

CAPÍTULO 1

LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS

El 7,2% de las empresas españolas desarrolla sus actividades en el sector de la industria, el 14,7% lo hace en el de la construcción, el 24,6% en el del comercio y el 53,5% en el sector resto de los servicios.

I. Las pequeñas y medianas empresas (o PYMES)

El 99,9% de las empresas españolas son PYMES, es decir empresas comprendidas entre 0 y 249 asalariados. Los 3,4 millones de pymes existentes en España producen el 60% del PIB o Producto Interior Bruto (valor total de los bienes y servicios producidos en un país en un determinado periodo de tiempo) y dan trabajo al 70% de la población activa. La plantilla media es de seis personas pero algo más de la mitad de las pymes no tienen ningún empleado asalariado. Cabe subrayar que la mayoría de las pequeñas y medianas empresas españolas operan en el sector de los servicios: se dedican principalmente a las actividades inmobiliarias, a la hostelería y al comercio al por menor de alimentos y bebidas.

Las pymes son organizaciones flexibles, capaces de adaptarse con rapidez a los cambios y requerimientos del mercado. Pero la atomización del tejido empresarial español y la carencia de recursos económicos dificultan y frenan su desarrollo. Sin embargo, desde hace algunos años, se observa en los distintos sectores de actividad económica un creciente proceso de fusiones y alianzas estratégicas entre firmas para ganar tamaño y reforzarse, luchar contra la fuerte competencia internacional y salir al exterior.

II. Las empresas familiares

Definición: la empresa familiar se define como aquella organización cuyo capital accionario pertenece a una familia (o a un grupo de familias). Al menos un representante de la familia participa en la gestión de la firma. Otra característica es la continuidad generacional.

El número de empresas familiares existentes en España asciende a 2,8 millones y representa el 70% del PIB. De hecho, las empresas de tipo familiar constituyen el grueso de las pymes y sólo unas veinte de ellas se sitúan entre las cien primeras compañías españolas, con mayores beneficios.

La mayoría de las empresas familiares no llega a la tercera generación y muere por no lograr profesionalizarse, reconvertirse, diversificarse, venderse, aliarse con socios (nacionales y/o extranjeros) o internacionalizarse. La ausencia de un liderazgo fuerte en la empresa, las rivalidades entre los miembros de la familia y la mala gestión del negocio son otros problemas recurrentes.

III. Las franquicias

Definición: La franquicia es un contrato de colaboración comercial entre dos empresas independientes: una de las dos partes (el franquiciador) cede a la otra (el franquiciado) el derecho a utilizar su marca comercial y su “saber hacer” (o pericia) empresarial a cambio de una determinada remuneración económica.

Hemos asistido en los últimos años a un *boom* de las franquicias en España. Cabe señalar que los servicios representan la mitad de las franquicias existentes.

De hecho, el sistema de la franquicia ofrece muchas ventajas al comerciante detallista:

- Al entrar en un negocio que ya ha sido rentabilizado y consolidado, al beneficiarse del prestigio de una marca reconocida a nivel nacional y/o internacional, el comerciante reduce enormemente el riesgo que conlleva iniciar una actividad mercantil en solitario.
- La franquicia es la garantía de cierta independencia para el franquiciado, que es patrón de sí mismo.
- El comerciante recibe una asistencia técnica y financiera así como una formación continua por parte del franquiciador.
- El franquiciado recibe el apoyo logístico de la central; además, el franquiciador es quien se encarga del marketing y de la publicidad.

El sistema de la franquicia también puede producir algunas desventajas:

- Para convertirse en franquiciado, el comerciante debe encontrar un local donde explotar el negocio.
- Cuando el comerciante emprende un negocio por franquicia, el coste de inicio es más alto de lo que paga cuando inicia una actividad mercantil en solitario. Además, el franquiciado debe periódicamente pagar costes adicionales en la explotación del negocio.
- El franquiciado no es propietario de la marca comercial y está sujeto a las decisiones que toma el franquiciador acerca de la gestión del negocio. Eso puede generar tensiones y desacuerdos entre ambas partes.
- El franquiciador puede decidir comprar o cancelar el contrato de franquicia en cualquier momento.

IV. Las empresas españolas frente al reto de la internacionalización

Hay que destacar que España es hoy la octava potencia en el *ranking* de la economía mundial. Es además el séptimo país exportador de la UE (Unión Europea) y el decimoquinto a nivel mundial. España

es un país principalmente importador pero en los últimos años, ha logrado desarrollar sus intercambios comerciales con los demás países europeos (destacando Francia, Alemania, Italia, Reino Unido, el Benelux y Portugal), Latinoamérica, Estados Unidos, China, Japón y así reducir el déficit de su balanza comercial (diferencia entre las importaciones y las exportaciones). En realidad, el empresario español está cambiando, ha comprendido que salir al exterior es una obligación para desarrollar su negocio y permanecer competitivo.

Los principales productos importados son: combustibles minerales y lubricantes, maquinaria y equipos de transporte, crudo, productos manufacturados, productos alimenticios, animales vivos (ganado) y productos químicos. Los productos más exportados son: maquinaria y equipos de transporte, vehículos de motor, productos alimenticios, animales vivos (ganado), hierro y acero, textiles y artículos de confección. El 80% de las exportaciones españolas son bienes intermedios (bienes que han sufrido alguna transformación y que se utilizan en la elaboración de bienes finales) y bienes industriales (bienes que se venden a la industria para que ésta pueda fabricar los productos dirigidos a los consumidores); el otro 20% son bienes de consumo (bienes destinados a satisfacer las necesidades del consumidor final). Actualmente, las exportaciones españolas logran una cuota de mercado superior al 2% en el comercio mundial.

Las grandes multinacionales españolas desempeñan un papel determinante en el comercio exterior del país. Son pocas pero cobran cada vez más importancia en el mundo: entre ellas, pueden citarse Inditex (textil), Repsol-YPF (petróleo y gas natural), Endesa e Iberdrola (electricidad), Ferrovial y FCC (construcción), Telefónica (telecomunicaciones), Santander y BBVA (banca), Iberia (compañía aérea) y Sol-Meliá (cadena hotelera).

La mayoría de las empresas españolas son pymes de tamaño reducido cuyos recursos escasos pueden ser una dificultad a la hora de invertir y de iniciar su internacionalización (más del 70% de las pymes no realiza ninguna labor de exportación). No obstante, existen algunos requisitos que deben tener en cuenta las firmas

que quieran conquistar los mercados extranjeros y sobre todo mantenerse frente a la fuerte competencia de una economía cada vez más globalizada (o mundializada):

- Las pymes tienen que proponer productos de excelente calidad, con diseño original y precios atractivos ya que los consumidores buscan el artículo que tenga la mejor relación calidad/precio.
- También es necesario tener un buen conocimiento del mercado al que se quiere acceder (costumbres, idiomas), reinventar su(s) producto(s) para adaptarlo(s) a los gustos de los clientes exteriores e innovar.
- Las empresas deben encontrar a socios extranjeros, establecer contactos con un importador-distribuidor en el país en el que quieren entrar. Posteriormente, podrán crear su propia filial comercial y luego desarrollar una red de tiendas. Cabe señalar que la franquicia es muchas veces el único sistema de expansión que se pueden permitir las pymes para abrir un establecimiento en el exterior. Más tarde, si el negocio está lo suficientemente consolidado, las empresas podrán instalar una planta de producción, como forma de reducir los costes.
- Las pymes pueden recurrir a la ayuda del ICEX (Instituto de Comercio Exterior). El papel de este organismo público consiste en asesorar a los empresarios, realizar estudios de mercado y fomentar las exportaciones. Gracias a la ayuda financiera del Ices, las pymes españolas también pueden participar en ferias y salones internacionales y dar a conocer sus productos en el extranjero.
- El sector público y el sector privado deben aunar sus esfuerzos para potenciar y promocionar el “*Made in Spain*”, la imagen comercial de España en el extranjero, mediante campañas publicitarias de gran envergadura. Construir una “Imagen País” potente y fiable es clave para competir en una economía globalizada.

CAPÍTULO 2

EL SECTOR ALIMENTICIO

I. El sector primario

El sector primario (o agrario) genera el 3% del PIB (Producto Interior Bruto) y emplea alrededor del 5% de la población activa. Este sector también representa el 15% del total de las exportaciones españolas.

La agricultura

La agricultura fue hasta la década de 1960 el soporte principal de la economía española. La gran variedad de climas y suelos hace de España una tierra de producción rica y variada:

Los cereales

Se cultivan diversas variedades de cereales (trigo, centeno, cebada, avena, maíz y arroz) en las tierras de secano (tierras secas sin regar) del interior peninsular, destacando la Comunidad Autónoma de Castilla y León. En esta región también se produce mucha patata (o papa).

Los viñedos y el vino

España es el país con mayor extensión de viñedo de la UE y del mundo y el tercer productor mundial de vinos, detrás de Italia y Francia. El sector vinícola español también es relevante por el volumen y el valor de sus exportaciones: los principales clientes son Francia, Reino Unido, Alemania y Estados Unidos. Los vinos españoles más famosos son los de La Rioja, Castilla la Mancha (Valdepeñas, Manzanares), Castilla y León (Ribera del Duero, Rueda), Cataluña (Penedés, cavas) y Andalucía (Jerez, Montilla,

Málaga y Manzanilla). A los vinos se puede añadir la sidra de manzana, elaborada en el norte y noroeste del país (Asturias, País Vasco y Galicia).

Las aceitunas y el aceite de oliva

España es el primer productor y exportador del mundo de aceitunas en conserva (o de mesa) y de aceite de oliva. Las mayores regiones productoras son Andalucía (Jaén es la capital mundial del aceite de oliva), Castilla la Mancha, Extremadura y Cataluña.

Las frutas, verduras y hortalizas

Las tierras de regadío (tierras secas regadas), que se extienden por Cataluña, Levante (Valencia+Murcia) y Andalucía, son muy fértiles:

- España es el cuarto productor mundial de cítricos (naranjas, mandarinas, pomelos, limones) después de Brasil, China y Estados Unidos.
- El albaricoque, el melocotón, la fresa, el melón, la sandía, la cereza, la pera, el tomate, el espárrago, la alcachofa, el pimiento, el ajo, la cebolla, la lechuga y los frutos secos como la almendra o la avellana son otras producciones agrícolas importantes, que aprovisionan los mercados europeos a lo largo del año, incluso en invierno.

También se cultivan legumbres secas en Andalucía, Castilla y León y Galicia: alubias (o judías), guisantes, garbanzos, habas y lentejas.

Los cultivos industriales

Son cultivos que no se destinan ni al consumo humano ni al animal. Entre ellos pueden citarse: el tabaco en Extremadura, el girasol en Castilla y León y Castilla la Mancha, la remolacha azucarera (o betabel) en Castilla y León y Andalucía, el algodón en Andalucía, Aragón y Cataluña así como el corcho en Extremadura y Andalucía (silvicultura).

La ganadería

La ganadería bovina (o vacuna) se concentra en el norte y noroeste de España mientras que la ganadería ovina y caprina se extiende por el sur del país y la meseta central. Se destinan a la producción de carne, de leche (respetando las cuotas establecidas por la UE) y de quesos.

La ganadería porcina, que representa casi el 60% del total de carnes producidas en España, se concentra en Aragón (jamón serrano), Andalucía (jamón ibérico de Jabugo), Castilla y León (jamón ibérico de pata negra) y Extremadura (chorizo). Están aumentando las exportaciones de embutidos y charcuterías hacia los mercados europeos (destacando Francia, Portugal y Alemania) y mundiales (destacando Rusia, Japón y Corea del Sur).

También puede citarse el sector de la apicultura (o cultivo de abejas): la miel recolectada sirve sobre todo para fabricar el famoso turrón (postre navideño tradicional), que se exporta hacia los demás países europeos (destacando Francia, Alemania e Italia). Las regiones productoras son Levante, Andalucía, Extremadura, Castilla y León y Castilla la Mancha.

La pesca

El sector de la pesca genera el 1% del PIB y emplea al 1% de la población activa. España es una de las mayores potencias pesqueras del mundo y también el segundo consumidor mundial de pescado, detrás de Japón.

Los mayores puertos pesqueros españoles se localizan esencialmente en Galicia (Vigo, A Coruña), el País Vasco (Pasajes), Andalucía (Algeciras, Cádiz y Huelva) y Canarias (Las Palmas). Las principales especies capturadas son el bacalao, el atún (o bonito), la merluza, la caballa, la pescadilla, las sardinas, los boquerones, los calamares, los pulpos y los mejillones.

El sector de la pesca está en crisis: desde hace más de una década, asistimos a un progresivo agotamiento de los caladeros y de los principales bancos pesqueros debido a la sobrepesca (o pesca masiva) y a la contaminación de los mares y océanos. La Unión