



Las PYMES ibéricas recuperan la confianza en el mercado

Desde el pasado mes de septiembre se ha notado un aumento de las inversiones españolas y portuguesas al otro lado de la frontera. Las pequeñas y medianas empresas vuelven a apostar en el país vecino para hacer crecer sus firmas. Actualidad€ ha querido saber qué cambios ha traído la crisis a la hora de hacer negocios entre españoles y portugueses. Todos se han vuelto más responsables y controladores con el dinero para asegurarse el éxito. Ha vuelto la confianza en las dos economías.

Textos **Belén Rodrigo** brodrigo@ccile.org Fotos **DR**

GRANDE TEMA

GRAN TEMA



Los negocios ibéricos se han visto perjudicados en los últimos años por la crisis económica de España y Portugal. Es sabido que muchas empresas de ambos lados de la frontera instaladas en el país vecino se vieron obligadas a cerrar sus puertas y otras tuvieron que posponer sus planes de internacionalización. Pero la crisis no acabó con todo ya que son muchos los negocios ibéricos que han seguido funcionando y han surgido también nuevas oportunidades. Las pequeñas y medianas empresas (Pymes) han tenido un papel muy importante porque si bien algunas no han resistido a las dificultades otras han pasado con nota este difícil examen. Las economías vuelven a crecer, de forma tímida, y regresa la confianza en el mercado ibérico que tanto potencial tiene. “Se empiezan a reunir las condiciones mínimas con unas economías un poco más estabilizadas”, explica a Actualidad€ Antonio Calçada de Sá, presidente de la Cámara Hispano Portuguesa (CHP). Portugal acaba de terminar con el programa de ayuda finan-

Las dos economías ibéricas están cada vez más estabilizadas y favorecen la creación de nuevos negocios aunque las inversiones son menores

ciera de la troika y en España se ven los primeros indicios de recuperación. “La exportación ha mejorado las cuentas de los países quedando ahora la demanda interna y el consumo pendientes. No va a ser fácil. Se han realizado importantes reformas y otras están pendientes de acometer pero desde luego considero que la confianza ira volviendo y eso será clave para el futuro inmediato”, añade. No se debe olvidar que el crédito empezará

a fluir lentamente hacia las Pymes que son al final “el motor de la economía en generación de actividad y creación de empleo”. En territorio español destaca el trabajo desempeñado por varias empresas de capital portugués en el mundo de la consultoría (Pacsis, My change, KCS), de servicios (Ibersol), industriales (Ramos Catarino, Petrotec), banca (BES, Caixa Geral de Depósitos, Grupo D’Orey), transporte (Luis Simões) y energía (Galp, EDP) “entre otras muchas que han intensificado su presencia en España en los últimos años. La crisis no es exclusiva del mercado ibérico pero está claro que la región ibérica como un todo siempre tendrá más posibilidades que los países por separado”.

Cambios

Resulta interesante observar los cambios que se han producido en la forma de instalarse en un nuevo mercado. Es decir, ni los portugueses entran en España como lo hacían hace diez años ni los españoles invierten en Portugal de la



GRANDE TEMA GRAN TEMA

manera que era costumbre en la última década. Para la abogada española María José Muñoz (en la foto de la derecha), de Saraiva Lima e Associados, ha variado mucho el tipo de cliente español que entra en el mercado portugués. Trabaja en Lisboa desde hace más de diez años y llama la atención al hecho de que actualmente las empresas españolas entran "lentamente en Portugal y de una forma diferente a la habitual de la última década", sin contar los últimos años que no entró prácticamente nada. Cree que este interés se debe en parte a la publicidad que se está haciendo en España para que se internacionalicen las empresas. Antes de instalarse, "quieren saber el precio de lo que le va a costar todo, lo analizan detalladamente y preguntan por las diferencias respecto a España con la idea muy clara en sus objetivos", explica la abogada. Además se dan un tiempo, "si no se cumplen los objetivos en el plazo establecido se cierra y se van a otro lado", añade, como ocurrió con el grupo Lo Mónaco, de venta de colchones. Hace una década, por el contrario, "las empresas entraban sin preguntar, parecía que cualquier firma tenía que tener una sucursal en Portugal. Y ahora no es así, entran despacio y preguntan todo, quieren tener todos los costes controlados durante algún tiempo".

Las inversiones son menores y además las firmas que llegan saben que las condi-



María José Muñoz:
"Los nuevos inversores analizan al detalle todos los costes y se dan un tiempo para que funcione el negocio"

ciones laborales son más beneficiosas para las empresas en Portugal "porque el coste del trabajador es menor y pagan un poquito más que el salario mínimo. Además exigen mucho a los trabajadores". Antes no preguntaban, delegaban en alguien en Portugal y "hoy eso no ocurre, no delegan y quieren controlar el negocio desde España", afirma María José Muñoz. A

nivel de inversión ni siquiera tiene sede ni alquilan una oficina, "directamente buscan un centro de negocios o tienen su sede fiscal en su despacho de abogados". E incluso el trabajo de los abogados ha cambiado, "nos hemos tenido que adaptar", reconoce la abogada. "Prestamos un servicio puntual, de calidad, pero el cliente quiere saber desde el principio lo que vamos a hacer y lo que le va a costar", añade. Le resulta curioso el hecho de que las empresas tienen la idea que en Portugal se paga menos que en España. "Exceptuando la mano de obra, la realidad es que montar un negocio en Portugal resulta igual o más caro", aclara. A nivel jurídico algunas firmas crean sucursales y otras una sociedad pero en cualquiera de los dos casos controlan mucho los gastos. Para María José Muñoz las empresas españolas "entran porque les da una visión de internacionalización y porque saben que los costes de los trabajadores es más barato".

El sector del turismo es el que está atrayendo a más españoles, especialmente en Lisboa, y todo lo que está relacionado con ocio y bienestar físico. "Son sobre todo franquicias, han despegado y el primer sitio para salir, una vez posicionadas en España, es Portugal", explica la abogada española. El hecho de que la economía esté mejorando en España anima a muchas empresas a salir fuera y no hay que olvidar que "Lisboa está de moda y se seguirá invirtiendo en el sector turístico". Su clima, gastronomía y sus precios, asequibles para los turistas, la convierten en un destino atractivo con mucho potencial de crecimiento.

Uno de sus clientes es el grupo ARC Eurobanan, empresa líder en el sector de la distribución hortofrutícola en España. Una de sus últimas apuestas empresariales es un proyecto con 300 hectáreas propias entre Galicia y el Norte de Portugal, más las 480 de los agricultores asociados a Kiwiberico. Esta es una marca desarrollada por el grupo Eurobanan. "El sector agrícola está teniendo últimamente en Portugal más presencia", afirma María José, "por la situación climatológica de Portugal hay cada vez más interés en en-

Parfois con mayor presencia en España

Al finalizar este año España será el país que más tiendas tenga de la marca portuguesa de bolsos y accesorios Parfois. Está presente en el mercado español desde el 2002 cuando abrió su primera tienda en el centro comercial Gran Vía II en Barcelona y siguieron otros locales en Madrid y Valencia. Pero fue en 2011 cuando Parfois puso en marcha su plan de expansión en España: 9 tiendas en el 2011, 26 en el 2012 y 40 el año pasado. Para el 2014 están previstos un total de 50 nuevos

espacios comerciales, entre tiendas propias y franquicias, y llegar a todas las provincias. "El mercado está evolucionando según lo previsto y seguimos nuestro plan estratégico", explica a Actualidad€ la directora de marketing de Parfois, Susana Coerver. El negocio en España ya representa un 25 % del total de la empresa que opera en 50 países. Como diferencias entre los dos mercados apuntan que existe más competencia en España y que las clientes "están más atentas a las tendencias".



GRAN TEMA GRANDE TEMA

trar para producir productos como kiwis, espárragos, aguacates... variedades tropicales que en España no se pueden plantar". También en el sector agroalimentario ha entrado recientemente Ahumados Domínguez, con un espacio propio dentro del supermercado de El Corte Inglés.

Sectores

El empresario Manuel Álvarez, de Remax, llama la atención al hecho de la reactivación del mercado inmobiliario donde se está notando más confianza y compradores. "Normalmente el sector inmobiliario es el primer indicador de la recuperación económica de un país y este año se está moviendo mucho y hay buenas perspectivas", afirma. Los números no engañan y en su empresa, en lo que va de año, se ha notado un crecimiento del 55%. "Incluso en crisis han llegado a Portugal algunas empresas, porque es el mercado natural para la primera internacionalización de las compañías", resalta Manuel Álvarez, quien llegó a Portugal hace 20 años para instalar los supermercados Día en Portugal (Mini Preço), la que fue la primera apuesta en el exterior de la cadena española. Ahora se está notando la llegada de sectores como informática, consultoría o servicios", añade.

Por su parte Luz Torrico (en la foto de arriba a la derecha), abogada de SRS Advogados, confirma a Actualidad€ que en este despacho ha crecido mucho el número de operaciones desde finales del 2013. "Hay más movimiento entre las empresas y más operaciones, tanto de españolas como de otras nacionalidades". Señala que durante los dos últimos años únicamente los departamentos de laboral y contencioso han sido los que han tenido más movimiento en los despachos "y ahora se ha reactivado la actividad normal". Luz Torrico encuentra también muchas diferencias en la entrada de las nuevas empresas si se compara con una década atrás. "Controlan el personal que contratan y se revisan todos los contratos y facturas", subraya. "Ya no hay casos de empresas que se instalaban en Portugal comprando palacetes, coches y casas, se negocia bien todas las condiciones con los



Luz Torrico: "Las empresas revisan todos los contratos y facturas, nos piden asesoramiento para todo"

trabajadores". Incluso a la hora de elegir un banco, "nos piden asesoramiento e intentan saber qué comisiones establecen cada entidad".

Nuevos modelos de negocio

Jorge Scharfhausen, director general de Lax Consultores, acompaña muy de cerca la presencia de empresas españolas en Portugal y viceversa. Realizan trabajos de asesoría contable, fiscal y laboral, y análisis de viabilidad de empresas, cuando van a arrancar así como procesos de recuperación de empresas. "Se está notando algo de movimiento", afirma. En el caso del mercado portugués, los españoles que llegan a la aventura, "sin tenerlo bien preparado, no duran mucho pero cuando tienen un proyecto sí, a algunas pequeñas empresas les está yendo muy bien". Otra sorpresa está siendo la

Hamburguesa Nostra se aventura en Portugal

El Grupo Raza eligió Portugal para iniciar su andadura internacional. Lo hizo con su primera tienda Hamburguesa Nostra en Lisboa, en un espacio dentro del supermercado de El Corte Inglés. Fue inaugurado a finales del año pasado. La decisión de elegir el país vecino para su estreno fuera de España se debió a la proximidad geográfica que facilita la logística del negocio y a la buena relación que tienen con El Corte Inglés. Los grandes almacenes, con quien trabajan en varias ciudades españolas, les ofrecieron estar en su centro de Lisboa, "y consideramos que era positivo dar el paso al extranjero. Lisboa está más cerca de Madrid que otras ciudades españolas y era importante poner a prueba la parte burocrática del negocio en otro país, para aprender a enfrentarnos al papeleo", explica Juan Pozuelo, el chef de Hamburguesa Nostra.

El 2014 servirá para consolidar la



marca en Portugal y decidir qué planes de expansión tienen para el país vecino. Saben que El Corte Inglés quiere desarrollar en la capital lusa el concepto de Gourmet Experience y les gustaría participar. "Nuestra idea es abrir establecimientos propios y a lo largo de este año tendremos al menos uno nuevo en Madrid", afirma Juan Pozuelo. En función de cómo vaya el negocio en Lisboa, donde no descartan poder tener también su propio espacio, "hay capitales europeas donde también tendría sentido estar presentes, como Londres, París o Berlín".

One law consulting, apoyo y acompañamiento en la internacionalización de las empresas

Ha surgido recientemente en el mercado One law consulting, una empresa dedicada al apoyo a la internacionalización de la economía ibérica. "Acompañamos proyectos, estrategias, marcas o productos en su implantación y proyección internacional", explica a Actualidad€ Pilar Blanco, socia y directora general de la nueva firma. "Lo hacemos a través de una red testada en los principales mercados comerciales del mundo, con particular destaque de los mercados de matriz de habla española y portuguesa", añade. Su metodología de trabajo está muy basada en el potencial de las nuevas tecnologías por lo que proporciona al empresario ibérico "un alto nivel de eficacia y de ahorro en sus costes con la estrategia internacional. Conociendo los mercados internacionales ayudamos a las empresas".

Con sede en Madrid y Lisboa están trabajando mucho con *start up*. "Normalmente buscan un posicionamiento comercial, quieren o vender su producto o buscar socios estratégicos", afirma Pilar. Abundan sobre todo las empresas tecnológicas y también otros más tradicionales, "pero siempre tienen un perfil

diferenciador". Otro de los puntos en común de estos negocios es el hecho de que en la mayor parte de los casos tienen poco respaldo económico y por eso quieren abaratar todas las gestiones. One law consulting aplica unos honorarios bajos de partida, para cubrir los gastos, "y luego nos involucramos en el proyecto del cliente, pretendemos que la relación con la compañía sea más a medio y largo plazo".

Servicios

Uno de los primeros servicios que ofrece One law consulting es un estudio de prospección. Se trata de analizar las posibilidades de la empresa en el mercado de destino, localización de socios comerciales (importadores, agentes, distribuidores, fabricantes, socios comerciales, socios tecnológicos y/o estratégicos, etc.) e información detallada de los mismos. Se presenta la empresa a dichos socios y se elabora un informe de conclusiones.

Entre los servicios más innovadores se encuentra la agenda virtual personalizada donde se incluyen los contactos más relevantes que hayan mostrado interés en iniciar relaciones comerciales o tecnológicas

con la empresa. "La Agenda Virtual consiste en la organización de videoconferencias individuales (vía skype) entre la empresa y los posibles interesados en destino, presentados previamente en el Informe de Conclusiones", explica la directora general. Dichas videoconferencias consistirán en un encuentro virtual entre la compañía y la contraparte seleccionada en el país destino en la que podrán presentarse intereses y expectativas. "La duración de cada videoconferencia no superará los 50 minutos". El plazo de preparación de esta agenda ronda el mes.

Redes de cooperación

Otra de las áreas de esta empresa es la de generar y organizar redes de cooperación empresarial. Para ello prestan "asesoramiento y gestiones para promocionar, tutorizar y asesorar integralmente todo tipo de coaliciones y agrupaciones", avanza Pilar Blanca. Abordan todo tipo de facetas (estratégica, organizativa, marketing, legal, fiscal, recursos humanos, etc.) para crear este tipo de redes y prestan apoyo tanto a empresas como a instituciones en todo lo relacionado con esta temática.

de empresarios portugueses. "Mucha gente crea modelos de negocios muy innovadores con dos características muy importantes", afirma Scharfhausen. Por un lado, "tienen una estructura muy ligera, dirigida al puro negocio", dando menos importancia al estatus de la empresa. Y por otro lado, "empiezan internacionalizando sin esperar a consolidarse en su propio país".

Esta empresa también dio el salto al mercado español hace unos años, "salimos porque entendíamos que era nuestro mercado natural. Conocemos muy bien las características financieras,

contables y laborales de los dos países", afirma su director general. Reconoce que esperaba un crecimiento más rápido del negocio en España aunque este año se están recuperando muy bien. "Hace diez años había bastante flujo, abrieron bastantes empresas con capital portugués pero hace dos años se frenó y sigue habiendo miedo", subraya. "Ha estado muy parado y del verano a esta parte hay más movimiento. Hay más preguntas y consultas", añade. "Crear una sucursal es ventajoso para las multinacionales pero yo creo que hay preferencia por una filial porque evita efectos

contagios y además se puede vender el negocio", aclara. Resalta también que todavía existen diferencias entre los dos mercados, "van convergiendo pero siguen existiendo diferencias significativas tanto a nivel contable como fiscal y sobre todo laboral", subraya. No cree que se pueda decir que un país es más favorable que otro a la hora de montar un negocio porque depende mucho de la dimensión que tenga la empresa. Cree que con la crisis la clase media ha salido castigada y los comercios o servicios destinados para ellos han reducido sus ventas. "Por el contrario



funciona bien el lujo y el low cost. Hay muchas marcas en diferentes áreas con precios contenidos con buena calidad y presentación". En definitiva, "estamos en la fase de desarrollo de nuevos servicios, hay muchos cambios propios de una situación de crisis".

Innovación y tecnología

Los negocios de áreas de innovación y tecnología, publicidad y en otros que no son los tradicionales sino sectores punteros están atrayendo a muchos portugueses a entrar en España. José Manuel Sevilla (en la foto de la derecha), socio del despacho Iberjuris confirma que están notando en el despacho un crecimiento de sociedades de capital portugués o hispano luso en España. "En los sectores punteros son jóvenes empresarios los que más se aventuran y también hay muchas empresas familiares cuyas nuevas generaciones están llegando al poder y ven en España su mercado natural de expansión", resalta este abogado.

Ambos países se complementan muy bien a la hora de pensar en negocios



José Manuel Sevilla:
"En los sectores punteros son jóvenes empresarios los que más se aventuran"

en otros continentes, en especial América Latina y África. "La internacionalización de la empresa española en América Latina les fascina a los portugueses", afirma José Manuel Sevilla. Cree además que hace falta en España

"cuadros de habla portuguesa para la integración del mercado latinoamericano", teniendo en cuenta el peso e importancia de Brasil. José Manuel Sevilla destaca también el hecho de que los bancos portugueses y españoles han presentado soluciones ibéricas a las empresas presentes en los dos países lo cual "ayuda y solucionan muchas cosas".

Futuro optimista

También existen empresas que todavía no han dado el salto al país vecino, aunque esperan hacerlo en breve. Tal es el caso de Shoes Closet, una marca de zapatos artesanales con fábrica en São João da Madeira. Sus dueños están analizando bien el mercado antes de lanzarse pero reconocen que es un mercado que les interesa mucho. "Nos gustaría estar presentes en España aunque queremos estudiar bien todos los pasos antes de entrar", subraya Miguel Marques.

Una señal de que el mercado ibérico sigue vivo para las pequeñas y medianas empresas. ■

Damas de copa, la más reciente entrada portuguesa en España

Hace menos de un mes que ha abierto la primera tienda Dama de Copas en Madrid. Este negocio comenzó en Lisboa, de la mano de dos amigas polacas, Inés Basek y Margarida Furst, que llegaron a Portugal hace años antes por motivos personales. Y a ellas se unió el socio portugués João Coimbra. "Los mercados son parecidos y nuestra misión es enseñar y educar a las mujeres", explica Inés Basek sobre su llegada a Madrid. Esta tienda vende sujetadores y el éxito radica en la variedad de formas y tamaños, con más de cien referencias, y el asesoramiento prestado a las clientas. Comenzaron en octubre 2009 con workshops en un restaurante de unos amigos y poco después abrieron un es-

pacio en un 2º piso de la Rua do Carmo. "No teníamos dinero para invertir y era difícil pedir un préstamo, empezamos invirtiendo 5000 euros", recuerda la social. Abrieron un segundo local en Oporto, también en un piso y finalmente en el 2012 juntaron dinero suficiente para abrir la primera tienda en Lisboa, seguida de otra en Oporto. Consolidado el negocio en Portugal, y fruto del carácter emprendedor de sus socios, desde hace más de un año que preparaban su desembarco en España. "Encontrar el local fue fácil, andando por las calles y las inmobiliarias trabajan muy bien". En esta nueva andadura han invertido 100.000 euros. Han alquilado un local en la calle Goya de 120 metros cuadrados, con tres niveles, y ahora

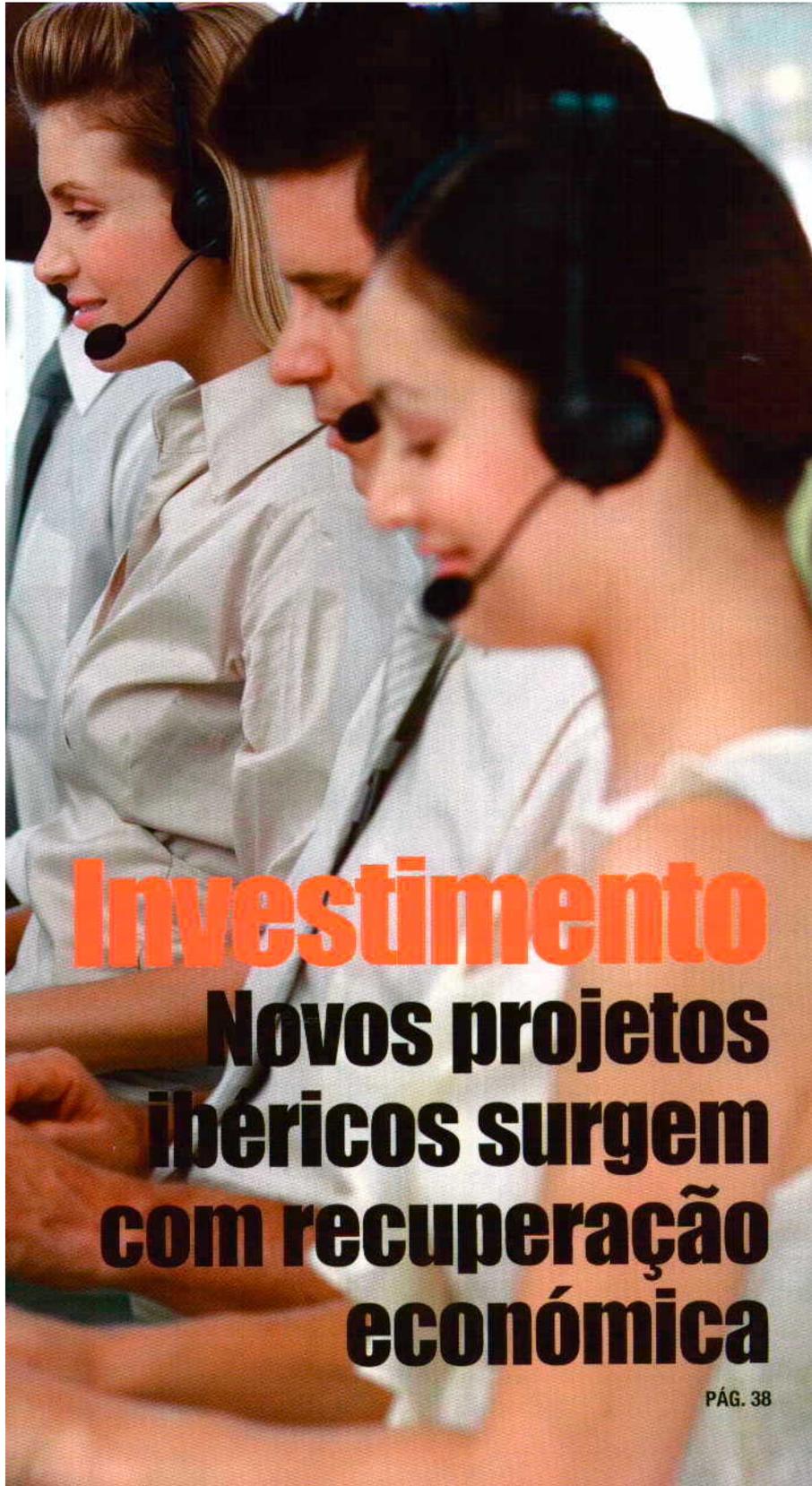
se están dando a conocer.

Como surgieron en tiempos de crisis los socios de Dama de Copas saben lo que es tener todos los gastos controlados y de ahí que el sujetador más caro que venden es de 60 euros. "Nacimos en plena crisis pero pensamos de una forma diferente. Creamos mucho contenido alrededor del tema y así nace interés en determinada marca", explica Inés. Su idea es ganarse la confianza de las madrileñas, "no queremos ser una multinacional sino que nuestras clientas se identifiquen con nuestro producto". En este nuevo mercado se quieren dedicar al 100% y por ello todos los colaboradores de Portugal están implicados en el mismo, controlando el proceso de atendimento.



ID: 54237059

01-06-2014



Investimento
Novos projetos
ibericos surgem
com recuperação
económica

PÁG. 38