarial gira en torno a una selección específica

de información clave, y en la presente investigación, se formalizará a través de una guía cualitativa diseñada para su implementación.

Este enfoque metodológico comprende:

1. La obtención de (Rf) como el Factor de Riesgo Global.
2. La definición de las tres fases primordiales en el proceso de desarrollo internacional.
3. La identificación de las actividades con alcance global y local, así como el reconocimiento del potencial de internacionalización de dichas operaciones.

En este proceso de actividad comercial e internacionalización, es esencial destacar que, para acceder a los mercados exteriores, las pymes deben afrontar un inicial coste significativo de entrada. Dado que estos costes están estrechamente ligados a la condición de exportador, ello posibilita a la empresa mantener operaciones exportadoras a largo plazo. La definición de la intensidad de las actividades de exportación se formula como la relación entre la inversión (I) y las ventas (V) , expresada mediante la siguiente ecuación:

Intensidad de las actividades internacionales = I/V

4. Resultados empíricos del factor de riesgo global.

Puntuación de riesgos del proyecto:

En este estudio se refleja una evaluación cuantitativa del riesgo. Por tanto, el riesgo 0 o nulo no existe en tal proceso de internacionalización ($Riesgo > 0 < Probabilidad$ de éxito).

La flexibilidad y el éxito de la empresa se calcula a través de probabilidades, ofreciendo a la compañía

una diversidad de opciones previas a la decisión de invertir, ya que, en caso conlleva una circunstancia irreversible. En primer lugar, se debe obtener como (R_f) Factor de Riesgo Global. En esta fórmula permite evaluar el riesgo de diferentes proyectos. Por ende, se ha de identificar los factores y margen de error (P_f), así como, las consecuencias del mismo (C_f). Cada variable tiene un alto grado de flexibilidad por lo que cada

compañía puede modificar o agregar sus propios indicadores. En segundo lugar, se plasma la ecuación para calcular (R_f) como Factor de Riesgo Global (Tabla 1).

$$P_f = \frac{P_m + P_c + P_d}{3} \quad (\text{Ecuación 1})$$

$$C_f = \frac{C_c + C_s + C_r + C_b}{4} \quad (\text{Ecuación 2})$$

$$R_f = P_f + C_f - (P_f)(C_f) \quad (\text{Ecuación 3})$$

Tabla 1
Evaluación de riesgos teóricos

| | |
|--------------------------------------|---|
| Probabilidad de fallo (P_f) | Consecuencias del fallo (C_f) |
| Madurez del proyecto = $0 > < 1$ | Coste del proyecto = $0 > < 1$ |
| Complejidad del proyecto = $0 > < 1$ | Calendario del proyecto = $0 > < 1$ |
| Dependencia del proyecto = $0 > < 1$ | Reglamentación del proyecto = $0 > < 1$ |
| - | Rendimiento del proyecto = $0 > < 1$ |

Nota. Esta tabla muestra cómo se delimita la probabilidad y las consecuencias del fallo.

Resultado tras la regla general
(Tabla 2)

Tabla 2
Medición global del riesgo

| |
|--|
| Proyecto de bajo riesgo si: $R_f < 0.30$ |
| Proyecto con riesgo moderado si: $0.30 > R_f < 0.60$ |
| Proyecto de alto riesgo si: $R_f > 0.60$ |

Nota. Esta tabla muestra cómo se define el riesgo del proyecto.

Supongamos la siguiente internacionalización como se proyecta evaluación de un proyecto de en la tabla 3.

Tabla 3
Valoración cuantitativa de riesgos en proyectos reales

| | |
|---------------------------------|-----------------------------------|
| Probabilidad de fallo (P_f) | Consecuencias del fallo (C_f) |
| Madurez del proyecto = 0.3 | Coste del proyecto = 0.3 |
| Complejidad del proyecto = 0.3 | Calendario del proyecto = 0.7 |
| Dependencia del proyecto = 0.5 | Reglamentación del proyecto = 0.4 |
| - | Rendimiento del proyecto = 0.6 |

Nota. Esta tabla muestra cómo se cuantifica la probabilidad y las consecuencias del fallo.

Se calcula el Factor de Riesgo Global de este proyecto. ¿Evaluaría este nivel de riesgo como bajo, moderado o alto? Utilizando la fórmula la solución a este problema es:

Probabilidad del fallo y las consecuencias del fallo (P_f) y (C_f)

$$P_f = (0.3 + 0.3 + 0.5) / 3 = 0.37$$

$$C_f = (0.3 + 0.7 + 0.4 + 0.6) / 4 = 0.50$$

$$R_f = (0.37 + 0.50 - (0.37 \times 0.50)) / 2 = 0.68$$

($R_f=0,68$)>0.60
(Ecuación 4)

Según la regla general de riesgo, el proyecto de la empresa se clasificaría como alto riesgo afectando más a las funciones financieras (C_f). En la siguiente sección se presentan tablas y gráficos

que permiten analizar de forma dinámica las diferentes cifras con una mayor profundización de las cifras de pymes exportadoras a través del complejo proceso de internacionalización.

Además de la guía cualitativa, para la internacionalización el Factor de Riesgo Global (R_f) permite a la empresa evaluar matemáticamente si un proyecto será, arriesgado, rentable y viable.

Se considera que esta metodología es pertinente, adecuada y adaptada para integrarse en los mercados internacionales, expandiendo la empresa a nivel global. Las siguientes tablas 4 y 5 y el gráfico 1 representan los resultados que corresponden al objetivo del estudio definido como los 4 ejes centrales en datos y metodología.

Tabla 4
Distribución de empresas por tamaño y por sector
(- 250 asalariados)

| Año | Servicio | Construcción | Agrario | Industria | Total |
|------|----------------------|---------------------|--------------------|--------------------|----------------------|
| 2023 | (2,153,500 empresas) | (336,048 empresas) | (261,065 empresas) | (159,863 empresas) | (2,910,476) empresas |
| % | 73.99% | 11.55% | 8.97% | 5.49% | 100% |
| 2022 | (2,165,523 empresas) | (334,972 empresas) | (269,693 empresas) | (172,933 empresas) | (2,943,121 empresas) |
| % | 73.58% | 11.38% | 9.16% | 5.48% | 100% |
| 2021 | (2,143,732 empresas) | (330,897 empresas) | (274,096 empresas) | (173,713 empresas) | (2,922,438 empresas) |
| % | 73.35% | 11.32% | 9.38% | 5.94% | 100% |
| 2020 | 2,503,896 (empresas) | (420,118) empresas) | (284,799empresas) | (195,615 empresas) | (3,404,428 Empresas) |
| % | 73.55% | 12.34% | 8.37% | 5.75% | 100% |

Fuente: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

Gráfico 1
Distribución de empresas por tamaño y por sector. (- 250 asalariados)

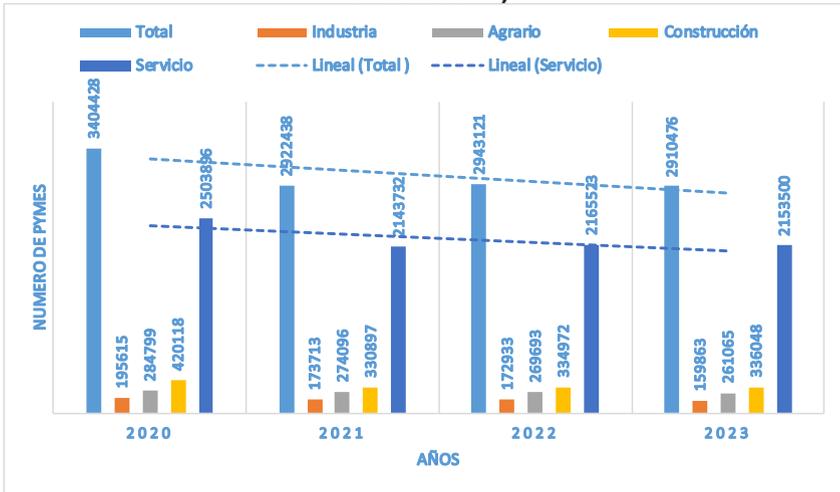


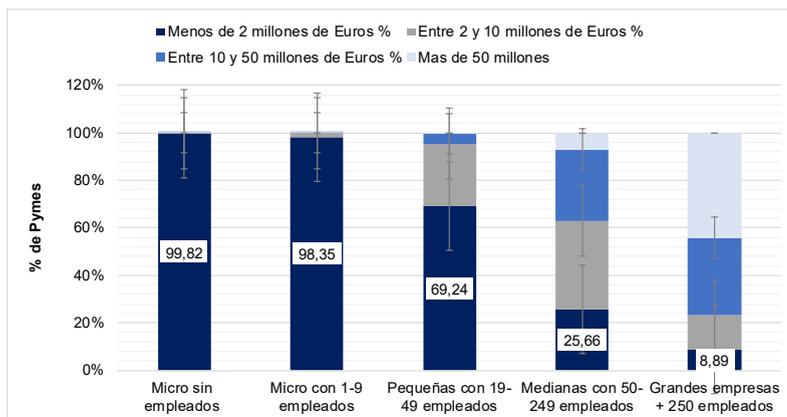
Tabla 5
Volumen de ingresos en Millones de euros por tamaño de empresa

| | Menos de 2 de € % | Entre 2 y 10 millones de € % | Entre 10 y 50 millones de € % | Mas de 50 millones |
|---------------------------|-------------------|------------------------------|-------------------------------|--------------------|
| Micro sin empleados | 99,82 | 0,14 | 0,03 | 0,01 |
| Micro 1-9 empleados | 98,35 | 1,5 | 0,13 | 0,02 |
| Pequeñas 19-49 empleados | 69,24 | 26,07 | 4,29 | 0,4 |
| Medianas 50-249 empleados | 25,66 | 37,37 | 29,96 | 7,02 |
| Grandes + 250 empleados | 8,89 | 14,12 | 32,78 | 44,2 |

A medida que la empresa crece en tamaño, sus ingresos también aumentan. De hecho, el 97,5% de las empresas en España registran una facturación de menos de 2 millones de euros. Para evaluar la rentabilidad de estas, es esencial considerar el beneficio neto, que representa el total de ingresos menos gastos, impuestos e intereses. Según los datos, las pymes sin empleados asalariados constituyen

el 99,92% de las empresas que generan menos de 2,0 millones de euros anuales en ventas. Las microempresas, según la encuesta española, generalmente reportan ventas anuales de menos de 10,0 millones de euros. Esto se traduce en que más del 99% de las pymes españolas se caracterizan por generar menos de 50,0 millones de euros en ingresos anuales (gráfico 2).

Gráfico 2 Ingresos netos de las empresas exportadoras y no exportadores (- 250 asalariados)



Los resultados evidencian que son escasas las empresas españolas que logran generar ingresos anuales de gran envergadura. Tomando como referencia el gráfico 2 presentado, únicamente el

7,02% de las PYMEs en España, que cuentan con una plantilla de entre 50 y 249 empleados, superan la cifra anual de 50.000.000 de euros (tabla 6).

Tabla 6
Evolución del empleo y desempleo en España entre 2020 y 2023 en M

| | Desempleo general | Empleados en las pymes – 250 | Empleados en las grandes + 250 |
|--------|-------------------|------------------------------|--------------------------------|
| jul-20 | 3.773.034 | 10.050.961 | 5.481.900 |
| jul-21 | 3.416.498 | 10.935.901 | 6.082.024 |
| jul-22 | 2.883.812 | 10.935.901 | 6.082.024 |
| jul-23 | 2.677.875 | 11.065.760 | 6.333.256 |

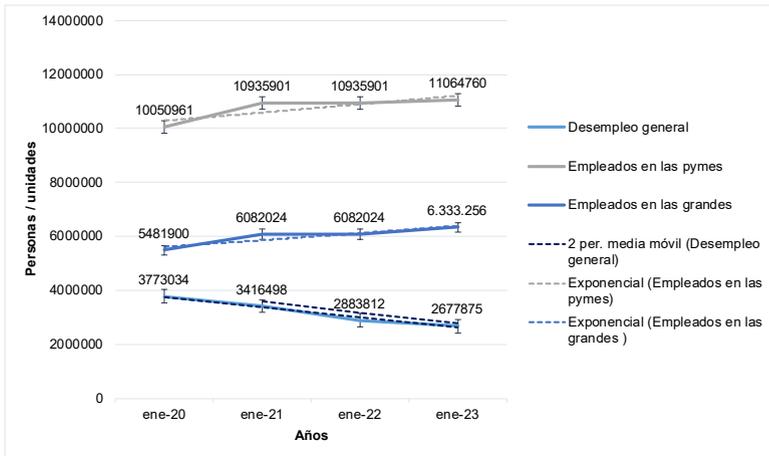
Fuente: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo

Las pequeñas y medianas empresas PYMEs desempeñan un papel primordial en la generación de empleo en España (gráfico 3), abarcando un impresionante 70% del mercado

laboral. Este hecho se traduce en una correlación directa: un mayor número de empresas resulta en una disminución del desempleo y un aumento de las oportunidades laborales.

Gráfico 3

Evolución del empleo y desempleo en España entre 2020 y 2023



Para el año 2023, se contabilizan un total de 2,910,476 PYMEs, clasificadas dentro del rango de 0 a 249 asalariados. Cabe destacar que el

sector de servicios representa una parte significativa del motor empresarial, con una participación del 73.99% en el total de las PYMEs (tabla 7).

Tabla 7
Empresas activas y sector económico por intervalo de edad.
Datos a 1 de enero 2022

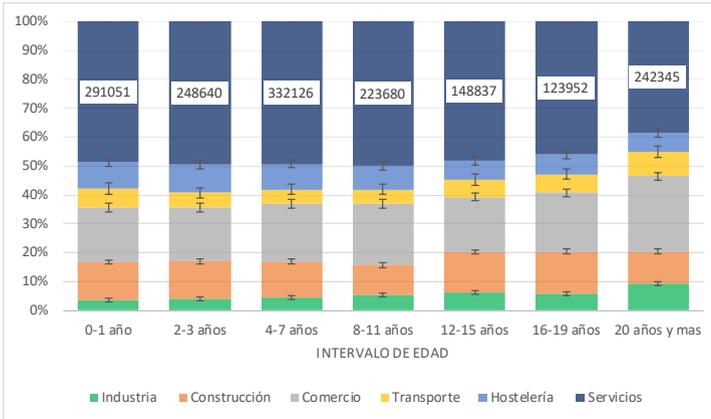
| | Total | 0-1 | 2-3 | 4-7 | 8-11 | 12-15 | 16-19 | + 20 |
|--------------|-----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Industria | 192.211 | 22.050 | 19.709 | 31.016 | 24.364 | 19.764 | 16.048 | 59.260 |
| Construcción | 425.251 | 78.444 | 65.721 | 83.076 | 46.226 | 43.287 | 38.964 | 69.533 |
| Comercio | 714.227 | 113.105 | 92.954 | 136.191 | 94.766 | 58.749 | 54.398 | 164.064 |
| Transporte | 210.017 | 38.263 | 25.948 | 32.698 | 23.037 | 18.238 | 17.590 | 54.243 |
| Hostelería | 278.326 | 54.001 | 48.453 | 59.730 | 36.355 | 20.505 | 17.793 | 41.489 |
| Servicios | 1.610.631 | 291.051 | 248.640 | 332.126 | 223.680 | 148.837 | 123.952 | 242.345 |

Fuente: Directorio Central de Empresas (DIRCE) a 1 de enero de 2022 - (2/7)

La distribución por edad va de la mano con el tamaño de las empresas. Las nuevas empresas (0-1 año) reagrupan en 3 sectores el número mayor de compañías. Basado con los datos presentados en las últimas tablas y gráficas, se confirma que es el sector

de servicios y las empresas recién creadas son las que lideran la creación y la ocupación del empleo en España. Son 291.051 (0-1 años) empresas en 2022, en contraposición de 242.345 empresas veteranas de más de 20 años de actividad (gráfico 4).

Gráfico 4 Empresas activas y sector económico por intervalo de edad (2022)

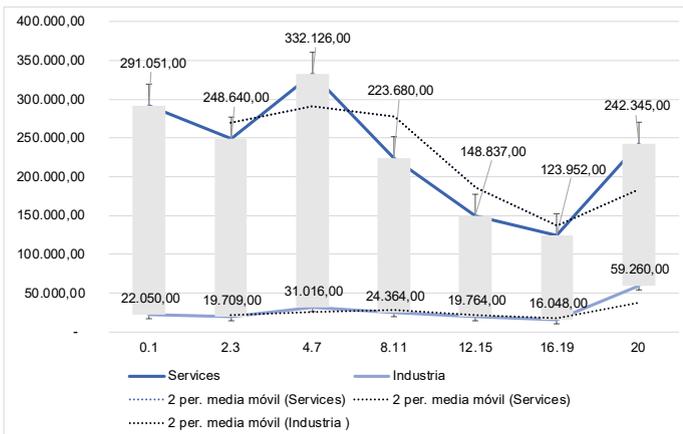


Fuente: Directorio Central de Empresas (DIRCE) a 1 de enero de 2022 - (2/7)

El siguiente gráfico 5 representa la relación entre la antigüedad de las compañías con un solo elemento estructural básico siendo el sector de los servicios. Al observar los sectores

de servicios e industria en el gráfico 5, resulta preponderante destacar el indicador representado por las barras ascendentes y descendentes.

Gráfico 5 Relación entre el ciclo de vida de una empresa y su empleo generado



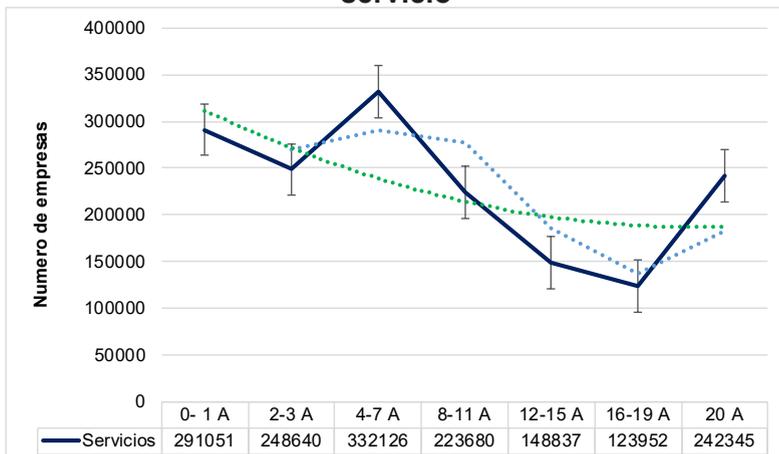
Fuente: Directorio Central de Empresas (DIRCE) a 1 de enero de 2022 - (2/7)

Estos diagramas muestran una diferencia significativa en la generación de empleo entre ambos sectores. En lo que concierne al empleo generado por las pymes, es posible observar un patrón interesante: al alcanzar los 4-7 años de actividad, una empresa tiende a llegar a su máximo potencial. En este punto, es probable que cuente con una fuente de ingresos considerable y un capital

más fortalecido, lo que favorece su capacidad para emprender actividades de internacionalización de manera más efectiva.

La antigüedad empresarial no guarda necesariamente relación con su capacidad de crear empleo. En España, el 99,86% de las empresas son pymes, y de estas, el 70% representa el total de empleos generados (Gráfico 6).

Gráfico 6
Relación con la antigüedad y el número de empresas del sector servicio



Fuente: Directorio Central de Empresas (DIRCE) a 1 de enero de 2022 - (2/7)

Además, un 73,99% de estas pertenecen al sector de los servicios, y un 18% tienen menos de 2 años de creación. Estas estructuras, jóvenes y dinámicas, se encuentran conectadas y expuestas al mercado global, lo que las convierte en las candidatas naturales para la internacionalización.

Sin embargo, es relevante notar

que un 17,4% de las empresas no logran mantenerse económicamente activas durante dos años. La falta de conocimiento, la saturación del mercado local, el limitado capital y la escasa apertura al mercado universal son factores que contribuyen al cierre de muchas pymes (Tabla 8 y Gráfico 7).

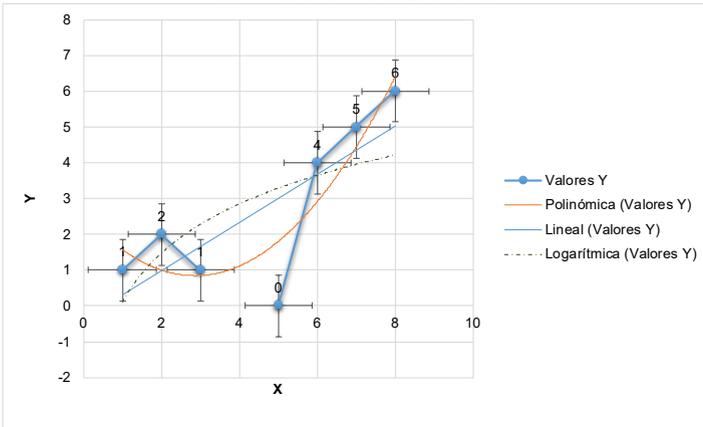
Tabla 8
Actividades globales/locales y la identificación del potencial para la internacionalización de las actividades

| Desarrollo local | | Actividades de la pyme (según cadena de valor) | | Desarrollo global |
|------------------|---------|--|---------|-------------------|
| A (< 50%) | ↕ | Logística | ↕ | A (> 50%) |
| A (< 50%) | | Manufactura | | A (> 50%) |
| A (< 50%) | | Marketing y ventas | | A (> 50%) |
| A (> 50%) | | Recursos humanos | | A (< 50%) |
| A (< 50%) | | Procuración | | A (> 50%) |
| A (> 50%) | | Finanzas y Contabilidad | | A (< 50%) |
| A (> 50%) = 2 | Valor X | | Valor X | A (> 50%) = 4 |
| A (< 50%) = 4 | Valor Y | | Valor Y | A (< 50%) = 2 |

A%. Orientación de las actividades de la pyme

Nota. Este diagrama representa cómo se divide por porcentajes las actividades locales y globales de la empresa.

Gráfico 7
Actividades globales/locales y potencial para la internacionalización



Una organización se enfrenta a la necesidad imperante de analizar las implicancias económicas que surgen de la progresión de un determinado conjunto de sus operaciones hacia la globalización.

Cuanto mayor sea el porcentaje de actividades globales que una pequeña y mediana empresa (pyme) lleva a cabo,

mayor será su potencial para desarrollar este proceso. Independientemente de la forma en que esta tendencia se manifieste, ya sea en un patrón lineal, polinómico o logarítmico, las actividades orientadas hacia el exterior conducirán a la empresa hacia un crecimiento económico. Cuando una actividad desempeña un papel predominante en

su expansión global y la influencia local es limitada, nos encontramos ante una actividad de naturaleza globalmente dominante.

En tales casos, la competencia adopta un carácter global y se involucra con empresas que implementan tanto estrategias de alto volumen como estrategias de dominio en términos de competitividad de costos. Para estas empresas, la oferta se encuentra estandarizada y la cobertura geográfica de distribución del producto es máxima. Por lo general, conforme aumenta la demanda de un producto, se produce una tendencia hacia su estandarización (Vernon, 1996).

5. Potencial de las pequeñas y medianas empresas (PYMES): Discusión

Desde la perspectiva de las pequeñas y medianas empresas (pymes) internacionalizadas, las exportaciones se perfilan como mecanismos de influencia de gran envergadura. En líneas generales, las pymes españolas manifiestan un optimismo palpable al contemplar el porvenir. Esta disposición encuentra resonancia en el informe «Pulso de la Mediana Empresa Española» de la firma consultora Grant Thornton, el cual señala que «las medianas empresas españolas han recobrado perspectivas de crecimiento económico, así como de beneficios e ingresos, equiparables a los periodos pre-Covid e incluso superiores a la media europea y global». Se destacan dos categorías principales de motivación en esta investigación. Por un lado, se busca afianzar el posicionamiento de las pymes españolas en virtud de sus competencias distintivas y ventajas

competitivas más allá de las fronteras. Por otro lado, se persigue mitigar la saturación del mercado interno, o prevenir su inminente desbordamiento. Aquellas empresas que gozan de una ventaja geográfica en su lugar de origen tienden a iniciar procesos de multinacionalización.

En consonancia con lo anterior, cada país ofrece sus propias oportunidades de inversión. Sin embargo, antes de embarcarse en la expansión de una empresa en el extranjero, es imperativo tener en cuenta los riesgos adicionales inherentes al mercado de comercio internacional. Los hallazgos empíricos de esta investigación apuntan a que las pequeñas y medianas empresas españolas que realizan estudios de mercado previos a su internacionalización tienen mayores posibilidades de éxito y experimentan un crecimiento económico relevante. Estas empresas, al invertir en este aspecto, están en una posición más ventajosa para identificar posibles oportunidades de mercado, mitigar riesgos potenciales y adaptar sus productos y servicios para satisfacer las necesidades de sus clientes. Esto, como se mencionó anteriormente, se traduce en niveles superiores de exportaciones y crecimiento económico.

6. Conclusión

Este estudio se enfoca en examinar cómo las empresas españolas de diversos sectores como servicios, construcción, agricultura e industria exportan sus servicios y productos al extranjero. Se destaca una correlación entre el tamaño de la empresa y sus ingresos: las PYMES que participan en la internacionalización tienden a reportar un rendimiento de ventas superior en comparación con aquellas que no se

involucran en mercados extranjeros. Esta observación subraya la importancia de la expansión internacional en el crecimiento y éxito empresarial.

A partir de los datos recolectados, examinados y analizados, esta investigación desentraña, describe y presenta la coyuntura de las empresas españolas que muestran interés en invertir en el extranjero. La hipótesis central de este estudio se basa en una evaluación cuantitativa del riesgo. Se propone que, si una empresa es capaz de gestionar eficazmente el 'Factor de Riesgo Global', entonces podrá reducir significativamente la probabilidad de fracaso, evitando así las consecuencias económicas adversas.

De acuerdo con los resultados alcanzados se revela también que un aumento en el número de empresas españolas internacionalizadas, supondría una fuente adicional de ingresos, promovería la creación de empleo y tendría inevitablemente un impacto positivo en la tasa de desempleo. Conforme a lo establecido en nuestra hipótesis, se ha observado que las PYMEs que dedican recursos a la investigación previa a la ejecución de sus operaciones tienden a mostrar un rendimiento de ventas más alto en comparación con aquellas que no invierten en este proceso. Este hallazgo subraya la importancia de la investigación preliminar en la mejora del desempeño comercial de las PYMEs.

Es innegable que, sin el comercio internacional, los resultados de ventas podrían estar comprometidos; una de las alternativas viables sería la creación de establecimientos y filiales globales con una productividad consolidada. Una pyme que lleva a cabo una operación internacional puntual en un año

determinado, no puede considerarse que esté implantada a nivel global y, por tanto, no puede ser cotejada con "comprometida" a largo plazo con socios y clientes foráneos.

Cabe señalar que las pequeñas empresas están sujetas a diversos riesgos: insuficiencia de producto, complejidades organizativas derivadas del crecimiento, riesgo cambiario, competencia de los empleados locales, riesgos sociales en términos de protección laboral, riesgo financiero por inversiones no rentables, dificultades para acceder al crédito y, sobre todo, riesgo intercultural.

En consonancia con estos antecedentes económicos y teóricos, el siguiente paso implica obtener una perspectiva integral de este desarrollo. Las pymes españolas se hallan, en la actualidad, mucho más intranquilas debido al fenómeno de la globalización, y sus objetivos coinciden con los de las grandes corporaciones: encontrar su nicho en el mercado y mantener sus ventajas competitivas en medio del auge de la globalización.

La internacionalización se considera completa únicamente cuando las empresas participan activamente en múltiples actividades internacionales, ya sea a través de filiales autónomas o empresas conjuntas. No es suficiente para una PYME realizar una sola operación internacional en un año para ser considerada como internacionalizada; esto contrasta significativamente con una PYME que mantiene una cooperación continua y a largo plazo con socios y clientes internacionales. Es esencial para las empresas evaluar detenidamente las implicaciones económicas de globalizar un segmento creciente de sus actividades.

Referencias bibliograficas

- Álvarez, R., Benavente, J. M., Campusano, R., y Cuevas, C. (2011) Employment generation, firm size and innovation in Chile. Tech. rep., Inter-American Development Bank. <https://publications.iadb.org/en/employment-generation-firm-size-and-innovation-chile>
- Álvarez, R., Bravo-Ortega, C., y Zahler A (2015) Innovation and productivity in services: evidence from Chile. *Emerging Markets Finance and Trade*, 51, 593-611. <https://doi.org/10.1080/1540496X.2015.1026696>
- Amoah-Mensah, A. (2011). Strategic Resources and Performance of Rural SMEs. International. *International Journal of Business and Social Research*, 3(4), 106-121. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.684.4400&rep=rep1&type=pdf>
- Andersen, O. (1997). Internationalization and market entry mode: A review of theories and conceptual frameworks. *Management International Review*, 37, 27-42. <https://www.jstor.org/stable/4022843>
- Andersen, T. J. (2004). Integrating Decentralized Strategy Making and Strategic Planning Processes in Dynamic Environments. *Journal of Management Studies*, 41(8), 1271-1299. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2004.00475.x>
- Andrews, K. (2011). *The concept of corporate strategy*. Innovar.
- Arenas, A. J., & Bayón, J. P. (2021). Desarrollo del talento humano para líderes de la gerencia financiera del Servicio Integrado de Administración Tributaria. *Revista Razón Crítica*, 10(11), 276-293.
- Balaji, M. (1985). *Critical Path Analysis and Its Applications*. John Wiley & Sons.
- Ballesteros, L., Silva, F., Mena, D., & Angamarca, M. (2019). Estrategias de Marketing Digital en Empresas E-Commerce: Un acercamiento a la perspectiva del consumidor. 593 *Digital Publisher CEIT*, 4(5), 108-122
- Bartelsman, E., Dobbelaere, S., y Peters, B. (2015). Allocation of human capital and innovation at the frontier: firm-level evidence on Germany and the Netherlands. *Industrial and Corporate Change*, 24(5), 875-949
- Bayón, J. & Arenas, A. J. (2019). Various perspectives of labor and human resources challenges and changes due to automation and artificial intelligence. *Academicus*, 20, 106-118. <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=780223>
- Bayón, J. (2019). *Fundamentos de estrategia*. Elearning S.L
- Benavente, J. M. (2006) The role of research and innovation in promoting productivity in Chile. *Economics of Innovation and New Technology*, 15(45), 301-315. <https://doi.org/10.1080/10438590500512794>
- Benavente, J. M., y Lauterbach, R. (2008) Technological innovation and employment: complements or substitutes? *The European Journal of Development Research*, 20(2), 318-329. <https://doi.org/10.1080/09578810802060744>
- Bianchini, S., Pellegrino, G., y Tamagni, F. (2016) Innovation strategies and firm growth: new longitudinal evidence from Spanish firms. LEM Working Paper, Sant'Anna School of Advanced Studies, Pisa, Italy
- Bojórquez, M. (2017). El comercio electrónico como estrategia de internacionalización de las PYMES.

- Revista de Investigación en Tecnologías de la Información: RITI*, 5(10), 110-115. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7107421>
- Capasso, M., Treibich, T., y Verspagen, B. (2015) The medium-term effect of R&D on firm growth. *Small Business Economics*, 45(1), 39–62
- Castellanos, J. (2003). Pymes innovadoras. Cambio de estrategias e instrumentos. *Revista escuela de Administración de Negocios*, 47, 10-33.
- Colombelli A, Haned N, Le Ba (2013) On firm growth and innovation: some new empirical perspectives using French cis (1992–2004). *Structural Change and Economic Dynamics*, 26: 14–26
- Curran, M. (2007). Family enterprises as an important factor of the economic development: the case of Slovenia. *Journal of Enterprising Culture*, 11(2), 111-130. <https://doi.org/10.1142/S021849580300007X>
- Doh, J. (2005). Offshore outsourcing: Implications for international business and strategic management theory and practice. *Journal of Management Studies*, 42(3), 695-704. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2005.00515.x>
- Duque, P., Meza, O., Zapata, G., & Giraldo, J. (2021). Internacionalización de empresas latinas: evolución y tendencias. *Económicas CUC*, 42(1), 122-152.
- Falk M (2012) Quantile estimates of the impact of R&D intensity on firm performance. *Small Business Economics*, 39(1), 19–37
- Forsgren, M. (2002). The concept of learning in the Uppsala internationalization process model: A critical review. *International Business Review*, 11, 257-278. https://link.springer.com/chapter/10.1057/9781137508829_4
- Goedhuys, M., y Sleuwaegen, L. (2016). High-growth versus declining firms: the differential impact of human capital and R&D. *Applied Economics Letters*, 23(5) 369–372.
- Haltiwanger, J., Jarmin, R. S., Kulick, R., y Miranda, J. (2016). High growth young firms: contribution to job, output, and productivity growth, Measuring Entrepreneurial Businesses: Current Knowledge and Challenges, University of Chicago Press.
- Hollebeek, L. D., & Macky, K. (2019). Digital content marketing's role in fostering consumer engagement, trust, and value: Framework, fundamental propositions, and implications. *Journal of Interactive Marketing*, 45, 27–41. 10.1016/j.intmar.2018.07.003
- Hözl, W. (2009). Is the R&D behaviour of fast-growing SMEs different? Evidence from CIS III data for 16 countries. *Small Business Economics*, 33(1) 59-75
- Jarzabkowski, P. and Balogun, J. (2009). The Practice and Process of Delivering Integration through Strategic Planning. *Journal of Management Studies*, 46, 1255–1288. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2009.00853.x>
- Jeronimo, T. B. & Medeiros, D. D. (2012). The Mature of Strategic Business of Small and Medium-Sized High - Tech. *International Journal of Business, Humanities and Technology*, 2(5). <https://doi.org/10.19044/esj.2013.v9n16p%25p>
- Kantis, H., Federico, J., Angelelli, P., y García, S. I. (2016). Business performance in young Latin American

- firms, Innovation and productivity in Latin American and Caribbean firms, Palgrave Macmillan US
- Kraja, Y., & Osmani, E. (2013). Competitive advantage and its Impact in Small and Medium Enterprises (Smes), (Case of Albania). *European Scientific Journal edition*, 9(16), 77-85. <https://doi.org/10.19044/esj.2013.v9n16p%25p>
- López, H., & Pinot, F. (2020). La Internacionalización de las PYMES Latinoamericanas y sus barreras: la aplicación del modelo de los tres cercos. *Gestión Internacional*, 24, (2) 166-181.
- Lorenzo, N. (2020). La articulación de los actores locales en el proceso de internacionalización territorial. *Revista Iberoamericana de Gobierno Local*, (20), 1-20. <https://revista.cigob.net/numero-especial-relaciones-internacionales/articulos/la-articulacion-de-los-actores-locales-en-el-proceso-de-internacionalizacion-territorial/>
- Manta, O. (2020). Nothing for us without us” Measures applied at European level during the current crisis. *Journal for Freedom of Conscience*, 2(58), 13-15. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3923205>
- Mazzucato, M., y Parris, S. (2015) High-growth firms in changing competitive environments: the US pharmaceutical industry (1963 to 2002). *Small Business Economics*, 44(1), 145–170.
- Mínguez-Vera, A., & Adina, M. (2011). Gender and management on Spanish SMEs: an empirical analysis. *The International Journal of Human Resource Management*, 22(14), 2852-2873, <https://doi.org/10.1080/09585192.2011.599948>
- Oviatt, B. & McDougall, P. (2005). Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization. *Entrepreneurship theory and practice*, 29(5), 538-583. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00097.x>
- Oyedijo, A. (2012) Competitive strategy orientations of small and medium business owners and their performance impacts: The case of paint manufacturing SMEs in South-Western Nigeria. *Journal of Asian Business Strategy*, 2(1), 1–8.
- Pérez Estébanez, R., Urquía Grande, E. and Muñoz Colomina, C. (2010). Information technology implementation: evidence in Spanish SMEs. *International Journal of Accounting & Information Management*, Vol. 18(1), pp. 39-57. <https://doi.org/10.1108/18347641011023270>
- Santi, C., y Santoleri, P. (2017). Exploring the link between innovation and growth in Chilean firms. *Small Business Economics*, 49, 445–467.
- Tomo, A., Mangia, G., Pezzillo Iacono, M., & Canonico, P. (2022). Family firms going international: Integrating corporate identity-building processes and socioemotional wealth dimensions. *European Management Review*, 19(1), 38–52. <https://doi.org/10.1111/emre.12462>
- Vernon, R. (1996). International investment and international trade in the product cycle. *International Economic Policies and their Theoretical Foundations*, 415-435 <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-444281-8.50024-6>
- Zhang, Z., Lee, M.K.O., Huang, P., Zhang, L. and Huang, X. (2005). A framework of ERP systems implementation success in China. *International Journal of Production Economics*, 98(1), 56-80. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2004.09.004>