

Informe de resultados (resumen)

Estudio EPAI-ICEX

SEC-ICEX

Diciembre 2024

Índice

Global	Página
Ficha técnica	3
Universo y muestra	4
Descripción clústeres de empresa	15
Comparación entre muestras de 2024 y 2023	18
Caracterización	23
Internacionalización	27
Instrumentos de apoyo	35
Desafíos y oportunidades	46
Innovación	50
Guía de lectura: Cruces:	55
Caracterización	
Internacionalización	
Instrumentos de apoyo	
Desafíos y oportunidades	
Innovación	
Anexo: Reducciones de variables	98
Anexo: Pesos ponderación muestra	103

Universo:

Base de Datos de empresas vivas con relación con ICEX entre 2012 y 2023: 61.778 empresas.

Población encuestada:

Selección aleatoria: 33.387 empresas (54,04% del universo encuestable).

Tamaño de la muestra:

1.220 empresas (respuestas completas).

Ponderación de la muestra:

Para garantizar que la distribución de empresas de la muestra es estadísticamente comparable con la del universo se ha procedido a aplicar una ponderación de la muestra por las siguientes variables (combinadas): Grupo CNAE, instrumento más usado de ICEX, intensidad de uso de instrumentos ICEX. (Ver pesos en Anexo)

Tasa de respuesta:

3,65% sobre envíos.

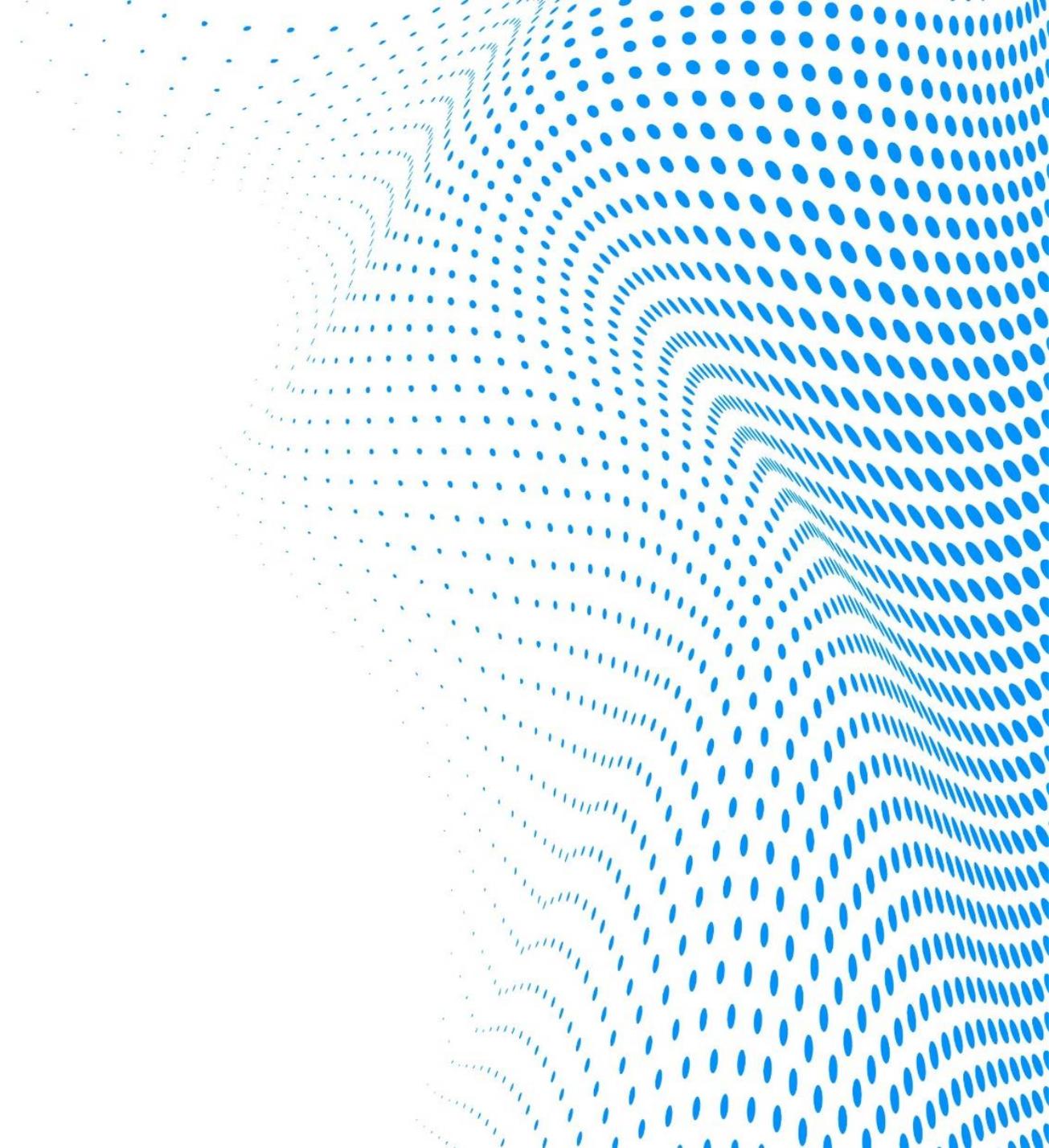
Metodología:

Encuesta on-line enviada por email a Base de Datos.

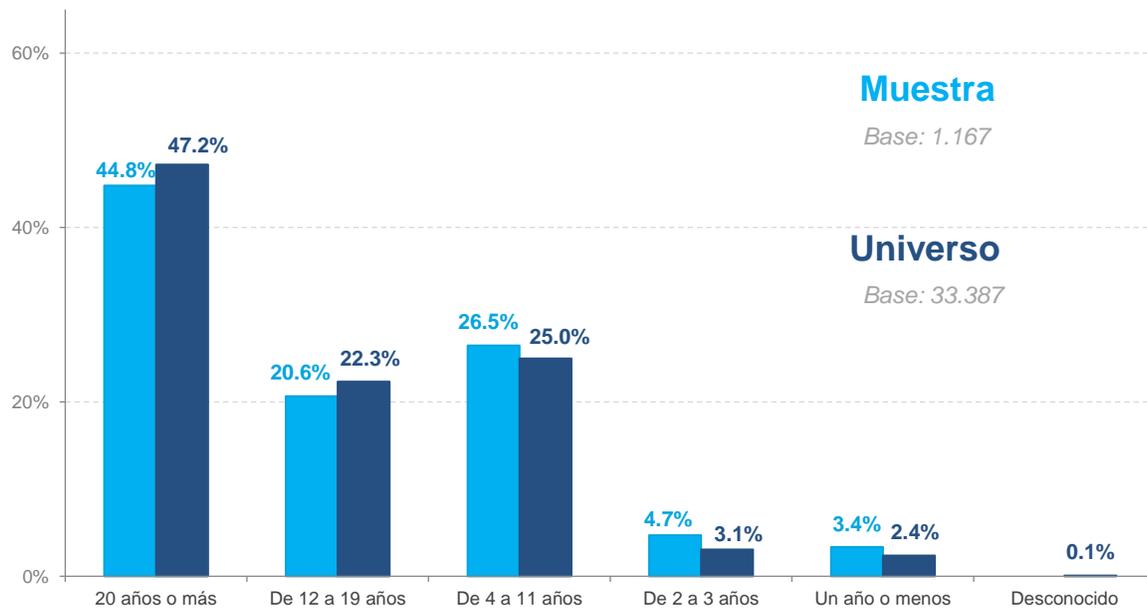
Trabajo de campo:

Realizado en septiembre de 2024.

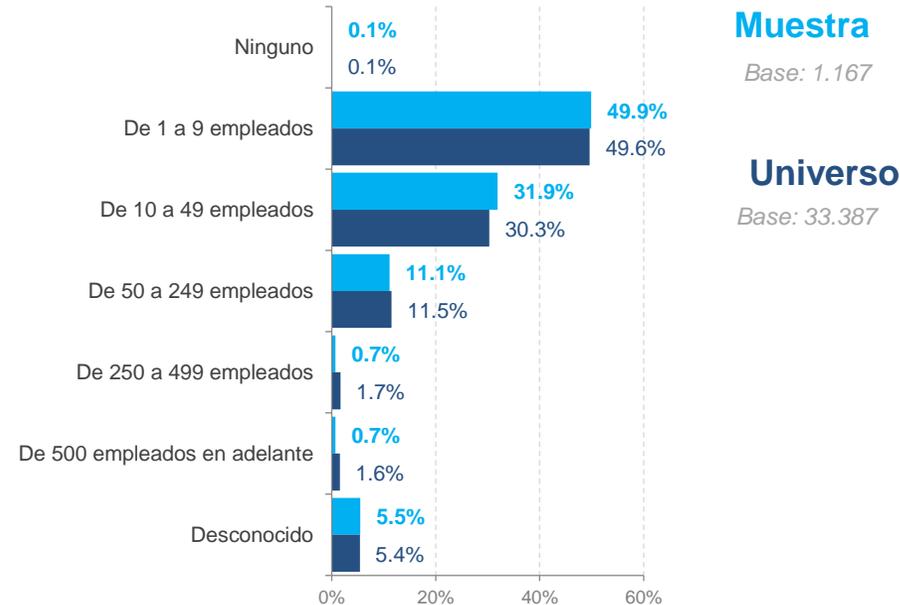
Universo y Muestra



Antigüedad de la empresa



Número de empleados

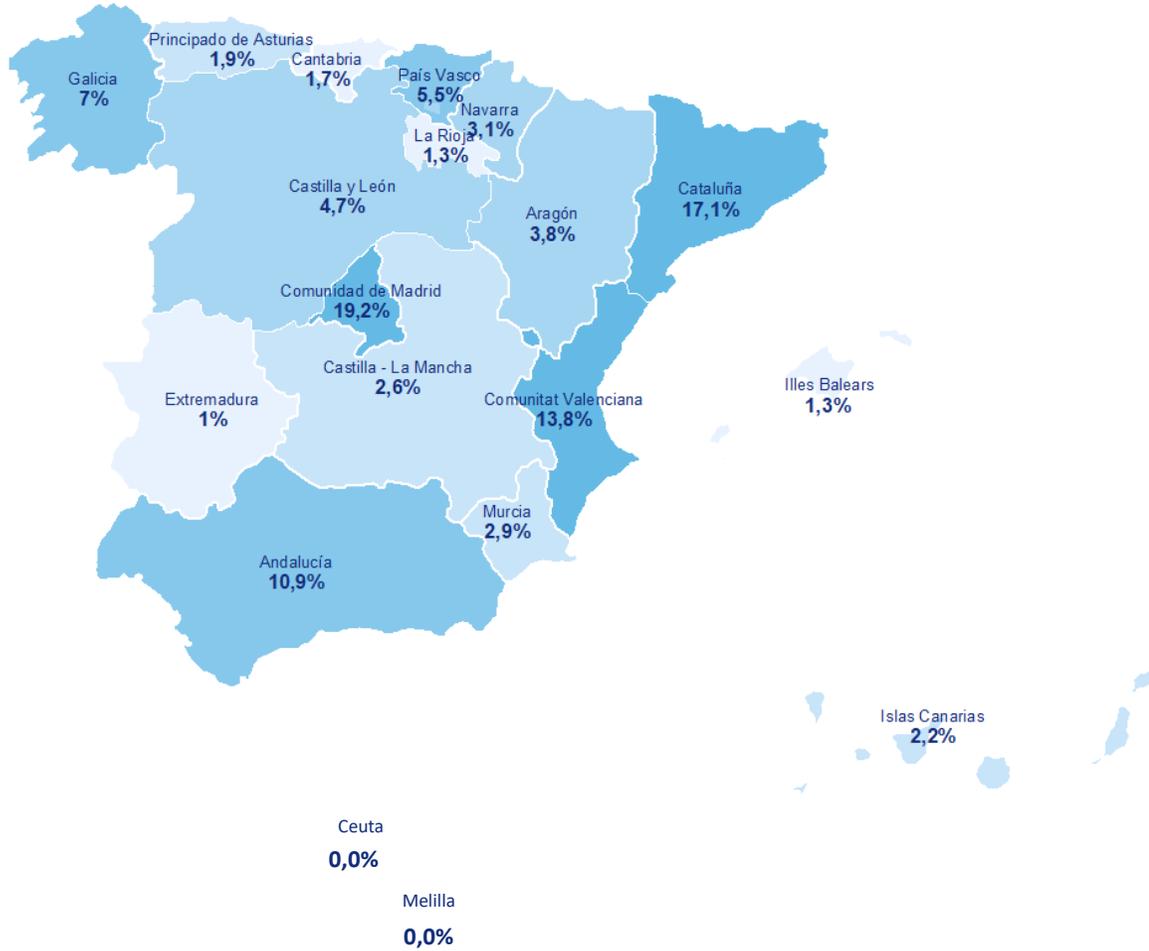


Nota: distribución de muestra después de ponderación

Muestra y Universo: CCAA

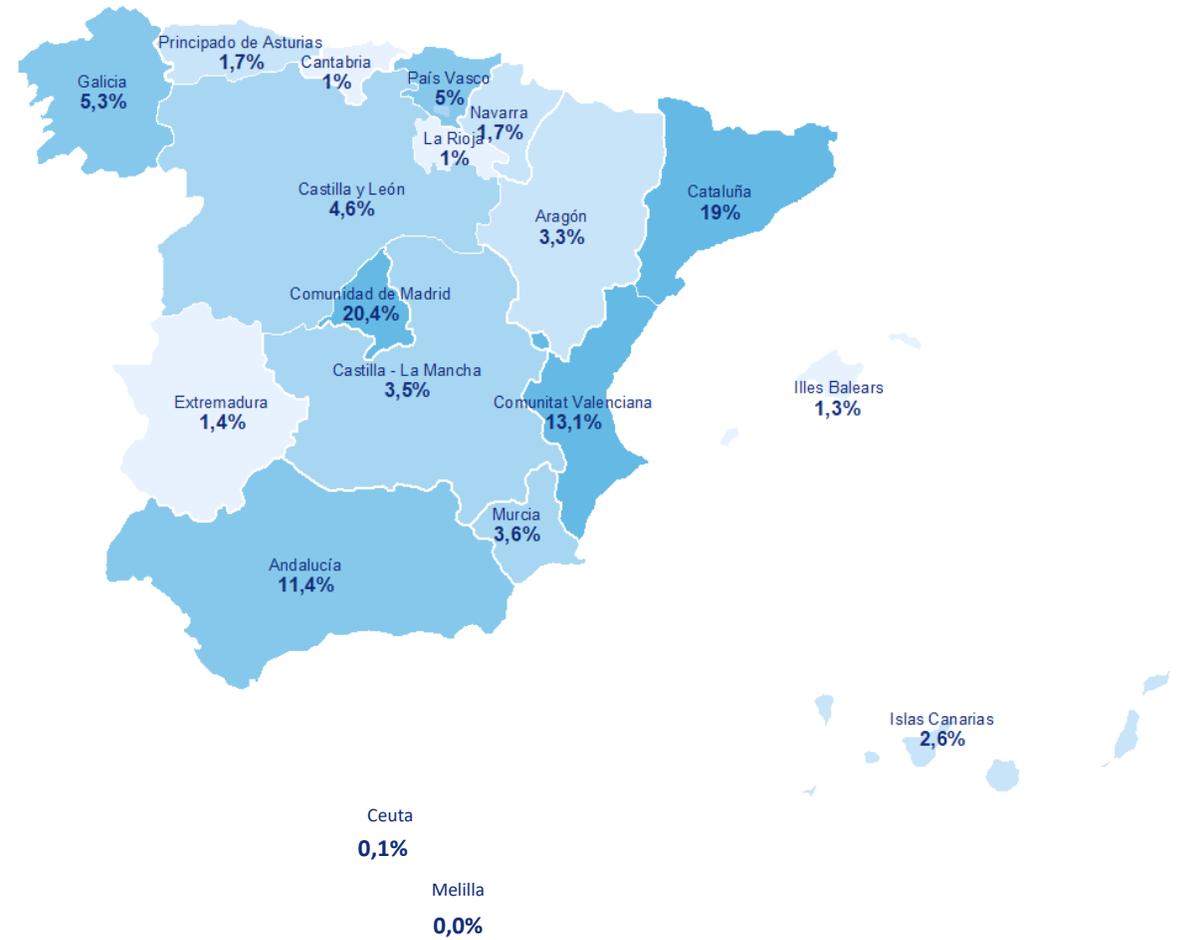
Muestra

Base: 1.167



Universo

Base: 33.387

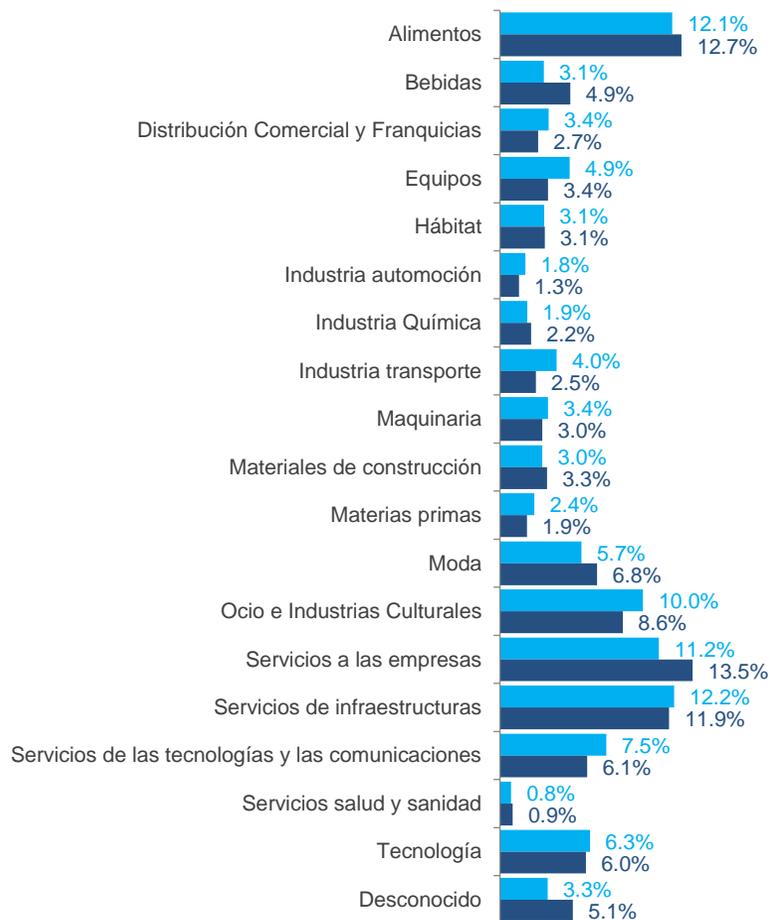


Nota: distribución de muestra después de ponderación

Muestra: Sector de actividad y productividad

MUESTRA

Sector de actividad de la empresa



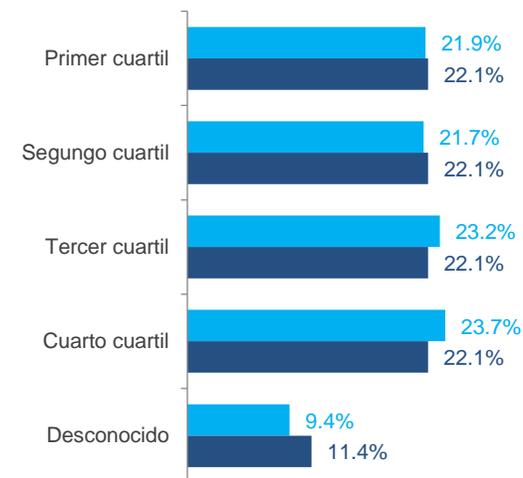
Muestra

Base: 1.167

Universo

Base: 33.387

Productividad



Muestra

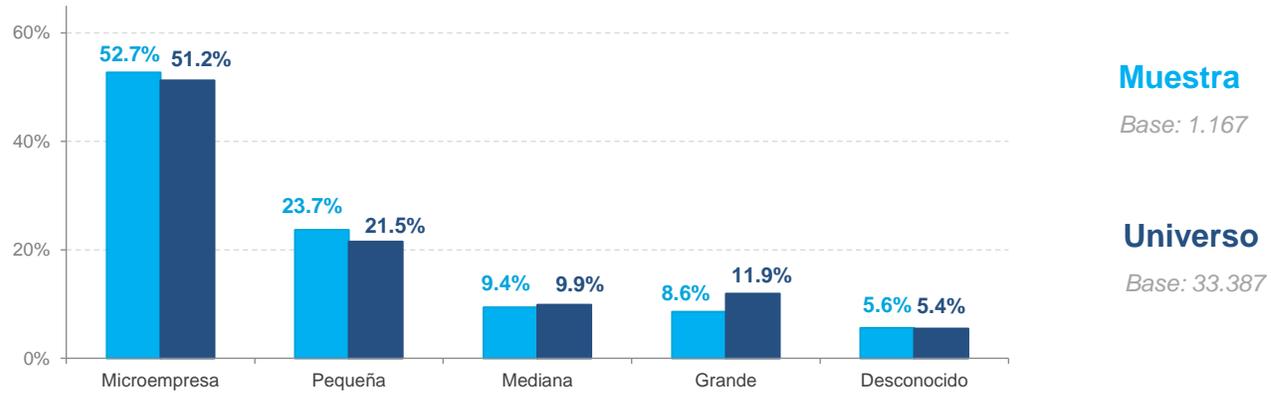
Base: 1.167

Universo

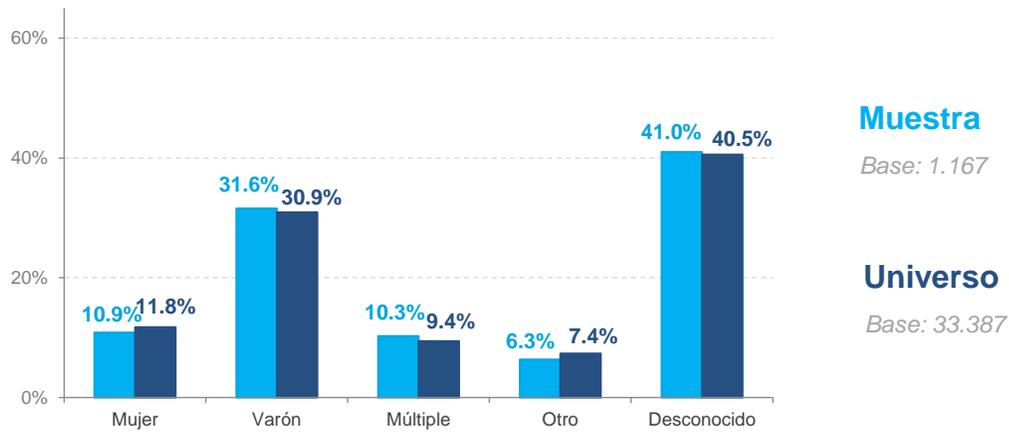
Base: 33.387

Nota: distribución de muestra después de ponderación

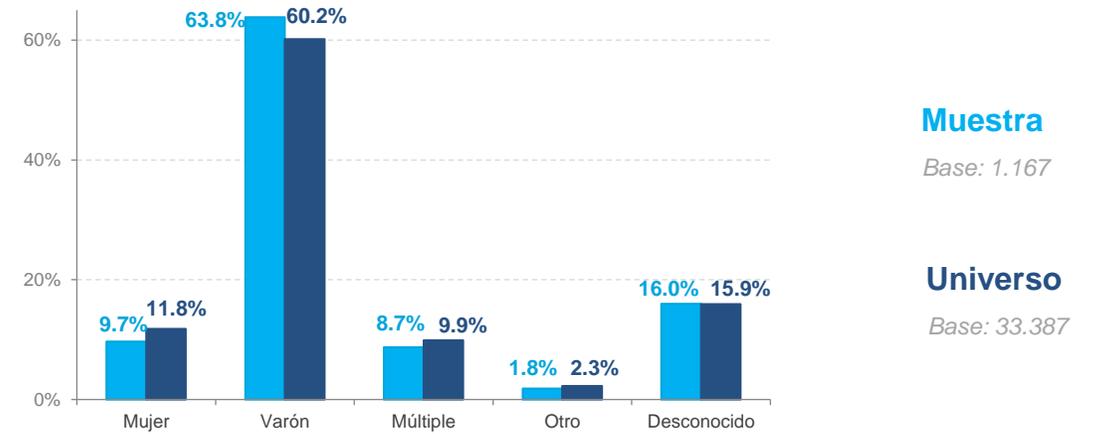
Tamaño empresa según UE



Género titular



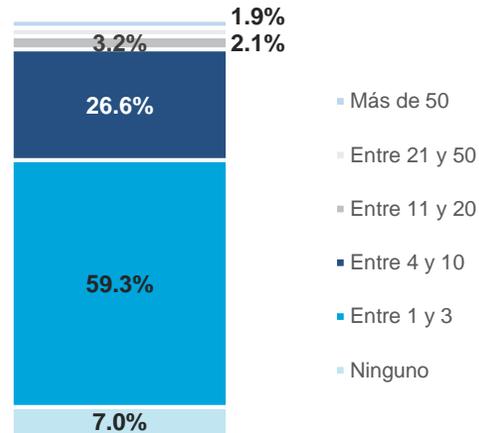
Género líder



Nota: distribución de muestra después de ponderación

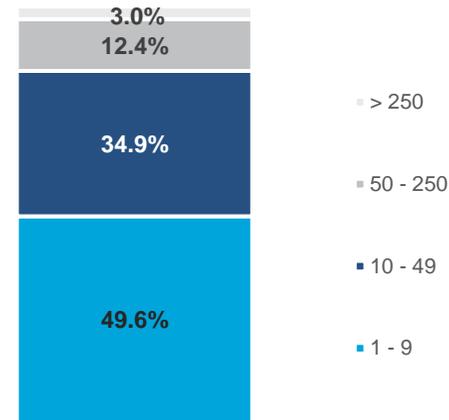
Muestra: Número de empleados

Nº empleados constitución empresa



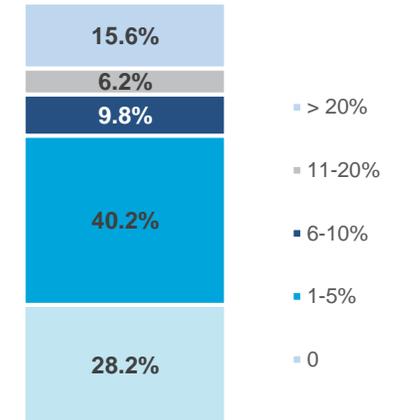
Base: 1.167

Nº empleados actual



Base: 1.167

Proporción empleados I+D+i



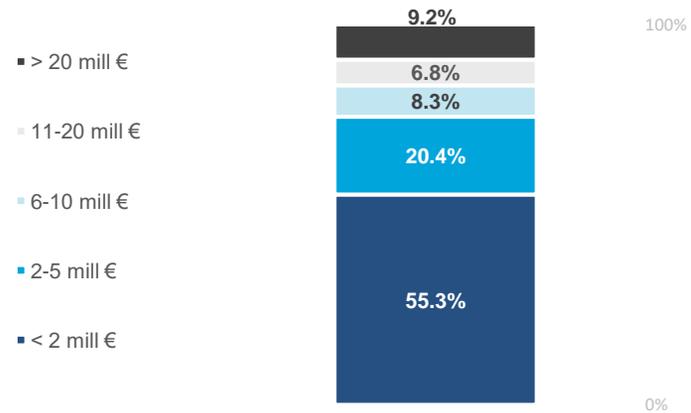
Base: 1.167

Nº TRABAJADORES CONSTITUCIÓN EMPRESA

		Ninguno	Entre 1 y 9	Entre 10 y 49	Entre 50 y 249	Entre 250 y 499	500 o más
Nº TRABAJADORES ACTUAL	< 10	82	954	107	22	1	1
	10 - 49	67	505	7	1	0	0
	50 - 250	11	340	55	1	0	0
		5	94	33	14	1	0
	> 500	0	15	13	6	0	1

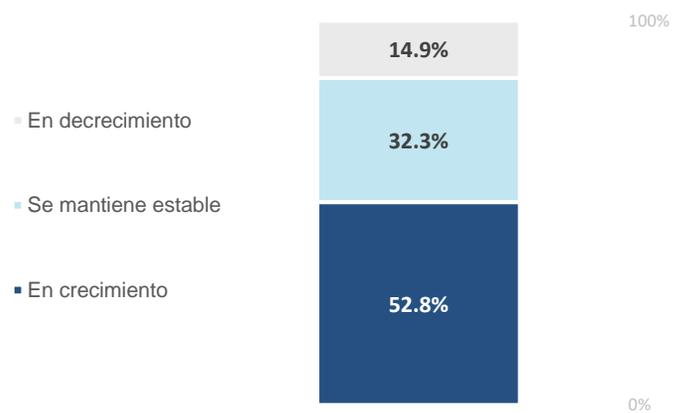
Nota: distribución de muestra después de ponderación

Facturación actual



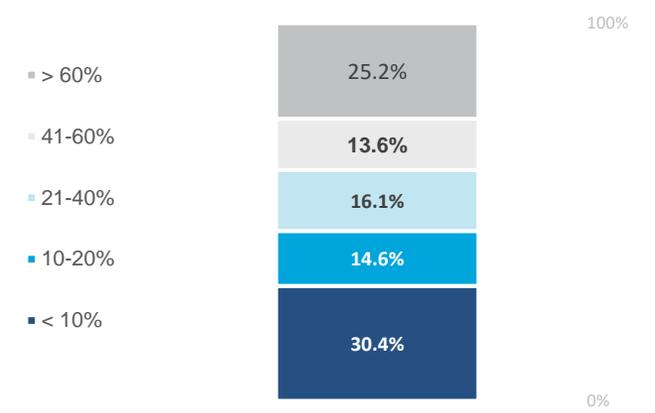
Base: 1.167

Evolución de la facturación últimos 3 años



Base: 1.167

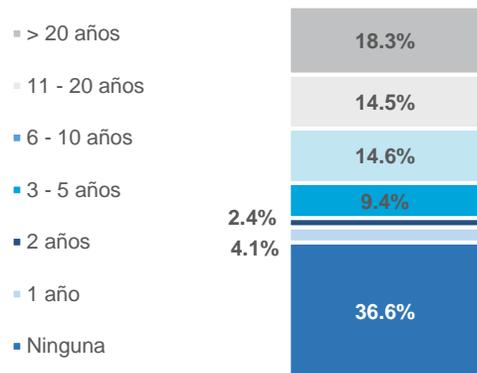
Cuota exportación sobre facturación



Base: 929

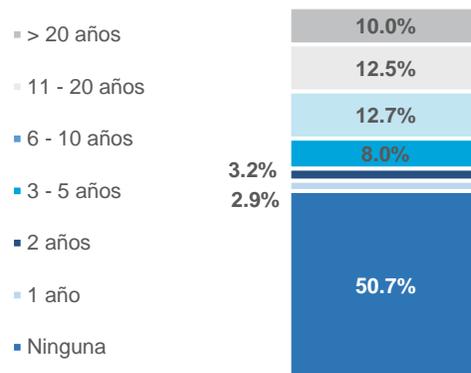
Nota: Solo empresas que realizan exportación de bienes y/o servicios (empresas con experiencia internacional).

Experiencia exportadora de bienes



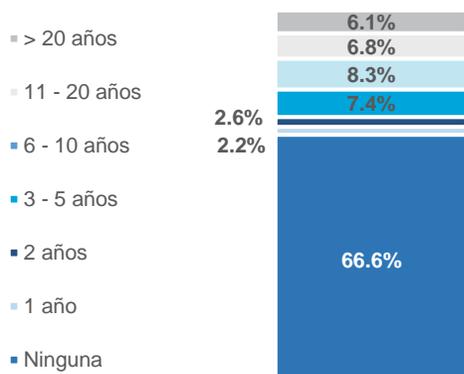
Base: 1167

Experiencia exportadora de servicios



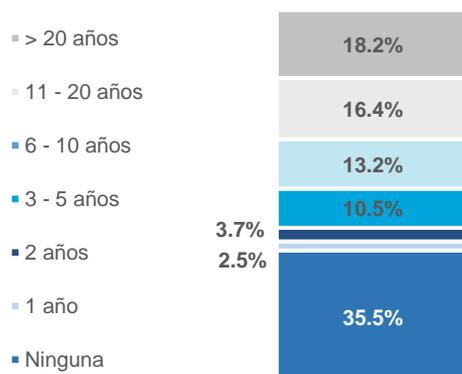
Base: 1167

Experiencia inversión exterior



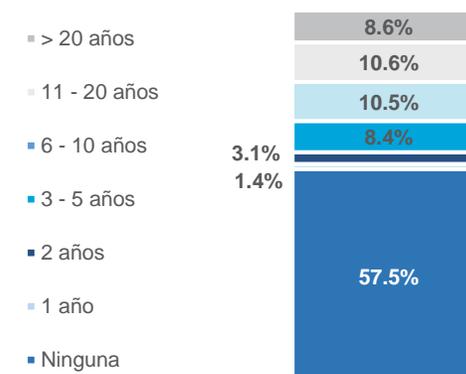
Base: 929

Experiencia importadora de bienes



Base: 929

Experiencia importadora de servicios



Base: 929

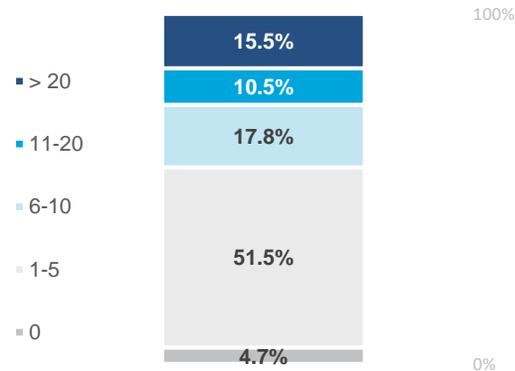
Nota: distribución de muestra después de ponderación

Nota: Solo empresas que realizan exportación de bienes y/o servicios (empresas con experiencia internacional).

Muestra: Internacionalización

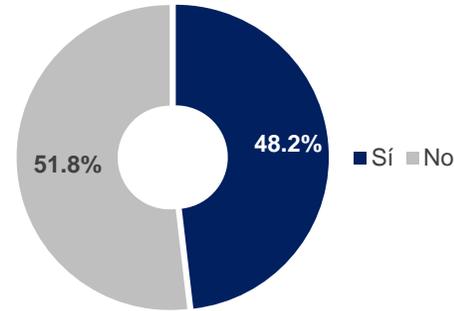
Empresas con experiencia internacional

Nº de países en los que vende regularmente



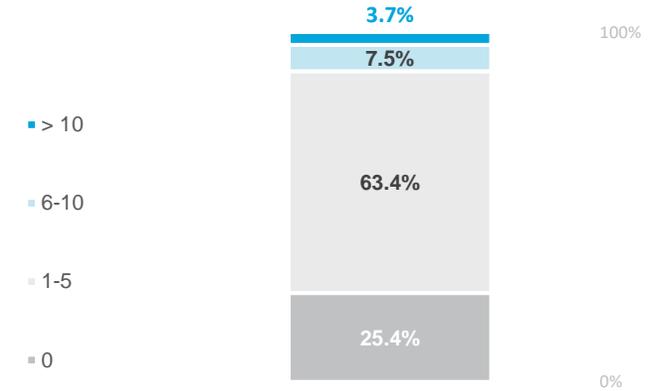
Base: 929

Venta nuevos bienes y servicios



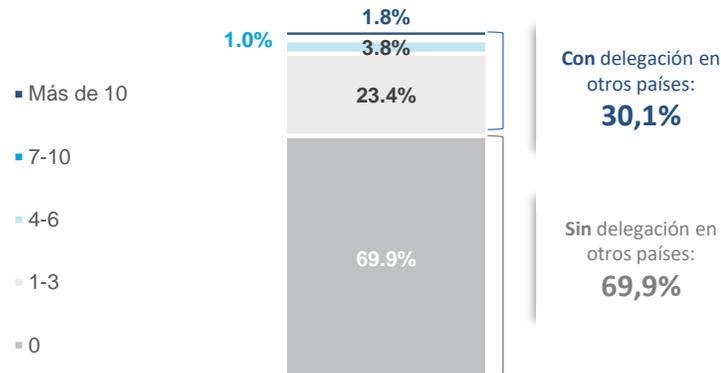
Base: 929

Nº de países nuevos



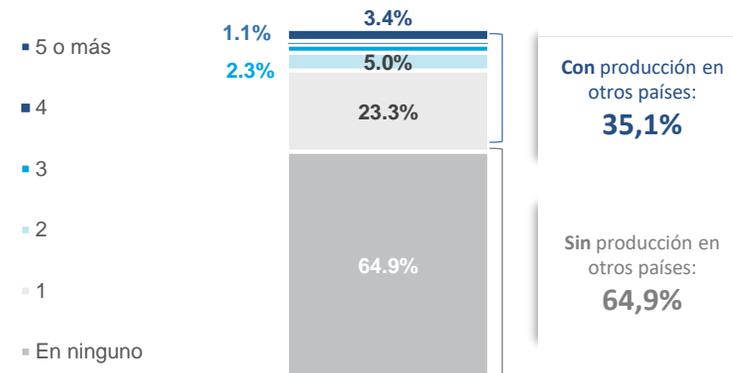
Base: 929

Países con delegación comercial



Base: 929

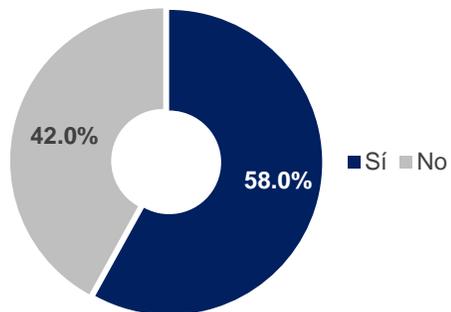
Países donde está implantada productivamente



Base: 929

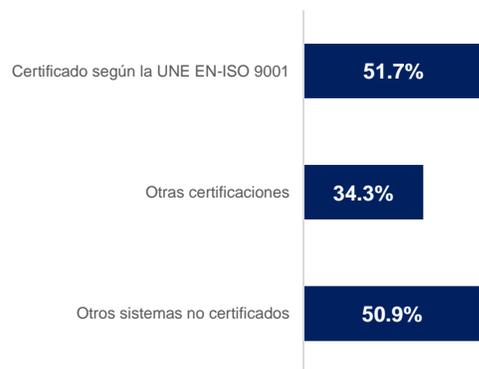
Nota: distribución de muestra después de ponderación

Dispone de sistemas de gestión de **calidad**



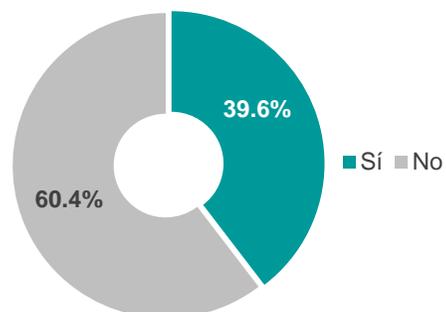
Base: 1167

¿Cuáles?



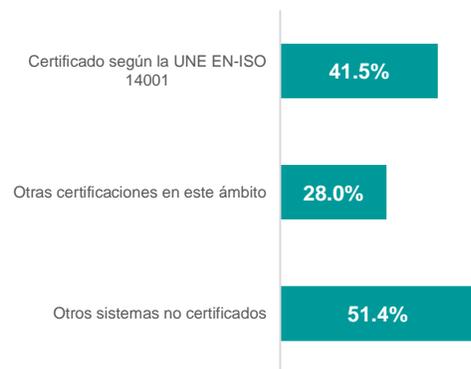
Base: 677

Dispone de sistemas de gestión **medioambiental**



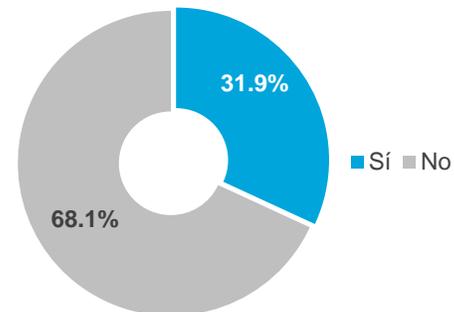
Base: 1167

¿Cuáles?



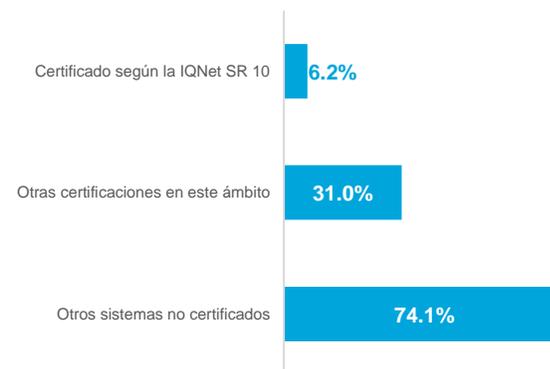
Base: 463

Dispone de sistemas de gestión de **responsabilidad social**



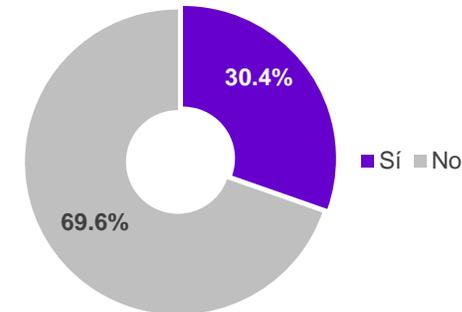
Base: 1167

¿Cuáles?



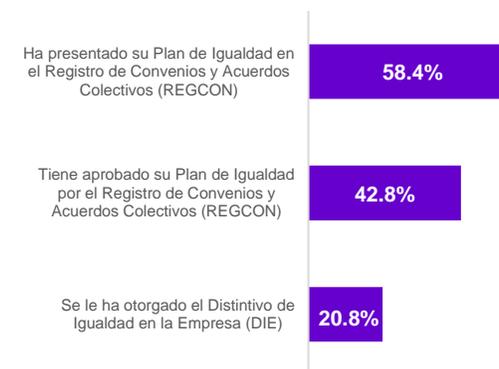
Base: 372

Dispone de **plan de igualdad**



Base: 1167

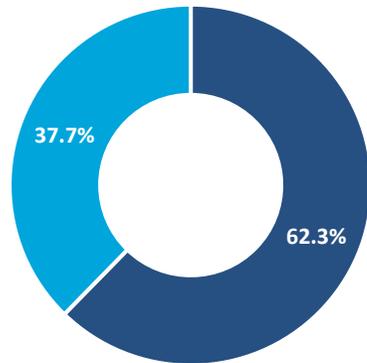
¿Cuáles?



Base: 355

Nota: distribución de muestra después de ponderación

Venta online

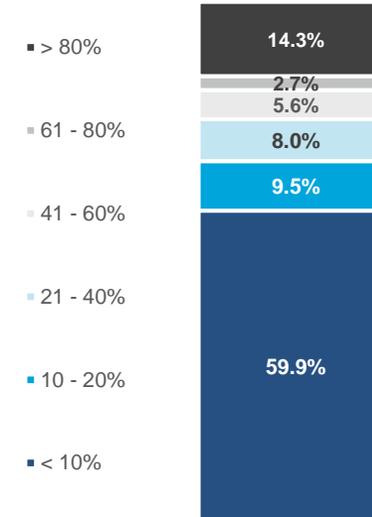


- Sin venta online
- Con venta online

Base: 1167

Con venta online:
37,7%

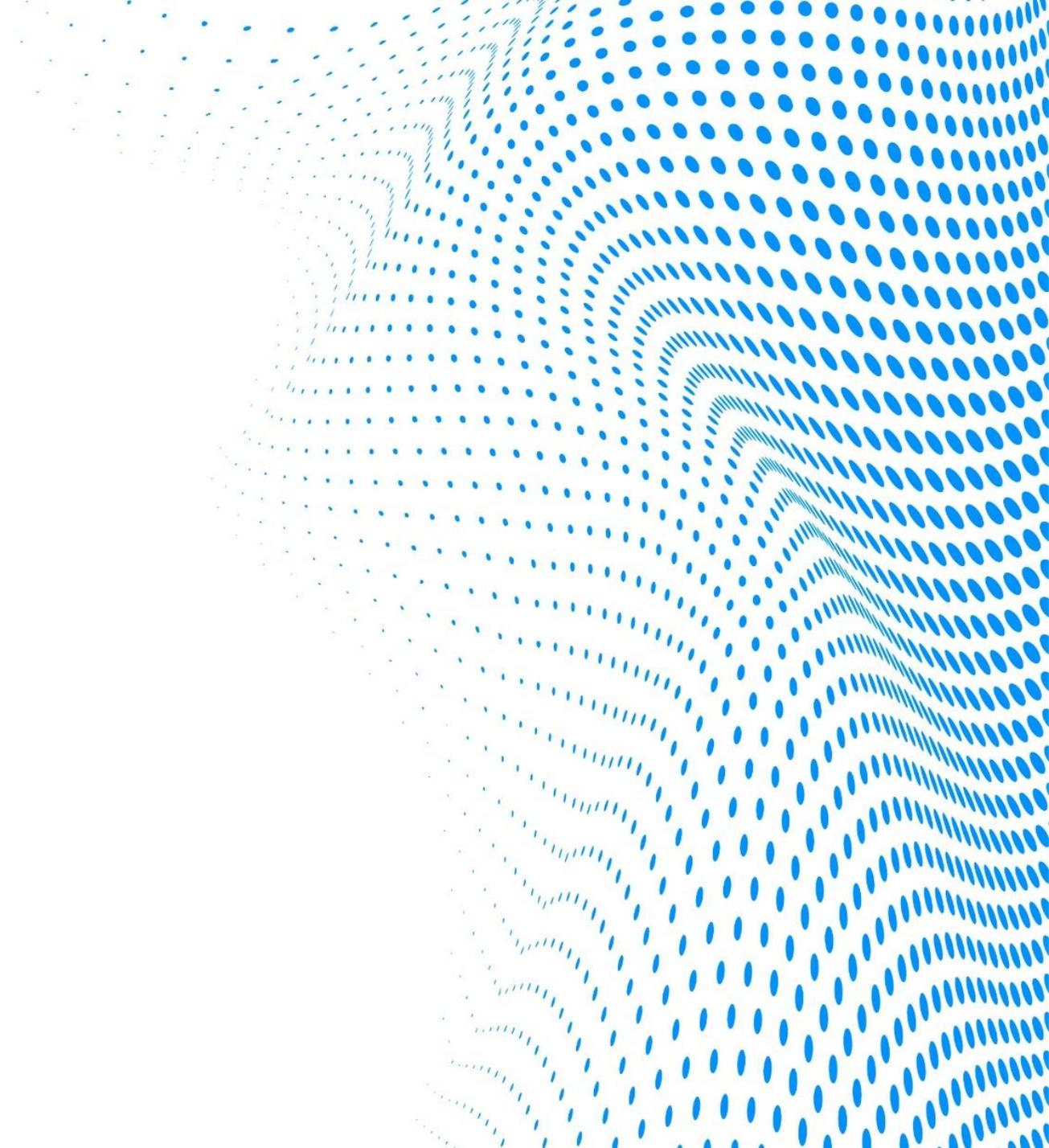
Cuota venta online



Base: 441

Nota: distribución de muestra después de ponderación

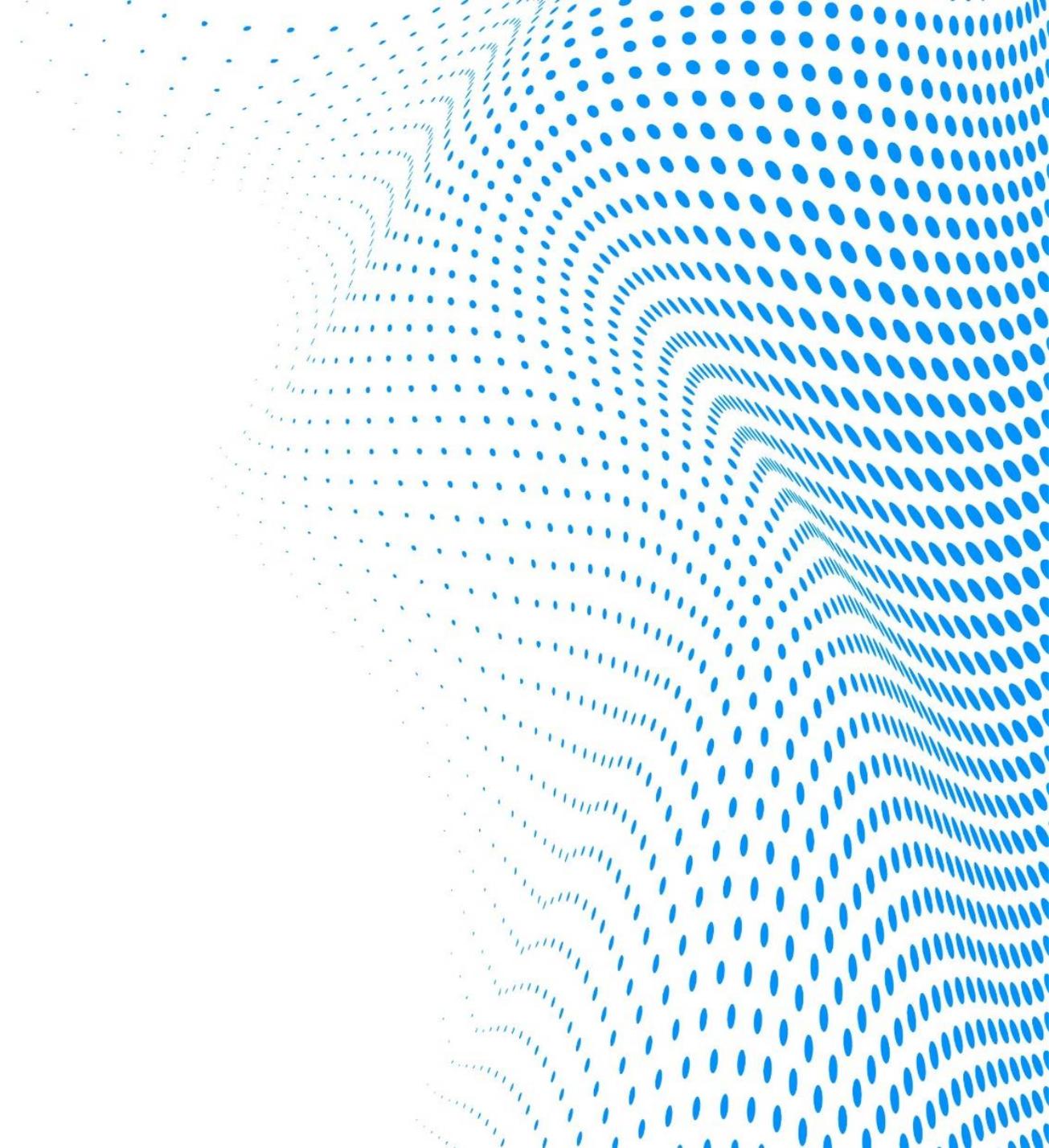
Descripción clústeres empresas



CLÚSTER	ETIQUETA	DESCRIPCIÓN
TIPO 1 <i>Base: 209</i>	Pequeñas empresas con presencia internacional moderada	<p>Predominan en este grupo las pequeñas empresas, ya consolidadas, con presencia, también consolidada, en mercados internacionales. Aunque hay excepciones, exportan por lo general a pocos mercados y la participación de las exportaciones en su facturación es media o baja. En términos generales se trata de empresas estables o en crecimiento, con productividad media-alta, un nivel intermedio de introducción de normas de calidad, que no destacan en desarrollo de marca ni en dedicación de recursos a I+D.</p>
TIPO 2 <i>Base: 114</i>	Pequeñas empresas con presencia internacional fuerte	<p>Predominan en este grupo las pequeñas empresas, ya consolidadas, con presencia, también consolidada, en mercados internacionales, con frecuencia en muchos mercados, y con un peso importante de las empresas para las que la participación de las exportaciones en la facturación es elevada. En términos generales se trata de empresas en crecimiento, con productividad alta, un mayor nivel de introducción de normas de calidad, así como de desarrollo de marca que otras pequeñas empresas, aunque no destacan en dedicación de recursos a I+D.</p>
TIPO 3 <i>Base: 390</i>	Pequeñas empresas con presencia internacional baja	<p>Predominan en este grupo las pequeñas empresas, ya consolidadas. Casi todas tiene experiencia en mercados internacionales, aunque menos dilatada que otras pequeñas empresas. Por lo general se limitan a pocos mercados y la participación de las exportaciones en la facturación es baja. En términos generales se trata de empresas estables o en crecimiento, con productividad media-baja o baja, un nivel más reducido que otras pequeñas empresas de introducción de normas de calidad, así como de desarrollo de marca. Tampoco destacan en dedicación de recursos a I+D.</p>
TIPO 4 <i>Base: 23</i>	Medianas con presencia internacional moderada	<p>Grupo con predominio de empresas medianas ya consolidadas. La experiencia en los mercados internacionales suele ser amplia. En comparación con otras empresas medianas o grandes hay mayor frecuencia de empresas que atienden pocos mercados y para las que el peso de la exportación en la facturación es reducido, aunque dentro del grupo se recoge una gran diversidad de situaciones. Se trata de empresas en crecimiento o estables, con un nivel de productividad medio. En aspectos organizativos, es frecuente la introducción de normas de calidad, el desarrollo de múltiples marcas y la integración de empresas participadas en el grupo. La dedicación de recursos humanos a actividades de I+D es en general moderada.</p>
TIPO 5 <i>Base: 88</i>	Medianas y grandes con presencia internacional fuerte	<p>Grupo en el que conviven empresas medianas y algunas grandes, ya consolidadas. La presencia en los mercados internacionales es amplia y destacan, frente a otros grupos, la frecuencia con que las empresas atienden muchos mercados y la importancia de la exportación en su facturación. Dominan las empresas en crecimiento, con muy pocas empresas en decrecimiento. Su productividad tiende a ser alta. También es frecuente la introducción de normas de calidad, el porcentaje de empresas que apuestan por desarrollar numerosas marcas es el más elevado de todos los grupos y hay un porcentaje algo superior de empresas que dedican más recursos humanos a I+D.</p>

CLÚSTER	ETIQUETA	DESCRIPCIÓN
TIPO 6 <i>Base: 238</i>	Microempresas sin experiencia internacional	<p>Grupo constituido por microempresas dedicadas esencialmente al mercado doméstico. Dominan las empresas estables o en crecimiento y de productividad media-baja o baja. No suelen adoptar políticas de calidad y no desarrollan marcas. La dedicación a I+D es reducida.</p>
TIPO 7 <i>Base: 19</i>	Microempresas sin estrategia internacional	<p>Grupo constituido por microempresas que bien se han iniciado recientemente en el mercado internacional, bien no consiguen mantener relaciones estables con sus clientes en el exterior. Dominan las empresas estables y de productividad media-baja o baja. No suelen adoptar políticas de calidad y no desarrollan marcas.</p>
TIPO 8 <i>Base: 87</i>	Microempresas enigma (otras microempresas)	<p>Grupo, esencialmente de microempresas, muy heterogéneo. Son empresas más jóvenes que en otros grupos. Conviven empresas con nula o reducida experiencia y proyección exterior con otras de experiencia amplia, algunas orientadas a múltiples mercados y para las que las exportaciones pueden llegar a ser una parte muy significativa de la facturación. Son empresas estables o en crecimiento y no se conoce su nivel de productividad. No suelen adoptar normas de calidad ni se observa una política clara de desarrollo de marcas. Aunque muchas empresas no desarrollan actividades de I+D o dedican pocos recursos humanos a esta actividad, hay un grupo reducido que dedica un porcentaje elevado de recursos. Aunque, como en los demás grupos, dominan las empresas que no realizan ventas on line o para las que éstas tienen una importancia reducida, es el colectivo donde hay un mayor porcentaje de empresas para las que ésta es la vía principal de venta.</p>

Comparación entre muestras de 2024 y 2023



Comparación entre muestras 2024 y 2023 (clúster)

- ✓ Hemos diseñado la muestra de forma que hubiera un grupo de empresas que fuera representativo tanto del universo de 2023 como del universo de 2024, con el fin de estar en posición de estimar en qué grado ha habido cambios en las valoraciones individuales durante el último año.
- ✓ A continuación, mostramos la distribución de este grupo de empresas que ha contestado tanto en 2023 como en el año en curso.

Tipo de empresa	Universo	Muestra	Proporción sobre universo	Base ponderada
Pequeñas empresas con presencia internacional moderada	250	87	34,80%	69
Pequeñas empresas con presencia internacional fuerte	132	49	37,12%	37
Pequeñas empresas con presencia internacional baja	355	109	30,70%	100
Medianas con presencia internacional moderada	53	17	32,08%	12
Medianas y grandes con presencia internacional fuerte	114	31	27,19%	23
Microempresas sin experiencia internacional	317	75	23,66%	90
Microempresas sin estrategia internacional	26	6	23,08%	6
Microempresas enigma (otras microempresas)	261	68	26,05%	64
Microempresas con experiencia internacional	147	42	28,57%	42
TOTAL	1655	484	29,24%	444
Proporción de muestra total		39,67%		38,03%

Nota: La clasificación de empresas corresponde a la muestra de 2023. El tipo "microempresa con experiencia internacional" no aparece en 2024. Las empresas que estaban en este estado en 2023 han evolucionado en 2024 hacia empresas pequeñas con presencia internacional baja.

Comparación entre muestras 2024 y 2023 (general)

- ✓ Mostramos aquellos aspectos donde la diferencia en la probabilidad de marcarlo entre 2024 y 2023 es significativa y representativa. Tomamos como criterio de significatividad un nivel de confianza del 90%. Como criterio de representatividad, hemos tomado que el intervalo de confianza de la diferencia esté con claridad por encima del 2% en valor absoluto.
- ✓ Han aumentado tanto las empresas sin características claras, así como la utilidad del apoyo de ICEX para la entrada en nuevos mercados. Aumentan quienes consideran la firma de acuerdos de inversiones con terceros países como área prioritaria de actuación pero disminuyen quienes consideran la promoción del aprendizaje de lenguas extranjeras en España como área prioritaria.

BLOQUE	ASPECTO	Estimación	IC 90%	
			Limite Inferior	Limite Superior
CARACTERÍSTICAS	Dif_Ninguna	4,71%	[2,23%	7,20%]
UTILIDAD ICEX	Dif_El apoyo de ICEX ha permitido entrar en nuevos mercados	7,53%	[4,32%	10,74%]
AREAS PRIORITARIAS	Dif_Firma de nuevos acuerdos de inversiones con terceros países	11,51%	[4,49%	18,53%]
AREAS PRIORITARIAS	Dif_Promoción del aprendizaje de lenguas extranjeras en España	-12,17%	[-21,29%	-3,06%]

Criterios de significación destacados en los resultados de la evaluación:

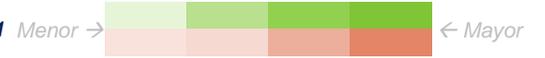
- ✓ Hemos llevado a cabo el test HSD (honestly-significant difference) de Tukey para comparaciones múltiples de medias, que devuelve para qué tipos de empresa la diferencia en la valoración de un año al siguiente puede considerarse distinta.
- ✓ La interpretación de los gráficos debe hacerse de acuerdo con el siguiente código:
 - ▲ Incremento en la probabilidad de marcar la opción para este tipo de empresa
 - ▼ Disminución en la probabilidad de marcar la opción para este tipo de empresa
- ✓ Donde no hay destacado, la diferencia en la probabilidad de marcar la opción para este tipo de empresa no es distinta de la general.
- ✓ Nivel de confianza: 90%

Comparación entre muestras 2024 y 2023 (clúster)

DIFERENCIAS

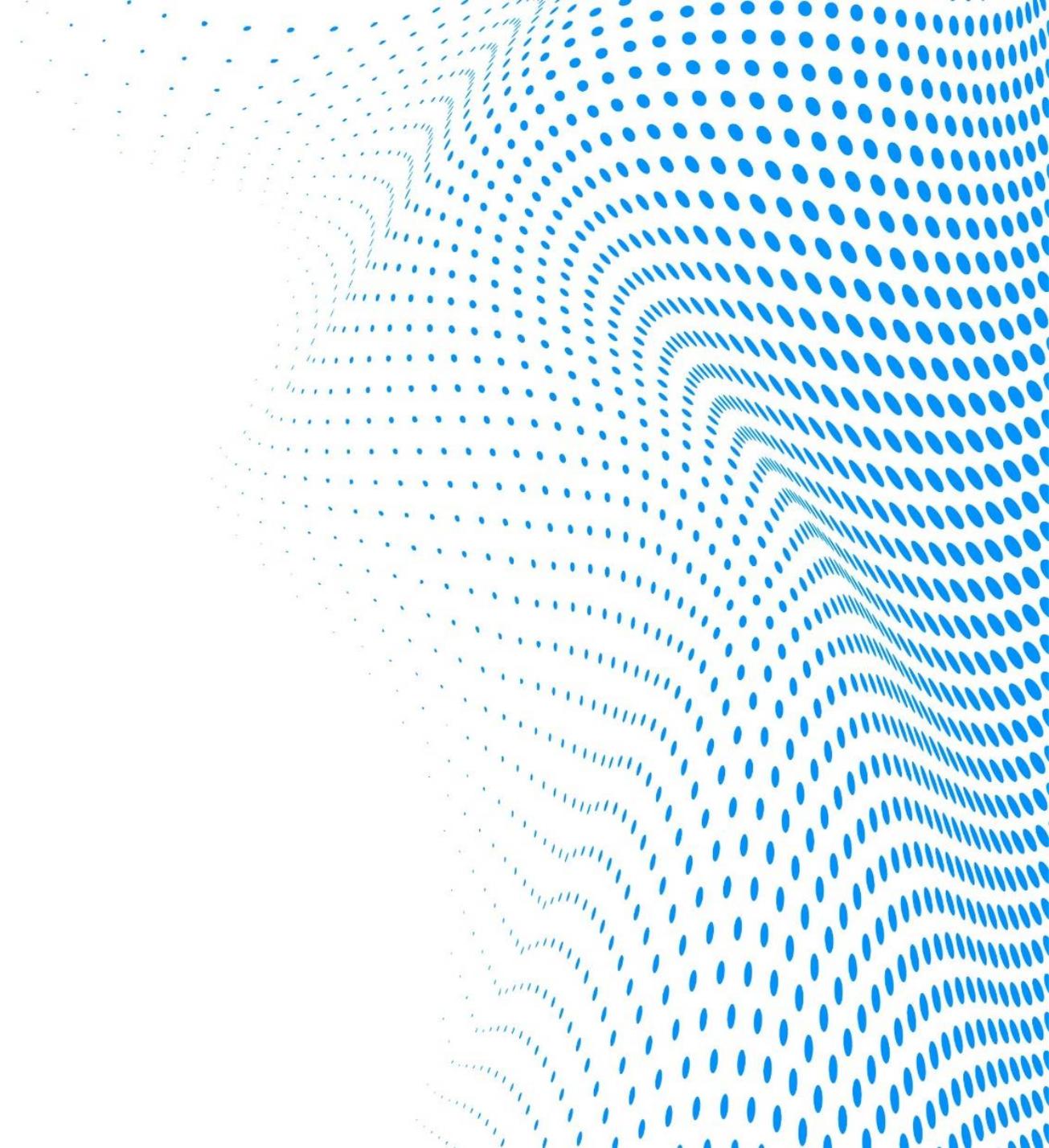
según

Diferencia entre 2023 y 2021



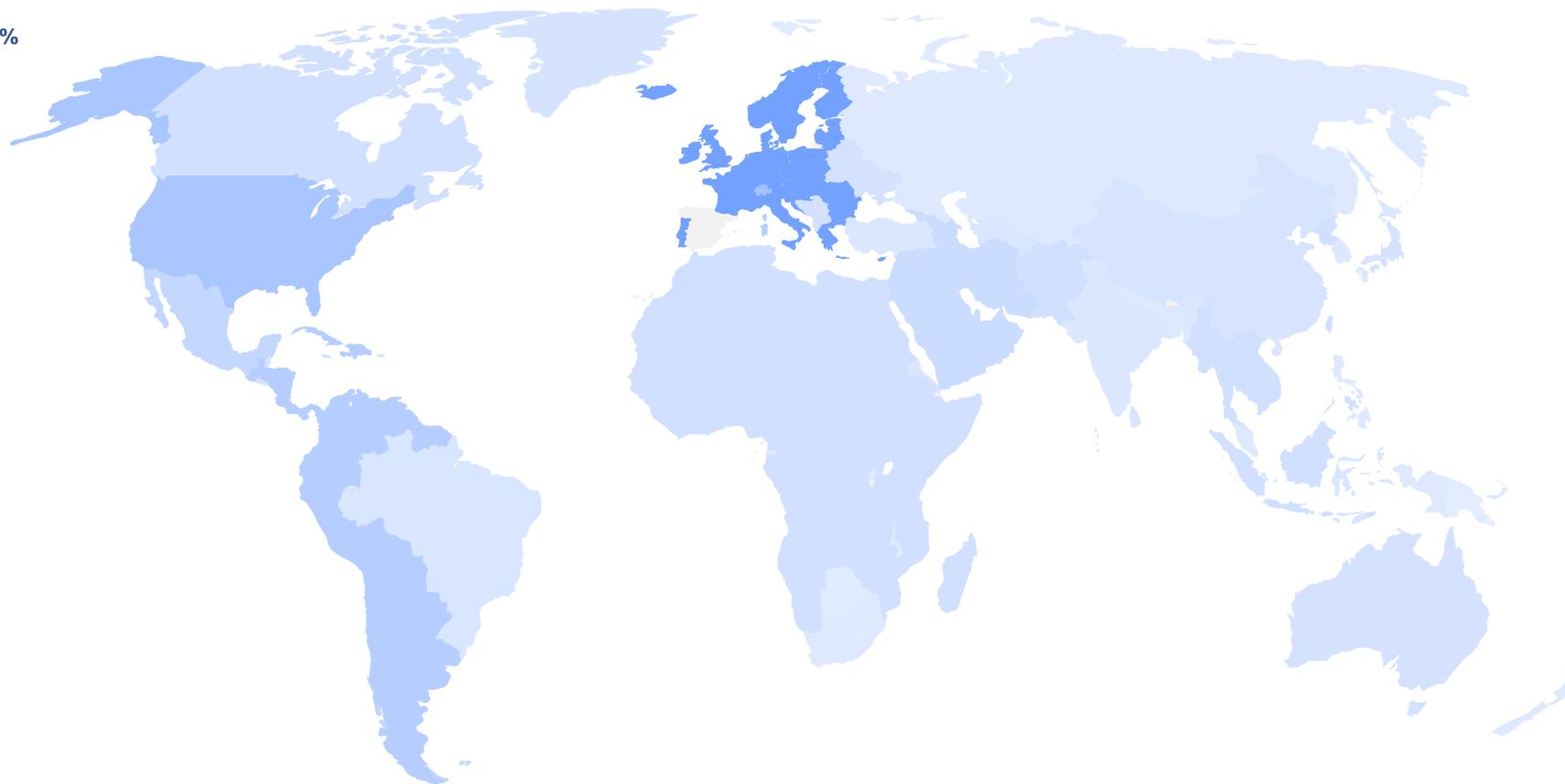
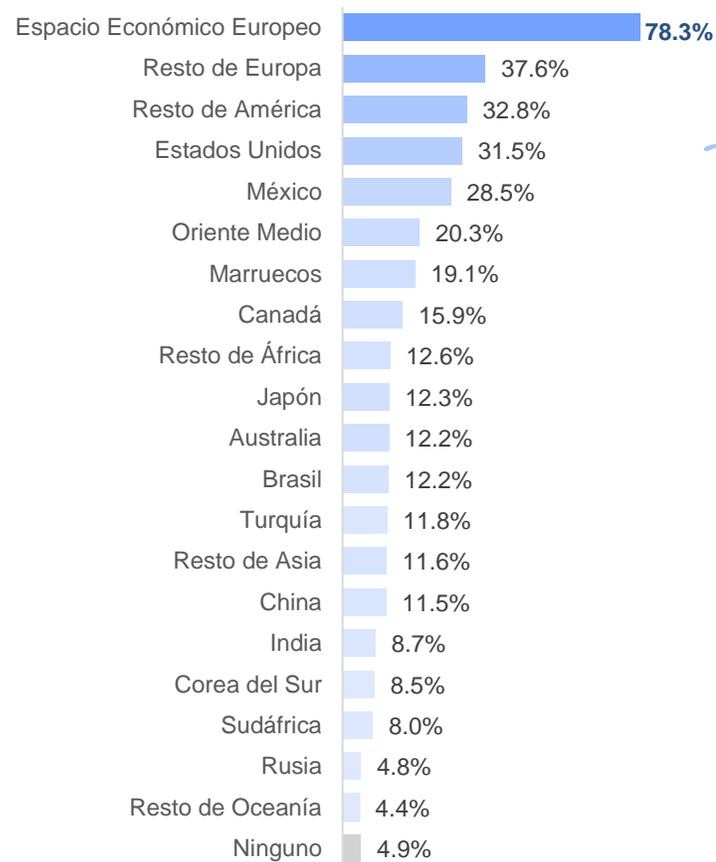
		CLÚSTER DE EMPRESA							TOTAL	
BLOQUE	ASPECTO	Pequeñas empresas con presencia internacional moderada	Pequeñas empresas con presencia internacional fuerte	Pequeñas empresas con presencia internacional baja	Medianas con presencia internacional moderada	Medianas y grandes con presencia internacional fuerte	Microempresas sin experiencia internacional	Microempresas sin estrategia internacional	Microempresas enigma (otras microempresas)	
CARACTERISTICAS	Dif_Empresas con estructura	-2,46	5,33	8,62 ▲	0,00	9,33	-5,85 ▼	15,93	0,72	2,97
	Dif_Una parte mayoritaria de su exportación es online	1,58	4,85 ▲	2,86 ▲	0,00	-4,96	-8,15 ▼	0,00	6,63	0,01
	Dif_Ninguna	0,70	-0,83	2,66	0,00	-1,18	17,55 ▲	22,31	0,00	4,71
CAUSAS	Dif_Expansión en el mercado internacional	3,87	6,47	4,44	10,47	5,71	-24,34 ▼	39,08	16,22	0,05
	Dif_Dificultad de acceso con clientes o socios en destino	5,00	8,01	11,96 ▲	-19,11	4,96	-17,90 ▼	26,46	-27,46	1,77
OBSTACULOS	Dif_Elevada inversión inicial	-0,37	-4,73	4,44	-15,47	-1,70	-8,82	54,54 ▲	-18,05	-1,09
	Dif_Selección adecuada del mercado de destino	16,54 ▲	13,55	-2,27	-4,58	-9,03	-8,95 ▼	7,22	24,06	2,16
ÉXITO	Dif_Estrategia adecuada de segmentación del mercado y diferenciación del producto	3,04	1,07	0,98	8,15	-6,03	-6,20	59,56 ▲	20,62	1,18
	Dif_Incremento de la Cooperación al Desarrollo	-0,64	-5,40	2,74	-61,09	5,51	-8,77	79,39 ▲	36,45 ▲	0,14
AREAS	Dif_Mejora de las relaciones diplomáticas entre España y terceros países	20,03	-30,84 ▼	8,80	24,54	31,14 ▲	-9,24	13,54	-8,30	4,77
	Dif_Promoción de la movilidad de los estudiantes de educación superior	5,93	-4,47	5,35	0,00	12,15	-29,68 ▼	47,80	2,18	-1,56
UTILIDAD	Dif_Simplificación de obstáculos administrativos para las empresas en España	-19,33	-15,60	13,18	12,48	0,46	-19,78	185,67 ▲	29,69	-0,37
	Dif_Acceso a contactos de potenciales clientes o socios locales en el mercado de destino	8,65	2,49	6,38	-10,47	2,69	-17,94 ▼	81,00 ▲	8,55	2,13
UTILIDAD	Dif_Apoyo para identificar/acceso a contactos de potenciales proveedores extranjeros	-7,12	1,40	9,39	4,08	10,84	-17,23 ▼	65,07 ▲	12,03	1,08
	Dif_Apoyo en acciones de promoción	2,12	5,83	5,61	-0,42	18,85	-13,24 ▼	65,07 ▲	14,91	3,47
UTILIDAD	Dif_Apoyo específico para integrarse en una cadena de valor global	5,58	-3,55	2,57	-10,90	-6,66	-8,00	57,85 ▲	-11,88	-0,34
	Dif_Apoyo a la inversión en el exterior	-3,24	-6,85	6,92	-15,47	6,31	-10,08	86,46 ▲	-12,46	0,13
UTILIDAD	Dif_Apoyo logístico en destino	-1,50	-2,70	3,12	11,25	-6,52	-12,53	75,55 ▲	-16,54	-1,67
	Dif_Cobertura de riesgos asociados al comercio internacional	2,77	10,52	3,21	-3,94	-2,20	-10,49 ▼	54,60 ▲	-16,24 ▼	0,68
UTILIDAD	Dif_Acceso a diversas fuentes de financiación	1,53	-1,56	6,71	-5,48	7,95	-23,13 ▼	81,00 ▲	0,53	-0,32
	Dif_Información general sobre el mercado de destino	5,14	2,38	-0,54	-20,47	11,05	-8,00	81,00 ▲	9,27	1,53
UTILIDAD	Dif_Información especializada sobre mi sector en el mercado de destino	3,68	4,00	9,03	-1,46	9,72	-14,98 ▼	75,55 ▲	7,32	3,51
	Dif_Apoyo en licitaciones internacionales	-1,72	1,15	11,72 ▲	10,53	7,45	-11,83 ▼	49,14 ▲	-4,11	2,99

Caracterización



El **principal destino de exportación** de las empresas es el **Espacio Económico Europeo**. Más de 3 de cada 4 empresas han exportado a destinos dentro de este espacio durante el año **2023**.

Destinos de exportación



Base: 929

Marque todos aquellos destinos a los que haya exportado en 2023

Probabilidad de que exporten a:

Probabilidad condicionada: 0 → ← 1

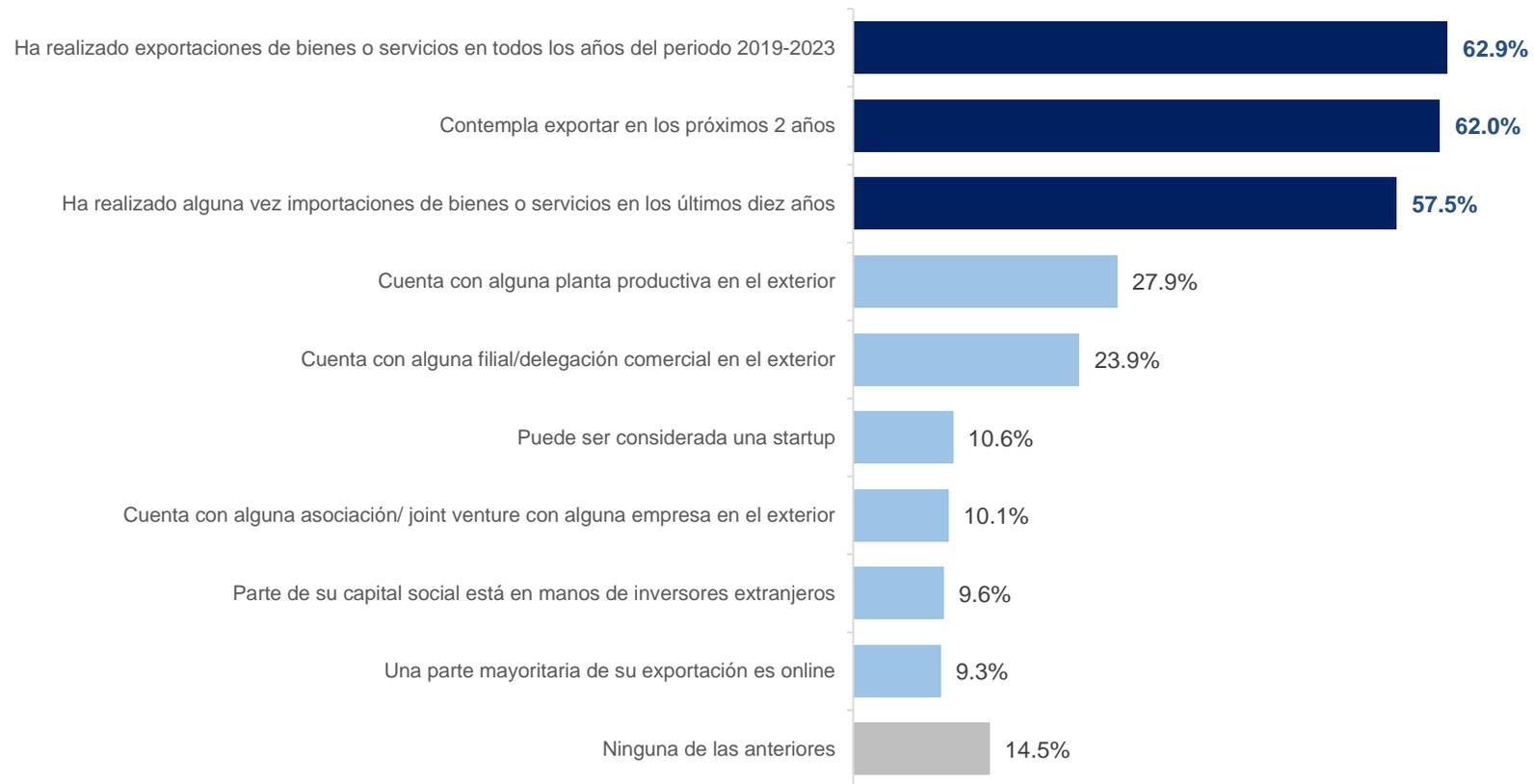
Condicionada a que exporten a:

	Australia	Brasil	Canadá	China (sin Hong Kong)	Corea del Sur	Espacio Económico Europeo	Estados Unidos	India	Japón	Marruecos	México	Oriente Medio	Resto de África	Resto de América	Resto de Asia	Resto de Europa	Resto de Oceanía	Rusia	Sudáfrica	Turquía
Australia		38,9%	61,0%	36,5%	32,5%	94,9%	83,0%	35,8%	48,8%	44,8%	66,0%	57,5%	35,3%	63,0%	43,8%	81,6%	28,0%	20,5%	37,8%	46,6%
Brasil	39,1%		42,0%	34,5%	30,8%	94,6%	64,5%	32,8%	35,9%	34,2%	71,5%	41,9%	23,3%	62,1%	31,6%	64,8%	17,2%	11,7%	32,2%	40,3%
Canadá	47,1%	32,2%		32,7%	32,4%	93,6%	87,5%	27,4%	46,8%	31,4%	55,3%	48,1%	26,3%	49,7%	30,0%	75,5%	16,9%	13,8%	25,1%	31,6%
China (sin Hong Kong)	38,7%	36,4%	45,0%		43,0%	90,1%	74,2%	37,9%	51,6%	36,1%	58,9%	45,5%	25,7%	54,1%	37,0%	69,8%	17,2%	18,2%	25,6%	41,5%
Corea del Sur	47,0%	44,4%	60,9%	58,7%		90,1%	78,1%	40,0%	67,7%	37,4%	63,8%	62,0%	22,6%	54,7%	39,5%	78,8%	23,3%	18,5%	36,6%	45,2%
Espacio Económico Europeo	14,8%	14,7%	19,0%	13,3%	9,7%		36,0%	10,8%	15,0%	21,0%	30,7%	22,8%	13,4%	34,3%	13,6%	40,9%	5,7%	6,0%	8,8%	13,9%
Estados Unidos	32,2%	24,9%	44,1%	27,2%	20,9%	89,5%		21,5%	32,3%	25,2%	47,0%	37,4%	18,5%	45,8%	23,1%	61,0%	10,5%	10,8%	17,7%	23,7%
India	50,5%	45,9%	50,0%	50,4%	38,9%	97,6%	78,0%		51,2%	56,8%	69,1%	66,8%	36,9%	61,0%	48,5%	81,6%	21,5%	19,8%	37,0%	62,5%
Japón	48,6%	35,5%	60,4%	48,5%	46,6%	95,9%	82,8%	36,2%		33,0%	56,1%	51,6%	25,1%	54,5%	37,6%	75,1%	20,3%	17,0%	27,9%	37,3%
Marruecos	28,7%	21,8%	26,1%	21,8%	16,5%	86,1%	41,6%	25,8%	21,3%		46,4%	42,6%	40,5%	52,9%	27,6%	61,4%	13,4%	8,8%	25,3%	35,1%
México	28,3%	30,5%	30,8%	23,9%	18,9%	84,3%	51,9%	21,0%	24,2%	31,0%		34,7%	21,9%	63,4%	22,8%	53,1%	11,6%	7,9%	18,8%	25,1%
Oriente Medio	34,7%	25,1%	37,6%	25,9%	25,8%	88,1%	58,0%	28,6%	31,3%	40,1%	48,7%		32,6%	52,9%	34,6%	68,6%	15,7%	11,8%	26,3%	34,3%
Resto de África	34,4%	22,5%	33,2%	23,6%	15,2%	83,3%	46,2%	25,5%	24,6%	61,5%	49,7%	52,7%		63,1%	37,0%	62,8%	14,8%	11,6%	29,9%	30,5%
Resto de América	23,5%	23,0%	24,1%	19,1%	14,1%	82,0%	44,1%	16,2%	20,5%	30,8%	55,2%	32,8%	24,2%		24,7%	50,1%	10,3%	7,7%	16,6%	20,9%
Resto de Asia	46,2%	33,1%	41,1%	36,9%	28,8%	91,9%	62,8%	36,3%	39,9%	45,4%	56,0%	60,5%	40,1%	69,7%		68,9%	19,5%	16,1%	30,0%	43,9%
Resto de Europa	26,5%	20,9%	31,8%	21,4%	17,7%	85,1%	51,1%	18,8%	24,5%	31,2%	40,2%	37,0%	21,0%	43,6%	21,2%		9,9%	11,2%	14,8%	23,8%
Resto de Oceanía	77,1%	47,1%	60,2%	44,8%	44,4%	100,0%	74,3%	42,0%	56,1%	57,7%	74,5%	71,6%	41,9%	76,0%	50,8%	83,7%		19,8%	48,0%	54,9%
Rusia	51,7%	29,5%	45,1%	43,4%	32,3%	96,8%	70,5%	35,5%	43,1%	34,8%	46,5%	49,4%	30,2%	52,2%	38,4%	87,0%	18,2%		27,0%	30,7%
Sudáfrica	57,8%	49,0%	49,8%	37,0%	38,7%	86,7%	69,6%	40,2%	42,9%	60,4%	67,2%	66,7%	47,0%	67,9%	43,6%	69,8%	26,7%	16,4%		50,1%
Turquía	48,3%	41,5%	42,5%	40,6%	32,3%	92,3%	63,2%	46,0%	38,8%	56,8%	60,6%	59,0%	32,5%	58,0%	43,1%	75,9%	20,7%	12,6%	33,9%	

Marque todos aquellos destinos a los que haya exportado en 2023

Más de 6 de cada 10 empresas encuestadas han realizado exportaciones todos los años desde 2019; y un 62% contempla también exportar en los siguientes dos años.

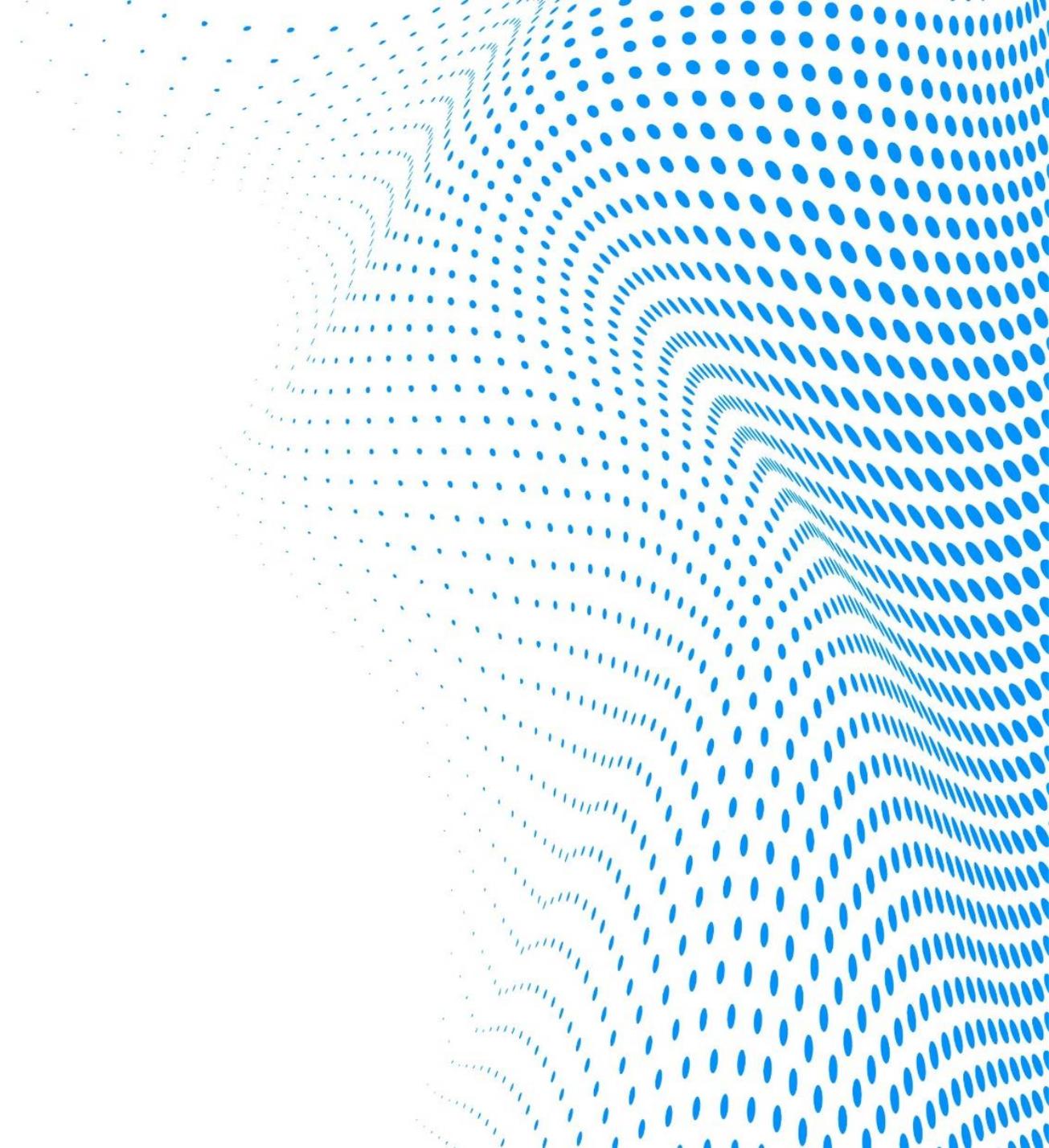
Por otro lado, el 57% señala que ha realizado alguna vez importaciones de bienes o servicios durante los últimos diez años.



Base: 1167

Marque todas aquellas afirmaciones que se correspondan con su empresa

Internacionalización

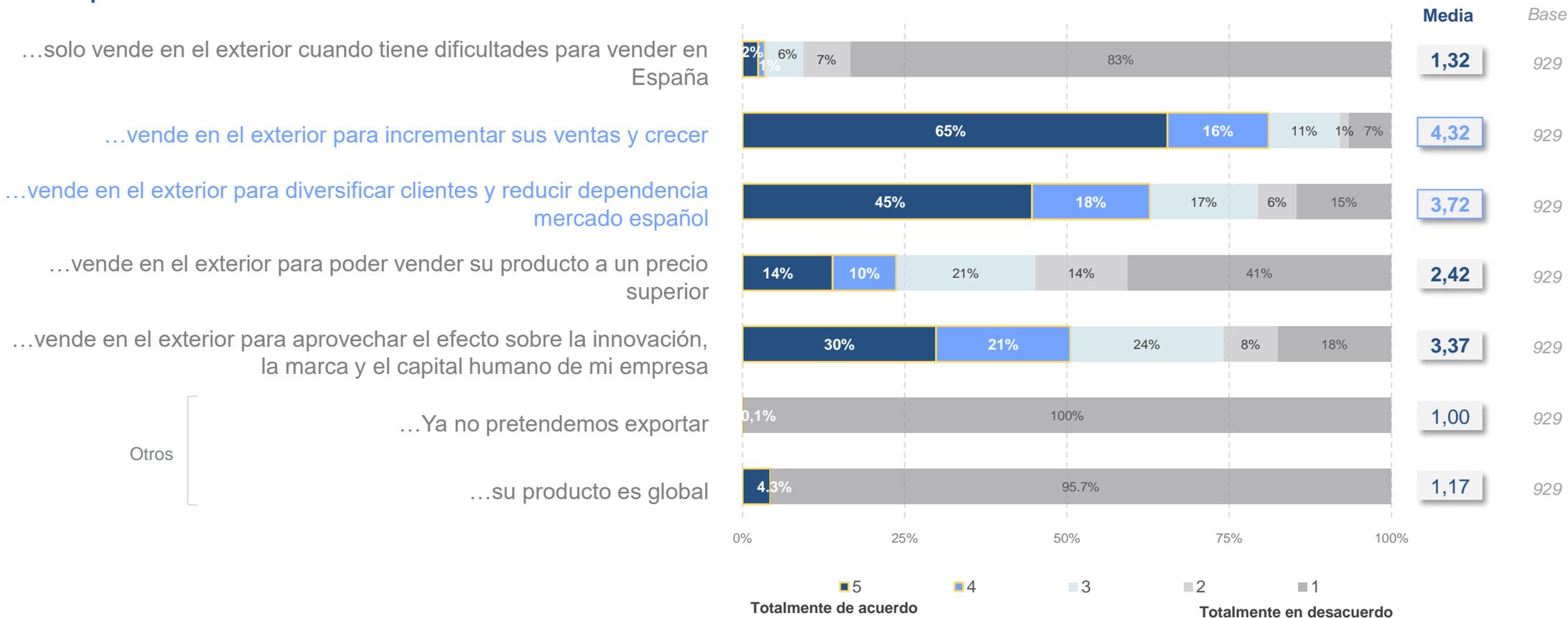


Incrementar las ventas y crecer es el **principal objetivo** de vender en el exterior, con un **81% de elevado acuerdo**.

Un **63%** también vende en el exterior para **diversificar su cartera de clientes** y reducir así la dependencia del mercado español.

Mi empresa...

Objetivos y vocación internacional

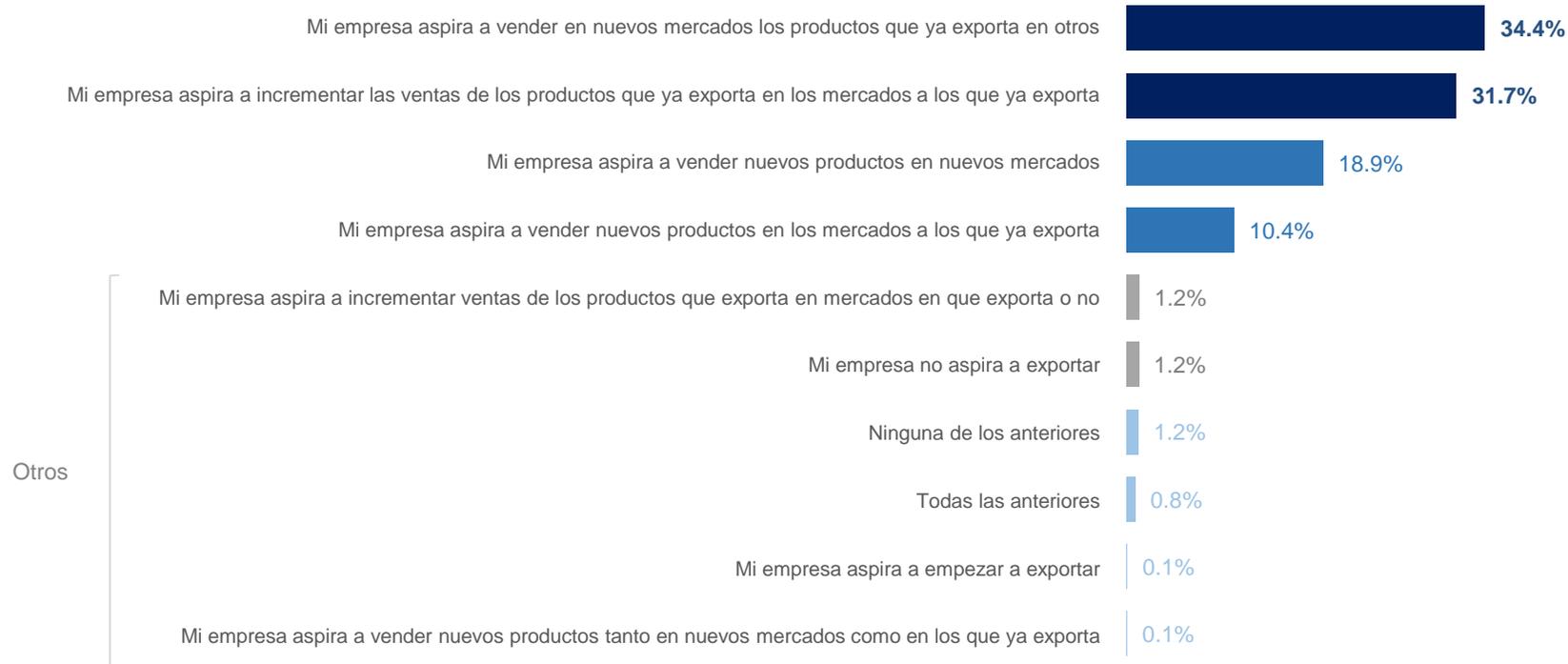


Valore del 1 al 5 su grado de conformidad con las siguientes afirmaciones referidas a los objetivos y la vocación internacional de su empresa

Más de **3 de cada 10 empresas aspiran a vender en nuevos mercados los productos que ya exportan** en otros. Otro tanto **aspira a incrementar las ventas de productos que ya exporta en mercados en los que ya exporta**.

Para un **19%** la estrategia de internacionalización consiste en **vender nuevos productos en nuevos mercados**.

Estrategias de internacionalización



Base: 929

Marque la estrategia de internacionalización que más se adapte a su empresa

El **principal obstáculo** a la hora de salir a un nuevo mercado o lanzar un nuevo producto al exterior **para más de la mitad de las empresas** encuestadas es la **dificultad para contactar con los potenciales clientes, distribuidores o socios** en el país de destino.

En torno a **1 de cada 4 empresas** también mencionan la **dificultad de acceso a la información**, las **dificultades logísticas** y costes de transporte o la **inversión inicial elevada**.

Principales obstáculos a la internacionalización



Base: 929

Marque los principales (máximo tres) obstáculos a la hora de salir a un nuevo mercado o de lanzar un nuevo producto en el exterior

Probabilidad de un obstáculo:

Probabilidad condicionada: 0 →  ← 1

Condicionada a que encuentren otro:

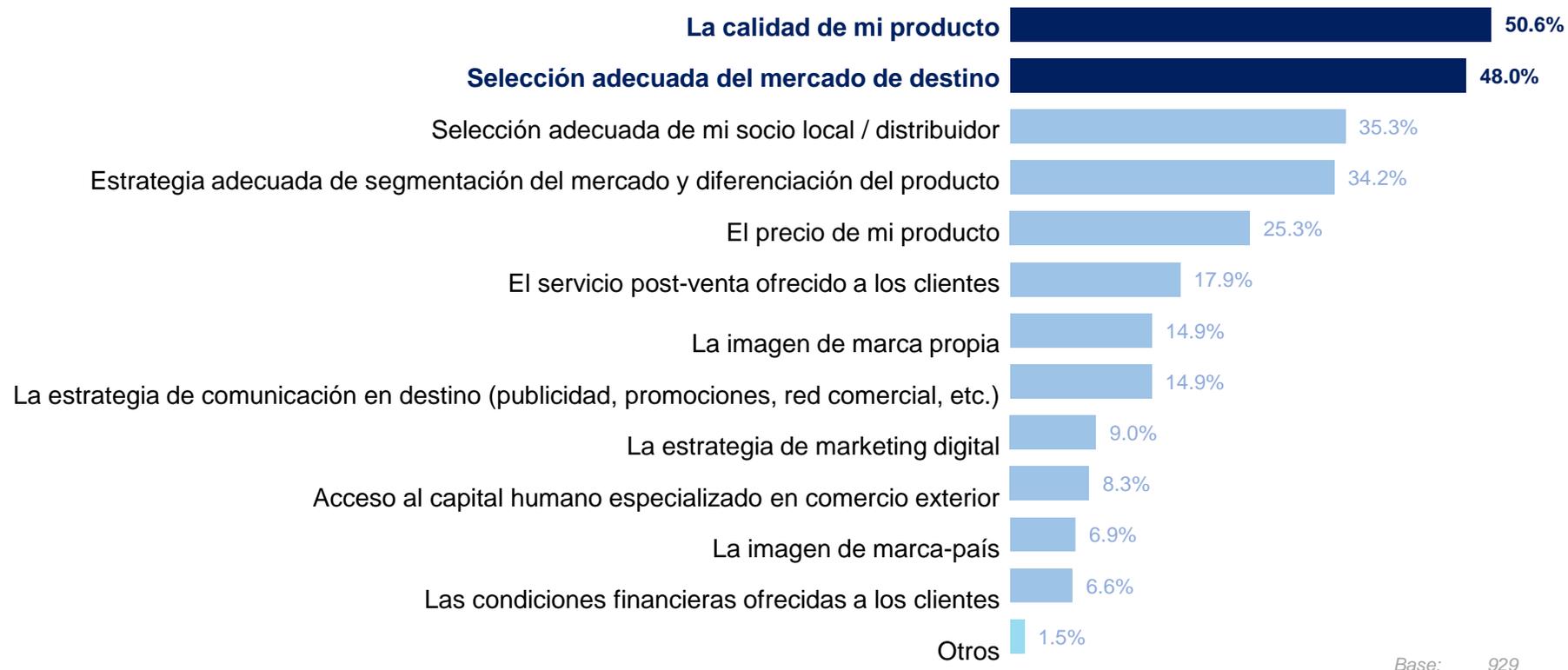
	Dificultad de acceso a la información necesaria	Dificultad para estimar los costes y beneficios de salir al exterior	La inversión inicial que requiere salir al exterior es demasiado elevada	Dificultad de acceso a los recursos financieros necesarios	Carencia del capital humano especializado en el seno de mi empresa	Dificultad para encontrar profesionales especializados en el mercado de trabajo	Existencia de fuertes barreras arancelarias	Existencia de fuertes barreras no arancelarias (normativas, etc.)	Dificultad de contactar con los potenciales clientes / distribuidores / socios en destino	Dificultades logísticas y/o costes de transporte	Otros
Dificultad de acceso a la información necesaria		20,7%	18,1%	12,2%	13,1%	15,6%	9,3%	14,3%	50,2%	15,2%	1,7%
Dificultad para estimar los costes y beneficios de salir al exterior	31,0%		26,6%	25,9%	11,4%	10,8%	9,5%	13,3%	31,6%	18,4%	0,0%
La inversión inicial que requiere salir al exterior es demasiado elevada	18,2%	17,8%		38,6%	16,9%	16,1%	3,4%	10,2%	45,3%	8,9%	0,8%
Dificultad de acceso a los recursos financieros necesarios	14,5%	20,5%	45,5%		14,5%	12,5%	5,0%	11,0%	43,5%	11,0%	1,5%
Carencia del capital humano especializado en el seno de mi empresa	20,3%	11,8%	26,1%	19,0%		30,7%	1,3%	5,2%	45,8%	16,3%	0,0%
Dificultad para encontrar profesionales especializados en el mercado de trabajo	19,2%	8,8%	19,7%	13,0%	24,4%		6,2%	11,9%	41,5%	18,7%	1,0%
Existencia de fuertes barreras arancelarias	17,7%	12,1%	6,5%	8,1%	1,6%	9,7%		42,7%	38,7%	37,9%	1,6%
Existencia de fuertes barreras no arancelarias (normativas, etc.)	17,9%	11,1%	12,6%	11,6%	4,2%	12,1%	27,9%		42,1%	34,2%	2,1%
Dificultad de contactar con los potenciales clientes / distribuidores / socios en destino	24,3%	10,2%	21,9%	17,8%	14,3%	16,4%	9,8%	16,4%		22,1%	1,8%
Dificultades logísticas y/o costes de transporte	15,2%	12,2%	8,9%	9,3%	10,5%	15,2%	19,8%	27,4%	45,6%		1,3%
Otros	10,8%	0,0%	5,4%	8,1%	0,0%	5,4%	5,4%	10,8%	24,3%	8,1%	

Marque los principales (máximo tres) obstáculos a la hora de salir a un nuevo mercado o de lanzar un nuevo producto en el exterior

Cerca de la **mitad de las empresas** encuestadas siguen considerando que la **calidad del producto y la selección adecuada** del mercado de **destino** son los **factores determinantes para tener éxito** de forma duradera en el exterior.

El tercer lugar lo ocupa la **selección adecuada del socio local** o distribuidor, con un 35,3% de menciones.

Determinantes éxito y supervivencia exportadora



Base: 929

Marque los principales (máximo tres) factores para tener éxito de forma duradera en el exterior

Probabilidad condicionada: 0 →  ← 1

Probabilidad de que seleccione:

Condicionada a que haya seleccionado:

	Selección adecuada del mercado de destino	Estrategia adecuada de segmentación del mercado y diferenciación del producto	Selección adecuada de mi socio local / distribuidor	El precio de mi producto	La calidad de mi producto	La imagen de marca propia	La imagen de marca-país	La estrategia de comunicación en destino (publicidad, promociones, red comercial, etc.)	La estrategia de marketing digital	El servicio post-venta ofrecido a los clientes	Las condiciones financieras ofrecidas a los clientes	Acceso al capital humano especializado en comercio exterior	Otros
Selección adecuada del mercado de destino		28,5%	34,8%	21,6%	39,7%	8,8%	4,1%	12,4%	7,8%	10,8%	6,3%	6,7%	0,2%
Estrategia adecuada de segmentación del mercado y diferenciación del producto	40,1%		29,0%	12,6%	38,2%	10,1%	6,1%	15,1%	8,5%	16,7%	1,9%	8,2%	0,1%
Selección adecuada de mi socio local / distribuidor	47,3%	28,1%		12,7%	39,4%	8,3%	4,6%	13,3%	3,6%	14,3%	6,6%	7,4%	0,0%
El precio de mi producto	41,0%	17,0%	17,8%		65,1%	12,5%	4,3%	6,0%	6,2%	11,3%	3,9%	1,8%	0,9%
La calidad de mi producto	37,6%	25,7%	27,5%	32,5%		17,0%	6,5%	9,0%	6,4%	16,4%	4,5%	3,7%	0,1%
La imagen de marca propia	28,2%	23,2%	19,7%	21,2%	57,6%		6,7%	8,2%	9,1%	11,7%	5,4%	1,2%	1,8%
La imagen de marca-país	28,6%	30,2%	23,5%	15,8%	48,1%	14,5%		2,9%	7,3%	11,5%	1,8%	3,1%	0,0%
La estrategia de comunicación en destino (publicidad, promociones, red comercial, etc.)	39,8%	34,6%	31,5%	10,2%	30,7%	8,2%	1,3%		8,3%	12,6%	6,1%	8,7%	0,0%
La estrategia de marketing digital	41,7%	32,0%	14,2%	17,3%	35,8%	15,0%	5,6%	13,7%		11,6%	2,2%	5,3%	0,5%
El servicio post-venta ofrecido a los clientes	28,8%	31,9%	28,2%	16,0%	46,3%	9,8%	4,4%	10,5%	5,9%		3,8%	6,1%	0,0%
Las condiciones financieras ofrecidas a los clientes	46,1%	10,1%	35,2%	15,1%	34,8%	12,2%	1,9%	13,8%	3,0%	10,4%		6,1%	0,0%
Acceso al capital humano especializado en comercio exterior	38,6%	33,9%	31,5%	5,5%	22,4%	2,2%	2,6%	15,7%	5,7%	13,2%	4,8%		2,4%
Otros	6,7%	1,3%	0,0%	15,8%	4,4%	17,5%	0,0%	0,0%	2,8%	0,0%	0,0%	13,1%	

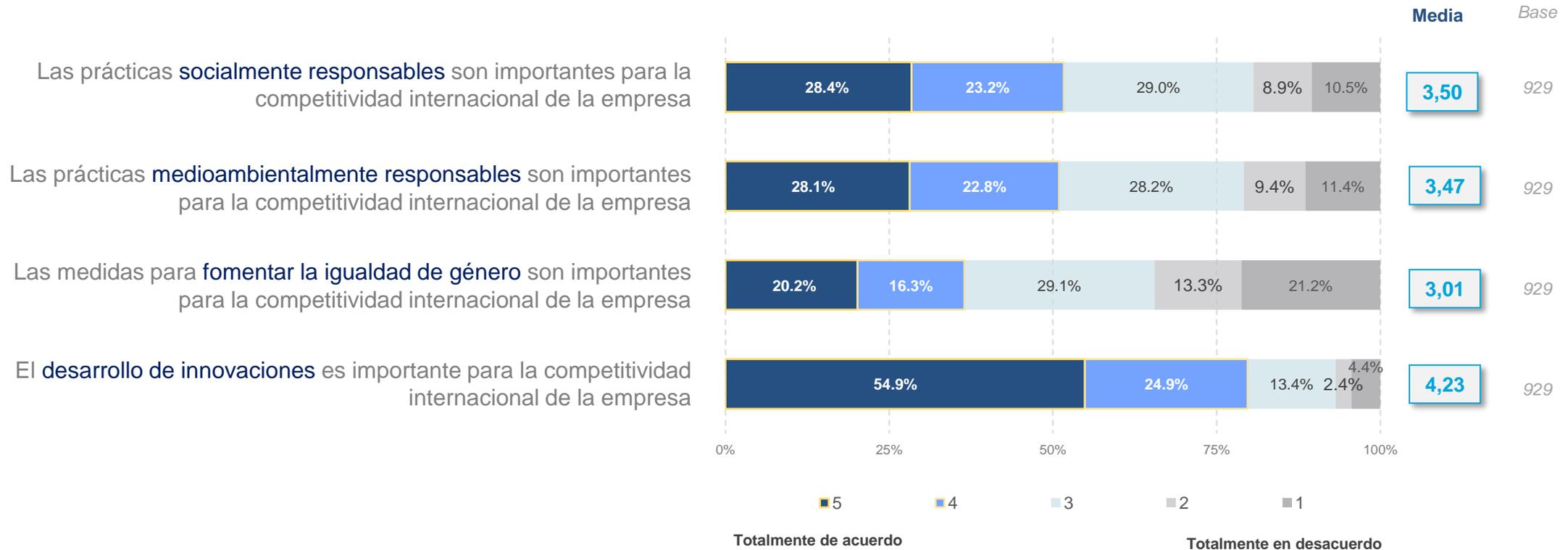
Marque los principales (máximo tres) factores para tener éxito de forma duradera en el exterior

Internacionalización: Prácticas responsables e innovación

El **desarrollo de innovaciones** se posiciona como **primera práctica** importante. Un **80%** de los encuestados lo consideran muy importante para la competitividad internacional de la empresa.

Las **prácticas social y medioambientalmente responsables** también poseen una **elevada importancia para algo más de la mitad de las empresas.**

Prácticas responsables e innovación



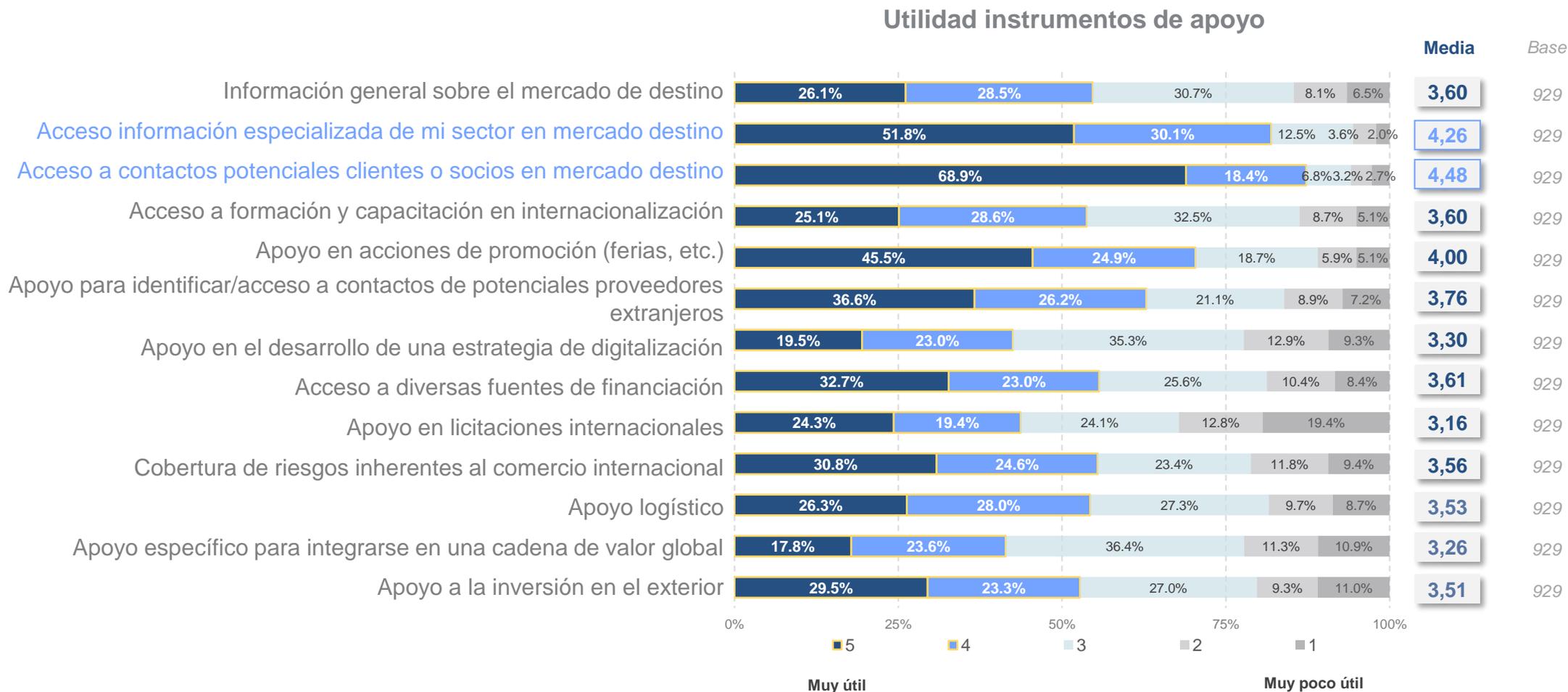
Valore del 1 al 5 su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones, donde 5 significa "completamente de acuerdo" y 1 "en absoluto desacuerdo"

Instrumentos de apoyo

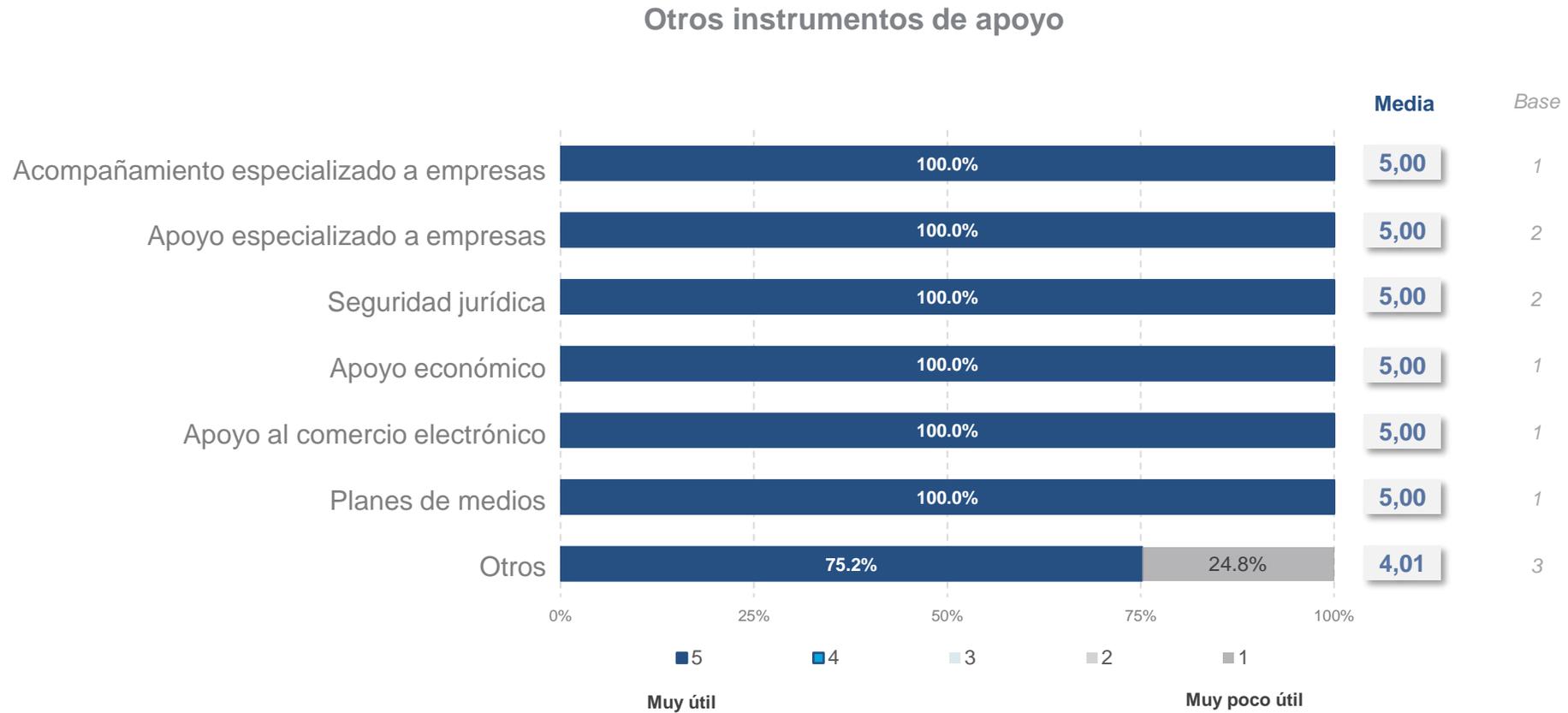


Instrumentos de apoyo: Utilidad

El **87%** de empresas considera que el **acceso a contactos potenciales en destino** es el **instrumento de apoyo más útil**; seguido del **82%** que menciona **el acceso a información especializada** sobre su **sector** en el mercado de destino.



Valore del 1 al 5 la utilidad de los siguientes tipos de instrumentos de apoyo a la internacionalización, donde 5 significa "muy útil" y 1 "muy poco útil"



Valore del 1 al 5 la utilidad de los siguientes tipos de instrumentos de apoyo a la internacionalización, donde 5 significa "muy útil" y 1 "muy poco útil"

Organismos de apoyo: Conocimiento y Utilización

Organismos más **conocidos y utilizados**: Cámaras de Comercio e ICEX.

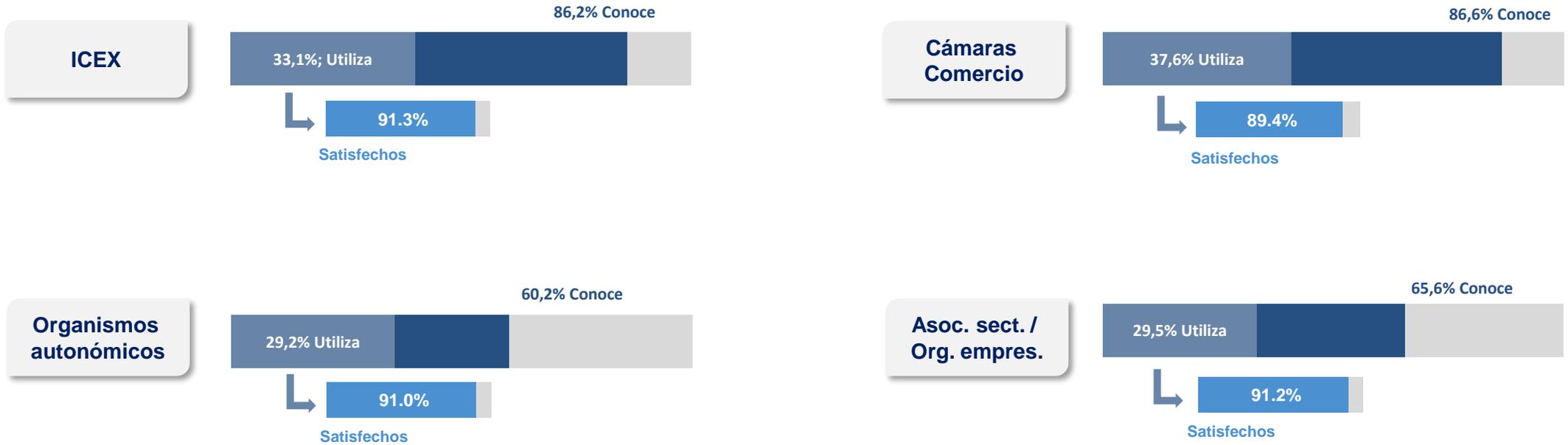
Mayor **satisfacción** con ICEX y asociaciones sectoriales u organizaciones empresariales.

Servicios de apoyo Organismos



Señale cuáles de los siguientes organismos conoce, si ha utilizado sus servicios de apoyo a la internacionalización y su valoración general de los mismos

Servicios de apoyo Organismos

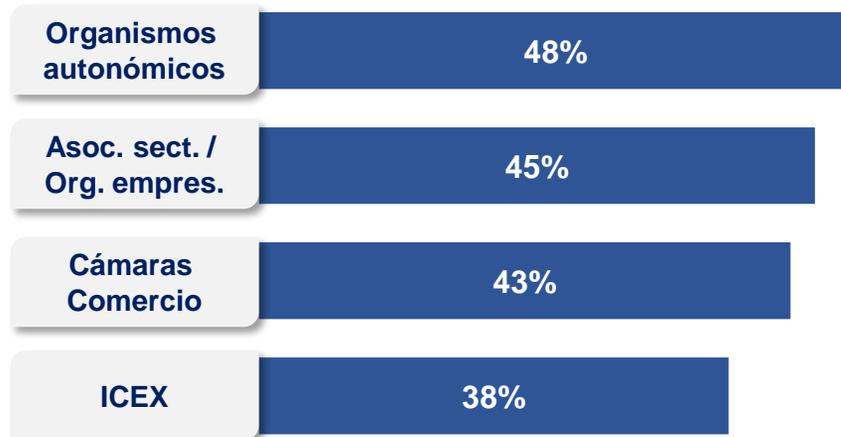


Señale cuáles de los siguientes organismos conoce, si ha utilizado sus servicios de apoyo a la internacionalización y su valoración general de los mismos

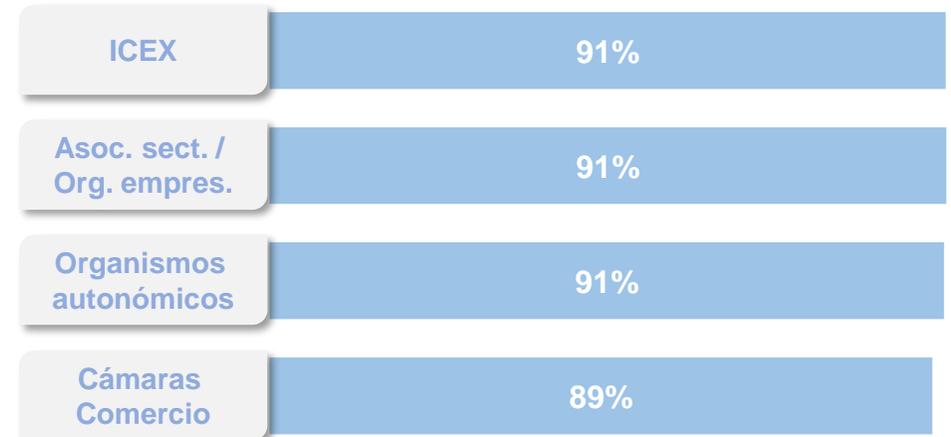
Los **organismos más utilizados cuando son conocidos** son los **organismos de promoción autonómicos y las asociaciones sectoriales**, mencionadas por un 48% y 45% de empresas respectivamente.

La **probabilidad de quedar satisfecho** es similar para ICEX, asociaciones sectoriales y organismos de promoción autonómicos, con un **91%** de satisfacción, y ligeramente más baja con las **Cámaras de Comercio**, donde el porcentaje disminuye a un **89%**.

Probabilidad de Utilizar (si conoce)



Probabilidad de quedar Satisfecho (si utiliza)



El **principal motivo para recurrir a ICEX** según el 36% de las empresas encuestadas es que **el servicio** requerido **no estaba disponible en el sector privado**.

Entre quienes **no han recurrido a ICEX**, cerca de 1 de cada 4 encuestados señalan que, o bien **los servicios no se adaptan a sus necesidades, o no han necesitado ninguno de los instrumentos ofrecidos** por el organismo.



¿Por qué recurrió a ICEX?



Base: 385

¿Por qué NO recurrió a ICEX?



Base: 622

[Si ha utilizado ICEX] Señale el principal motivo por el cual su empresa ha recurrido a los instrumentos de apoyo a la internacionalización de ICEX en lugar de acudir a servicios equivalentes en el sector privado

[Si no ha utilizado ICEX] Señale el principal motivo por el cual su empresa no ha contratado los instrumentos de apoyo a la internacionalización de ICEX

Casi **la mitad de las empresas** consideran que el **beneficio** tras **utilizar los instrumentos** proporcionados por **ICEX** es **entrar en nuevos mercados**, mientras que el **36%** de ellas también mencionan que les ha beneficiado a la hora de **iniciar su actividad exportadora con mayor facilidad**.



Eficacia instrumentos ICEX

La utilización de los instrumentos de ICEX ha permitido a mi empresa...



[Si ha utilizado ICEX] Marque las posibles terminaciones de la siguiente frase que considere que son ciertas:
 "La utilización de los instrumentos de ICEX ha permitido a mi empresa..."

Organismos de apoyo: Eficacia ICEX

Probabilidad condicionada: 0 → ← 1



Probabilidad de que seleccione:

Condicionada a que haya seleccionado:

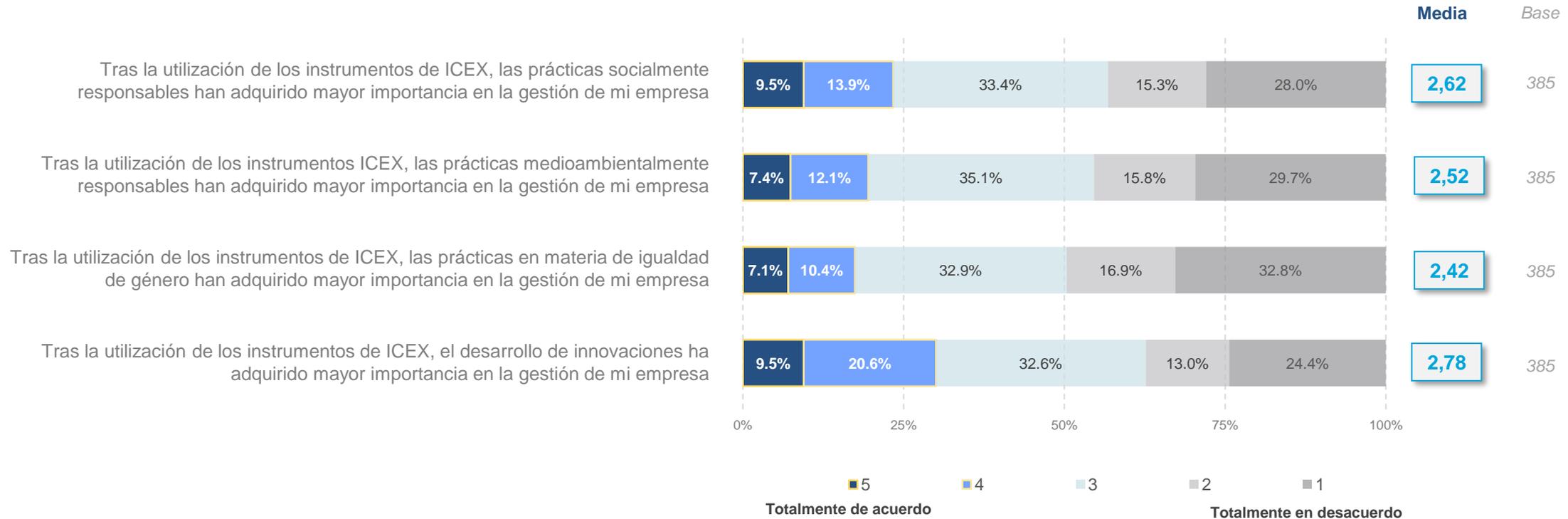
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
1 ...iniciar su actividad exportadora con mayor facilidad		29,7%	55,1%	7,3%	1,4%	28,8%	11,8%	8,9%	7,1%	24,5%	4,4%	2,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
2 ...encontrar nuevos clientes en mercados a los que ya exportaba anteriormente	33,2%		70,7%	9,1%	3,2%	24,0%	6,1%	6,8%	3,3%	36,1%	4,9%	1,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
3 ...entrar en nuevos mercados	41,7%	47,9%		9,0%	1,7%	25,4%	12,2%	7,9%	6,4%	34,0%	6,1%	4,3%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
4 ...incrementar la variedad de productos que vendo en el exterior	48,1%	53,9%	79,1%		16,0%	63,6%	19,3%	15,7%	9,3%	54,2%	25,2%	4,5%	0,0%	0,0%	1,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
5 ...vender mis productos a un precio superior	24,4%	50,2%	38,8%	42,5%		31,0%	55,9%	6,5%	14,3%	66,4%	0,0%	6,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
6 ...implantarse en el exterior más fácilmente	44,6%	33,2%	52,0%	14,9%	2,7%		14,8%	15,2%	10,5%	36,1%	8,0%	3,7%	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	0,0%	0,0%
7 ...incrementar su tamaño o ser más productiva	39,7%	18,5%	54,1%	9,8%	10,7%	32,1%		26,4%	23,0%	44,3%	5,0%	11,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
8 ...incrementar su inversión en I+D más fácilmente	41,0%	28,3%	48,6%	11,0%	1,7%	45,5%	36,3%		19,0%	58,7%	8,1%	12,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
9 ...generar, captar y retener capital humano útil para la internacionalización	36,6%	15,1%	43,6%	7,2%	4,2%	35,0%	35,2%	21,1%		35,0%	1,5%	3,5%	0,0%	0,0%	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
10 ...mejorar su imagen de marca	30,6%	40,4%	56,1%	10,2%	4,7%	29,1%	16,5%	15,9%	8,5%		6,9%	9,3%	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%
11 ...la concurrencia a licitaciones internacionales	26,7%	26,5%	49,0%	23,1%	0,0%	31,4%	9,0%	10,6%	1,7%	33,7%		6,8%	0,0%	3,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
12 ...el acceso a los mercados electrónicos	23,7%	10,5%	50,3%	6,0%	3,3%	21,1%	29,6%	24,3%	5,9%	65,8%	9,9%		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
13 ...disponer de ayudas económicas / financiación	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
14 ...incrementar el conocimiento de los mercados exteriores	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	21,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	21,1%	0,0%	0,0%		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
15 ...iniciar o mejorar nuestra estrategia internacional	0,0%	0,0%	100%	100%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100%	100%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
16 ...la importación	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
17 ...obtener formación o adquirir conocimientos	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
18 ...obtener información relevante	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
19 ...participar en ferias o eventos internacionales	19,2%	0,0%	10,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	10,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
20 ...resolver asuntos puntuales	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	39,3%	0,0%	0,0%	0,0%	39,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%		0,0%	0,0%	0,0%
21 ...todo lo anterior	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%		0,0%	0,0%
22 No me ha aportado mucho/ nada	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%		0,0%
23 Sin resultados todavía	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	

Marque las posibles terminaciones de la siguiente frase que considere que son ciertas:
 "La utilización de los instrumentos de ICEX ha permitido a mi empresa..."

Destaca que en el **30%** de los casos la utilización de los instrumentos de ICEX ha llevado a una mayor importancia de **el desarrollo de innovaciones** en la empresa; así como un **23% a las prácticas socialmente responsables**.



Instrumentos ICEX, prácticas responsables e innovación



Valore de 1 a 5 su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones, siendo 5 "muy de acuerdo" y 1 "poco de acuerdo"

Cerca de **la mitad de las empresas** que han **recurrido a un organismo autonómico** lo hicieron porque consideran que este **ofrecía mayor cercanía**. **1 de cada 4** mencionan también que **el servicio que requerían no se encontraba disponible en ICEX**.



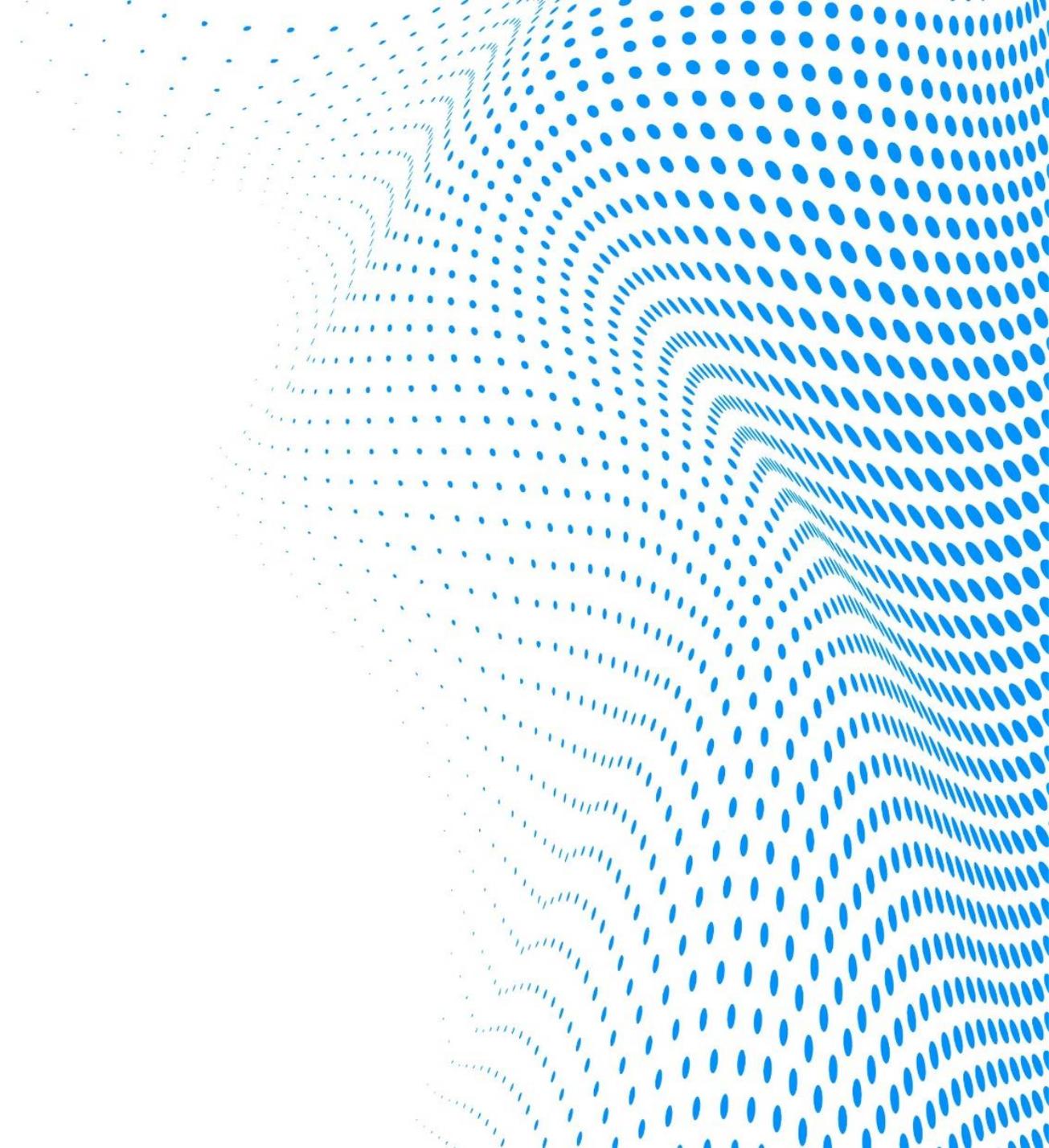
¿Por qué recurrió a Organismo autonómico?



Base: 341

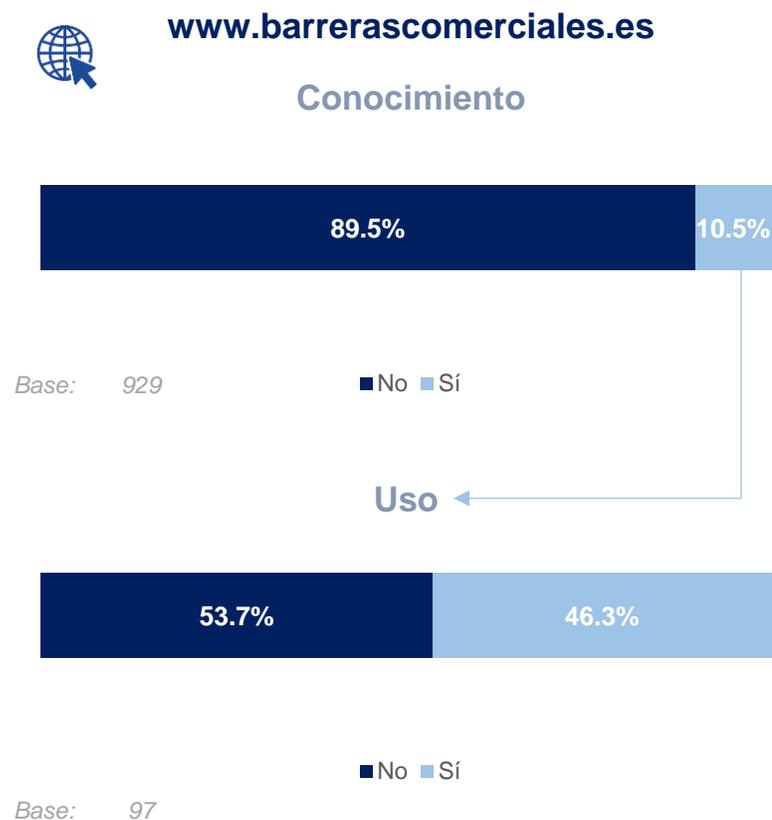
[Si ha utilizado Organismo autonómico] Señale el principal motivo por el cual su empresa ha recurrido a los instrumentos de apoyo a la internacionalización de algún organismo de promoción autonómico, en lugar de contratar servicios equivalentes en ICEX

Desafíos y oportunidades

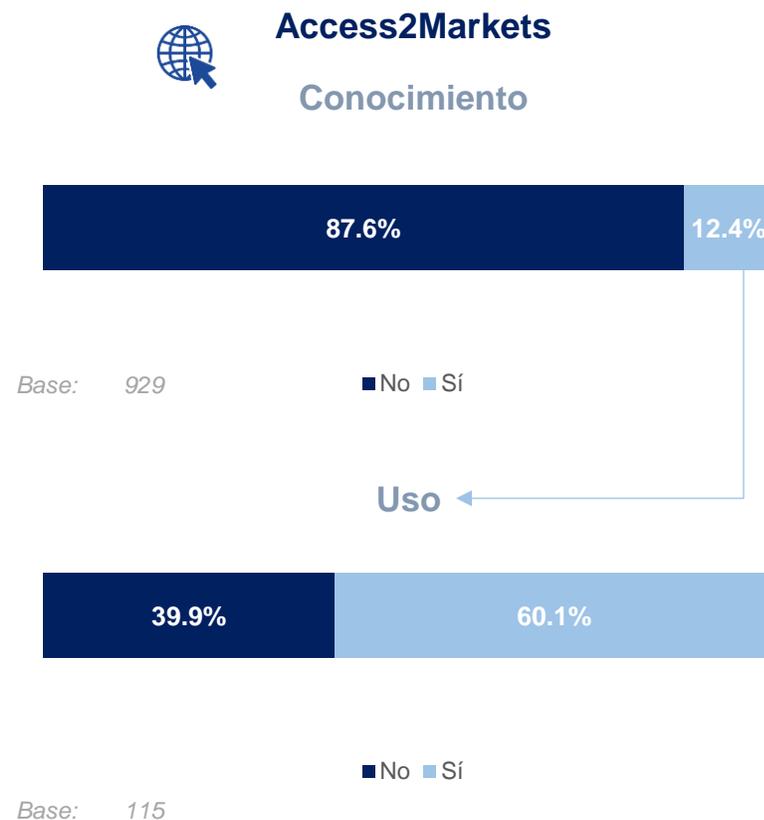


Únicamente el **10%** de las empresas **conoce el portal barrerascomerciales.es**, y entre ellos cerca de **la mitad lo utiliza** o ha utilizado en alguna ocasión.

El portal **Access2Market** de la Comisión Europea **es conocido por el 12%** de los encuestados, y el **60% ha hecho uso** de él.



¿Conoce su empresa el portal web www.barrerascomerciales.es de la Secretaría de Estado de Comercio?
¿Lo utiliza o ha utilizado en alguna ocasión?



¿Conoce su empresa el portal web Access2Markets de la Comisión Europea?
¿Lo utiliza o lo ha utilizado en alguna ocasión?

Desafíos y oportunidades: Países exportaciones

Los países del **Espacio Económico Europeo** con mayor potencial para incrementar las exportaciones son **Francia, Alemania y Portugal**.

Entre el **resto de países**, siguen destacando **Estados Unidos, México y Marruecos**.

Mejores países para incrementar exportaciones

Espacio Económico Europeo

		Puntuación
1º	Francia	1340
2º	Alemania	1003
3º	Portugal	715
4º	Italia	667
5º	Reino Unido	309
6º	Países Bajos	216
7º	Polonia	158
8º	Bélgica	152
9º	Rumanía	77
10º	Suecia	74
11º	Grecia	69
12º	Irlanda	55
13º	Resto países	<50

Resto países

		Puntuación
1º	Estados Unidos	975
2º	México	513
3º	Marruecos	317
4º	China	230
5º	Colombia	193
6º	Canadá	193
7º	Chile	171
8º	Brasil	140
9º	Japón	136
10º	Emiratos Árabes Unidos	132
11º	Arabia Saudita	118
12º	Argentina	112
14º	Resto países	<100

Desde su percepción, ¿cuáles diría que son los tres países que ofrecen las mejores oportunidades de exportación para su empresa? Ordénelos según el potencial para incrementar las exportaciones que ofrecen a su empresa

Desafíos y oportunidades: Actuaciones prioritarias

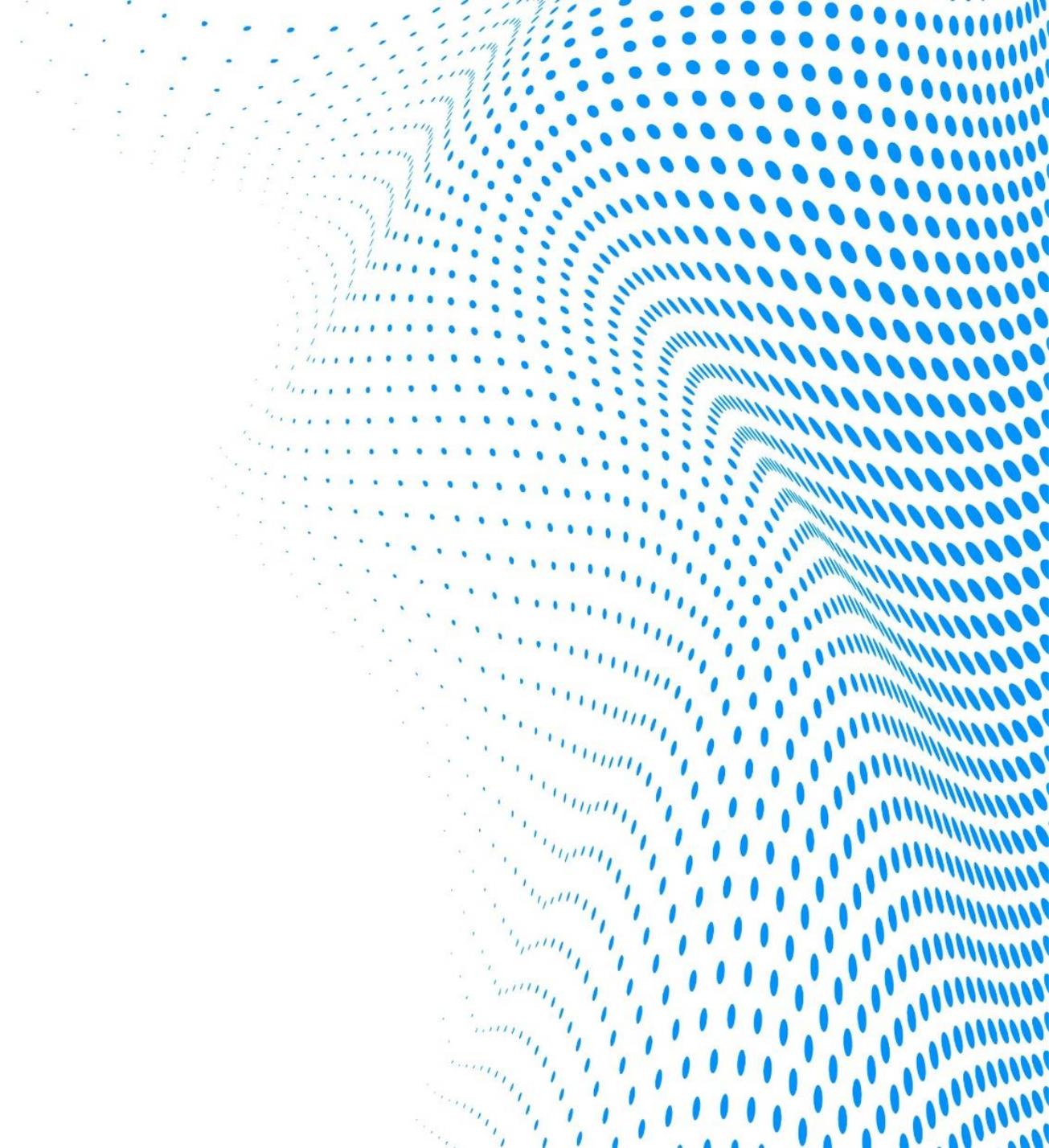
Las mejoras fiscales para la internacionalización, simplificar obstáculos administrativos y la firma de nuevos acuerdos comerciales con terceros países, son las tres actuaciones públicas más prioritarias para afianzar la actividad internacional según las empresas.

Actuaciones públicas prioritarias



Marque tres actuaciones públicas que considere más prioritarias para afianzar la actividad internacional de su empresa. Coloque las actuaciones públicas por orden de prioridad

Innovación



Un **59%** de las empresas **realizó innovaciones en el periodo 2021-2023**, mientras que un 47% de ellas obtuvieron innovaciones en este mismo periodo.

En cuanto al **tipo de innovaciones obtenidas**, más de **8 de cada 10** obtienen innovación de **producto**, mientras que **casi la mitad** obtienen innovación en el **proceso de negocio**. Es de reseñar que **3 de cada 10** empresas obtienen innovaciones de ambos tipos.



Realización actividades innovadoras



Base: 1167

■ No ■ Sí

¿Realizó su empresa alguna actividad innovadora en el periodo 2021-2023?

Obtención innovaciones

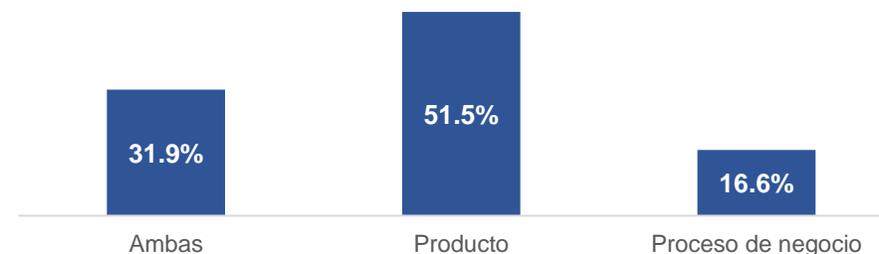


■ No ■ Sí

Base: 1167

¿Obtuvo su empresa alguna(s) innovación(es) en el periodo 2021-2023?

Tipo de innovación



Indique qué tipo de innovaciones ha obtenido

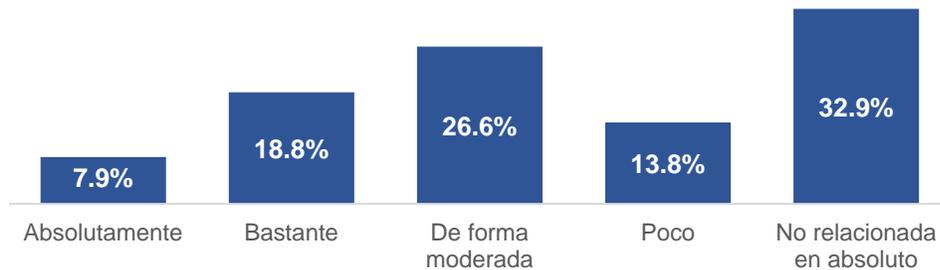
Base: 554

El **27%** de las empresas dicen que **la actividad innovadora ha tenido un impacto alto** en su facturación o ingresos por ventas. Por el contrario, el **33%** de ellas **no relacionan esta actividad** con sus facturaciones.

El **60%** de las empresas que dicen haber tenido impacto en sus facturaciones debido a las actividades innovadoras, estiman un **porcentaje de impacto de entre el 1 y el 20%**.



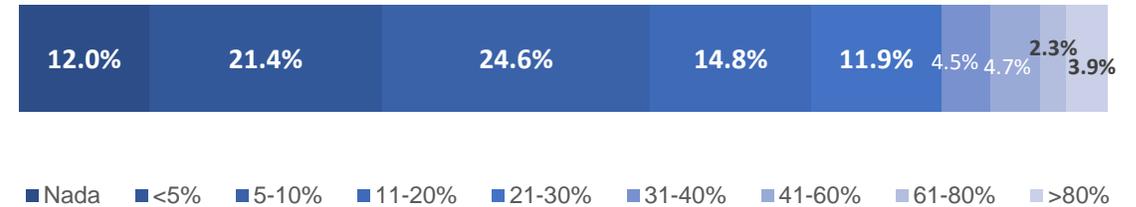
Impacto actividad innovadora



Base: 1167

¿Cómo calificaría el impacto de esa actividad innovadora en la facturación/ingresos por ventas de su empresa?

Impacto en la facturación (%)



Base: 783

¿Cuál fue el impacto de la(s) innovación(es) en la facturación de la empresa?

El **44%** de las empresas **realizan I+D interna**, y de estas casi **3 de cada 10** lo hacen **de manera continua**. Sin embargo, tan solo un **23%** de las empresas poseen un **laboratorio o departamento específico** de I+D.



Realización I+D interna

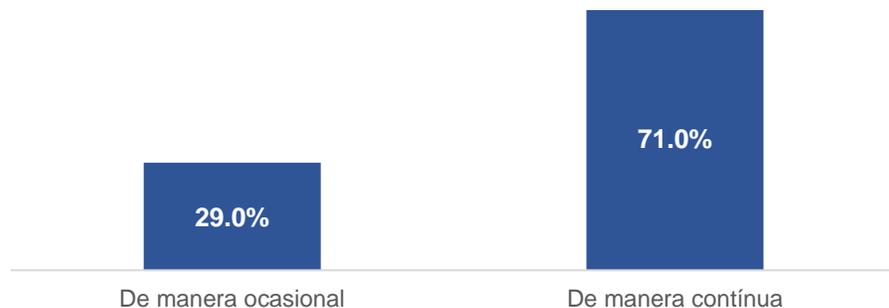


Base: 1167

■ No ■ Sí

¿Realizó su empresa actividades de I+D interna en el periodo 2021-2023?

Frecuencia de realización



Base: 512

¿Con qué frecuencia realizó su empresa actividades de I+D interna en el periodo 2021-2023?

Existencia de departamentos / laboratorios específicos



■ No ■ Sí

Base: 1167

¿Dispone su empresa de un laboratorio o departamento específico de I+D?

Tan solo **el 17% de las empresas adquirieron I+D externa**; y **más de la mitad** de las que lo hicieron tan solo la adquirieron **de forma ocasional**.

En el **87%** de los casos , la compra de I+D ha supuesto sobre los gastos totales de la empresa **menos de un 10%**.



Adquisición I+D externa



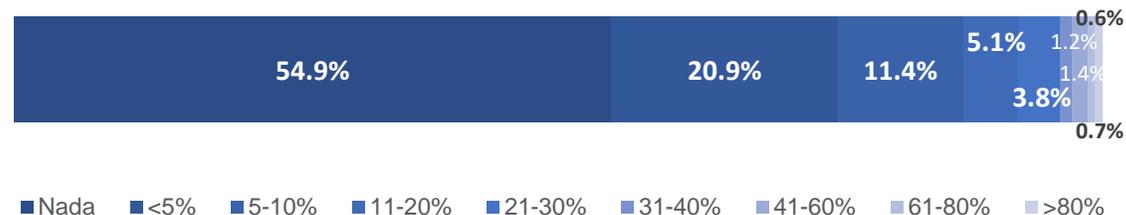
¿Realizó su empresa adquisiciones de I+D (I+D externa) fuera de la empresa mediante contrato convenio etc. en el periodo 2021-2023?

Frecuencia de adquisición



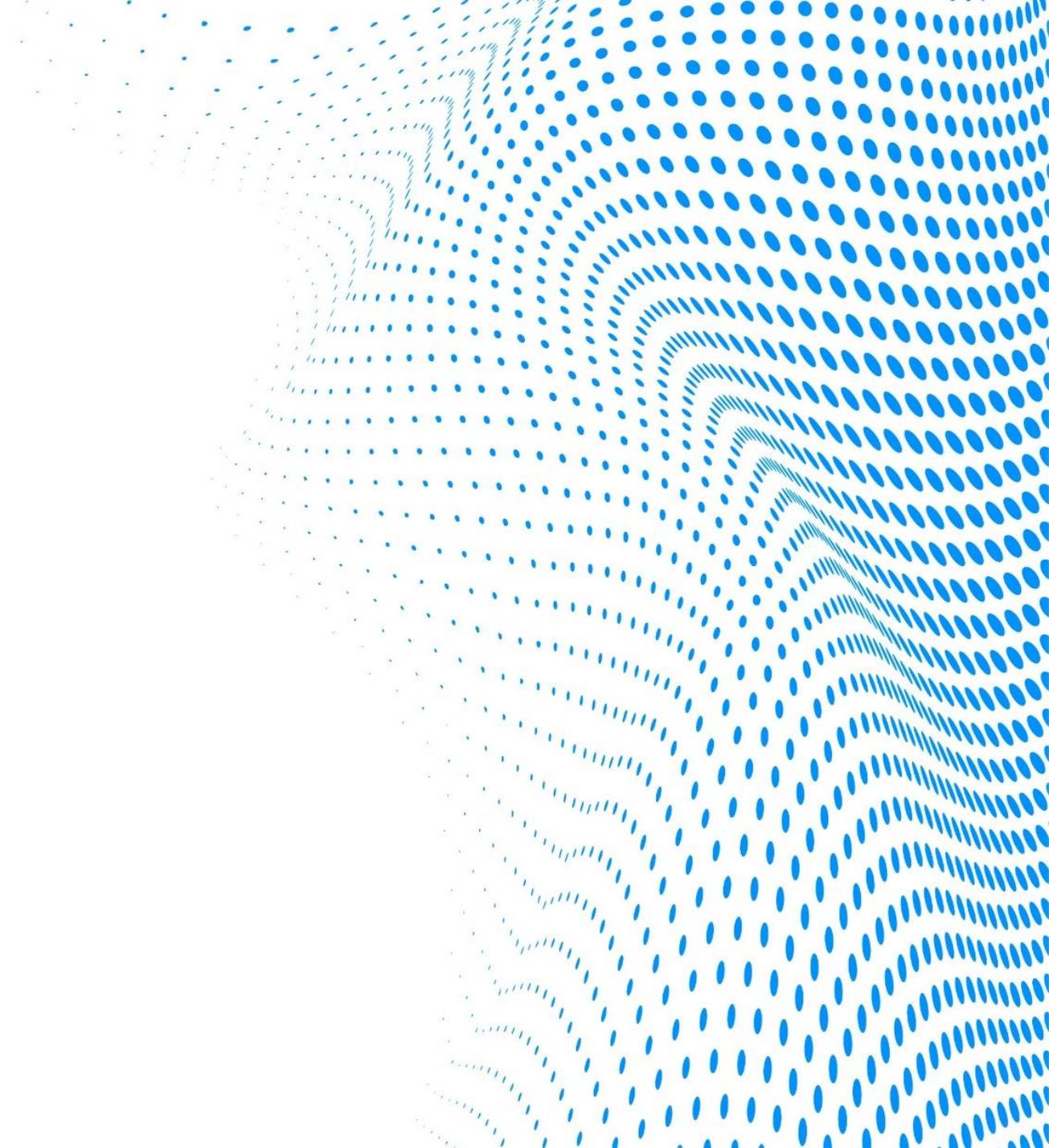
¿Con qué frecuencia realizó su empresa adquisiciones de I+D (I+D externa) fuera de la empresa mediante contrato convenio etc. en el periodo 2021-2023?

Compra I+D sobre gastos totales



¿Cuánto ha supuesto la compra de I+D realizada sobre los gastos totales de la empresa en el periodo 2021-2023?

Guía de lectura: cruces



Para cada cruce de variables se calcula la **media** o el **% de Sí** por categoría, así como **su intervalo de confianza**.

Criterios de significación destacados en los resultados de la evaluación:

- Se destacan las medias / % de aquellos grupos cuyo intervalo de confianza está completamente separado del intervalo de confianza de la media total de la muestra.

- Dos tipos de destacado:

 **Destacado con representatividad:** el intervalo de confianza de la media del grupo en consideración está completamente separado del intervalo de confianza de la media total de la muestra, con buena representatividad de la media muestral para el segmento considerado ($CVP < 0,5$).

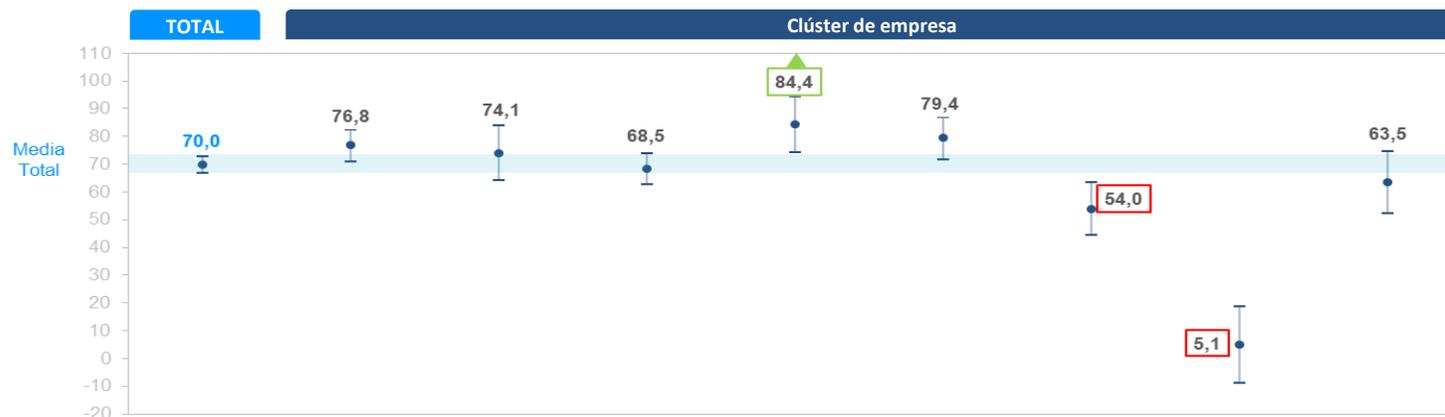
 **Destacado pero con poca representatividad** del valor de la media ($CVP \geq 0,5$). Aunque el intervalo de confianza de la media del grupo en consideración está completamente separado del intervalo de confianza de la media total de la muestra, la media muestral para el segmento considerado no puede considerarse representativa de este.

- Bases (Nº de respuestas) de cada agrupación de empresas se indica debajo de cada gráfico, en rojo si es menor a 30.

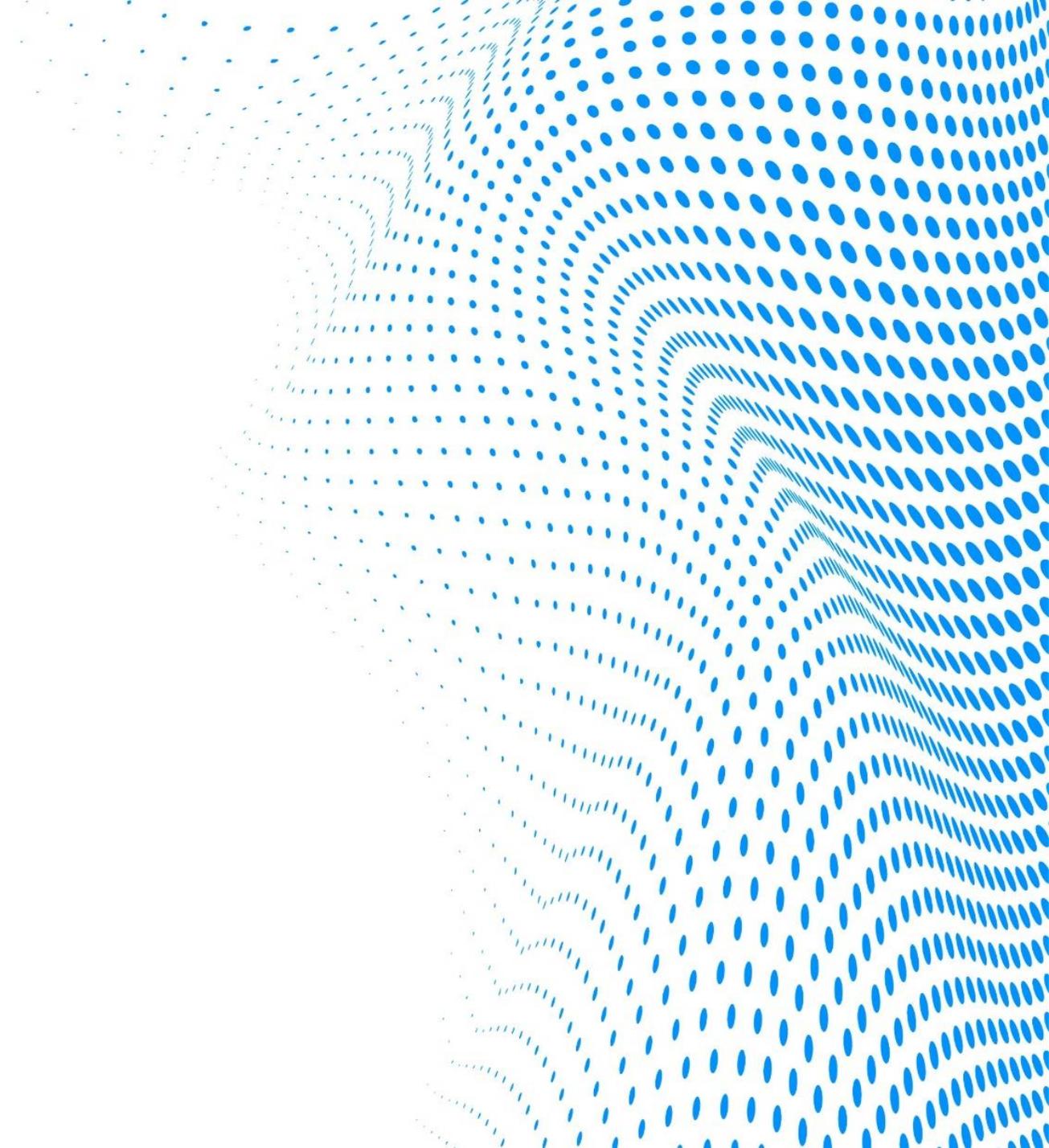
Base	2263	31	5
------	------	----	---

- Si la base del grupo de segmentación es de 1 o 2 no se hace destacado.

- Ejemplo gráfico:



Caracterización: cruces



Destinos de exportación

CARACTERIZACIÓN

TOTAL

Sector de actividad

	Total	Alimentos	Bebidas	Distribución Comercial y Franquicias	Equipos	Hábitat	Industria automoción	Industria Química	Industria transporte	Maquinaria	Materiales de construcción	Materias primas	Moda	Ocio e Industrias Culturales	Servicios a las empresas	Servicios de infraestructuras	Servicios de las tecnologías y las comunicaciones	Servicios salud y sanidad	Tecnología	Desconocido
Marruecos y Resto de África	23,9%	20,8%	8,0%	20,2%	40,2% ▲	37,8%	55,7% ▲	41,6%	43,3% ▲	43,7% ▲	31,3%	9,2%	26,4%	14,8% ▼	10,1%	29,3%	6,5% ▼	38,6%	30,7%	5,0%
México, Oriente Medio, Resto de Asia, Sudáfrica y Turquía	44,8%	34,7%	23,8%	36,6%	51,7%	54,7%	62,7%	56,1%	49,1%	62,1%	41,7%	45,6%	45,2%	55,8%	35,7%	42,9%	41,5%	32,9%	53,7%	39,4%
Australia, Brasil, India, Resto de Europa y Resto de Oceanía	44,3%	44,2%	72,4% ▲	33,8%	65,0% ▲	52,4%	46,6%	57,6%	41,4%	56,8%	60,4%	27,9%	53,5%	43,5%	35,0%	27,5% ▼	41,0%	61,4%	49,6%	11,8% ▼
Rusia	4,8%	2,5%	20,7% ▲	0,0%	0,5%	19,5% ▲	0,0%	5,6%	0,9%	2,4%	6,3%	2,4%	17,1% ▲	4,4%	3,4%	1,5%	2,2%	0,0%	5,2%	0,0%
Canadá, China (sin Hong Kong), EE.UU y Japón	38,1%	31,3%	73,4% ▲	38,2%	36,4%	42,8%	35,5%	28,0%	34,1%	40,4%	46,8%	22,9%	46,1%	45,3%	37,3%	32,0%	34,8%	51,2%	37,7%	23,6%
Resto de América	32,8%	20,5% ▼	20,4%	32,5%	54,6% ▲	37,2%	21,2%	41,2%	36,4%	37,5%	49,2%	19,1%	24,7%	39,3%	21,5%	38,0%	36,1%	63,8%	37,1%	25,4%
Espacio Económico Europeo	78,3%	87,0%	84,9%	74,8%	75,7%	88,3%	72,2%	70,1%	91,1%	86,6%	73,7%	71,1%	85,8%	77,3%	76,7%	66,5% ▼	61,4% ▼	100%	92,8% ▲	62,6%
	929	111	34	28	48	34	17	19	45	38	31	25	60	88	88	99	76	5	61	23

Marque todos aquellos destinos a los que haya exportado en 2022

	TOTAL	Clúster de empresa						
	Total	Pequeñas empresas con presencia internacional moderada	Pequeñas empresas con presencia internacional fuerte	Pequeñas empresas con presencia internacional baja	Medianas con presencia internacional moderada	Medianas y grandes con presencia internacional fuerte	Microempresas sin estrategia internacional	Microempresas enigma (otras microempresas)
Marruecos y Resto de África	23,9%	29,1%	40,7% ▲	14,4% ▼	38,7%	45,5% ▲	9,7%	9,7% ▼
México, Oriente Medio, Resto de Asia, Sudáfrica y Turquía	44,8%	46,0%	54,4%	40,8%	49,2%	52,2%	12,8% ▼	45,7%
Australia, Brasil, India, Resto de Europa y Resto de Oceanía	44,3%	50,4%	58,0% ▲	38,5%	60,0%	63,3% ▲	0,0% ▼	24,3% ▼
Rusia	4,8%	5,0%	6,5%	3,7%	13,3%	10,1% ▲	0,0%	1,1%
Canadá, China (sin Hong Kong), EE.UU y Japón	38,1%	35,6%	45,1%	36,8%	55,9%	46,9%	4,8% ▼	33,9%
Resto de América	32,8%	35,4%	39,9%	28,4% ▼	37,7%	42,9%	4,8% ▼	31,3%
Espacio Económico uropeo	78,3%	80,9%	94,5% ▲	75,4%	91,8%	87,0%	14,9% ▼	65,7% ▼
	929	209	114	390	23	88	19	87

Marque todos aquellos destinos a los que haya exportado en 2022

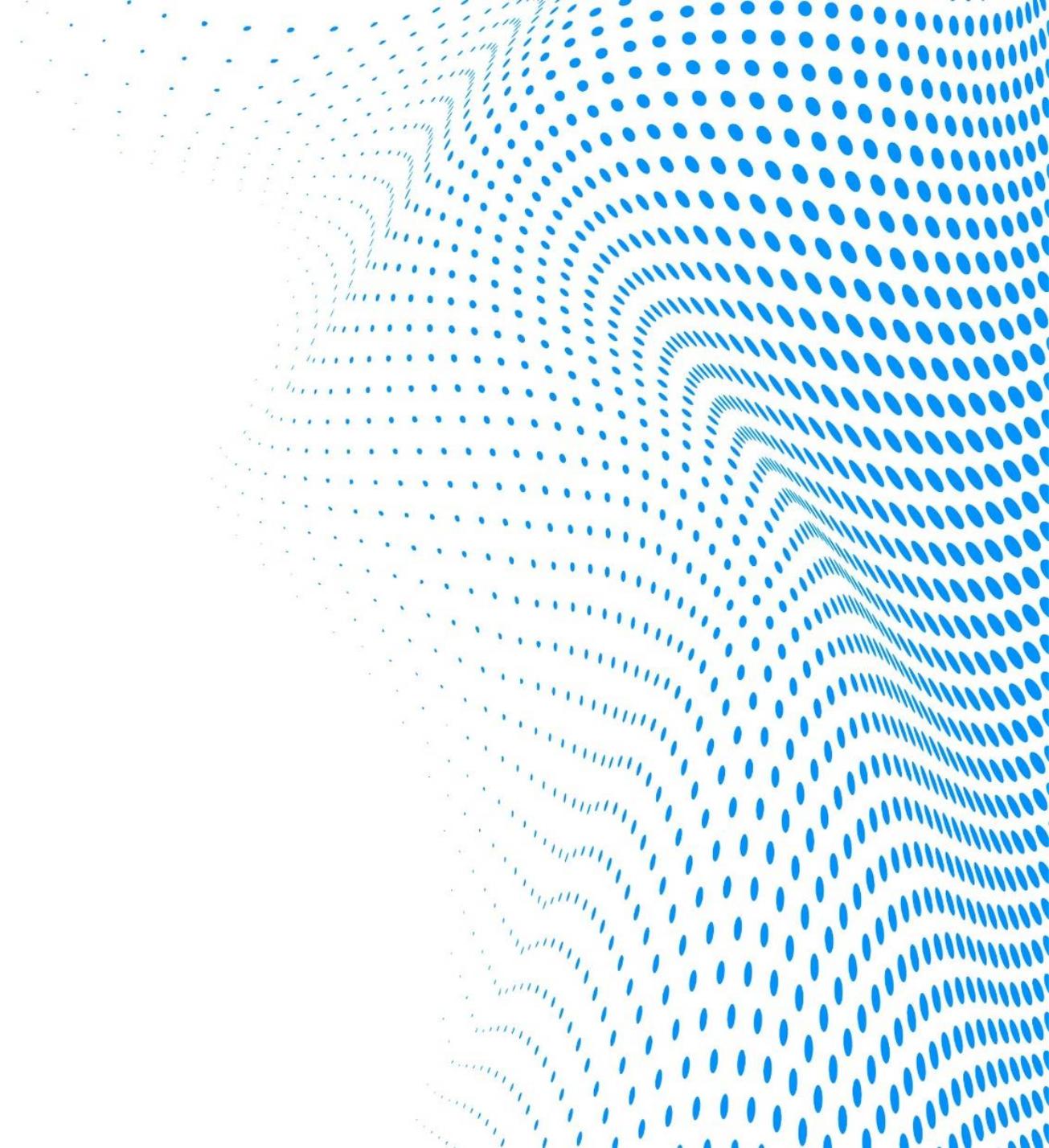
	Sector de actividad																			
	Total	Alimentos	Bebidas	Distribución Comercial y Franquicias	Equipos	Hábitat	Industria automoción	Industria Química	Industria transporte	Maquinaria	Materiales de construcción	Materias primas	Moda	Ocio e Industrias Culturales	Servicios a las empresas	Servicios de infraestructuras	Servicios de las tecnologías y las comunicaciones	Servicios salud y sanidad	Tecnología	Desconocido
Ninguna	14,5%	12,7%	3,0%	25,8%	6,4%	4,7%	5,9%	9,1%	0,0%▼	2,7%	3,6%	5,9%	3,6%	22,1%	32,6%▲	24,1%▲	10,1%	27,9%	4,8%	17,5%
Exportador regular	83,7%	85,7%	97,0%	74,2%	93,6%	92,4%	94,1%	90,9%	100%▲	97,3%	96,4%	94,1%	96,4%▲	76,2%	63,3%▼	71,2%▼	89,3%	72,1%	92,6%	79,3%
Start-up	10,6%	2,9%▼	3,0%	1,8%	14,7%	2,6%	4,2%	4,3%	14,3%	6,2%	0,0%	2,9%	5,2%	12,1%	12,5%	10,2%	36,4%▲	15,7%	14,8%	10,1%
Exportador online	9,3%	2,2%▼	5,7%	6,0%	3,4%	5,2%	0,0%	0,0%	4,8%	3,0%	4,1%	0,0%	12,1%	25,7%▲	11,5%	3,1%▼	30,3%▲	15,7%	2,2%	12,9%
Empresas con estructura en el exterior	39,9%	34,2%	18,7%	16,9%▼	43,4%	49,5%	33,8%	57,5%	52,0%	41,4%	49,7%	37,3%	38,6%	48,7%	34,8%	42,6%	55,9%▲	45,3%	29,8%	25,3%
	1167	141	36	40	57	36	21	22	46	39	35	28	67	117	130	143	87	9	74	39

Marque todas aquellas afirmaciones que se correspondan con su empresa

	TOTAL	Clúster de empresa							
	Total	Pequeñas empresas con presencia internacional moderada	Pequeñas empresas con presencia internacional fuerte	Pequeñas empresas con presencia internacional baja	Medianas con presencia internacional moderada	Medianas y grandes con presencia internacional fuerte	Microempresas sin experiencia internacional	Microempresas sin estrategia internacional	Microempresas enigma (otras microempresas)
Ninguna	14,5%	3,6%	2,7%	4,5%	0,0%	0,4%	55,4% ▲	36,7% ▲	1,4%
Exportador regular	83,7%	96,4%	97,3%	94,1%	100%	99,6%	39,1% ▼	63,3% ▼	95,5%
Start-up	10,6%	5,1% ▼	2,3% ▼	15,9% ▲	2,6%	2,7%	7,3%	11,8%	29,5% ▲
Exportador online	9,3%	6,0%	5,1%	17,3% ▲	0,0%	4,2%	0,0% ▼	0,0%	21,3% ▲
Empresas con estructura en el exterior	39,9%	51,4% ▲	56,7% ▲	41,9%	61,6%	68,1% ▲	5,0% ▼	10,3% ▼	49,4%
	1167	209	114	390	23	88	238	19	87

Marque todas aquellas afirmaciones que se correspondan con su empresa

Internacionalización: cruces



	TOTAL	Sector de actividad																		
	Total	Alimentos	Bebidas	Distribución Comercial y Franquicias	Equipos	Hábitat	Industria automoción	Industria Química	Industria transporte	Maquinaria	Materiales de construcción	Materias primas	Moda	Ocio e Industrias Culturales	Servicios a las empresas	Servicios de infraestructuras	Servicios de las tecnologías y las comunicaciones	Servicios salud y sanidad	Tecnología	Desconocido
Expansión en el mercado internacional	86,9%	93,2%	84,7%	90,9%	85,2%	93,2%	78,9%	84,8%	96,5%	91,0%	88,3%	78,2%	83,1%	87,5%	86,8%	85,3%	83,6%	71,6%	90,3%	60,8% ▼
Producto global	4,3%	0,0% ▼	0,0%	0,0%	8,9%	6,8%	0,0%	5,4%	4,0%	1,9%	0,0%	8,1%	1,0%	9,8% ▲	1,5%	10,0% ▲	2,3%	0,0%	6,4%	6,2%
Venta a un precio superior	23,7%	37,6% ▲	24,8%	27,0%	11,3%	19,6%	3,6%	12,0%	21,2%	9,4%	27,5%	25,1%	29,5%	15,7%	26,5%	32,3%	21,5%	36,2%	20,2%	11,0%
Dificultad venta en España	3,4%	3,8%	10,5%	8,5%	1,0%	2,1%	6,1%	2,9%	2,9%	1,4%	3,0%	0,0%	4,6%	2,3%	3,4%	3,8%	2,9%	0,0%	4,1%	0,0%
Ya no pretendemos exportar	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%
	929	111	34	28	48	34	17	19	45	38	31	25	60	88	88	99	76	5	61	23

Valore del 1 al 5 su grado de conformidad con las siguientes afirmaciones referidas a los objetivos y la vocación internacional de su empresa

	TOTAL	Clúster de empresa						
		Pequeñas empresas con presencia internacional moderada	Pequeñas empresas con presencia internacional fuerte	Pequeñas empresas con presencia internacional baja	Medianas con presencia internacional moderada	Medianas y grandes con presencia internacional fuerte	Microempresas sin estrategia internacional	Microempresas enigma (otras microempresas)
Expansión en el mercado internacional	86,9%	85,7%	94,4% ▲	87,3%	97,8%	87,5%	43,3% ▼	85,0%
Producto global	4,3%	3,1%	4,0%	4,6%	2,2%	2,0%	0,0%	9,8%
Venta a un precio superior	23,7%	22,0%	25,6%	22,5%	25,1%	25,8%	12,7%	30,5%
Dificultad venta en España	3,4%	1,5%	3,2%	4,0%	2,6%	1,0%	8,8%	7,0%
Ya no pretendemos exportar	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,2% ▲	0,0%
	929	209	114	390	23	88	19	87

Valore del 1 al 5 su grado de conformidad con las siguientes afirmaciones referidas a los objetivos y la vocación internacional de su empresa

	TOTAL	Sector de actividad																		
	Total	Alimentos	Bebidas	Distribución Comercial y Franquicias	Equipos	Hábitat	Industria automoción	Industria Química	Industria transporte	Maquinaria	Materiales de construcción	Materias primas	Moda	Ocio e Industrias Culturales	Servicios a las empresas	Servicios de infraestructuras	Servicios de las tecnologías y las comunicaciones	Servicios salud y sanidad	Tecnología	Desconocido
Aspira a incrementar las ventas de los productos que ya exporta en los mercados a los que ya exporta	31,7%	26,2%	45,3%	33,6%	18,6%	28,5%	28,8%	19,1%	22,4%	57,3%▲	27,9%	51,7%	28,8%	43,0%	30,9%	37,3%	29,4%	28,4%	22,4%	16,7%
Aspira a vender en nuevos mercados los productos que ya exporta en otros	34,4%	42,9%	34,6%	24,8%	45,1%	35,6%	26,4%	28,2%	48,6%	25,9%	28,8%	19,7%	38,2%	28,3%	42,4%	23,1%	27,0%	27,7%	37,8%	51,4%
Aspira a vender nuevos productos en los mercados a los que ya exporta	10,4%	9,3%	8,5%	20,9%	16,4%	14,5%	22,8%	4,8%	11,1%	7,0%	9,6%	8,6%	9,1%	7,5%	10,0%	6,9%	9,8%	28,4%	12,9%	10,8%
Aspira a vender nuevos productos en nuevos mercados	18,9%	18,8%	11,6%	20,7%	16,7%	21,4%	25,8%	29,7%	17,9%	8,4%	26,1%	16,7%	23,0%	19,5%	6,5%	22,4%	29,5%	15,4%	16,3%	18,7%
Aspira a empezar a exportar	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%
Aspira a incrementar ventas de los productos que exporta en mercados en que exporta o no	1,2%	1,0%	0,0%	0,0%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,4%	4,8%	1,5%	0,0%	1,8%	0,0%
Aspira a vender nuevos productos tanto en nuevos mercados como en los que ya exporta	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
No aspira a exportar	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	10,5%▲	5,0%	0,0%	0,0%	1,7%	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%	1,6%	1,5%	0,0%	4,9%	2,5%
Ninguna de los anteriores	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%	2,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	6,0%	3,3%	0,0%	0,0%	3,4%	3,8%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%
Todas las anteriores	0,8%	1,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,4%	0,0%	0,0%	0,9%	1,0%	1,6%	0,0%	0,0%	0,0%	3,9%	0,0%
	929	111	34	28	48	34	17	19	45	38	31	25	60	88	88	99	76	5	61	23

Marque la estrategia de internacionalización que más se adapte a su empresa

	TOTAL	Clúster de empresa						
	Total	Pequeñas empresas con presencia internacional moderada	Pequeñas empresas con presencia internacional fuerte	Pequeñas empresas con presencia internacional baja	Medianas con presencia internacional moderada	Microempresas sin experiencia internacional	Microempresas sin estrategia internacional	Microempresas enigma (otras microempresas)
Aspira a incrementar las ventas de los productos que ya exporta en los mercados a los que ya exporta	31,7%	25,0%	33,1%	34,8%	37,3%	33,0%	4,4% ▼	35,2%
Aspira a vender en nuevos mercados los productos que ya exporta en otros	34,4%	35,3% ▲	36,7%	35,8%	40,7%	35,6%	1,1% ▼	27,5%
Aspira a vender nuevos productos en los mercados a los que ya exporta	10,4%	15,5%	11,7%	6,8%	4,5%	12,5%	4,8% ▲	12,6%
Aspira a vender nuevos productos en nuevos mercados	18,9%	20,4%	13,1%	19,4%	10,8%	14,2%	46,6% ▲	21,8%
Aspira a empezar a exportar	0,1%	0,0%	0,0%	0,04%	0,0%	0,0%	3,2%	0,0%
Aspira a incrementar ventas de los productos que exporta en mercados en que exporta o no	1,2%	0,8%	2,2%	0,9%	4,7%	1,3%	0,0%	2,1%
Aspira a vender nuevos productos tanto en nuevos mercados como en los que ya exporta	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%
No aspira a exportar	1,2%	1,9%	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	20,4% ▲	0,0%
Ninguna de los anteriores	1,2%	0,8%	2,7%	0,2%	2,1%	1,6%	19,6% ▲	0,0%
Todas las anteriores	0,8%	0,3%	0,5%	1,3%	0,0%	1,7%	0,0%	0,0%
	929	209	114	390	23	88	19	87

Marque la estrategia de internacionalización que más se adapte a su empresa

	TOTAL	Sector de actividad																		
		Total	Alimentos	Bebidas	Distribución Comercial y Franquicias	Equipos	Hábitat	Industria automoción	Industria Química	Industria transporte	Maquinaria	Materiales de construcción	Materias primas	Moda	Ocio e Industrias Culturales	Servicios a las empresas	Servicios de infraestructuras	Servicios de las tecnologías y las comunicaciones	Servicios salud y sanidad	Tecnología
Acceso información	25,5%	29,6%	30,0%	34,7%	24,8%	21,2%	48,1%	22,5%	29,9%	10,6%	21,2%	31,4%	27,9%	17,2%	23,6%	24,8%	31,9%	25,6%	15,9%	37,7%
Estimar costes/beneficios	17,0%	13,4%	12,9%	11,7%	14,5%	16,7%	33,3%	16,2%	19,6%	12,6%	8,8%	14,4%	11,4%	17,9%	19,0%	17,3%	22,6%	28,4%	24,4%	17,2%
Inversión inicial	25,4%	15,1%	54,1%▲	29,2%	27,2%	27,6%	29,4%	22,9%	17,3%	24,7%	22,1%	3,3%	34,7%	20,0%	28,4%	32,5%	30,5%	28,4%	16,4%	24,9%
Acceso recursos financieros	21,5%	14,8%	31,7%	27,3%	12,6%	15,3%	23,2%	9,1%	22,3%	16,0%	22,1%	12,1%	23,0%	26,0%	21,6%	30,0%	28,6%	25,2%	16,7%	16,6%
Carencia capital humano especializado	16,5%	17,3%	8,2%	2,1%	24,6%	14,1%	5,3%	10,2%	14,4%	15,9%	21,5%	4,3%	17,1%	13,1%	23,6%	13,1%	25,1%	35,7%	20,6%	10,1%
Encontrar personal especializado	20,7%	18,0%	11,1%	10,0%	26,8%	24,9%	12,1%	30,7%	27,7%	23,4%	20,9%	12,6%	15,7%	19,3%	19,5%	32,6%	16,8%	38,6%	17,2%	21,1%
Barreras arancelarias	13,3%	15,3%	25,2%	11,8%	13,7%	0,3%	20,3%	14,6%	13,8%	23,5%	15,7%	13,0%	21,8%	13,4%	7,3%	5,8%	7,7%	7,7%	18,7%	18,7%
Barreras no arancelarias	20,5%	26,9%	21,5%	10,8%	24,9%	15,9%	26,4%	45,4%▲	16,2%	19,9%	15,2%	25,3%	13,3%	23,1%	9,6%	24,3%	15,3%	20,4%	26,6%	17,4%
Contactar con clientes en destino	52,6%	50,6%	49,4%	56,6%	59,6%	60,8%	42,2%	61,7%	51,9%	45,9%	56,9%	49,2%	57,3%	58,9%	51,9%	47,4%	46,1%	15,0%	60,4%	45,2%
Logísticas /Transporte	25,5%	39,1%▲	19,9%	39,5%	18,8%	32,9%	2,9%	8,6%	29,7%	39,5%	29,9%	47,8%	25,0%	21,8%	23,3%	12,7%▼	7,6%▼	36,2%	31,6%	44,1%
Burocracia en España	0,2%	2,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Competencia local o internacional	0,4%	0,0%	3,0%	0,0%	1,5%	0,0%	5,3%	0,0%	1,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Dificultad asegurar los cobros	0,2%	1,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Falta de apoyo a la internacionalización	0,4%	0,6%	0,0%	0,0%	1,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,9%	0,0%	0,0%	1,8%	0,0%
No encontramos obstáculos	1,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	6,2%	0,0%	0,0%	7,3%▲	0,9%	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%
No exportamos	0,2%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%
Otros	1,5%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	1,5%	0,0%	5,0%	0,0%	2,4%	6,0%	2,3%	0,9%	0,2%	0,0%	4,5%	3,1%	0,0%	1,9%	0,0%
	929	111	34	28	48	34	17	19	45	38	31	25	60	88	88	99	76	5	61	23

Marque los principales (máximo tres) obstáculos a la hora de salir a un nuevo mercado o de lanzar un nuevo producto en el exterior

	TOTAL	Clúster de empresa						
	Total	Pequeñas empresas con presencia internacional moderada	Pequeñas empresas con presencia internacional fuerte	Pequeñas empresas con presencia internacional baja	Medianas con presencia internacional moderada	Medianas y grandes con presencia internacional fuerte	Microempresas sin estrategia internacional	Microempresas enigma (otras microempresas)
Acceso información	25,5%	30,3% ▲	25,8%	26,4%	22,9%	13,7% ▼	12,8%	25,6%
Estimar costes/beneficios	17,0%	17,5%	18,8%	17,1%	16,2%	15,2%	24,5%	13,1%
Inversión inicial	25,4%	25,9%	15,2%	29,4% ▲	18,4%	12,1% ▼	42,3%	30,9%
Acceso recursos financieros	21,5%	12,9%	11,1%	28,5% ▲	15,8%	13,4%	17,8%	35,2% ▲
Carencia capital humano especializado	16,5%	16,3%	13,6%	19,5%	4,5%	10,5%	30,7%	13,5%
Encontrar personal especializado	20,7%	24,9%	29,6% ▲	15,2% ▼	26,5%	30,3%	20,5%	13,0%
Barreras arancelarias	13,3%	15,4%	13,7%	11,9%	19,2%	22,1% ▲	0,0%	6,7%
Barreras no arancelarias	20,5%	19,9%	20,9%	17,6%	24,2%	34,7% ▲	7,5%	21,3%
Contactar con clientes en destino	52,6%	54,1%	54,1%	56,8%	50,9%	36,0% ▼	52,3%	45,8%
Logísticas /Transporte	25,5%	24,4%	34,8%	24,1%	33,3%	33,4%	26,3%	12,1% ▼
Burocracia en España	0,2%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	1,3%	0,0%	0,0%
Competencia local o internacional	0,4%	0,8%	0,9%	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	0,0%
Dificultad asegurar los cobros	0,2%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Falta de apoyo a la internacionalización	0,4%	1,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,1%
No encontramos obstáculos	1,1%	1,0%	0,0%	0,9%	0,0%	1,7%	0,0%	3,2%
No exportamos	0,2%	0,2%	0,5%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Otros	1,5%	0,0%	2,7%	1,5%	4,0%	1,6%	7,8%	1,6%
	929	209	114	390	23	88	19	87

Marque los principales (máximo tres) obstáculos a la hora de salir a un nuevo mercado o de lanzar un nuevo producto en el exterior

Determinantes de éxito

	TOTAL	Sector de actividad																		
	Total	Alimentos	Bebidas	Distribución Comercial y Franquicias	Equipos	Hábitat	Industria automoción	Industria Química	Industria transporte	Maquinaria	Materiales de construcción	Materias primas	Moda	Ocio e Industrias Culturales	Servicios a las empresas	Servicios de infraestructuras	Servicios de las tecnologías y las comunicaciones	Servicios salud y sanidad	Tecnología	Desconocido
Selección adecuada del mercado de destino	48,0%	50,7%	51,9%	44,3%	57,9%	31,6%	58,3%	33,8%	53,1%	40,4%	44,2%	39,0%	62,7%▲	34,5%▼	42,2%	51,4%	58,7%	7,3%	44,2%	62,2%
Estrategia adecuada de segmentación del mercado y diferenciación del producto	34,1%	33,8%	20,9%	25,1%	30,8%	34,0%	31,7%	46,7%	35,6%	27,9%	30,1%	35,7%	37,3%	38,3%	33,7%	31,5%	44,3%	0,0%	40,2%	22,3%
Selección adecuada de mi socio local / distribuidor	35,3%	39,5%	40,0%	31,3%	45,6%	32,0%	37,6%	44,2%	28,8%	29,4%	32,3%	27,9%	42,0%	28,8%	33,2%	39,4%	34,2%	17,5%	35,4%	27,3%
El precio de mi producto	25,3%	26,5%	33,9%	55,7%▲	26,8%	31,7%	26,5%	27,2%	35,0%	23,9%	25,3%	20,8%	25,8%	20,1%	23,0%	13,5%▼	17,0%	46,4%	22,1%	50,2%
La calidad de mi producto	50,6%	52,9%	60,8%	36,2%	60,2%	52,5%	43,8%	56,5%	53,8%	48,1%	45,0%	59,8%	57,8%	56,2%	49,9%	42,4%	40,5%	71,6%	44,3%	59,2%
La imagen de marca propia	14,9%	9,8%	21,1%	5,5%	8,5%	19,7%	21,9%	3,7%	8,3%	11,2%	26,9%	11,6%	15,4%	35,7%▲	19,8%	14,6%	11,1%	0,0%	5,9%	0,0%
La imagen de marca-país	6,9%	7,0%	15,7%	6,6%	1,5%	10,1%	13,2%	0,0%	6,4%	3,7%	14,8%	13,0%	4,1%	3,3%	5,7%	9,5%	2,5%	56,9%▲	10,1%	0,0%
La estrategia de comunicación en destino (publicidad, promociones, red comercial, etc.)	14,9%	12,6%	12,5%	9,5%	12,8%	8,7%	5,3%	18,2%	15,0%	19,5%	13,1%	4,5%	12,6%	22,1%	23,0%	10,2%	22,2%	15,4%	5,7%	28,0%
La estrategia de marketing digital	9,0%	4,4%	15,3%	22,0%	1,5%	6,9%	12,1%	0,0%	4,0%	0,0%	9,9%	3,7%	4,2%	17,7%▲	10,8%	8,2%	18,3%▲	7,7%	8,7%	6,7%
El servicio post-venta ofrecido a los clientes	17,9%	12,9%	2,1%	23,5%	22,2%	23,0%	12,1%	11,9%	19,3%	49,6%▲	19,4%	23,8%	7,8%	10,7%	9,3%	17,5%	20,9%	10,2%	40,8%▲	8,1%
Las condiciones financieras ofrecidas a los clientes	6,6%	5,6%	2,7%	14,1%	1,5%	8,2%	16,7%	12,0%	6,4%	8,2%	3,5%	2,3%	2,8%	1,1%▼	7,6%	14,1%▲	5,1%	0,0%	6,2%	11,9%
Acceso al capital humano especializado en comercio exterior	8,3%	7,2%	2,1%	4,0%	7,7%	11,4%	0,0%	4,8%	13,4%	14,5%	8,1%	2,3%	8,2%	6,3%	15,7%▲	14,4%	1,4%▼	0,0%	7,8%	0,0%
Otros	1,5%	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,0%	0,0%	0,0%	1,7%	3,3%	3,1%	0,7%	2,5%	4,8%	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%
	929	111	34	28	48	34	17	19	45	38	31	25	60	88	88	99	76	5	61	23

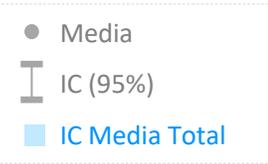
Marque los principales (máximo tres) factores para tener éxito de forma duradera en el exterior

	TOTAL	Clúster de empresa						
	Total	Pequeñas empresas con presencia internacional moderada	Pequeñas empresas con presencia internacional fuerte	Pequeñas empresas con presencia internacional baja	Medianas con presencia internacional moderada	Medianas y grandes con presencia internacional fuerte	Microempresas sin estrategia internacional	Microempresas enigma (otras microempresas)
Selección adecuada del mercado de destino	48,0%	52,4%	56,6% ▲	45,3%	40,6%	46,6%	22,7% ▼	46,6%
Estrategia adecuada de segmentación del mercado y diferenciación del producto	34,1%	28,8%	37,9%	35,5%	47,5%	28,6%	36,2%	37,7%
Selección adecuada de mi socio local / distribuidor	35,3%	38,0%	35,5%	35,4%	38,3%	34,3%	20,0%	31,6%
El precio de mi producto	25,3%	28,8%	24,7%	20,0% ▼	33,0%	39,5% ▲	20,5%	25,5%
La calidad de mi producto	50,6%	46,2%	55,6%	52,5%	58,8%	53,9%	39,9%	43,0%
La imagen de marca propia	14,9%	11,8%	14,2%	17,1%	7,1%	8,7% ▼	7,5%	23,5% ▲
La imagen de marca-país	6,9%	6,2%	6,7%	7,2%	2,9%	3,0%	13,7%	10,8%
La estrategia de comunicación en destino (publicidad, promociones, red comercial, etc.)	14,9%	12,7%	9,9%	19,1%	8,0%	9,4%	9,0%	16,3%
La estrategia de marketing digital	9,0%	10,2%	4,4%	10,8%	0,0%	2,7%	13,5%	12,2%
El servicio post-venta ofrecido a los clientes	17,9%	20,5%	16,1%	20,4%	23,9%	9,1%	7,5%	12,5%
Las condiciones financieras ofrecidas a los clientes	6,6%	7,4%	8,6%	5,2%	4,0%	8,4%	0,0%	8,5%
Acceso al capital humano especializado en comercio exterior	8,3%	8,5%	8,4%	7,3%	3,9%	10,1%	10,8%	10,7%
Otros	1,5%	1,3%	0,0%	1,2%	0,0%	1,8%	17,0% ▲	2,1%
	929	209	114	390	23	88	19	87

Marque los principales (máximo tres) factores para tener éxito de forma duradera en el exterior

Competitividad y prácticas responsables

➤ Importancia competitividad → Prácticas socialmente responsables



Valoración:
Escala 1-5
1: Totalmente en desacuerdo
5: Totalmente de acuerdo

Valore del 1 al 5 su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones, donde 5 significa "completamente de acuerdo" y 1 "en absoluto desacuerdo"

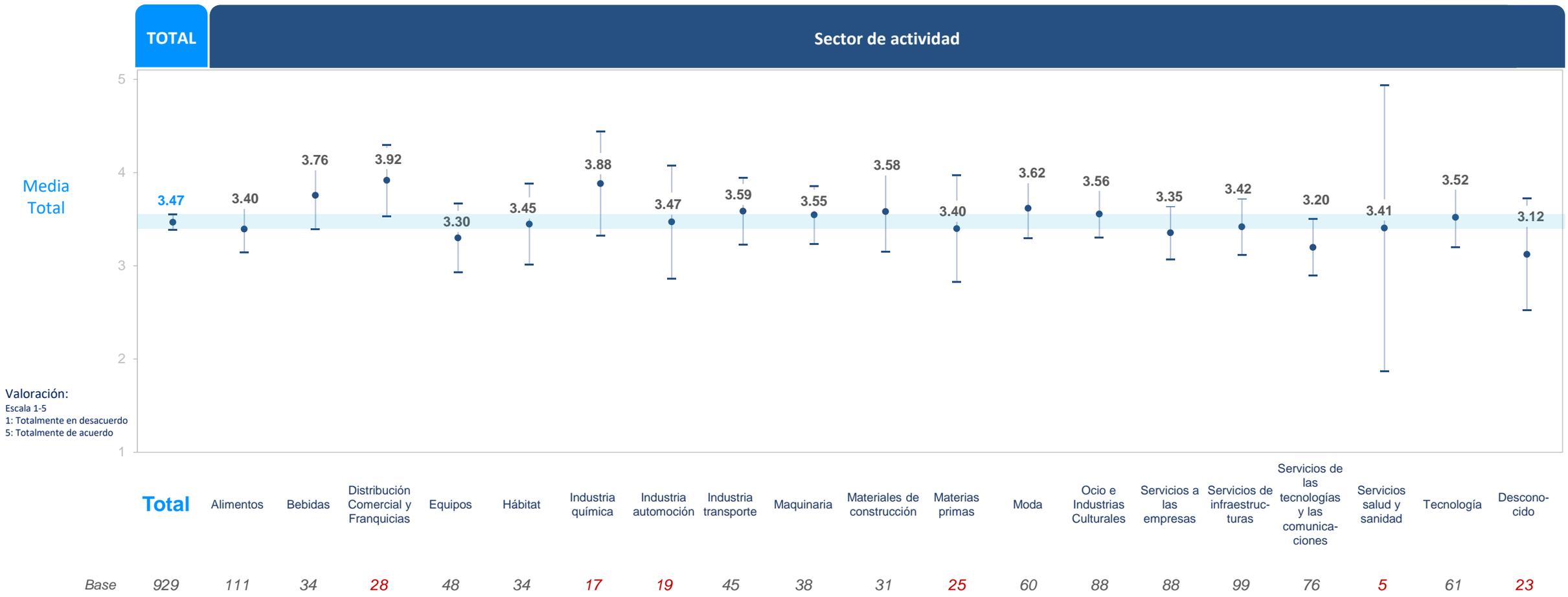
➤ Importancia competitividad → Prácticas socialmente responsables



Valoración:
Escala 1-5
1: Totalmente en desacuerdo
5: Totalmente de acuerdo

Valore del 1 al 5 su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones, donde 5 significa "completamente de acuerdo" y 1 "en absoluto desacuerdo"

➤ Importancia competitividad → Prácticas medioambientalmente responsables



Valoración:
Escala 1-5
1: Totalmente en desacuerdo
5: Totalmente de acuerdo

Valore del 1 al 5 su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones, donde 5 significa "completamente de acuerdo" y 1 "en absoluto desacuerdo"

➤ Importancia competitividad → Prácticas medioambientalmente responsables



Valoración:
Escala 1-5
1: Totalmente en desacuerdo
5: Totalmente de acuerdo

Valore del 1 al 5 su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones, donde 5 significa "completamente de acuerdo" y 1 "en absoluto desacuerdo"

Competitividad y prácticas responsables

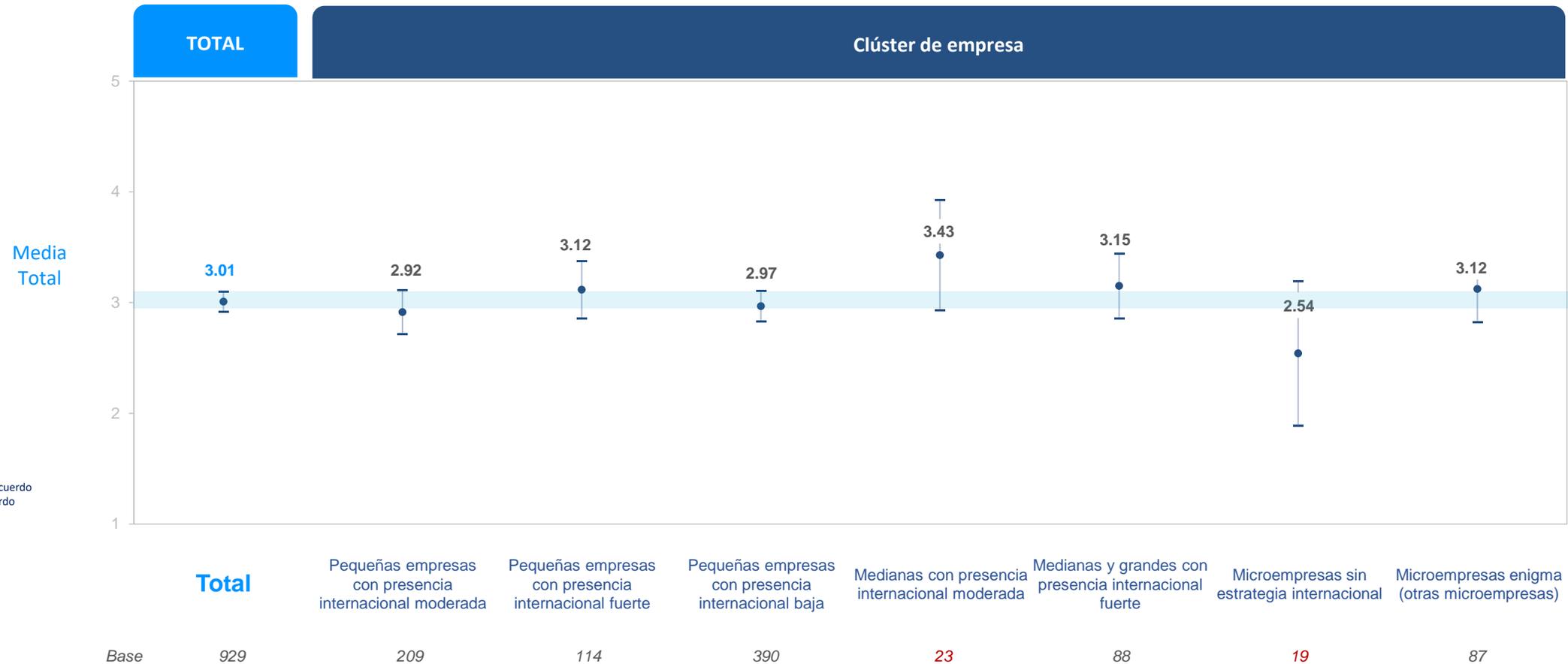
➤ Importancia competitividad → Medidas para fomentar la igualdad de género



Valoración:
Escala 1-5
1: Totalmente en desacuerdo
5: Totalmente de acuerdo

Valore del 1 al 5 su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones, donde 5 significa "completamente de acuerdo" y 1 "en absoluto desacuerdo"

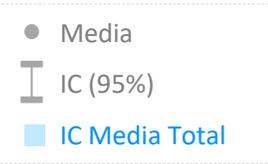
➤ Importancia competitividad → Medidas para fomentar la igualdad de género



Valoración:
Escala 1-5
1: Totalmente en desacuerdo
5: Totalmente de acuerdo

Valore del 1 al 5 su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones, donde 5 significa "completamente de acuerdo" y 1 "en absoluto desacuerdo"

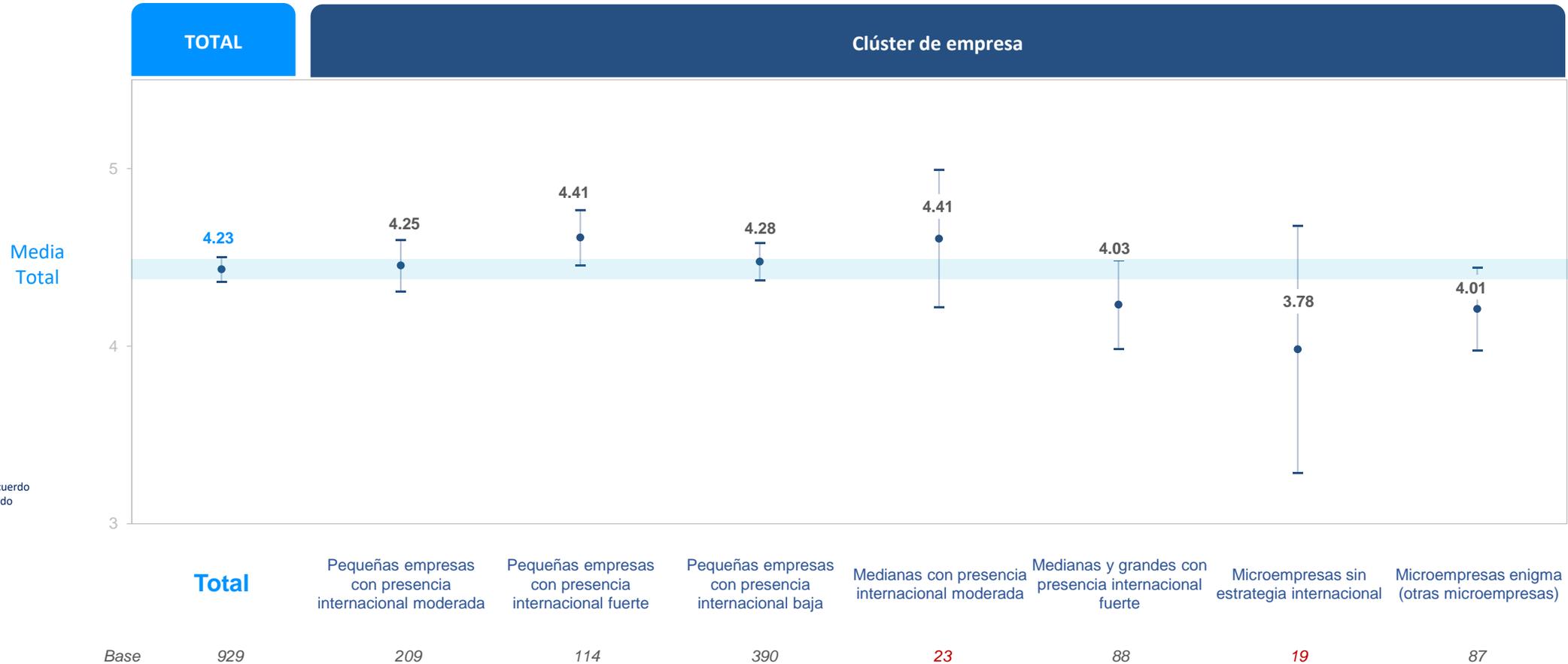
➤ Importancia competitividad → Desarrollo de innovaciones



Valoración:
Escala 1-5
1: Totalmente en desacuerdo
5: Totalmente de acuerdo

Valore del 1 al 5 su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones, donde 5 significa "completamente de acuerdo" y 1 "en absoluto desacuerdo"

➤ Importancia competitividad → Desarrollo de innovaciones



Valoración:
Escala 1-5
1: Totalmente en desacuerdo
5: Totalmente de acuerdo

Valore del 1 al 5 su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones, donde 5 significa "completamente de acuerdo" y 1 "en absoluto desacuerdo"

Instrumentos de apoyo: cruces



Instrumentos con elevada utilidad (4 y 5)

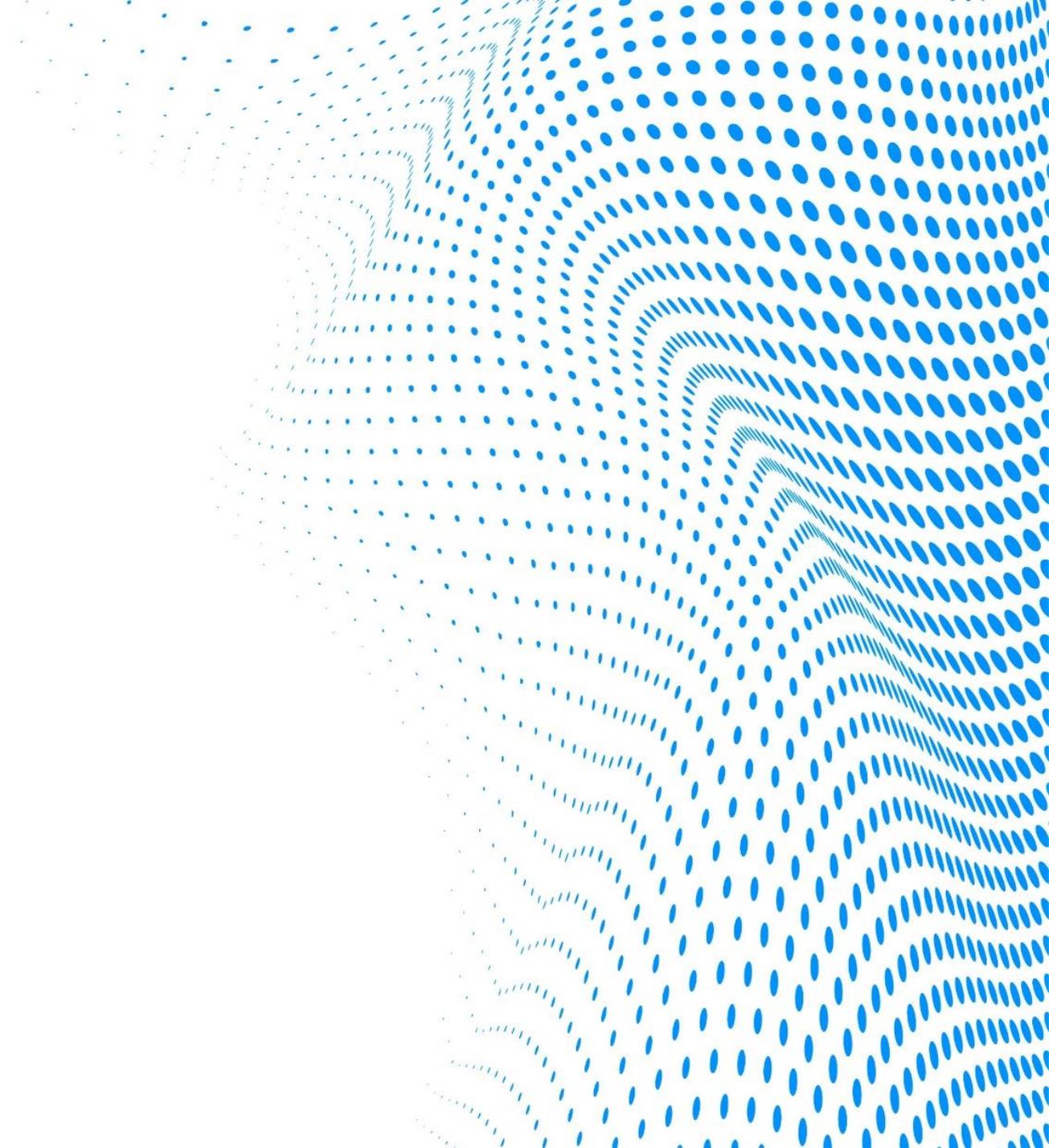
	TOTAL	Sector de actividad																		
		Total	Alimentos	Bebidas	Distribución Comercial y Franquicias	Equipos	Hábitat	Industria automoción	Industria Química	Industria transporte	Maquinaria	Materiales de construcción	Materias primas	Moda	Ocio e Industrias Culturales	Servicios a las empresas	Servicios de infraestructuras	Servicios de las tecnologías y las comunicaciones	Servicios salud y sanidad	Tecnología
Información general sobre el mercado de destino	54,7%	63,3%	55,6%	49,4%	45,4%	48,3%	53,4%	65,9%	60,8%	52,3%	56,1%	49,8%	50,7%	50,2%	62,9%	52,4%	58,1%	61,4%	52,0%	34,3%
Acceso información especializada de mi sector en mercado destino	81,9%	84,6%	88,3%	81,4%	88,9%	85,1%	77,4%	84,0%	90,8%	87,0%	70,6%	82,5%	72,5%	81,3%	80,5%	77,5%	83,3%	71,6%	87,3%	66,5%
Acceso a contactos potenciales clientes o socios en mercado destino	87,3%	85,7%	87,5%	81,4%	92,6%	85,2%	93,2%	92,3%	94,3%	91,4%	80,8%	78,2%	86,4%	85,0%	86,9%	87,8%	87,8%	100,0%	91,3%	77,5%
Acceso a formación y capacitación en internacionalización	53,7%	63,2%	55,9%	32,3%	53,4%	44,2%	53,4%	49,2%	52,1%	54,6%	67,9%	52,5%	59,9%	47,4%	49,1%	54,9%	48,3%	63,8%	62,7%	46,9%
Apoyo en acciones de promoción (ferias, etc.)	70,4%	76,7%	80,3%	48,6%	71,1%	67,7%	55,5%	80,0%	80,7%	75,7%	81,1%	51,4%	81,2%	70,7%	60,6%	70,6%	62,8%	61,4%	77,1%	50,6%
Apoyo para identificar/acceso a contactos de potenciales proveedores extranjeros	62,8%	62,1%	77,6%	57,9%	53,7%	66,5%	72,1%	67,5%	70,3%	67,7%	56,3%	59,4%	69,2%	65,7%	53,6%	62,4%	55,4%	45,9%	74,4%	50,6%
Apoyo en el desarrollo de una estrategia de digitalización	42,5%	38,2%	37,9%	41,4%	36,5%	39,1%	42,5%	36,5%	37,2%	48,1%	49,5%	30,3%	44,4%	57,1%	40,6%	39,9%	39,4%	67,1%	52,2%	34,0%
Acceso a diversas fuentes de financiación	55,7%	42,8%▼	49,1%	41,9%	46,1%	52,0%	61,9%	66,6%	56,8%	59,9%	64,4%	39,7%	52,0%	75,3%▲	49,8%	56,5%	74,0%▲	61,4%	54,2%	47,1%
Apoyo en licitaciones internacionales	43,7%	33,9%	46,6%	42,5%	39,9%	31,2%	52,2%	38,6%	36,3%	47,1%	43,4%	35,6%	30,7%	48,2%	44,6%	50,0%	59,0%	53,6%	50,0%	46,3%
Cobertura de riesgos inherentes al comercio internacional	55,4%	61,0%	58,7%	51,9%	47,4%	44,5%	66,0%	66,9%	72,8%▲	63,4%	58,6%	63,6%	57,7%	50,3%	42,0%▼	52,8%	44,5%	71,6%	68,1%	59,1%
Apoyo logístico	54,3%	57,6%	57,8%	49,0%	60,0%	61,8%	69,5%	58,5%	42,1%	54,9%	59,7%	46,9%	46,0%	58,7%	52,0%	49,4%	55,8%	61,4%	56,1%	48,4%
Apoyo específico para integrarse en una cadena de valor global	41,4%	42,4%	40,8%	36,7%	34,1%	37,8%	52,8%	51,0%	33,6%	50,9%	46,7%	46,8%	33,6%	42,6%	38,1%	41,3%	41,9%	61,4%	46,7%	41,4%
Apoyo a la inversión en el exterior	52,7%	48,9%	37,9%	42,3%	47,7%	47,0%	46,6%	61,5%	54,2%	48,9%	56,1%	65,0%	54,5%	49,1%	49,4%	69,1%	59,7%	61,4%	51,8%	35,9%
	929	111	34	28	48	34	17	19	45	38	31	25	60	88	88	99	76	5	61	23

Valore del 1 al 5 la utilidad de los siguientes tipos de instrumentos de apoyo a la internacionalización, donde 5 significa "muy útil" y 1 "muy poco útil"

	TOTAL	Clúster de empresa						
		Pequeñas empresas con presencia internacional moderada	Pequeñas empresas con presencia internacional fuerte	Pequeñas empresas con presencia internacional baja	Medianas con presencia internacional moderada	Medianas y grandes con presencia internacional fuerte	Microempresas sin estrategia internacional	Microempresas enigma (otras microempresas)
Instrumentos con elevada utilidad (4 y 5)	Total							
Información general sobre el mercado de destino	54,7%	57,2%	60,3%	51,2%	60,7%	62,9%	73,0%	42,8%
Acceso información especializada de mi sector en mercado destino	81,9%	81,3%	87,4%	81,1%	82,1%	87,1%	76,2%	76,0%
Acceso a contactos potenciales clientes o socios en mercado destino	87,3%	86,2%	91,9%	87,2%	82,1%	89,7%	79,9%	84,5%
Acceso a formación y capacitación en internacionalización	53,7%	58,1%	63,3%	49,1%	52,7%	56,4%	54,2%	49,0%
Apoyo en acciones de promoción (ferias, etc.)	70,4%	64,0%	75,3%	71,2%	67,7%	71,1%	66,0%	76,1%
Apoyo para identificar/acceso a contactos de potenciales proveedores extranjeros	62,8%	59,7%	64,7%	64,5%	58,9%	60,4%	61,5%	64,0%
Apoyo en el desarrollo de una estrategia de digitalización	42,5%	41,7%	38,8%	42,6%	32,5%	41,6%	52,3%	49,8%
Acceso a diversas fuentes de financiación	55,7%	48,7%	46,2%	60,3% ▲	42,0%	53,9%	80,5%	63,8%
Apoyo en licitaciones internacionales	43,7%	40,3%	35,1%	45,8%	36,9%	43,1%	63,1%	51,7%
Cobertura de riesgos inherentes al comercio internacional	55,4%	51,9%	68,5% ▲	51,3%	47,7%	64,3%	69,2%	55,3%
Apoyo logístico	54,3%	58,9%	54,5%	52,0%	45,3%	44,4%	74,3%	61,4%
Apoyo específico para integrarse en una cadena de valor global	41,4%	43,3%	43,1%	39,1%	42,9%	35,2%	60,1%	46,7%
Apoyo a la inversión en el exterior	52,7%	50,8%	52,5%	50,2%	58,5%	59,3%	75,1%	56,0%
	929	209	114	390	23	88	19	87

Valore del 1 al 5 la utilidad de los siguientes tipos de instrumentos de apoyo a la internacionalización, donde 5 significa "muy útil" y 1 "muy poco útil"

Desafíos y oportunidades: cruces



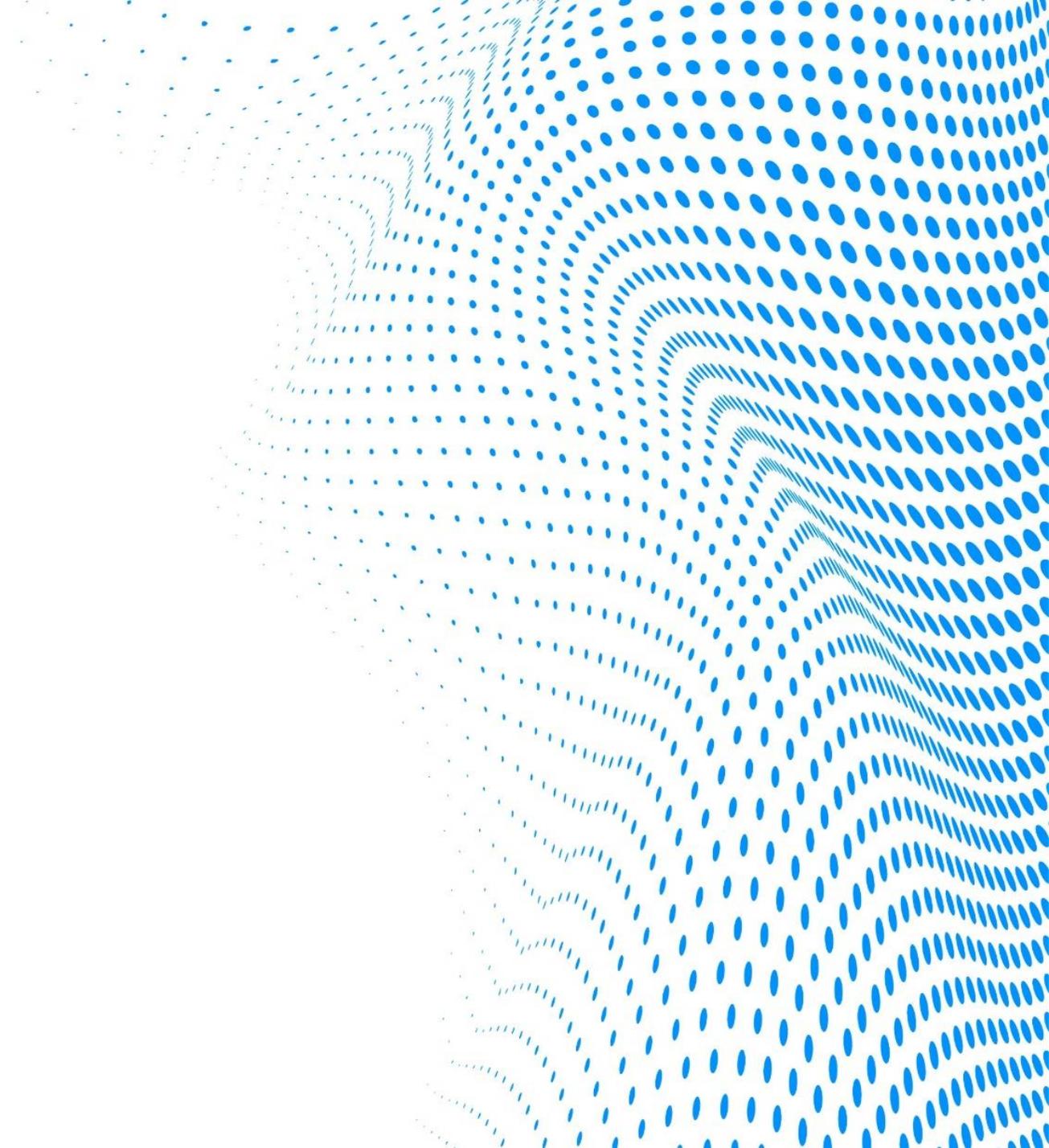
	Sector de actividad																		
	Alimentos	Bebidas	Distribución Comercial y Franquicias	Equipos	Hábitat	Industria automoción	Industria Química	Industria transporte	Maquinaria	Materiales de construcción	Materias primas	Moda	Ocio e Industrias Culturales	Servicios a las empresas	Servicios de infraestructuras	Servicios de las tecnologías y las comunicaciones	Servicios salud y sanidad	Tecnología	Desconocido
Mejoras fiscales para la internacionalización de las empresas	3º	1º	2º	1º	1º	1º	3º	1º	1º	2º	3º	1º	1º	1º	1º	1º	4º	2º	1º
Simplificación de obstáculos administrativos para las empresas en España	2º	3º	1º	2º	3º	2º	1º	2º	2º	1º	2º	3º	2º	2º	2º	2º	2º	1º	3º
Firma de nuevos acuerdos comerciales con terceros países	1º	2º	3º	3º	2º	4º	2º	3º	4º	4º	1º	2º	3º	4º	3º	3º	1º	3º	2º
Reformas estructurales (laborales, sectoriales, etc.) en España	5º	7º	5º	4º	4º	3º	5º	6º	5º	5º	8º	4º	4º	3º	4º	4º	8º	4º	9º
Mejora de las relaciones diplomáticas entre España y terceros países	4º	5º	8º	5º	6º	5º	4º	4º	6º	3º	7º	7º	9º	10º	7º	12º	5º	5º	8º
Promoción del aprendizaje de lenguas extranjeras en España	6º	4º	9º	6º	8º	8º	11º	5º	3º	6º	5º	6º	5º	5º	11º	7º	11º	6º	7º
Promoción de la educación financiera y comercial en España	8º	12º	10º	9º	10º	10º	9º	11º	12º	10º	4º	5º	6º	8º	9º	11º	9º	8º	5º
Incremento de la Cooperación al Desarrollo	11º	9º	6º	8º	12º	9º	10º	10º	13º	9º	13º	8º	8º	9º	10º	9º	3º	7º	4º
Firma de nuevos acuerdos de inversiones con terceros países	7º	11º	11º	11º	7º	7º	6º	7º	11º	7º	9º	10º	10º	11º	6º	6º	7º	9º	6º
Atracción de talento internacional	13º	6º	13º	7º	9º	--	8º	12º	8º	8º	12º	12º	13º	6º	8º	5º	5º	12º	10º
Firma de nuevos acuerdos de doble imposición internacional con terceros países	10º	10º	7º	10º	5º	6º	12º	8º	7º	12º	10º	9º	11º	7º	5º	8º	10º	10º	11º
Promoción en el extranjero de la lengua española	9º	8º	4º	12º	--	--	7º	9º	10º	--	11º	13º	12º	12º	13º	10º	11º	11º	12º
Promoción de la movilidad de los estudiantes de educación superior (Erasmus, etc.)	12º	13º	12º	13º	11º	--	--	13º	9º	11º	6º	11º	7º	13º	12º	13º	11º	13º	--

Marque tres actuaciones públicas que considere más prioritarias para afianzar la actividad internacional de su empresa. Coloque las actuaciones públicas por orden de prioridad

	Clúster de empresa						
	Pequeñas empresas con presencia internacional moderada	Pequeñas empresas con presencia internacional fuerte	Pequeñas empresas con presencia internacional baja	Medianas con presencia internacional moderada	Medianas y grandes con presencia internacional fuerte	Microempresas sin estrategia internacional	Microempresas enigma (otras microempresas)
Mejoras fiscales para la internacionalización de las empresas	1º	1º	1º	2º	2º	1º	2º
Simplificación de obstáculos administrativos para las empresas en España	2º	3º	2º	1º	3º	2º	1º
Firma de nuevos acuerdos comerciales con terceros países	3º	2º	3º	3º	1º	3º	3º
Reformas estructurales (laborales, sectoriales, etc.) en España	4º	6º	4º	4º	5º	5º	5º
Promoción del aprendizaje de lenguas extranjeras en España	5º	5º	5º	11º	6º	4º	13º
Mejora de las relaciones diplomáticas entre España y terceros países	6º	4º	6º	5º	4º	9º	7º
Firma de nuevos acuerdos de doble imposición internacional con terceros países	7º	8º	8º	8º	7º		9º
Firma de nuevos acuerdos de inversiones con terceros países	8º	7º	9º	10º	9º	8º	11º
Promoción de la educación financiera y comercial en España	9º	10º	7º	12º	10º	6º	8º
Promoción en el extranjero de la lengua española	10º	11º	12º	--	12º	11º	10º
Incremento de la Cooperación al Desarrollo	11º	12º	10º	6º	11º	10º	6º
Atracción de talento internacional	12º	9º	11º	7º	8º	7º	12º
Promoción de la movilidad de los estudiantes de educación superior (Erasmus, etc.)	13º	13º	13º	9º	13º	12º	4º

Marque tres actuaciones públicas que considere más prioritarias para afianzar la actividad internacional de su empresa. Coloque las actuaciones públicas por orden de prioridad

Innovación: cruces



Realización, obtención y tipo de innovaciones

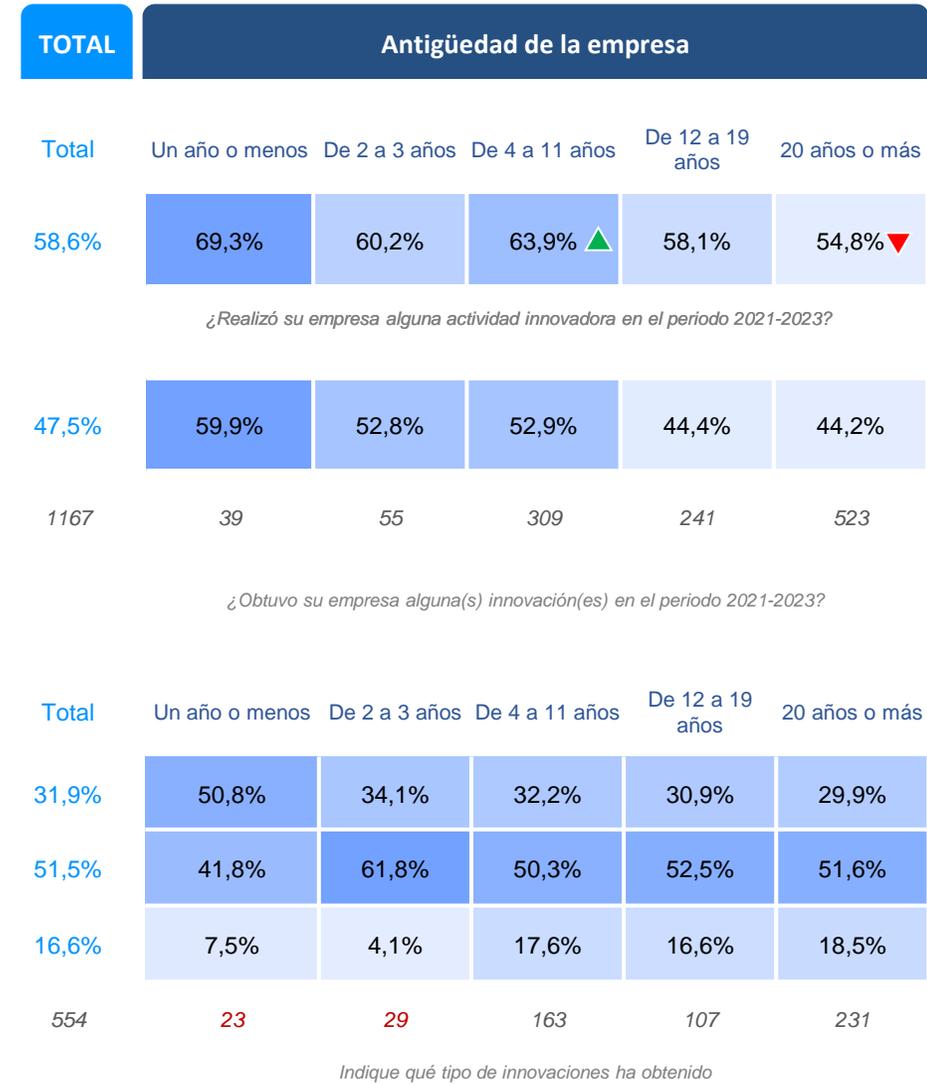
TOTAL		Sector de actividad																			
	Total	Alimentos	Bebidas	Distribución Comercial y Franquicias	Equipos	Hábitat	Industria automoción	Industria Química	Industria transporte	Maquinaria	Materiales de construcción	Materias primas	Moda	Ocio e Industrias Culturales	Servicios a las empresas	Servicios de infraestructuras	Servicios de las tecnologías y las comunicaciones	Servicios salud y sanidad	Tecnología	Desconocido	
Realiza innovación	58,6%	49,8%	36,8% ▼	51,1%	60,9%	64,7%	60,9%	71,3%	58,8%	57,6%	47,7%	56,3%	60,1%	62,9%	53,9%	60,1%	77,9% ▲	49,5%	72,9%	39,8%	
¿Realizó su empresa alguna actividad innovadora en el periodo 2021-2023?																					
Obtiene innovación	47,5%	41,8%	25,9% ▼	27,6% ▼	56,3%	59,5%	55,2%	64,2%	49,0%	45,4%	42,9%	39,4%	44,5%	51,5%	41,3%	47,1%	65,5% ▲	49,5%	62,4%	26,5% ▼	
¿Obtuvo su empresa alguna(s) innovación(es) en el periodo 2021-2023?																					
	1167	141	36	40	57	36	21	22	46	39	35	28	67	117	130	143	87	9	74	39	
Indique qué tipo de innovaciones ha obtenido																					
	Total	Alimentos	Bebidas	Distribución Comercial y Franquicias	Equipos	Hábitat	Industria automoción	Industria Química	Industria transporte	Maquinaria	Materiales de construcción	Materias primas	Moda	Ocio e Industrias Culturales	Servicios a las empresas	Servicios de infraestructuras	Servicios de las tecnologías y las comunicaciones	Servicios salud y sanidad	Tecnología	Desconocido	
Ambas	31,9%	39,2%	34,0%	41,8%	21,9%	19,6%	25,4%	40,1%	26,8%	24,6%	34,4%	29,1%	37,7%	45,4%	26,5%	22,8%	44,1%	8,1%	25,1%	15,5%	
Producto	51,5%	49,6%	56,0%	33,4%	74,5% ▲	73,8%	36,2%	56,9%	65,8%	67,7%	38,0%	64,0%	59,4%	34,1%	29,9% ▼	41,5%	49,4%	83,3%	70,8% ▲	84,5%	
Proceso de negocio	16,6%	11,2%	9,9%	24,8%	3,7%	6,6%	38,4%	3,1%	7,3%	7,7%	27,6%	7,0%	2,9%	20,5%	43,6% ▲	35,6% ▲	6,5%	8,6%	4,0%	0,0%	
	554	59	9	11	32	22	11	14	23	18	15	11	30	60	54	67	57	5	46	10	

Realización, obtención y tipo de innovaciones

TOTAL		Clúster de empresa							
		Pequeñas empresas con presencia internacional moderada	Pequeñas empresas con presencia internacional fuerte	Pequeñas empresas con presencia internacional baja	Medianas con presencia internacional moderada	Medianas y grandes con presencia internacional fuerte	Microempresas sin experiencia internacional	Microempresas sin estrategia internacional	Microempresas enigma (otras microempresas)
Realiza innovación	58,6%	67,8%	63,3%	60,7%	79,5%	64,4%	43,4% ▼	45,2%	54,6%
<i>¿Realizó su empresa alguna actividad innovadora en el periodo 2021-2023?</i>									
Obtiene innovación	47,5%	58,7%	54,1%	50,3%	66,3%	56,0%	27,2% ▼	35,2%	43,3%
	1167	209	114	390	23	88	238	19	87
<i>¿Obtuvo su empresa alguna(s) innovación(es) en el periodo 2021-2023?</i>									

TOTAL		Clúster de empresa							
		Pequeñas empresas con presencia internacional moderada	Pequeñas empresas con presencia internacional fuerte	Pequeñas empresas con presencia internacional baja	Medianas con presencia internacional moderada	Medianas y grandes con presencia internacional fuerte	Microempresas sin experiencia internacional	Microempresas sin estrategia internacional	Microempresas enigma (otras microempresas)
Ambas	31,9%	32,8%	33,9%	31,4%	32,1%	30,3%	26,8%	38,7%	37,4%
Producto	51,5%	51,3%	55,3%	54,3%	54,2%	50,9%	41,0%	49,2%	50,2%
Proceso de negocio	16,6%	15,9%	10,9%	14,4%	13,7%	18,8%	32,2% ▲	12,1%	12,4%
	554	123	61	196	15	49	65	7	38
<i>Indique qué tipo de innovaciones ha obtenido</i>									

Realización, obtención y tipo de innovaciones



Realización, obtención y tipo de innovaciones

TOTAL Nivel de facturación

	Total	<2 mill	2-5 mill	6-10 mill	11-20 mill	>20 mill
Realiza innovación	58,6%	53,2% ▼	65,3% ▲	75,1% ▲	49,6% ▼	68,2% ▲

¿Realizó su empresa alguna actividad innovadora en el periodo 2021-2023?

	Total	<2 mill	2-5 mill	6-10 mill	11-20 mill	>20 mill
Obtiene innovación	47,5%	42,2% ▼	50,7%	65,0% ▲	42,3%	60,0%

¿Obtuvo su empresa alguna(s) innovación(es) en el periodo 2021-2023?

1167 646 238 97 79 108

TOTAL Nivel de facturación

	Total	<2 mill	2-5 mill	6-10 mill	11-20 mill	>20 mill
Ambas	31,9%	33,0%	28,5%	30,6%	36,7%	31,9%
Producto	51,5%	50,0%	55,7%	58,2%	44,8%	47,2%
Proceso de negocio	16,6%	17,0%	15,8%	11,1%	18,6%	20,9%

Indique qué tipo de innovaciones ha obtenido

554 272 121 63 34 65

TOTAL Experiencia en exportación (bienes o servicios)

	Total	0-1 año	2-10 años	>11 años
Realiza innovación	58,6%	47,0% ▼	62,8% ▲	62,2% ▲

¿Realizó su empresa alguna actividad innovadora en el periodo 2021-2023?

	Total	0-1 año	2-10 años	>11 años
Obtiene innovación	47,5%	32,9% ▼	52,7% ▲	52,0% ▲

¿Obtuvo su empresa alguna(s) innovación(es) en el periodo 2021-2023?

1167 293 412 462

TOTAL Experiencia en exportación (bienes o servicios)

	Total	0-1 año	2-10 años	>11 años
Ambas	31,9%	31,0%	32,1%	32,0%
Producto	51,5%	42,8% ▼	49,4%	56,9% ▲
Proceso de negocio	16,6%	26,2% ▲	18,5% ▲	11,1% ▼

Indique qué tipo de innovaciones ha obtenido

554 97 217 240

Impacto innovaciones (cualitativo y cuantitativo)

TOTAL

Sector de actividad

	Total	Alimentos	Bebidas	Distribución Comercial y Franquicias	Equipos	Hábitat	Industria automoción	Industria Química	Industria transporte	Maquinaria	Materiales de construcción	Materias primas	Moda	Ocio e Industrias Culturales	Servicios a las empresas	Servicios de infraestructuras	Servicios de las tecnologías y las comunicaciones	Servicios salud y sanidad	Tecnología	Desconocido
No relacionada en absoluto	32,9%	36,8%	51,5%	37,8%	21,5%	26,4%	31,7%	21,9%	37,2%	33,1%	37,3%	46,2%	26,3%	33,3%	34,5%	30,9%	18,4% ▼	44,8%	29,9%	54,8% ▲
Poco	13,8%	19,1%	13,2%	22,8%	13,2%	8,6%	18,4%	19,2%	6,9%	9,4%	11,5%	13,5%	18,1%	12,4%	15,6%	10,8%	5,3%	5,6%	19,2%	12,6%
De forma moderada	26,6%	25,2%	26,4%	29,7%	38,8%	45,1%	36,5%	48,3%	21,7%	22,6%	23,7%	14,5%	27,3%	25,8%	26,6%	25,9%	24,3%	39,6%	18,3%	17,8%
Bastante	18,8%	17,0%	6,0%	5,3%	18,2%	19,9%	8,8%	10,5%	26,1%	29,4%	27,5%	22,6%	20,9%	16,1%	19,7%	21,3%	31,5% ▲	5,6%	13,7%	8,4%
Absolutamente	7,9%	1,9% ▼	3,0%	4,5%	8,3%	0,0% ▼	4,4%	0,0%	8,0%	5,4%	0,0% ▼	3,3%	7,4%	12,4%	3,5% ▼	11,0%	20,5% ▲	4,3%	18,8%	6,4%
	1167	141	36	40	57	36	21	22	46	39	35	28	67	117	130	143	87	9	74	39

¿Cómo calificaría el impacto de esa actividad innovadora en la facturación/ingresos por ventas de su empresa?

	Total	Alimentos	Bebidas	Distribución Comercial y Franquicias	Equipos	Hábitat	Industria automoción	Industria Química	Industria transporte	Maquinaria	Materiales de construcción	Materias primas	Moda	Ocio e Industrias Culturales	Servicios a las empresas	Servicios de infraestructuras	Servicios de las tecnologías y las comunicaciones	Servicios salud y sanidad	Tecnología	Desconocido
Nada	12,0%	12,9%	12,0%	24,7%	4,0%	11,5%	7,5%	12,3%	11,0%	10,1%	25,8%	19,9%	3,6%	10,5%	12,1%	14,6%	10,1%	20,4%	14,2%	6,4%
<5%	21,4%	29,2%	33,3%	38,4%	28,3%	12,4%	40,8%	21,6%	14,3%	19,2%	17,3%	29,0%	33,6%	17,5%	20,1%	17,8%	1,5% ▼	0,0%	22,5%	32,5%
5-10%	24,6%	25,4%	28,1%	18,6%	22,6%	36,7%	8,0%	22,2%	19,8%	27,0%	25,8%	3,4%	27,3%	23,8%	23,8%	27,1%	22,8%	35,7%	26,9%	32,8%
11-20%	14,8%	12,9%	14,4%	9,8%	12,5%	19,9%	37,1%	22,9%	18,3%	30,9%	6,8%	16,9%	14,0%	12,8%	12,5%	17,5%	15,3%	28,4%	9,2%	0,0%
21-30%	11,9%	12,8%	12,2%	6,2%	16,3%	9,2%	6,5%	13,5%	12,5%	7,3%	16,8%	13,1%	12,6%	10,5%	20,9%	9,9%	11,2%	7,7%	4,8%	8,1%
31-40%	4,5%	4,1%	0,0%	0,0%	10,8%	5,4%	0,0%	2,2%	16,6% ▲	1,9%	0,0%	17,7%	3,3%	0,0% ▼	4,1%	2,7%	10,0%	0,0%	1,4%	6,1%
41-60%	4,7%	0,6%	0,0%	2,3%	0,6%	4,9%	0,0%	5,3%	1,2%	3,5%	4,2%	0,0%	2,4%	10,8%	4,1%	5,2%	8,6%	0,0%	12,4%	0,0%
61-80%	2,3%	2,1%	0,0%	0,0%	1,6%	0,0%	0,0%	0,0%	3,7%	0,0%	3,2%	0,0%	0,0%	10,1% ▲	0,0%	0,5%	3,7%	0,0%	2,3%	8,1%
>80%	3,9%	0,0%	0,0%	0,0%	3,4%	0,0%	0,0%	0,0%	2,7%	0,0%	0,0%	0,0%	3,2%	4,0%	2,4%	4,6%	16,8% ▲	7,7%	6,2%	6,1%
	783	89	17	25	45	27	14	17	29	26	22	15	49	78	85	98	71	5	52	18

¿Cuál fue el impacto de la(s) innovación(es) en la facturación de la empresa?

Impacto innovaciones (cualitativo y cuantitativo)

TOTAL		Clúster de empresa							
	Total	Pequeñas empresas con presencia internacional moderada	Pequeñas empresas con presencia internacional fuerte	Pequeñas empresas con presencia internacional baja	Medianas con presencia internacional moderada	Medianas y grandes con presencia internacional fuerte	Microempresas sin experiencia internacional	Microempresas sin estrategia internacional	Microempresas enigma (otras microempresas)
No relacionada en absoluto	32,9%	24,2%	26,5%	28,4%	10,5%	23,3%	57,3% ▲	36,9%	30,7%
Poco	13,8%	13,6%	12,9%	12,7%	21,8%	21,9%	11,9%	17,0%	14,1%
De forma moderada	26,6%	32,6% ▲	31,8%	27,0%	34,3%	31,8%	18,3% ▼	30,0%	18,2%
Bastante	18,8%	22,6%	23,1%	21,9%	21,7%	19,3%	8,4% ▼	7,0%	20,4%
Absolutamente	7,9%	7,1%	5,7%	10,0%	11,6%	3,7%	4,2%	9,1%	16,6% ▲
	1167	209	114	390	23	88	238	19	87

¿Cómo calificaría el impacto de esa actividad innovadora en la facturación/ingresos por ventas de su empresa?

	Total	Pequeñas empresas con presencia internacional moderada	Pequeñas empresas con presencia internacional fuerte	Pequeñas empresas con presencia internacional baja	Medianas con presencia internacional moderada	Medianas y grandes con presencia internacional fuerte	Microempresas sin experiencia internacional	Microempresas sin estrategia internacional	Microempresas enigma (otras microempresas)
Nada	12,0%	6,6%	12,0%	10,7%	8,6%	17,7%	17,7%	18,2%	15,6%
<5%	21,4%	19,4%	26,0%	17,9%	34,6%	25,8%	25,0%	36,5%	18,0%
5-10%	24,6%	30,4% ▲	32,6% ▲	19,4%	28,6%	28,1%	27,6%	23,9%	12,3% ▼
11-20%	14,8%	17,9%	11,3%	16,9%	20,7%	15,3%	10,1%	8,7%	8,3%
21-30%	11,9%	10,8%	11,7%	15,2%	7,5%	6,8%	10,2%	0,0%	12,8%
31-40%	4,5%	4,1%	4,9%	6,1%	0,0%	1,6%	1,8%	3,2%	6,9%
41-60%	4,7%	6,1%	0,6%	6,6%	0,0%	4,2%	0,0%	0,0%	8,7%
61-80%	2,3%	0,9%	0,0%	1,6%	0,0%	0,0%	4,4%	0,0%	12,9% ▲
>80%	3,9%	3,9%	0,9%	5,6%	0,0%	0,5%	3,2%	9,4%	4,6%
	783	158	83	279	20	68	102	12	60

¿Cuál fue el impacto de la(s) innovación(es) en la facturación de la empresa?

Impacto innovaciones (cualitativo y cuantitativo)

TOTAL		Número de empleados			
	Total	<10	10-49	50-250	>250
No relacionada en absoluto	32,9%	40,3% ▲	28,8% ▼	19,1% ▼	17,7% ▼
Poco	13,8%	12,7%	13,0%	16,7%	28,8% ▲
De forma moderada	26,6%	23,0%	28,0%	36,2% ▲	28,3%
Bastante	18,8%	14,7%	24,6% ▲	19,9%	16,4%
Absolutamente	7,9%	9,4%	5,7%	8,1%	8,8%
	1167	579	407	145	35

¿Cómo calificaría el impacto de esa actividad innovadora en la facturación/ingresos por ventas de su empresa?

TOTAL		Antigüedad de la empresa				
	Total	Un año o menos	De 2 a 3 años	De 4 a 11 años	De 12 a 19 años	20 años o más
No relacionada en absoluto	32,9%	30,9%	24,6%	30,0%	32,6%	35,8%
Poco	13,8%	1,6% ▼	16,0%	10,5% ▼	17,9% ▲	14,5%
De forma moderada	26,6%	17,0%	16,4%	26,4%	25,6%	28,9%
Bastante	18,8%	11,4%	19,5%	25,0% ▲	16,3% ▼	16,8% ▼
Absolutamente	7,9%	39,2%	23,5%	8,0%	7,5%	4,0%
	1167	39	55	309	241	523

¿Cómo calificaría el impacto de esa actividad innovadora en la facturación/ingresos por ventas de su empresa?

	Total	<10	10-49	50-250	>250
Nada	12,0%	14,9%	10,0%	10,5%	2,3%
<5%	21,4%	17,8%	23,2%	23,1%	39,2% ▲
5-10%	24,6%	23,0%	22,6%	30,2%	40,5%
11-20%	14,8%	10,6% ▼	18,2%	20,3%	9,6%
21-30%	11,9%	12,3%	14,2%	7,8%	1,8%
31-40%	4,5%	4,5%	4,7%	4,8%	0,0%
41-60%	4,7%	7,4% ▲	3,0%	0,9%	5,3%
61-80%	2,3%	4,2% ▲	1,2% ▼	0,0% ▼	0,0% ▼
>80%	3,9%	5,3%	3,0%	2,3%	1,3%
	783	346	290	118	29

¿Cuál fue el impacto de la(s) innovación(es) en la facturación de la empresa?

	Total	Un año o menos	De 2 a 3 años	De 4 a 11 años	De 12 a 19 años	20 años o más
Nada	12,0%	20,9%	20,6%	7,7%	13,9%	12,0%
<5%	21,4%	3,1%	21,3%	15,8%	23,6%	25,4% ▲
5-10%	24,6%	5,5% ▼	7,8% ▼	22,6%	24,2%	29,7%
11-20%	14,8%	7,6%	6,9%	18,9%	11,0%	15,6%
21-30%	11,9%	5,9%	11,9%	15,3%	13,5%	9,5%
31-40%	4,5%	0,0%	9,5%	4,6%	5,7%	3,6%
41-60%	4,7%	14,2%	2,7%	8,1%	2,6% ▼	2,9% ▼
61-80%	2,3%	35,3% ▲	3,0%	1,8%	2,0%	0,0%
>80%	3,9%	7,5%	16,3% ▲	5,2%	3,6%	1,3%
	783	27	41	216	162	336

¿Cuál fue el impacto de la(s) innovación(es) en la facturación de la empresa?

Impacto innovaciones (cualitativo y cuantitativo)

	TOTAL	Nivel de facturación				
	Total	<2 mill	2-5 mill	6-10 mill	11-20 mill	>20 mill
No relacionada en absoluto	32,9%	37,8% ▲	30,5%	19,2% ▼	32,5%	21,7% ▼
Poco	13,8%	12,2%	13,0%	13,3%	15,9%	23,6% ▲
De forma moderada	26,6%	23,1% ▼	31,8% ▲	30,9%	30,8%	28,7%
Bastante	18,8%	17,5%	19,5%	26,7%	17,9%	19,1%
Absolutamente	7,9%	9,4%	5,2%	10,0%	2,8%	6,9%
	1167	646	238	97	79	108

¿Cómo calificaría el impacto de esa actividad innovadora en la facturación/ingresos por ventas de su empresa?

	TOTAL	Experiencia en exportación (bienes o servicios)		
	Total	0-1 año	2-10 años	>11 años
No relacionada en absoluto	32,9%	51,7% ▲	24,6% ▼	28,4% ▼
Poco	13,8%	13,0%	13,0%	14,9%
De forma moderada	26,6%	20,3% ▼	29,0% ▲	28,4% ▲
Bastante	18,8%	9,6% ▼	24,6% ▲	19,6% ▲
Absolutamente	7,9%	5,4%	8,7%	8,8%
	1167	293	412	462

¿Cómo calificaría el impacto de esa actividad innovadora en la facturación/ingresos por ventas de su empresa?

	Total	<2 mill	2-5 mill	6-10 mill	11-20 mill	>20 mill
Nada	12,0%	13,8%	8,5%	5,7%	17,8%	11,9%
<5%	21,4%	18,0%	24,1%	24,0%	24,3%	28,0%
5-10%	24,6%	20,4%	29,7%	29,0%	23,2%	31,8%
11-20%	14,8%	12,7%	16,5%	16,8%	23,0%	14,3%
21-30%	11,9%	13,1%	10,4%	16,7%	7,7%	7,6%
31-40%	4,5%	5,3%	3,4%	4,7%	4,0%	2,9%
41-60%	4,7%	6,7%	4,2%	1,1%	0,0%	2,4%
61-80%	2,3%	4,2% ▲	0,7% ▼	0,0%	0,0%	0,0%
>80%	3,9%	5,9%	2,5%	2,0%	0,0%	0,9%
	783	402	165	78	53	84

¿Cuál fue el impacto de la(s) innovación(es) en la facturación de la empresa?

	Total	0-1 año	2-10 años	>11 años
Nada	12,0%	15,1%	12,5%	10,1%
<5%	21,4%	25,6% ▲	16,5% ▼	24,1% ▲
5-10%	24,6%	25,5%	22,0%	26,7%
11-20%	14,8%	10,3%	15,1%	16,4%
21-30%	11,9%	9,8%	14,4%	10,6%
31-40%	4,5%	3,0%	5,5%	4,1%
41-60%	4,7%	2,3% ▼	6,8% ▲	3,7% ▼
61-80%	2,3%	3,1%	1,3%	2,9%
>80%	3,9%	5,3%	5,9% ▲	1,3% ▼
	783	142	311	331

¿Cuál fue el impacto de la(s) innovación(es) en la facturación de la empresa?

Actividades innovadoras e impacto en gastos

TOTAL

Sector de actividad

	Total	Alimentos	Bebidas	Distribución Comercial y Franquicias	Equipos	Hábitat	Industria automoción	Industria Química	Industria transporte	Maquinaria	Materiales de construcción	Materias primas	Moda	Ocio e Industrias Culturales	Servicios a las empresas	Servicios de infraestructuras	Servicios de las tecnologías y las comunicaciones	Servicios salud y sanidad	Tecnología	Desconocido
Realiza I+D interna	43,9%	36,3%	20,2% ▼	31,4%	56,4%	29,9%	35,3%	71,6% ▲	43,6%	51,1%	46,7%	39,4%	33,8%	39,2%	35,7%	47,2%	67,4% ▲	55,2%	68,9% ▲	26,5%

¿Realizó su empresa actividades de I+D interna en el periodo 2021-2023?

Adquiere I+D externa	16,6%	13,4%	9,4%	20,2%	23,2%	7,3%	17,0%	22,0%	29,6%	17,5%	7,8%	15,8%	14,0%	18,0%	11,8%	20,2%	15,9%	19,7%	22,8%	11,1%
	1167	141	36	40	57	36	21	22	46	39	35	28	67	117	130	143	87	9	74	39

¿Realizó su empresa adquisiciones de I+D (I+D externa) fuera de la empresa mediante contrato convenio etc. en el periodo 2021-2023?

	Total	Alimentos	Bebidas	Distribución Comercial y Franquicias	Equipos	Hábitat	Industria automoción	Industria Química	Industria transporte	Maquinaria	Materiales de construcción	Materias primas	Moda	Ocio e Industrias Culturales	Servicios a las empresas	Servicios de infraestructuras	Servicios de las tecnologías y las comunicaciones	Servicios salud y sanidad	Tecnología	Desconocido
Nada	54,9%	56,4%	77,4% ▲	59,1%	41,5% ▼	56,1%	49,2%	36,6%	56,9%	51,9%	57,4%	69,7%	53,1%	58,3%	69,4% ▲	44,6% ▼	42,6% ▼	50,5%	47,5%	67,3%
<5%	20,9%	25,8%	16,6%	28,8%	26,6%	24,2%	38,9%	19,2%	23,7%	21,8%	22,0%	21,2%	22,0%	18,5%	12,8%	22,9%	11,4%	21,3%	22,2%	16,0%
5-10%	11,4%	12,5%	3,0%	8,2%	15,0%	11,0%	0,0%	20,8%	11,1%	6,3%	8,8%	6,3%	10,0%	8,4%	10,4%	16,9%	15,6%	15,7%	15,2%	3,9%
11-20%	5,1%	4,7%	3,0%	3,9%	6,6%	3,9%	4,4%	12,2%	2,4%	3,3%	7,8%	0,0%	11,2%	1,7%	2,5%	5,8%	11,3%	4,0%	4,1%	6,4%
21-30%	3,8%	0,0% ▼	0,0%	0,0%	9,1%	1,4%	4,4%	4,8%	4,3%	7,7%	1,3%	0,7%	0,8%	9,8% ▲	1,9%	5,7%	8,2%	4,3%	0,8%	0,0%
31-40%	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	1,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,1%	1,6%	2,5%	1,5%	1,0%	1,7%	0,0%	2,6%	3,7%
41-60%	1,4%	0,6%	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%	3,0%	0,0%	0,0%	8,9% ▲	2,7%	0,0%	0,5%	0,8%	1,5%	0,3%	3,8%	0,0%	3,6%	2,7%
61-80%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%	0,0%	1,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	0,4%	4,7% ▲	0,0%	0,8%	0,0%
>80%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,8%	1,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,4%	0,7%	4,3%	3,1%	0,0%
	1167	141	36	40	57	36	21	22	46	39	35	28	67	117	130	143	87	9	74	39

¿Cuánto ha supuesto la compra de I+D realizada sobre los gastos totales de la empresa en el periodo 2021-2023?

Actividades innovadoras e impacto en gastos

TOTAL		Clúster de empresa							
	Total	Pequeñas empresas con presencia internacional moderada	Pequeñas empresas con presencia internacional fuerte	Pequeñas empresas con presencia internacional baja	Medianas con presencia internacional moderada	Medianas y grandes con presencia internacional fuerte	Microempresas sin experiencia internacional	Microempresas sin estrategia internacional	Microempresas enigma (otras microempresas)
Realiza I+D interna	43,9%	53,6% ▲	43,4%	47,8%	80,2% ▲	55,9%	25,2% ▼	32,8%	34,9%
<i>¿Realizó su empresa actividades de I+D interna en el periodo 2021-2023?</i>									
Adquiere I+D externa	16,6%	19,4%	24,6% ▲	14,7%	21,3%	25,9% ▲	9,3% ▼	11,8%	18,4%
	1167	209	114	390	23	88	238	19	87
<i>¿Realizó su empresa adquisiciones de I+D (I+D externa) fuera de la empresa mediante contrato convenio etc. en el periodo 2021-2023?</i>									
	Total	Pequeñas empresas con presencia internacional moderada	Pequeñas empresas con presencia internacional fuerte	Pequeñas empresas con presencia internacional baja	Medianas con presencia internacional moderada	Medianas y grandes con presencia internacional fuerte	Microempresas sin experiencia internacional	Microempresas sin estrategia internacional	Microempresas enigma (otras microempresas)
Nada	54,9%	45,0%	49,8%	51,9%	29,2% ▼	43,6%	73,6% ▲	68,4%	62,2%
<5%	20,9%	26,3%	33,6% ▲	17,7%	39,3%	29,8%	11,8% ▼	18,2%	16,7%
5-10%	11,4%	16,6% ▲	11,5%	11,9%	20,3%	18,0% ▲	4,9% ▼	0,0%	8,5%
11-20%	5,1%	3,9%	3,3%	7,3%	7,1%	7,3%	4,6%	0,0%	0,4%
21-30%	3,8%	5,8%	0,5%	4,5%	4,0%	0,0%	1,5%	7,0%	9,6% ▲
31-40%	1,2%	0,8%	0,9%	1,6%	0,0%	0,7%	1,1%	0,0%	1,8%
41-60%	1,4%	1,2%	0,0%	2,9%	0,0%	0,3%	0,5%	3,2%	0,8%
61-80%	0,6%	0,2%	0,0%	1,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
>80%	0,7%	0,2%	0,3%	0,5%	0,0%	0,4%	2,0%	3,2%	0,0%
	1167	209	114	390	23	88	238	19	87
<i>¿Cuánto ha supuesto la compra de I+D realizada sobre los gastos totales de la empresa en el periodo 2021-2023?</i>									

Actividades innovadoras e impacto en gastos

TOTAL	Número de empleados				
	Total	< 10	10-49	50 - 250	> 250
Realiza I+D interna	43,9%	36,7% ▼	47,8%	58,4%	55,5%
Adquiere I+D externa	16,6%	11,3% ▼	18,7%	26,5%	37,6% ▲
	1167	579	407	145	35

¿Realizó su empresa actividades de I+D interna en el periodo 2021-2023?

¿Realizó su empresa adquisiciones de I+D (I+D externa) fuera de la empresa mediante contrato convenio etc. en el periodo 2021-2023?

TOTAL	Antigüedad de la empresa					
	Total	Un año o menos	De 2 a 3 años	De 4 a 11 años	De 12 a 19 años	20 años o más
Realiza I+D interna	43,9%	48,9%	49,7%	47,7%	40,8%	42,0%
Adquiere I+D externa	16,6%	26,6%	15,4%	13,7%	19,0%	16,6%
	1167	39	55	309	241	523

¿Realizó su empresa actividades de I+D interna en el periodo 2021-2023?

¿Realizó su empresa adquisiciones de I+D (I+D externa) fuera de la empresa mediante contrato convenio etc. en el periodo 2021-2023?

Total	< 10	10-49	50 - 250	> 250	
Nada	54,9%	63,8% ▲	49,0% ▼	38,8% ▼	41,6% ▼
<5%	20,9%	14,6% ▼	25,0% ▲	32,7% ▲	25,8% ▲
5-10%	11,4%	7,2% ▼	13,8% ▲	19,1% ▲	22,8% ▲
11-20%	5,1%	4,5%	5,8%	5,3%	7,6%
21-30%	3,8%	4,7%	3,7%	1,4%	0,0%
31-40%	1,2%	1,0%	1,7%	0,4%	1,0%
41-60%	1,4%	1,8%	0,7%	2,4%	0,0%
61-80%	0,6%	1,1%	0,1%	0,0%	0,0%
>80%	0,7%	1,3%	0,2%	0,0%	1,1%
	1167	579	407	145	35

¿Cuánto ha supuesto la compra de I+D realizada sobre los gastos totales de la empresa en el periodo 2021-2023?

Total	Un año o menos	De 2 a 3 años	De 4 a 11 años	De 12 a 19 años	20 años o más	
Realiza I+D interna	43,9%	48,9%	49,7%	47,7%	40,8%	42,0%
Adquiere I+D externa	16,6%	26,6%	15,4%	13,7%	19,0%	16,6%
	1167	39	55	309	241	523

¿Cuánto ha supuesto la compra de I+D realizada sobre los gastos totales de la empresa en el periodo 2021-2023?

Actividades innovadoras e impacto en gastos

TOTAL		Nivel de facturación				
Total	<2 mill	2-5 mill	6-10 mill	11-20 mill	>20 mill	
Realiza I+D interna	43,9%	39,1% ▼	46,6%	56,9% ▲	41,8%	56,6% ▲
Adquiere I+D externa	16,6%	13,1% ▼	16,5%	23,7%	15,6%	32,0% ▲
	1167	646	238	97	79	108

¿Realizó su empresa actividades de I+D interna en el periodo 2021-2023?

¿Realizó su empresa adquisiciones de I+D (I+D externa) fuera de la empresa mediante contrato convenio etc. en el periodo 2021-2023?

TOTAL		Experiencia en exportación (bienes o servicios)		
Total	0-1 año	2-10 años	>11 años	
Realiza I+D interna	43,9%	29,4% ▼	48,0% ▲	49,3% ▲
Adquiere I+D externa	16,6%	10,9% ▼	16,1%	20,6% ▲
	1167	293	412	462

¿Realizó su empresa actividades de I+D interna en el periodo 2021-2023?

¿Realizó su empresa adquisiciones de I+D (I+D externa) fuera de la empresa mediante contrato convenio etc. en el periodo 2021-2023?

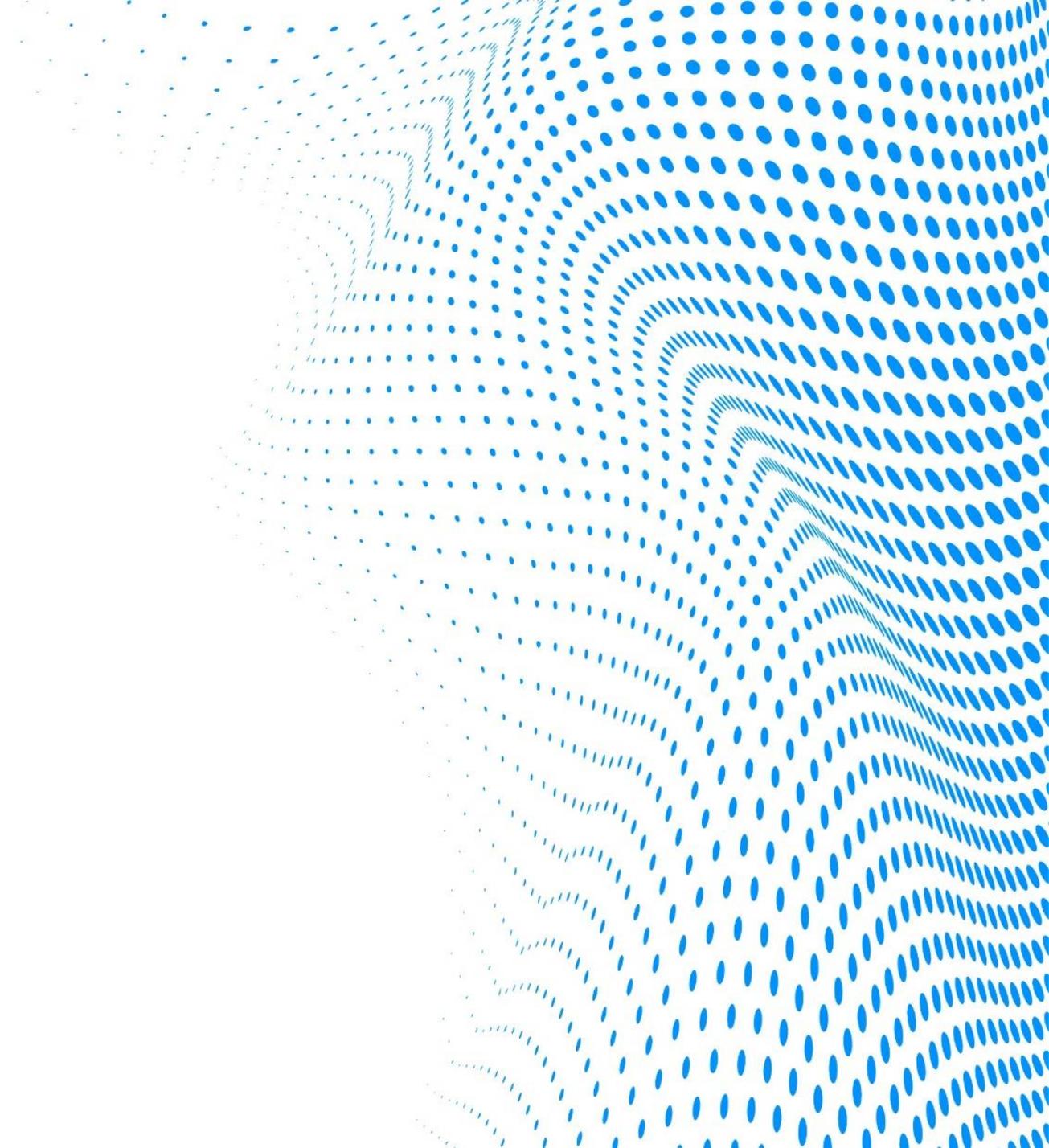
Total	<2 mill	2-5 mill	6-10 mill	11-20 mill	>20 mill	
Nada	54,9%	61,3% ▲	50,8% ▼	39,1% ▼	54,8% ▼	39,2% ▼
<5%	20,9%	13,9% ▼	25,5% ▲	36,9% ▲	27,6% ▲	32,9% ▲
5-10%	11,4%	8,6%	13,5%	15,5%	12,5%	19,2% ▲
11-20%	5,1%	5,3%	5,3%	2,7%	3,3%	7,5%
21-30%	3,8%	5,5% ▲	2,9%	0,0%	1,8%	0,0%
31-40%	1,2%	1,6%	0,5%	1,6%	0,0%	0,9%
41-60%	1,4%	1,6%	1,3%	3,6%	0,0%	0,0%
61-80%	0,6%	1,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%
>80%	0,7%	1,2%	0,2%	0,0%	0,0%	0,4%
	1167	646	238	97	79	108

¿Cuánto ha supuesto la compra de I+D realizada sobre los gastos totales de la empresa en el periodo 2021-2023?

Total	0-1 año	2-10 años	>11 años	
Realiza I+D interna	54,9%	69,9% ▲	50,6% ▼	49,1% ▼
<5%	20,9%	13,6% ▼	20,4%	25,9% ▲
5-10%	11,4%	5,4% ▼	13,5% ▲	13,4% ▲
11-20%	5,1%	4,7%	5,1%	5,4%
21-30%	3,8%	2,5%	4,4%	4,0%
31-40%	1,2%	1,3%	1,9%	0,4%
41-60%	1,4%	0,8%	2,3%	1,1%
61-80%	0,6%	0,0%	1,2%	0,5%
>80%	0,7%	1,8%	0,6%	0,2%
	1167	293	412	462

¿Cuánto ha supuesto la compra de I+D realizada sobre los gastos totales de la empresa en el periodo 2021-2023?

Anexo: Reducciones de variables



Las siguientes variables han sido reducidas agrupando algunas de sus categorías.

✓ **Destinos de las exportaciones:**

- 1: Marruecos y resto de África
- 2: México, Oriente Medio, Resto de Asia, Sudáfrica y Turquía.
- 3: Australia, Brasil, India, Resto de Europa y Resto de Oceanía
- 4: Rusia
- 5: Canadá, China (sin Hong Kong), EE.UU y Japón
- 6: Resto de América
- 7: E.E.E

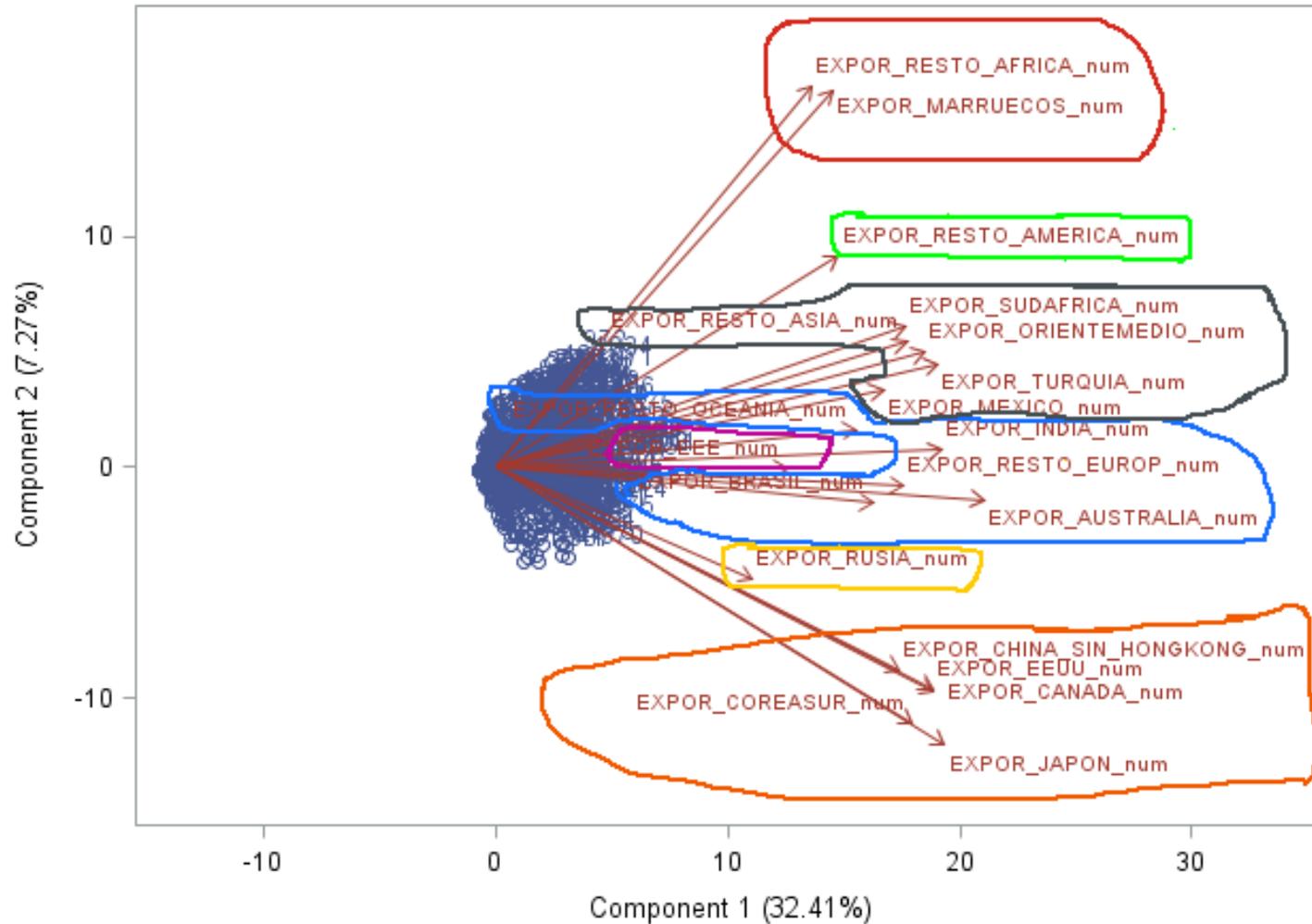
✓ **Características de las empresas:**

- 1: **Ninguna**
 - Ninguna
- 2: **Exportador regular**
 - Exportaciones en todos los años comprendidos entre 2019 – 2023
 - Importaciones en los últimos 10 años
 - Contempla exportar en los próximos 2 años
- 3: **Start-up**
 - Startup
- 4: **Exportador online**
 - Una parte mayoritaria de su exportación es online
- 5: **Empresas con estructura en el exterior**
 - Filial, delegación comercial en el exterior
 - Planta productiva en el exterior
 - Joint-venture

✓ **Objetivos de internacionalización:**

- 1: **Expansión en el mercado internacional**
 - Incremento de ventas
 - Diversificar la cartera de clientes
 - Efectos sobre la innovación, marca y capital humano
- 2: **Producto global**
 - Producto global
- 3: **Venta a un precio superior**
 - Venta a un precio superior
- 4: **Dificultad venta en España**
 - Dificultades para vender en España
- 5: **Ya no pretendemos exportar**
 - Ya no pretendemos exportar

Reducciones de variables: Destinos de exportación



Población

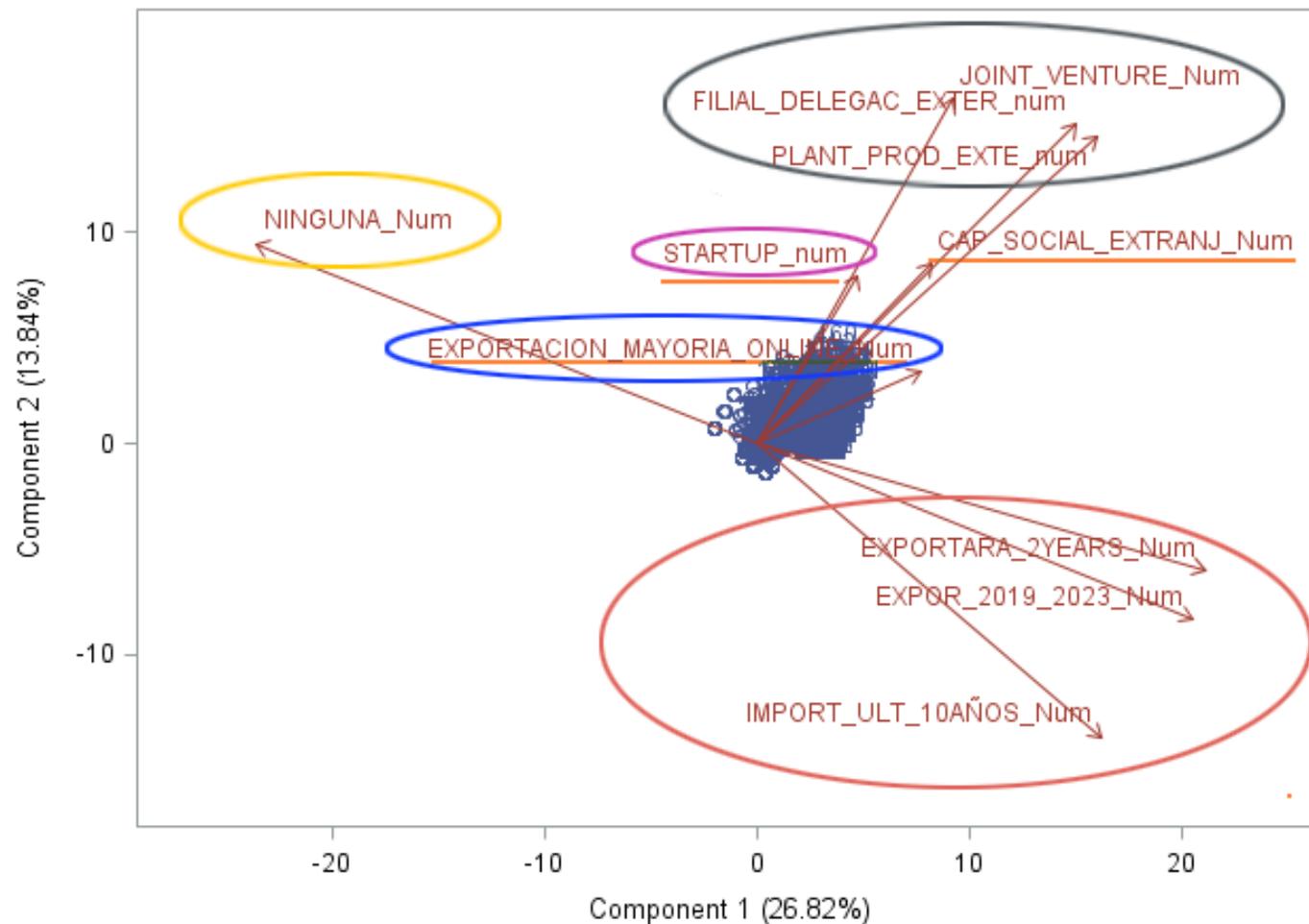
Toda la muestra

Variables observadas

Destinos de exportación

Dimensiones

- 1: Marruecos y resto de África
- 2: México, Oriente Medio, Resto de Asia, Sudáfrica y Turquía.
- 3: Australia, Brasil, India, Resto de Europa y Resto de Oceanía
- 4: Rusia
- 5: Canadá, China (sin Hong Kong), EE.UU y Japón
- 6: Resto de América
- 7: E.E.E



Población

Toda la muestra

Variables observadas

Características de la empresa

Dimensiones

1: Ninguna

- Ninguna

2: Exportador regular

- Exportaciones en todos los años comprendidos entre 2018 – 2022
- Importaciones en los últimos 10 años
- Contempla exportar en los próximos 2 años

3: Start-up

- Startup

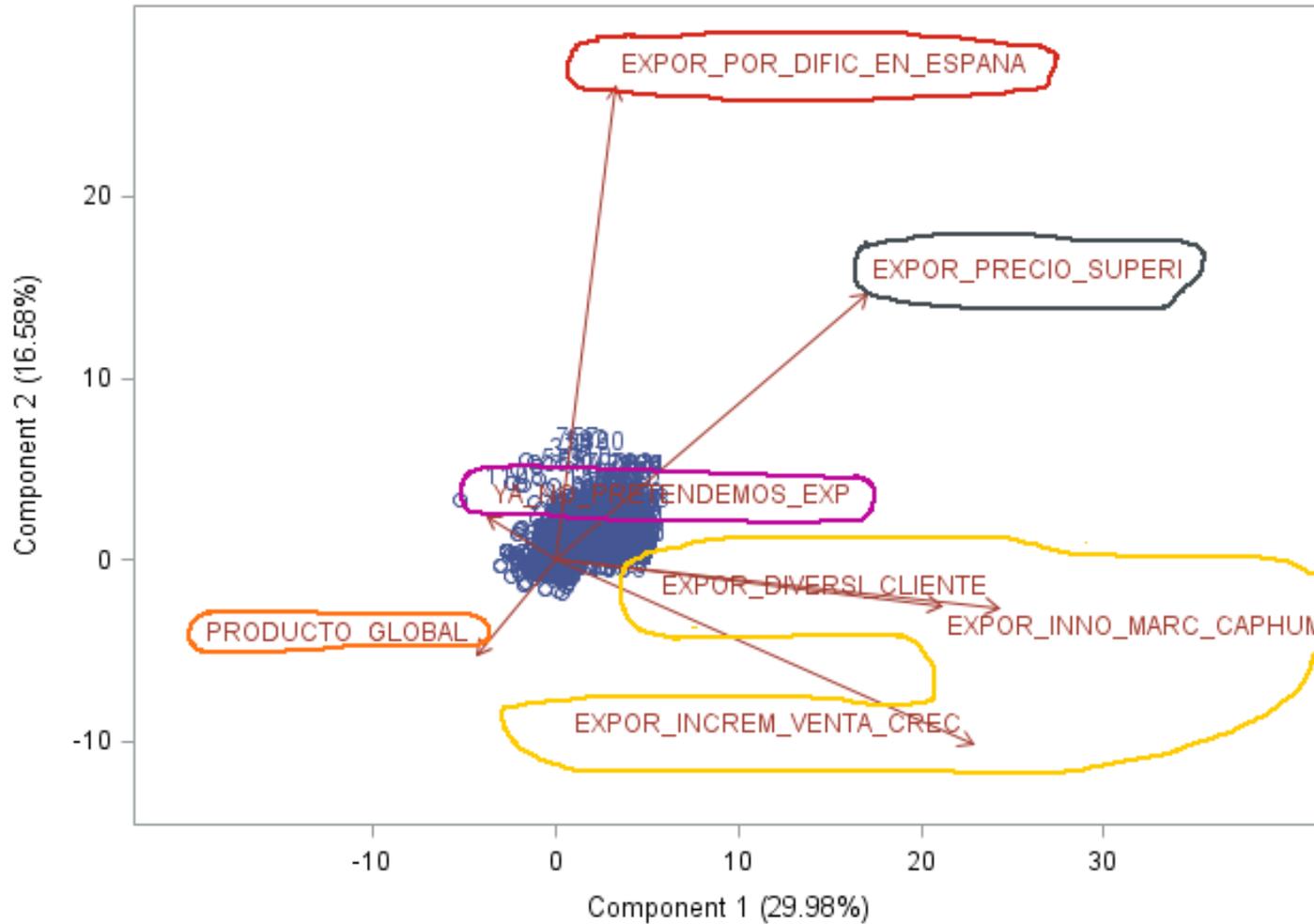
4: Exportador online

- Una parte mayoritaria de su exportación es online

5: Empresas con estructura en el exterior

- Filial, delegación comercial en el exterior
- Planta productiva en el exterior
- Joint-venture

Capital social en manos de inversores extranjeros se relaciona tanto con el hecho de tener estructura en el exterior, con ser start up y con realizar la mayor parte de la exportación a través del canal online.



Población

Empresas con experiencia internacional

Variables observadas

Objetivos de internacionalización

Dimensiones

1: Expansión en el mercado internacional

- Incremento de ventas
- Diversificar la cartera de clientes
- Efectos sobre la innovación, marca y capital humano

2: Producto global

- Producto global

3: Venta a un precio superior

- Venta a un precio superior

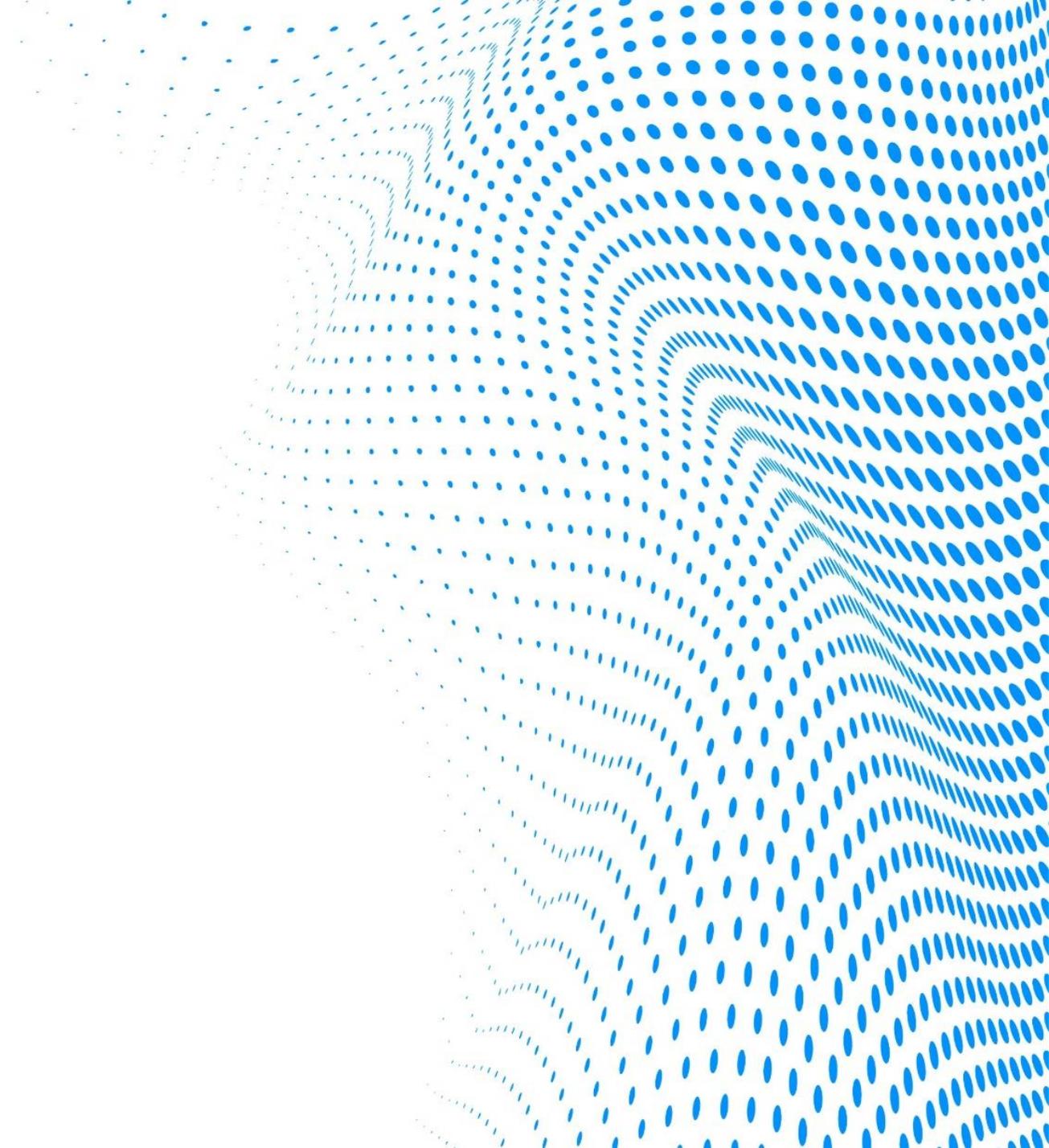
4: Dificultad venta en España

- Dificultades para vender en España

5: Ya no pretendemos exportar

- Ya no pretendemos exportar

Anexo: Pesos ponderación muestra



Ponderación de la muestra: pesos asignados

Grupo CNAE	Instrumento Principal	Intensidad	Porcentaje MUESTRA	Porcentaje UNIVERSO	Ponderación
A	INFORMACION	Baja	0,007	0,006	0,959205679
A	INFORMACION	Media	0,002	0,004	1,534729086
A	INFORMACION	Alta	0,001	0,001	1,352023243
A	MEZCLADA	Media	0,002	0,002	1,388564411
A	MEZCLADA	Alta	0,006	0,002	0,313210018
A	PROMOCION COMERCIAL	Media	0,001	0,000	0,073082337
B	INFORMACION	Media	0,002	0,001	0,207066623
B	MEZCLADA	Media	0,001	0,000	0,365411687
B	MEZCLADA	Alta	0,001	0,000	0,365411687
C	APOYO INDIVIDUAL	Baja	0,008	0,007	0,833138647
C	CAPACITACION	Baja	0,003	0,006	1,680893761
C	CAPACITACION	Media	0,002	0,001	0,639470453
C	CONTACTO	Baja	0,005	0,002	0,456764609
C	CONTACTO	Media	0,001	0,001	1,169317399
C	EXHIBICION	Baja	0,002	0,004	1,607811424
C	EXHIBICION	Media	0,003	0,005	1,397699703
C	EXHIBICION	Alta	0,008	0,005	0,588312816
C	INFORMACION	Baja	0,052	0,055	1,066654115
C	INFORMACION	Media	0,066	0,061	0,922551729
C	INFORMACION	Alta	0,042	0,030	0,709328569
C	INICIACION	Baja	0,001	0,000	0,475035193
C	INTERMEDIACION	Baja	0,001	0,002	1,936681942
C	MEZCLADA	Media	0,030	0,032	1,071545083
C	MEZCLADA	Alta	0,120	0,061	0,51132608
C	PROMOCION COMERCIAL	Baja	0,001	0,000	0,548117531
C	SSPP	Media	0,001	0,000	0,182705844
D	INFORMACION	Media	0,001	0,001	1,205858568
D	SSPP	Baja	0,001	0,000	0,073082337
E	INFORMACION	Baja	0,001	0,001	1,461646749
E	INFORMACION	Media	0,001	0,001	1,205858568

Ponderación de la muestra: pesos asignados

Grupo CNAE	Instrumento Principal	Intensidad	Porcentaje MUESTRA	Porcentaje UNIVERSO	Ponderación
E	INFORMACION	Alta	0,001	0,000	0,401952856
E	MEZCLADA	Media	0,001	0,000	0,438494025
E	MEZCLADA	Alta	0,001	0,000	0,548117531
F	INFORMACION	Baja	0,011	0,018	1,602591257
F	INFORMACION	Media	0,007	0,014	2,13765837
F	INFORMACION	Alta	0,004	0,003	0,679665738
F	MEZCLADA	Media	0,005	0,003	0,609019479
F	MEZCLADA	Alta	0,006	0,002	0,422833524
G	APOYO INDIVIDUAL	Baja	0,002	0,003	1,266760516
G	CAPACITACION	Baja	0,004	0,010	2,433641837
G	CAPACITACION	Media	0,001	0,001	1,498187917
G	CONTACTO	Baja	0,003	0,004	1,187587983
G	CONTACTO	Media	0,002	0,001	0,535937141
G	CONTACTO	Alta	0,001	0,000	0,109623506
G	EXHIBICION	Baja	0,002	0,002	1,461646749
G	EXHIBICION	Media	0,002	0,003	1,120595841
G	EXHIBICION	Alta	0,006	0,002	0,354971353
G	INFORMACION	Baja	0,050	0,092	1,83724204
G	INFORMACION	Media	0,059	0,070	1,179467724
G	INFORMACION	Alta	0,028	0,020	0,707179089
G	MEZCLADA	Media	0,030	0,028	0,907603623
G	MEZCLADA	Alta	0,048	0,027	0,566388115
G	PROMOCION COMERCIAL	Media	0,001	0,000	0,146164675
G	SSPP	Baja	0,001	0,001	0,986611555
G	SSPP	Alta	0,001	0,000	0,109623506
H	CAPACITACION	Baja	0,002	0,002	1,205858568
H	CONTACTO	Baja	0,001	0,001	0,840446881
H	INFORMACION	Baja	0,006	0,008	1,37290391
H	INFORMACION	Media	0,004	0,006	1,476263216
H	INFORMACION	Alta	0,001	0,002	2,411717135

Ponderación de la muestra: pesos asignados

Grupo CNAE	Instrumento Principal	Intensidad	Porcentaje MUESTRA	Porcentaje UNIVERSO	Ponderación
H	MEZCLADA	Media	0,003	0,004	1,114505646
H	MEZCLADA	Alta	0,002	0,002	1,169317399
H	SSPP	Baja	0,001	0,000	0,146164675
I	CAPACITACION	Baja	0,001	0,001	0,876988049
I	INFORMACION	Baja	0,001	0,006	7,198610238
I	MEZCLADA	Media	0,001	0,001	1,059693893
I	SSPP	Alta	0,001	0,000	0,036541169
J	APOYO INDIVIDUAL	Baja	0,002	0,001	0,255788181
J	CAPACITACION	Baja	0,002	0,002	0,876988049
J	CONTACTO	Baja	0,001	0,001	1,059693893
J	CONTACTO	Media	0,002	0,001	0,243607791
J	EXHIBICION	Baja	0,004	0,002	0,416569323
J	EXHIBICION	Media	0,002	0,001	0,657741037
J	EXHIBICION	Alta	0,004	0,001	0,17539761
J	INFORMACION	Baja	0,022	0,025	1,1287161
J	INFORMACION	Media	0,016	0,019	1,13277623
J	INFORMACION	Alta	0,011	0,005	0,475035193
J	INICIACION	Media	0,001	0,000	0,475035193
J	MEZCLADA	Media	0,021	0,013	0,597307566
J	MEZCLADA	Alta	0,015	0,009	0,602929284
J	PROMOCION COMERCIAL	Baja	0,001	0,001	0,767364543
J	PROMOCION COMERCIAL	Alta	0,001	0,000	0,511576362
K	CAPACITACION	Baja	0,001	0,001	1,059693893
K	CONTACTO	Baja	0,001	0,000	0,548117531
K	CONTACTO	Media	0,001	0,000	0,29232935
K	INFORMACION	Baja	0,002	0,007	2,777128823
K	INFORMACION	Alta	0,001	0,001	1,388564411
K	MEZCLADA	Media	0,001	0,002	2,959834666
K	MEZCLADA	Alta	0,003	0,001	0,365411687
L	CAPACITACION	Baja	0,001	0,001	0,876988049

Ponderación de la muestra: pesos asignados

Grupo CNAE	Instrumento Principal	Intensidad	Porcentaje MUESTRA	Porcentaje UNIVERSO	Ponderación
L	INFORMACION	Baja	0,002	0,009	3,520132587
L	INFORMACION	Media	0,002	0,004	2,338634798
L	INFORMACION	Alta	0,001	0,000	0,511576362
L	MEZCLADA	Media	0,002	0,001	0,876988049
M	APOYO INDIVIDUAL	Baja	0,001	0,001	1,680893761
M	CAPACITACION	Baja	0,001	0,005	5,846586995
M	CONTACTO	Baja	0,002	0,003	1,71743493
M	CONTACTO	Media	0,001	0,001	1,13277623
M	CONTACTO	Alta	0,001	0,000	0,219247012
M	EXHIBICION	Baja	0,002	0,001	0,621199868
M	FORMACION	Baja	0,001	0,000	0,036541169
M	INFORMACION	Baja	0,043	0,062	1,42510558
M	INFORMACION	Media	0,032	0,049	1,543161664
M	INFORMACION	Alta	0,012	0,012	0,937889997
M	INICIACION	Baja	0,001	0,000	0,146164675
M	INICIACION	Media	0,001	0,000	0,511576362
M	MEZCLADA	Media	0,025	0,016	0,623557363
M	MEZCLADA	Alta	0,031	0,012	0,386567101
M	SSPP	Baja	0,002	0,000	0,237517597
N	APOYO INDIVIDUAL	Baja	0,001	0,000	0,548117531
N	CONTACTO	Media	0,001	0,000	0,255788181
N	EXHIBICION	Media	0,001	0,000	0,109623506
N	INFORMACION	Baja	0,011	0,014	1,229349319
N	INFORMACION	Media	0,006	0,011	1,83749877
N	INFORMACION	Alta	0,003	0,002	0,465899901
N	MEZCLADA	Media	0,002	0,003	2,119387786
N	MEZCLADA	Alta	0,001	0,002	2,046305448
N	SSPP	Baja	0,001	0,000	0,219247012
P	APOYO INDIVIDUAL	Baja	0,001	0,000	0,146164675
P	CAPACITACION	Baja	0,001	0,001	0,767364543

Ponderación de la muestra: pesos asignados

PONDERACIÓN

Grupo CNAE	Instrumento Principal	Intensidad	Porcentaje MUESTRA	Porcentaje UNIVERSO	Ponderación
P	CAPACITACION	Media	0,001	0,000	0,219247012
P	INFORMACION	Baja	0,001	0,005	6,650492707
P	INFORMACION	Media	0,003	0,003	1,023152724
P	INFORMACION	Alta	0,001	0,001	0,621199868
P	MEZCLADA	Alta	0,002	0,002	0,669921427
Q	INFORMACION	Media	0,001	0,001	1,42510558
Q	MEZCLADA	Media	0,001	0,001	0,694282206
R	EXHIBICION	Baja	0,001	0,000	0,401952856
R	EXHIBICION	Alta	0,001	0,000	0,036541169
R	INFORMACION	Baja	0,004	0,003	0,789289244
R	INFORMACION	Media	0,001	0,002	2,192470123
R	MEZCLADA	Media	0,001	0,001	1,242399736
R	MEZCLADA	Alta	0,001	0,000	0,475035193
S	INFORMACION	Baja	0,002	0,002	1,42510558
S	INFORMACION	Media	0,002	0,001	0,57247831
S	MEZCLADA	Media	0,001	0,001	0,803905712
S	MEZCLADA	Alta	0,001	0,000	0,29232935