



PROPUESTA DE ESTUDIO SOBRE EL PERFIL EMPRESARIAL DE LA PROVINCIA DE SEVILLA Y SU POTENCIAL DE INTERNACIONALIZACIÓN

Después de varios cursos de colaboración entre EXTENDA y el Departamento de Dirección de Empresas de la Universidad “Pablo de Olavide” y de conversaciones mantenidas en las últimas fechas, se plantea la posibilidad de ampliar el marco de esta colaboración a otros ámbitos como, por ejemplo, la realización de determinados estudios de mercado y el apoyo a la investigación.

Así, el marco de referencia para esta colaboración parte de la consolidación de los Seminarios dirigidos a los alumnos que, hasta la fecha y con gran éxito de convocatoria, se han venido organizando en nuestra Universidad. Continuando con esta colaboración y dado el interés mostrado por EXTENDA por conocer el perfil empresarial de la provincia de Sevilla y su potencial de internacionalización por sectores, así como de elaborar una base de datos de empresas realmente interesadas en internacionalizar su actividad, se propone un estudio dirigido a tal fin.

La realidad actual es que en la provincia de Sevilla más del 80% del total de empresas dedican su actividad a la prestación de servicios. Destacan actividades de comercio mayorista y minorista, las empresas vinculadas al sector inmobiliario y el sector hostelero.

En torno a un 10% de las empresas de la provincia se dedican a la producción de energía, mientras que un 9% se pueden considerar industria manufacturera. En este caso, destacan las empresas metalúrgicas y de transformación de alimentos y bebidas.

La dimensión del tejido empresarial sevillano se caracteriza por un reducido tamaño. Un porcentaje muy elevado (casi el 80%) tiene plantillas de no más de 5 trabajadores, mientras que el número de empresas con más de 50 trabajadores es prácticamente insignificante respecto al total. Esta característica, si bien podría presentar problemas a la hora de plantearse la internacionalización de sus actividades productivas y comerciales, ofrece una importante oportunidad para EXTENDA. Podemos pensar que la capacidad de estas empresas para emprender su internacionalización, en caso de que fuera interesante para ellas, es muy limitada en cuanto a recursos y conocimientos.

Por el contrario, es probable que las empresas de mayor dimensión cuenten con personal capacitado y especialmente dedicado a estas actividades. Por tanto, una vez analizado el potencial de cada sector y sus principales fortalezas y debilidades, el reto para EXTENDA estaría planteado.

Los pasos a seguir para profundizar en el conocimiento del tejido empresarial de la provincia de Sevilla son los que se plantean a continuación:

1.- Establecimiento de un ranking de empresas fiable por sectores, dependiendo de su peso relativo en el tejido empresarial de la provincia de Sevilla. A partir de aquí, decidiendo aquellos más interesantes para EXTENDA se podría crear una base de datos, bien a partir de la base SABI, bien a partir de información que se adquiriera de la Cámara de Comercio.

2.- Análisis de datos históricos relacionados con la exportación. Así sería posible conocer la situación exportadora actual de cada sector y, coordinando este análisis con un examen de las características estructurales de cada uno de ellos, establecer una previsión de la evolución de las actividades internacionales de las empresas sevillanas. Esta propuesta metodológica estaría basada en el trabajo con series temporales de datos obtenidos de la base de datos “ESTACOM”, facilitada por el ICEX.

3.- Comentario de las principales conclusiones e implicaciones para la gestión de la actividad de internacionalización de las empresas sevillanas.

4.- Análisis de la relación entre la estructura de la empresa y el modo de entrada en mercados exteriores: un estudio empírico en el contexto PYME de la provincia de Sevilla. El equipo investigador que presenta esta propuesta de trabajo viene analizando aspectos relacionados con los conceptos de compromiso y confianza empresarial, acuerdos de colaboración, sistemas de intercambio de información, análisis de situaciones de poder-dependencia, lealtad y fidelidad a marcas y distribuidores... aplicados a diferentes estrategias de internacionalización y modos de entrada en mercados exteriores. En esta línea, se plantea como objetivo llevar a cabo un análisis empírico en el contexto de la PYME sevillana, del cual se desprendan implicaciones de utilidad tanto desde el punto de vista de la investigación científica como de la práctica empresarial. Se pretende, además, dar la mayor divulgación posible a los resultados de las investigaciones llevadas a cabo, por medio de su publicación, difusión en Congresos, etc.

Para la realización de este proyecto de investigación, se requiere la colaboración de EXTENDA en los siguientes aspectos:

- Ayuda en la presentación de este estudio ante diversas empresas, para facilitar la captación de la información necesaria para llevar a cabo la investigación propuesta en el punto 4 del presente Anexo.
- Base de datos de empresas sevillanas.
- Recogida de datos.
- Ayuda financiera para la presentación de este estudio en distintos congresos y foros, donde recoger ideas e información para la mejora del estudio.

El presente proyecto requiere un horizonte temporal mínimo de un año, ya que los puntos 1 a 3 necesitan de un detallado análisis que nos lleve a conclusiones fiables y útiles y el punto 4 implica un extenso análisis de casos de empresas sevillanas (lo cual supone la toma de contacto con las empresas, realización de entrevistas/cuestionarios, análisis de los datos obtenidos, etc.).

Cualquier ampliación del objeto del estudio reflejado en la cláusula primera del presente Convenio, conllevará la revisión del mismo, tanto en contenido, periodo de realización, plazo de entrega y presupuesto.

Para facilitar el seguimiento de este estudio, el equipo de investigación se compromete a informar a EXTENDA periódicamente del avance del trabajo.

Experiencia del equipo de investigación

Para el proyecto propuesto, el equipo de investigación estaría compuesto por Rosario Vázquez y Jesús Cambra, Doctores en Marketing, y por M^a Ángeles Ramón y Juan Manuel Berbel, profesores de Dirección Comercial. También requerimos la colaboración de un becario de investigación de apoyo.

La experiencia de los miembros de este equipo de investigación está avalada por el éxito de sus investigaciones pasadas, directa o indirectamente relacionadas con el tema central de la presente propuesta de investigación. Como referencia, algunos resultados de estas investigaciones han sido publicadas o aceptadas para su publicación en revistas de investigación de ámbito internacional y nacional como la *Journal of Business and Industrial Marketing*, *Journal of Global Marketing*, *Journal of Consumer Behavior*, *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, *Journal of Retailing and Consumer Services*, *International Business and Economics Research Journal*, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, *Investigación y Marketing*, *ESIC Market o Cuadernos de Gestión* y discutidas en importantes foros internacionales y nacionales como la *European Applied Business Research Conference*, *European Academy of Management*, *Iberoamerican Academy of Management*, *Asociación Europea*

de Dirección y Economía de la Empresa, Asociación Científica de Economía y Dirección de Empresas o los Encuentros de Profesores Universitarios de Marketing.