ESPECIAL FRANQUICIAS Los mejores sectores para emprende

Nº 194 Noviembre 2013 - 3€
(3,15€ en Canarias) Precios en España. (Andorra y Portugal: 3€)

Emprendedores

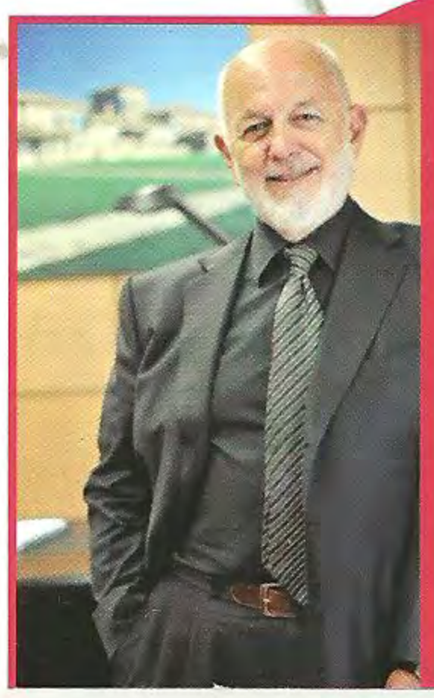
www.emprendedores.es

Negocios disruptivos

Cómo crear una **empresa rompedora** para conquistar el mercado

Analítica web:
Cómo obtener y sacar partido de todos los datos

Qué chequear las últimas 48 horas antes de lanzarte



José García Carrión

Fundador de Bodegas García Carrión

"Los estudios de mercado sirven para hacer lo contrario de lo que dicen"

8 413042 873068 00194

www.cype.es

Es más fácil viajar a otros países de la mano de proyectos internacionales de las grandes empresas españolas que en solitario. Descubre las puertas de entrada para que te acepten como proveedor o *partner* en sus proyectos exteriores.

LOS PLANES DE EXPANSIÓN DE LAS **MULTINACIONALES ESPAÑOLAS** CREAN OPORTUNIDADES PARA SUS COLABORADORAS MAS PEQUEÑAS

Exporta de la mano de las grandes

Más de la mitad de los proveedores con los que trabajan las grandes multinacionales españolas son pymes. En volumen de negocio representan mucho menos que sus grandes socios estratégicos pero, como a éstos, se los llevan de la mano a abordar proyectos concretos. En Abertis, por ejemplo, "hay proveedores que han empezado poco a poco con nosotros, luego han sido capaces de ir creciendo a nuestro lado y se han venido a otros países", asegura **Josep María Gómez Hospital**, su director de Compras y Servicios Generales.

Todas las grandes tienen proveedores pequeños para desarrollar su actividad principal y en áreas secundarias como *catering*, seguridad, mobiliario o transporte. "El 70% de nuestros proveedores son pymes. Son socios para trabajos puntuales y si hemos tenido un buen encuentro, crecen con nosotros", continúa Gómez.

Debes tener en cuenta que es más fácil viajar fuera una vez que se ha iniciado aquí el contacto que hacerlo en el país donde se desarrolle el proyecto. "La corporación está en España, es de donde salen las iniciativas", añade.

PYMES SIN FRONTERAS

Estas proveedoras de grandes normalmente son "pymes que dan respuesta a una nueva necesidad, como consultorías de temas muy específicos o empresas especializadas en algún elemento constructivo o tecnológico nacido de un estudio de I+D, sea para nuestra área de telecomunicaciones o de autopistas y que hemos intentado exportar", asegura el director de Compras de Abertis.

También, que sean productos y servicios adaptados a diferentes países, ya que "muchas veces las normativas son distintas, incluso dentro de Europa, y algo que es muy fácil de implementar en uno fracasa en otro. Hay que tener una gran capacidad para reinventarse y adaptarse, es lo que define la capacidad de crecimiento de un proveedor", explica el directivo de Abertis.

La especialización es la mejor baza para ser proveedor internacional

Ésa es la ventaja que le ha permitido a la ingenieria Cype salir a Perú y Ecuador de la mano de Repsol y a Sudáfrica e India, con Abengoa. Esta pyme de Alicante ha creado un *software* para calcular, diseñar y garantizar la seguridad y el cumplimiento de la normativa vigente en los países en los que entra con las grandes, a los que va adaptando su producto, además de unir todo el proyecto de construcción a la elaboración de un presupuesto. "Es decir, estás proyectando y poniendo instalaciones y sabiendo lo que cuestan. Es nuestro valor añadido", explica **Carlos Fernández**, director técnico de Cype.

Otros ejemplos con nombre y apellidos de cómo colaborar con las grandes firmas de infraestructuras, energía y telecomunica-

www.cype.es

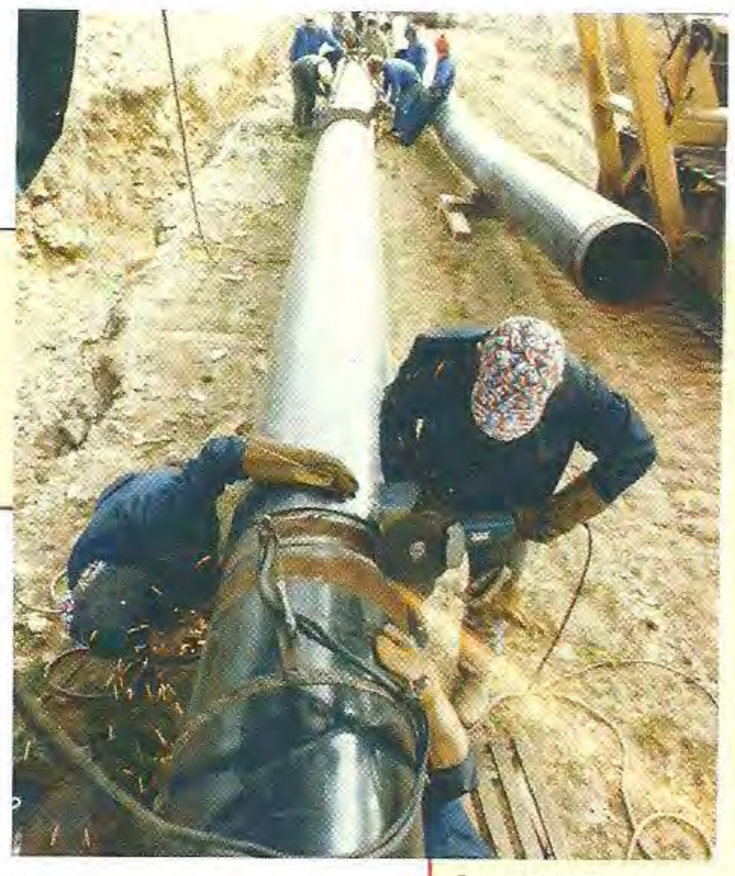
GAS NATURAL FENOSA

Está realizando una fuerte apuesta internacional que se refleja en un incremento de sus inversiones en el exterior del 14% en el último año. A largo plazo, puede ofrecer oportunidades en Europa (y en especial Alemania, Francia, Italia, Bélgica y Luxemburgo). También en Egipto, Omán, Australia y Argelia, donde ya tiene presencia. Pero su principal atractivo a corto está en sus actividades en Latinoamérica y, sobre todo, en Brasil, Colombia y México. Los mercados con mayor potencial de crecimiento y su principal objetivo.

Oportunidades en Latinoamérica

Brasil es la joya de la compañía en Latinoamérica. En 2012 sus ventas de gas aumentaron en este mercado un 35,9%, de manera destacada en el sector doméstico/comercial, gas natural vehicular y generación eléctrica. En México tiene un potencial de captación de 3,5 millones de clientes. Significa, que debe acometer inversiones en nuevos puntos de suministro de gas y de mantenimiento de sus parques de generación de electricidad. En Colombia, crece especialmente el negocio de gas (a un ritmo de 15,2% en el último año) y están apostando muy fuerte por el desarrollo del uso del gas natural como combustible para vehículos. Además de estos tres países, hay que pensar también como mercados con buen recorrido los de Argentina, Puerto Rico y Panamá, donde va ganando presencia. Pero especialmente en Costa Rica, país en que acaba de iniciar la construcción de la central hidroeléctrica de Torito y que empezará a explotar en 2014.

Política de contratación con proveedores. Sus principales *partners* son las empresas especializadas en servicios de ingeniería, construcción de redes de alta, media y baja tensión y su mantenimiento y soporte. La compañía exige a sus contratistas y colaboradores que tengan políticas activas de protección del medio ambiente: gestión eficaz de todo tipo de residuos; controles de polvo, ruido y tratamiento de agua, entre otras áreas.



Las inversiones internacionales de Gas Natural Fenosa se concentran en Brasil, Colombia y México.

ciones de nuestro país nos lo da Acciona. En México, por ejemplo, trabaja con Geotecnia, una empresa de estudios geotécnicos o Tipografía y Arquitectura, una ingeniería de proyectos y servicios de topografía. Y en Sudáfrica, con STI, ingeniería de proyectos estructurales. Todas ellas elegidas "por su calidad técnica".

En Australia, con Mecasolar, "fabricante de estructuras que les acompaña en un mercado de recursos industriales caros, en el que aporta calidad emprendedora y precios competitivos".

En Costa Rica, con Asturwatt, empresa de montajes electromecánicos que les apoya en su primer proyecto eólico del país; y Tensa, empresa de montaje de líneas de alta tensión; las dos escogidas "por su capacidad de interlocución en el país".

En Polonia y Croacia, con Vicarli, de servicios logísticos. Y en Mali, Chile y Gabón trabajan con Maquinaria de Canteras Triman, un "proveedor al que le compramos equipos de maquinaria para instalar en nuestras obras de

IBERDROLA

Tiene puesto el foco del crecimiento en dos líneas de negocio: redes y energías renovables. Y en dos países muy concretos, Reino Unido y Brasil, aunque no hay que perder de vista sus inversiones en Estados Unidos y México. Para el crecimiento de sus redes destinará un 59% de sus inversiones a corto plazo y a las energías renovables, el 25%. Su expansión en el mercado británico se llevará el 42% de la cifra global y Latinoamérica, el 23%, la mayoría Brasil. El negocio internacional de Iberdrola creció en el último año un 35% y se ha convertido en uno de los pilares de futuro de la compañía, puesto que ya supone el 70% de su beneficio neto.

Puede darte una oportunidad en...

Iberdrola tiene habilitada una pestaña para que cualquier empresa postule a proveedor a través de su web de forma sencilla. Piensa que tiene proveedores de bienes y servicios de todos los tamaños, siempre que estén dentro de sus principales áreas de actividad (redes eléctricas y generación de energía, tanto tradicional como renovable) para las que contrata firmas de cables, turbinas, equipos de instalaciones...

También puede ofrecerte oportunidades en torno a sus líneas de investigación relacionadas con energías de las olas y de las mareas, como el proyecto de I+D+i HiWave. También está trabajando en nuevos proyectos sobre eficiencia energética, la fusión nuclear, la captura de gases contaminantes y las redes inteligentes.

Iberdrola crece fuera a un ritmo del 35% con el foco puesto en Brasil, México, Estados Unidos y Reino Unido.

www.cype.es

infraestructuras, tanto en España como en el área internacional, así como repuestos, puesta en marcha o reparaciones in situ. Destaca, sobre todo, su colaboración en Gabón, donde es un importante subcontratista desplazando materiales y especialistas para el montaje de los equipos exportados allí: máquinas para preparación y tratamiento de áridos, planta de machaqueo, molinos o planta de áridos", explican.

Como ves, hay "muchas oportunidades en materiales de construcción. No sólo construcción de viviendas, sino también en obra civil", comenta Gómez.

BBVA

Otra firma que pondrá casi todos sus esfuerzos en América del Sur, donde destinará 2.500 millones de dólares en los próximos cuatro años, con especial atención a Chile, Colombia, Perú y México, países han iniciado un proceso de integración comercial y financiero a través de la Alianza del Pacífico. BBVA aspira a convertirse en el primer banco digital de la región y para ello va a concentrar el 40% de sus inversiones en el exterior en desarrollo de proyectos tecnológicos; el 60% restante estará enfocado al desarrollo de infraestructuras y redes de distribución.

Qué ofrecerle

Piensa que BBVA centra su expansión internacional en el desarrollo de sus canales de distribución (incrementará el número de oficinas en un 18% y su red de cajeros automáticos, en más de un 30%). Invertirá también en ofrecer un buen servicio a sus clientes a través de Internet. En los últimos tres años ha aumentado su cartera en más de un millón clientes en la zona y aspira a multiplicarlos por dos en 2016 hasta alcanzar los cinco millones; y por ocho el número de clientes que operan a través del móvil (significa que habrá buenas oportunidades para pymes de desarrollo de tecnologías móviles). Otra de sus principales líneas de inversión es la captación y fidelización de nuevos clientes, para lo que ha incrementado en un 15% su producción comercial y apostará por herramientas que le ayuden a mejorar el conocimiento y la segmentación de sus clientes.

CONTACTA CON LAS GRANDES

Lo habitual es que las grandes seleccionen directamente a los proveedores en función de las necesidades que tienen a partir de su lista de proveedores (en la que, en muchos casos, puedes entrar rellenando un formulario a través de su web). Pero si estás en conceptos innovadores, el departamento de proveedores sin más no será el mejor interlocutor. Intenta llegar a los responsables de innovación o de tecnología. ¿Cómo?

Encuentros profesionales. "Nos hicimos proveedores de Repsol y Abengoa porque nuestro *software* ya había aparecido en los servicios técnicos de los departamentos de proyecto de las grandes empresas. Siempre hemos hecho una labor de promoción muy grande a través de colegios profesionales, con presentaciones in situ y en todas las provincias. Hacemos mucho cuerpo a cuerpo

Las firmas de infraestructuras y construcción se llevan las piezas pequeñas con I+D de España

REPSOL

Repsol centrará su crecimiento en la actividad de exploración y producción a la que destinará el 77% de su inversión en los próximos años.

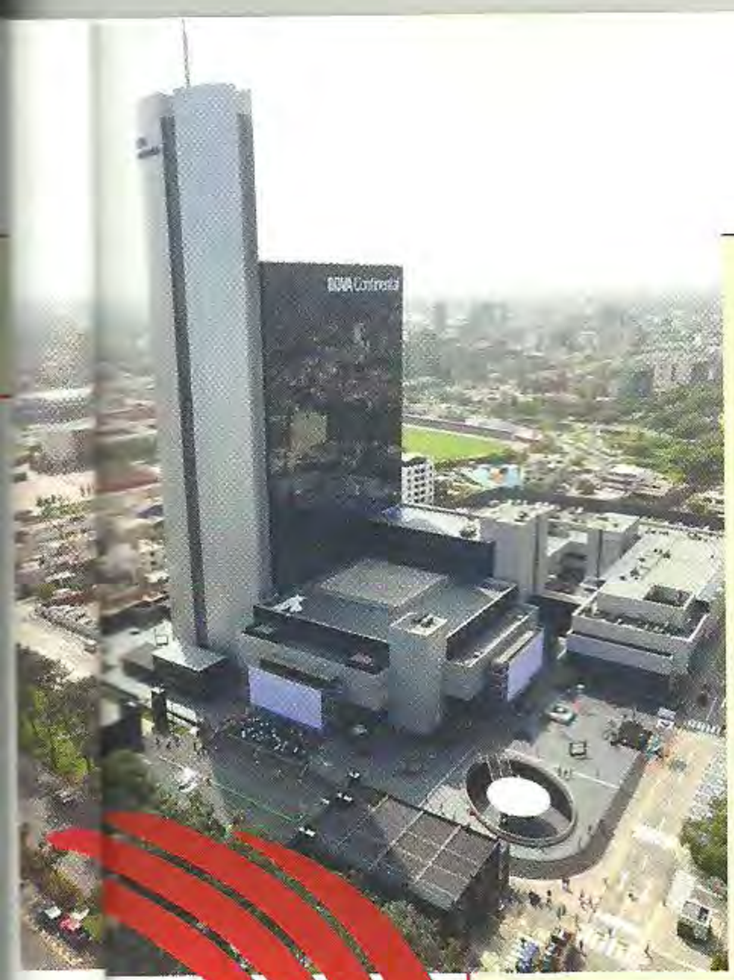
Por países, este esfuerzo inversor se concentrará en Brasil, Estados Unidos, Rusia, Venezuela, Perú, Bolivia y Argelia. Entre todos ellos, destaca particularmente el potencial de oportunidades que ofrece Brasil, por su reciente descubrimiento en Pao de Azúcar, uno de los mayores del mundo.

Actividades colaterales

Puedes hacerte proveedor rellenando un cuestionario a través de su web, pero no te centres exclusivamente en la actividad principal de la compañía. Piensa que Repsol está en otras muchas áreas que ofrecen oportunidades de nicho: por ejemplo, en torno a proyectos de I+D como el proyecto WindPlus, de energía eólica flotante o IBIL, el primer gestor de recarga de energía de vehículos eléctricos o sus desarrollos biotecnológicos. Otra puerta de entrada es el Proyecto Inspire, con el que busca tecnología que resuelva desafíos energéticos o su Fondo de Emprendedores que apoya y colabora en proyectos relacionados con la eficiencia energética.

El 77% de las inversiones de Repsol en el exterior se centrará en la producción de petróleo.

www.cype.es



BBVA invertirá en América del Sur 2.500 millones de dólares en los próximos 4 años.

con ingenieros y arquitectos. Esas personas que forman parte de los departamentos de las grandes suelen recomendar a sus jefes que contraten los *software* que funcionan bien", asegura Fernández.

"Cuando empiezas a tener usuarios dentro de la empresa es mucho más sencillo entrar luego a hablar con los superiores y escalar para firmar acuerdos. En nuestro caso es a través de los departamentos técnicos, que son los usuarios reales", continúa el director técnico de Cype que, por cierto, nos da una pista poco conocida de cómo hacerse ver por una multinacional: "Dentro de nuestro *software,* nosotros introducimos la mayor gama de proveedores posible para elaborar las propuestas de presupuestos a nuestros clientes, que son empresas de infraestructuras, eléctricas, fontanería... y que necesitan proveedores de todo tipo: sanitarios, fabricantes de ventanas, de vidrio, de pavimentos... En cada país incluimos tanto proveedores de la zona como los de aquí".

La tecnología viaja bien, si consigues que te prueben sus propios técnicos

Cluster. "Son asociaciones de empresas que están en el mismo nicho o sector de actividad y que compiten entre sí. Pero con frecuencia los proyectos superan las capacidades de una empresa única. Es decir, es muy difícil que una empresa del sector aeronáutico y espacial, por ejemplo, haga todo para fabricar un avión: el diseño, la fabricación de componentes, la estructura, la integración... Ni tampoco en un satélite de telecomunicaciones. Puede haber un integrador, un socio principal, pero está todo dentro de una cadena de suministro", explica **Eugenio Fontán**, director gerente del Cluster Aeroespacial de Madrid Network y decano del Colegio de Ingenieros de Telecomunicaciones.

"Cuanto más valor tenga la innovación en un sector, más efectivos son los cluster, como el de energías renovables, el sanitario, el biotec, la aeronáutica... En sectores en los que las eficiencias se logran en base a precios, el cluster no aporta valor", afirma Fontán.

"En un cluster como el nuestro, la innovación es lo principal. El segundo factor importante es que la mayor parte de los proyectos en los que trabajan las empresas es internacional. Es frecuente que las empresas colaboren con otras que están en otros clusters internacionales del mismo sector. El de aeronáutica, por ejemplo, exporta el 85% de sus proyectos", añade el gerente del Cluster Aeroespacial de Madrid Network.

Proyectos europeos. Otra de las puertas de entrada a las grandes multinacionales es formar parte de un proyecto de investigación sobre áreas de innovación específicas en las que pymes y multinacionales trabajan codo

BANCO SANTANDER

El mayor banco de la Eurozona y uno de los más grandes del mundo tiene sus principales mercados en Europa (y en especial en Reino Unido, Alemania, Portugal y Polonia), América (con Brasil, México, Chile y Argentina a la cabeza) y está iniciando su expansión en Estados Unidos a través de Sovereign Bank y Santander Consumer.

La transformación de sus oficinas y el impulso de los nuevos medios de pago se extenderán a sus mercados de fuera a corto plazo.

Rediseño de oficinas y nuevos productos

En estos momentos se encuentra en plena transformación de su red de oficinas (14.400 en todo el mundo). Cerrará 1.000 para transformar las restantes en megaoficinas, espacios más grandes y con más empleados para mejorar su rentabilidad y su atención al cliente. Además, está apostando por los canales alternativos de atención al cliente (banca por Internet, móvil y telefónica) y por herramientas que le permitan un conocimiento de sus clientes y segmentación mejores. Piensa también en su apuesta por nuevos medios de pago y su reciente alianza con Telefónica y Caixabank para impulsar negocios digitales, como una comunidad online para ayudar a los comercios a atraer clientes y ofrecer ofertas o los nuevos medios de pago basados en tecnología NFC. Iniciativas que se estrenarán en España y saldrán a corto plazo a otros países.

www.cype.es

ACCIONA

De sus inversiones en el exterior proceden ya más del 40% de su facturación (2.965 millones de euros de un total de 7.015 millones), sobre todo de Australia, EE UU, México, Canadá, Brasil y Sudáfrica. A pesar de tratarse de una compañía especializada en grandes proyectos de construcción y energía con mucho I+D, cuenta con una extensa red de pymes con las que colaboran en todo el mundo y especialmente en el campo de las energías renovables. En Sudáfrica, por ejemplo, están arrancando ahora proyectos de energía eólica, como el parque de Gouda. Pero la joya de la corona en este campo es México, donde Acciona es líder en energía eólica con cuatro parques operativos. En Oaxaca tienen el mayor complejo eólico de América Latina.

Energía fotovoltaica

Es otro de sus principales campos de actuación. En el corto plazo tiene pendiente crear una central fotovoltaica en Dibeng, en las inmediaciones del desierto de Kalahari, que se va a convertir en su mayor proyecto en este campo (dobla en potencia la mayor construida por Acciona en el mundo, ubicada en Portugal). Tiene pendiente también la construcción de una central termosolar en Sudáfrica.

Infraestructuras

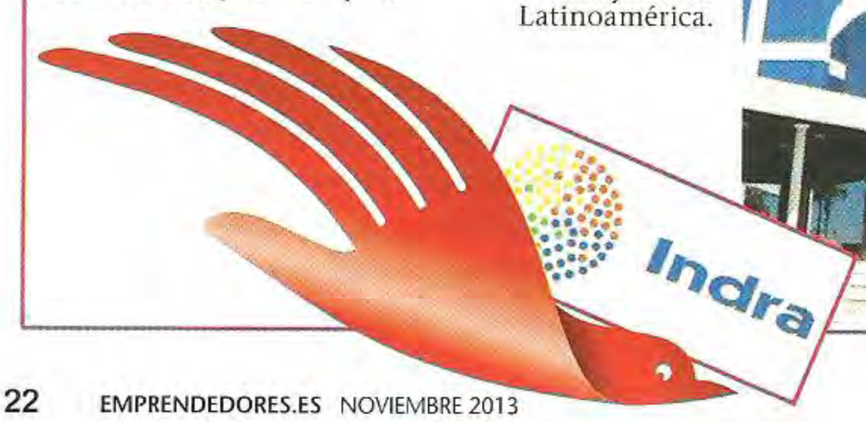
Su otro gran campo de actuación son las infraestructuras, entre las que tiene pendientes proyectos en Brasil, donde les acaban de adjudicar el metro de Fortaleza y también están realizando una de las grandes circunvalaciones de Sao Paulo. En Brasil cuentan con importantes clientes de aerogeneradores, con una planta operativa y otra en proyecto. En México están construyendo la mayor depuradora de agua del mundo, en Oriente Medio están presentes con servicios de agua y en Australia, con infraestructuras, agua y energía.

Acciona está realizando una fuerte apuesta en México, Canadá, Brasil, Sudáfrica, EEUU y Austrialia.

INDRA

Esta multinacional de consultoría y tecnología consigue ya el 60% de sus ingresos del mercado internacional (cerca de 3.000 millones de euros). Latinoamérica se ha convertido en su principal mercado exterior (en los últimos cuatro años ha crecido allí un 25% y representa el 46% de su negocio), seguida de Asia-Pacífico y Oriente medio, donde está impulsando su presencia (y que ya representan el 13% de sus ventas). A la hora de hacer negocios con Indra, piensa que, además de ser proveedor para sus actividades de consultoría y servicios de *outsourcing*, puedes aspirar a ser socio tecnológico. Es una empresa con una gran vocación innovadora (en los últimos tres años ha dedicado más de 550 millones de euros a I+D+i) y colabora con pymes en proyectos europeos de investigación como Perseus (para el desarrollo de un sistema europeo de vigilancia marítima). Normalmente, "pymes que trabajan en un nicho de mercado muy especializado, ya sea tecnológico o de otro tipo", explican. Sus campos de actuación son enormes: tecnologías de control de líneas de alta velocidad, procesos electorales, seguridad y defensa, e-sanidad, simuladores de vuelo, etc.

El negocio internacional de Indra ya supera al nacional. De fuera recibe el 60% de sus ingresos, la mayoría de Latinoamérica.



Busca clientes en centros de investigación y en colegios profesionales

con codo. Así los responsables de Naudit, una firma de 11 empleados, consiguieron como clientes a Telefónica para monitorizar sus redes y crear informes con áreas de mejora. También colaboran con ella en un proyecto de investigación, Idealist, para mejorar la capacidad y flexibilidad de las redes ópticas de las operadoras.

"Son proyectos muy interesantes para nosotros, porque te permiten estar ahí cuando se está desarrollando la nueva generación de herramientas. A ellos se llega por dos vías: una es el programa Marco de la UE, al que pertenece Idealist, y otra son los proyectos Celtic, donde también estamos con otro

www.cype.es