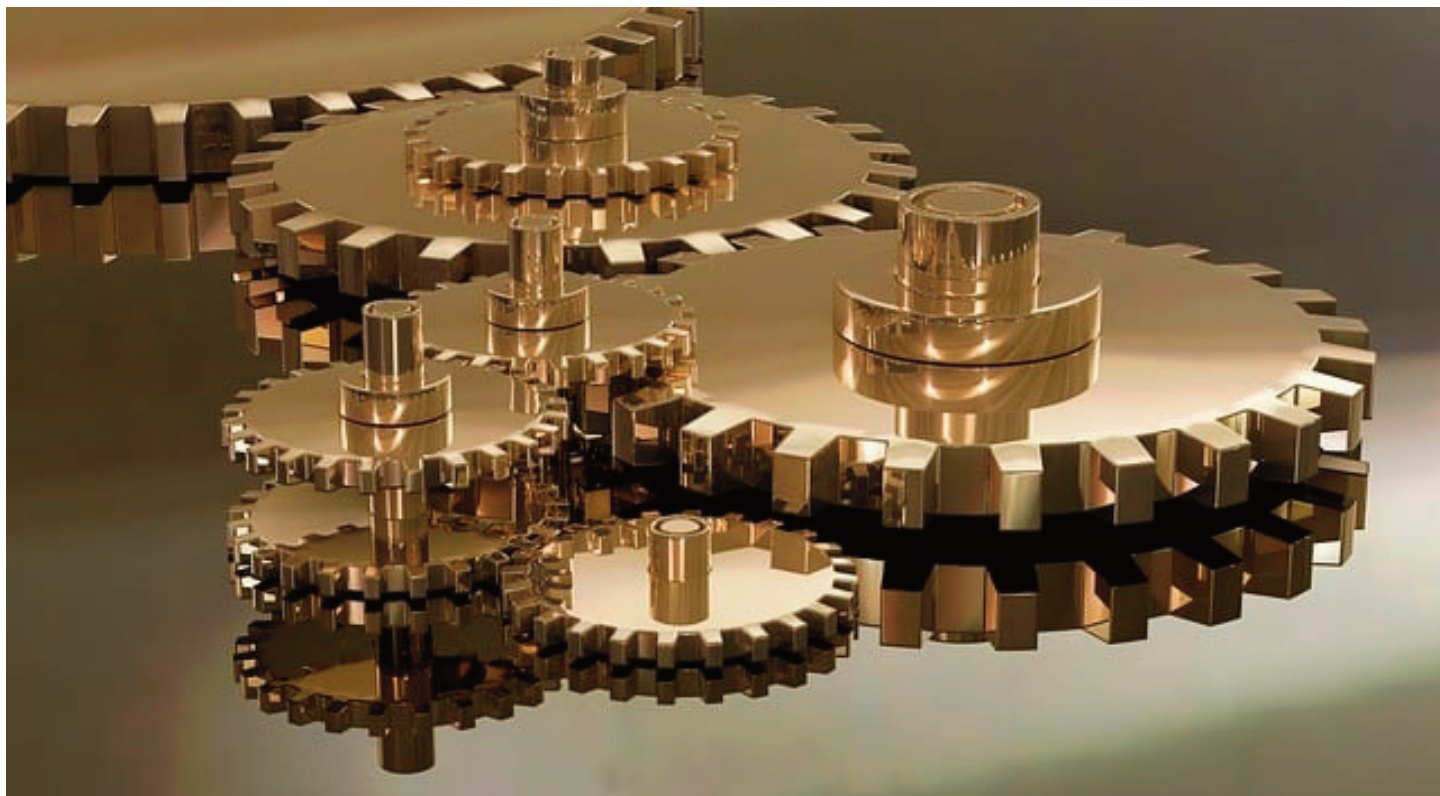




Subcontratación industrial, un eslabón resistente



Las numerosas pymes españolas que ofrecen su tecnología, conocimiento y experiencia en el proceso de fabricación pueden encontrar en los mercados europeos nuevas oportunidades para el desarrollo de sus negocios y la mejora de su competitividad.

Pese a que su papel es menos conocido que el de las grandes compañías de sectores como la automoción o el plástico, las empresas centradas en la subcontratación industrial desarrollan una parte importante de la cadena de valor. Dedicadas al desarrollo de una solución, o a la fabricación de una pieza, subconjunto o proceso productivo intermedio, su trabajo es vital dentro de la actividad de la industria a medida que posteriormente se incorpora en la fase de producción del cliente.

Como actividad transversal que se realiza bajo las especificaciones de otros, abarca múltiples sectores en diferentes mercados y trasciende la idea de producto propio para ofrecer realmente una capacidad, la

capacidad de producir lo que otras empresas necesitan en un entorno cada vez más internacionalizado y con una elevada competencia.

Pese a que los datos específicos sobre una actividad tan amplia como esta son difíciles de conocer con precisión y existe cierta disparidad sobre los mismos, un estudio publicado por MIDEST en 2018 estimaba que la subcontratación industrial facturaba más de 520.000 millones de euros en 2017 dentro de la UE, entonces integrada también por el Reino Unido.

De ellos, casi 37.000 millones de euros correspondían a nuestro país, gracias al trabajo de cerca de 50.000 empresas distribuidas por toda la geografía española, que aportan cerca del 15% del PIB indus-

trial, aunque con mayor peso en Cataluña y en áreas del País Vasco, como en Guipúzcoa (donde suponen casi el 30% del PIB industrial).

Cercanía geográfica

Los países europeos y fundamentalmente Europa Occidental son los destinos principales de las empresas subcontratistas españolas en el exterior. Además de ser nuestros mercados naturales por razones relacionadas con aspectos como la pertenencia a la UE, la existencia de amplias relaciones o la demanda de productos de calidad y con las oportunas homologaciones, la cercanía geográfica refuerza su competitividad en un tipo de actividad en la que el coste del transporte y la rapidez

SUBCONTRATACIÓN INDUSTRIAL: PROMOCIONANDO LA INTERNACIONALIZACIÓN

Las Cámaras de Comercio de España gestionan en colaboración con el ICEX el Plan Sectorial de Subcontratación Industrial de España

SUBCONTEX

¿Qué es?

SubContex es un servicio especializado de las Cámaras de Comercio que busca potenciar las relaciones comerciales entre las empresas del sector y las empresas compradoras industriales

Objetivos

Promocionar a la subcontratista y apoyarla en la búsqueda y contacto con clientes y en la identificación de nuevas oportunidades de negocio

Dirigido a

A las empresas dedicadas a la subcontratación industrial y a las compradoras industriales

Funcionamiento

A través de las Cámaras de Comercio que forman parte de la Red SubContex se ofrece un servicio homogéneo en todo el territorio nacional

Servicios

- ✓ Organización de actividades de promoción comercial (ferias y encuentros con compradores, principalmente)
- ✓ Contacto con empresas compradoras que solicitan información sobre potenciales proveedores
- ✓ Captación anual de 250 - 300 oportunidades de fabricación
- ✓ *Networking* con empresas del sector con las que pueden colaborar y crear sinergias
- ✓ Promoción comercial a través de los directorios de empresas españolas
- ✓ Búsqueda de *partners* y proveedores industriales

Calendario de acciones 2023*

Actividad	País	Ciudad	Fecha	Cámara organizadora
Feria Z	Alemania	Leipzig	Marzo	Gipuzkoa
Feria UNIRE	España	Irún	Marzo	Gipuzkoa
Feria Global Industrie - Midest	Francia	Lyon	7-10 Marzo	Gipuzkoa / Girona
Encuentro con compradores europeos - Meetind 2023	Europa	San Sebastián	Marzo	Gipuzkoa
MecSpe	Italia	Bolonia	30 marzo a 1 abril	Alava
Feria Aeromart Montreal	Canadá	Montreal	4-6 abril	Alava
Feria Business Industrie St Nazaire	Francia	St Nazaire	13-14 Abril	Gipuzkoa
Feria Hannover	Alemania	Hannover	17-21 Abril	Gipuzkoa / Girona
FEINDEF	España	Madrid	17-19 Mayo	Bilbao
Subcontracting Fair	Polonia	Poznan	30 mayo a 2 junio	Alava
Feria EMAF	Portugal	Oporto	31-Mayo - 3 Junio	Gipuzkoa
Feria Subcontratación - Feria Internacional de proc. y eq. para la fabricación	España	Bilbao	6 - 8 Junio	España
Encuentro de compradores europeos	España	Bilbao	7 - 8 Junio	Barcelona
Feria SUBCON	Reino Unido	Birmingham	7-9 junio	Alava
Misión estudio	Marruecos	Diversas zonas	Junio	Gipuzkoa
Feria DSEI (Defense & Security Equipment Int Exhibition)	Reino Unido	Londres	12-15 Septiembre	Bilbao
Feria Alihankinta	Finlandia	Tampere	septiembre	Alava
Feria Business Industrie Dijon	Francia	Dijon	Septiembre	Gipuzkoa
Feria Airtec	Alemania	Munich	Octubre	Alava
Feria Siane	Francia	Toulouse	Octubre	Gipuzkoa / Girona
Feria METALMADRID	España	Madrid	Octubre	Madrid y Bilbao
Feria WNE (World Nuclear Exhibition)	Francia	París	28-30 Noviembre	Bilbao
Feria MSV	República Checa	Brno	Noviembre	Alava
Feria ELMIA	Suecia	Jönköping	Noviembre	Alava
Feria Medica Düsseldorf	Alemania	Düsseldorf	15-18 de noviembre	Barcelona
Global Automotive Components	Alemania	Stuttgart	Noviembre	Gipuzkoa
Misión inversa compradores de Bélgica	España	Madrid	Noviembre	España
Feria FMB ZULIEFERMESSE MASCHINENBAU	Alemania	Salzuffen	Noviembre	Gipuzkoa

* No es el definitivo, pero se espera mantener la mayoría de las actividades

Documentación

El mercado de la subcontratación industrial en Francia
Ofecomes París, ed. ICEX, junio 2019, 49 págs., en español

Oportunidades de subcontratación en la industria alemana 2019

Ofecomes Düsseldorf, ed. ICEX, mayo 2019, 37 págs., en español

de respuesta y de soluciones para las necesidades del cliente es clave. Más aún si se tiene en cuenta que muchos de ellos no disponen de stock y piden lo que necesitan en el momento.

Estas razones explican también que Francia sea el mercado más importante para nuestras empresas y un primer destino habitual en su proceso de internacionalización. En este sentido, desde la Ofecomes en París apuntan que “las características que comparten las empresas que hacen negocios en Francia son: productos y servicios de calidad; contar con personal que domina el idioma; desarrollo de una labor comercial cercana; y disponer de un plan de internacionalización a largo plazo y constante”.

Conforme se avanza hacia el Este y aumentan las distancias, esa presencia va reduciéndose, aunque Alemania, primer motor industrial de la UE, sigue siendo una referencia imprescindible. Normalmente, se abastece de los países de Europa del Este, pero también hay espacio para proveedores españoles.

Plan sectorial

Desde la Cámara de Comercio de España, el coordinador de SubContex, Ignacio Jiménez, subraya que el sector de la subcontratación industrial en España está conformado por empresas normalmente de reducido tamaño, con un componente tecnológico elevado y muy especializadas, que generan además un tejido industrial estable y tienen un marcado carácter local.

El hecho de no disponer realmente de ‘productos propios’ hace que sea el contacto directo el canal adecuado para su comercialización e, incluso, en muchas ocasiones es el comprador el que busca al proveedor.

Normalmente, estas firmas han sabido construir sus redes de contactos gracias a esa presencia local, pero las dificultades

El sector de la subcontratación industrial supone cerca del 10% del PIB industrial de España, pero su peso es mayor en algunas comunidades autónomas como el País Vasco y Cataluña

Tendencias de la subcontratación industrial



Mejora del servicio al cliente como proveedor integral



Ampliación de la gama de materiales e innovación en el desarrollo de producto



Productos cada vez con más valor añadido



Innovación en los procesos y en la gestión de la producción

Fuente: Cámara de Comercio de España



para conseguir clientes y aprovechar oportunidades de negocio aumentan cuando se plantean dar el salto a los mercados exteriores con estructuras de comercialización y *marketing* reducidas.

SubContex surge con el objetivo de promocionarlas internacionalmente y ayudarlas en su búsqueda de contactos de compradores industriales que necesitan proveedores.

Este servicio especializado de las Cámaras de Comercio gestionado conjuntamente con el ICEX dentro del Plan Sectorial de Subcontratación Industrial cuenta con varias líneas de actuación como el desarrollo de un directorio de subcontratistas que se promociona entre las empresas industriales o un servicio especializado y

personalizado en la búsqueda de suministradores.

Ignacio Jiménez explica que se ha conseguido activar un modelo único y homogéneo para toda España en el que se colabora también con diversas cámaras especializadas en ámbitos concretos y zonas de referencia. Las actividades principales de su plan de actuación se plasman en la **participación en ferias y los encuentros empresariales (ver infografía adjunta).**

Íñigo Usandizaga, director de Subcontratación Industrial en la **Cámara de Comercio de Guipúzcoa**, corrobora la utilidad de estos instrumentos. Por un lado, **las ferias sirven como la vía de entrada idónea para establecer los primeros contactos**, conocer a los competidores y a los

ENLACES

Asociación Alemana de Logística y Compras Industriales (BME)
<https://www.bme.de/>

Asociación Profesional de Agentes Comerciales de Francia (APAC)
<https://www.apacfrance.com/>

Federación Francesa de Agentes Comerciales (FNAC)
<https://www.agentcommercial.fr/>

Market Access Database. Comisión Europea
<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/content/welcome-access2markets-market-access-database-users>

Portal de barreras comerciales. Secretaría de Estado de Comercio de España
<https://barrerascomerciales.comercio.gob.es/es-es/Paginas/index.aspx>

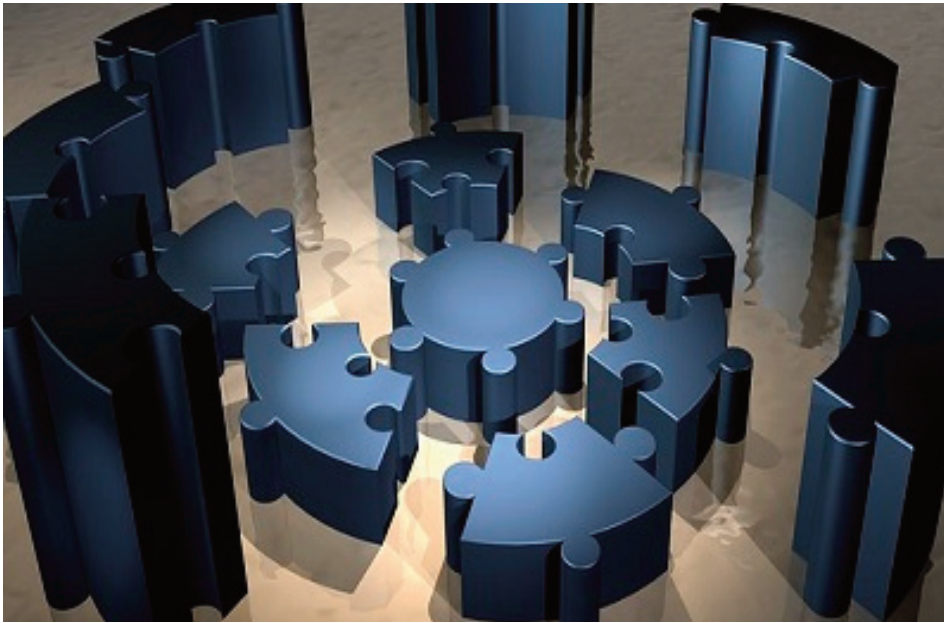
SubContex
<https://subcontex.camara.es/index.php/es>

clientes con necesidades concretas. Por otro, los encuentros con compradores permiten no solo identificar la demanda concreta, sino también **generar confianza** y que vean cómo se trabaja.

Usandizaga considera que el camino hacia la internacionalización pasa primero por ser competitivo en el propio mercado para después aportar una **propuesta de valor adaptada a los mercados internacionales**. Sobre ella, se construirá la decisión estratégica tomada de forma conjunta y decidida en la que el desarrollo comercial, la capacidad de adaptación o, por ejemplo, hablar el idioma francés en el mercado vecino serán de gran ayuda en el proceso.

La experiencia de Haizelur

José Luis Sudupe, adjunto a Gerencia de la empresa guipuzcoana especializada en mecanizado de precisión **Haizelur**, coincide al subrayar la importancia del primer paso de su proceso de internacionaliza-



ción: el establecimiento de un plan estratégico consensuado y a largo plazo. En su caso, optaron por el salto definitivo al exterior hace unos cinco años y se sustentaron además en una fuerte inversión en maquinaria.

“Al no contar con producto propio como tal, sino con capacidad y un control de calidad adecuado”, explica Sudupe, “la venta es diferente al catálogo tradicional y tienen especial importancia los instrumentos que SubContex ofrece para llegar al cliente, sobre todo la asistencia a ferias y a las jornadas de compradores”. Esto permite el trato directo y establecer visitas a las instalaciones que, al fin y al cabo, son el “bien” de un subcontratista industrial.

Después de dar el salto a Francia, esta compañía ha conseguido clientes en los Países Bajos y Alemania y actualmente el mercado exterior representa un tercio de una facturación que supera los tres millones de euros. De forma paralela, esta diversificación geográfica ha venido acompañada por una sectorial y por el acceso a lotes más grandes, así como por el impulso del apartado técnico y de innovación y calidad.

Gracias a ello ha mejorado su competitividad, tanto en el exterior como en el mercado nacional, “en un entorno cada vez más exigente que obliga al seguimiento proactivo”, recalca Sudupe. Esa proactividad implica la realización de visitas al cliente, aprender idiomas y un mayor desarrollo comercial.

DIRECCIONES DE INTERÉS

ICEX España Exportación e Inversiones

Pº de la Castellana, 278
28046 Madrid
Tel. 913 497 100
informacion@icex.es

Cámara de Comercio de España (SubContex)

C/ Ribera del Loira, 12
28042 Madrid
Tel. 915 906 900

Rapidez de respuesta

Tras el freno que supuso la pandemia de coronavirus a la economía y al comercio internacional, el año pasado fue testigo de una cierta recuperación de la actividad industrial. Pero los cortes en la cadena global de suministros siguen siendo una amenaza a la que se unen la elevada inflación, la guerra de Ucrania o la complicada situación económica general.

El director de Subcontratación Industrial en la Cámara de Comercio de Guipúzcoa, Íñigo Usandizaga, considera que todavía no se están sintiendo todos los efectos de la posible recesión en el continente, aunque posiblemente estos sean más evidentes en 2023. Sí observa cierta recuperación de la actividad en algunos sectores, como el naval o el aeronáutico en Francia, y una saturación de algunos proveedores

en el país vecino y en Alemania, lo que lleva a una mayor demanda de nuevos suministradores y a un crecimiento del aprovisionamiento de materias primas.

En este sentido, Ignacio Jiménez señala que muchas empresas están diversificando sus proveedores en Europa para evitar interrupciones en las cadenas de suministro. Este movimiento evita riesgos e implica de manera indirecta una mayor apuesta por la calidad.

Además, la crisis del COVID-19 ha puesto de manifiesto la excesiva dependencia de las economías europeas de las importaciones asiáticas, por lo que también es previsible que se acelere en parte el proceso de relocalización en Europa de algunas actividades industriales que ya se había iniciado unos años antes.

El incremento de los costes, sobre todo de la energía, podría significar una ralentización de la economía en breve, pero ya está suponiendo problemas de rentabilidad e incluso previsiones de cierres temporales en algunos países y sectores. Esto conlleva además una actualización y una revisión de los precios y de las ofertas en plazos más cortos que los que había antes.

Todos estos elementos se combinan así para dibujar un escenario complejo, pero que aún sigue presentando oportunidades y retos, y ante el que las empresas españolas están bien posicionadas.

JAVIER GARCÍA CUESTA

SIGANOS

