



2020

# Encuesta de la opinión de clientes FedEx

OPTIMISMO Y OPORTUNIDADES DE FUTURO

---

Una investigación que llevamos a cabo recientemente, demostró que las empresas europeas son abrumadoramente positivas de cara al próximo año, mostrando una mentalidad de crecimiento y perspectivas internacionales a pesar del entorno empresarial incierto.

#### Cuatro hallazgos:

**Un 84 %**

de nuestros clientes son optimistas respecto al futuro de su negocio.

**El 68 %**

de las PYMES ve posible llegar a nuevos clientes dentro de los mercados existentes y/o en un nuevo mercado.



**Existe una tendencia a ofrecer cobertura e-commerce entre las empresas de crecimiento rápido** (el 66 % VS el 52 % de la muestra).

**Un 77 %**

de los clientes exportan a mercados fuera de su país.

#### Acerca de la encuesta

Se envió a un total de 2.242 clientes en 31 países y territorios durante el mes de agosto 2020. Participaron 7 sectores industriales, con una muestra casi uniforme de remitentes de paquetería (43 %) y carga (57 %). El 92 % de los encuestados acerca del tamaño de su empresa, tiene menos de 250 empleados (un 70 % cuenta con un equipo de <50 empleados).

## Resumen ejecutivo

Le damos la bienvenida a nuestro informe acerca de la opinión de nuestros clientes sobre 2020.

Ha sido un año complicado, con gran incertidumbre y múltiples disrupciones, aspectos comunes en todos los sectores. Sin embargo, hay algo que ha destacado en nuestra encuesta: el optimismo.

¿Le ha sorprendido? Totalmente comprensible. Al fin y al cabo, nuestras encuestas se llevaron a cabo cuando ya había comenzado la COVID-19 y la relación comercial entre el Reino Unido y la Unión Europea tras el Brexit estaba poco clara.

Sin embargo, más del 80 % de los encuestados afirmó ser optimista acerca del futuro de su empresa. Y no solo eso, sino que más de un tercio se mostraba confiado acerca de su crecimiento en el próximo año y en torno a un 40% esperaba estabilidad empresarial.

Quizás estos resultados se deban a la cantidad de oportunidades percibidas, bien sea a través de la captación de nuevos clientes, la expansión a nuevos mercados o el lanzamiento de nuevos productos. Tampoco hay que perder de vista que el e-commerce está siendo un motor de crecimiento para muchos. Este canal ya había experimentado un crecimiento relevante entre las PYMES, sin embargo con la pandemia su desarrollo se ha acelerado aún más.

Es alentador comprobar que tantos clientes siguen manteniendo una mentalidad global a pesar de los desafíos que han surgido en 2020. Tres cuartas partes nuestros clientes exportan múltiples envíos a más de una región.

Este informe ofrece la oportunidad de averiguar cómo se sienten sus homólogos en el sector PYMES, además de descubrir posibles oportunidades existentes a través de su experiencia. También nos resulta de gran utilidad para saber cómo podemos brindarle mayor apoyo en el futuro.

Nos gustaría dar las gracias a los participantes por ofrecernos su perspectiva acerca de este 2021 - y el futuro.



### Cómo las empresas se han adaptado a la pandemia

La gran mayoría de los clientes han tomado medidas para proteger su negocio a raíz de la COVID-19, siendo un 89 % los que afirman estar garantizando la seguridad de la plantilla y sus clientes.

Sin embargo, las empresas también se han ido adaptando a través de otras vías. Algo menos de un tercio de las PYMES (31 %), ha incrementado la digitalización en sus procesos internos, mientras que una minoría significativa está buscando formas de diluir su riesgo. El 17 % de las PYMES está en busca de nuevos proveedores, mientras que el 12 % se encuentra abasteciéndose con productos en mercados nuevos.

Un 15 % afirma haber pivotado y redefinido la estrategia de su empresa, lo que demuestra gran agilidad de reacción ante circunstancias volubles.

## Las PYMES son optimistas sobre el futuro

Las empresas prosperan gracias a la confianza, por lo que es satisfactorio saber que hay una gran cantidad de ella entre nuestros clientes. Por este motivo, cuando se contextualiza en el panorama de incertidumbre actual, se demuestra que es patente una notable fortaleza de espíritu entre las PYMES.

Nuestra encuesta confirmó que el 84 % de nuestros clientes PYMES son optimistas acerca del futuro de su empresa.

Si indagamos un poco más, el 35 % espera un crecimiento en los próximos 12 meses. Sin olvidar que el 38 % cuenta con que su negocio se mantenga estable durante dicho período. Por lo que, teniendo en cuenta el panorama actual, no es poco.

“Nuestro informe acerca de la opinión de los clientes destaca la resiliencia que están mostrando las PYMES frente a entornos adversos”, defiende Brenda McWilliams (Vicepresidenta de Comunicación, Marca y Operaciones de Marketing de FedEx Express). “El hecho de que una cifra tan numerosa mire con optimismo de cara al futuro, es una señal destacablemente positiva y, es probable, que esta confianza les sirva de apoyo en la búsqueda de nuevas oportunidades que surjan en el mercado durante el próximo año”.

“ Un 84 % de nuestros clientes PYMES son optimistas sobre el futuro de su empresa.





Un **58 %**

de los clientes considera  
que es buen momento  
para expandirse  
en mercados existentes  
y llegar a  
nuevos clientes.

“

## Las PYMES ven oportunidades de crecer

Además de un sentimiento general de optimismo, gran parte de nuestros clientes lo respaldan al identificar oportunidades específicas para su negocio.

Más de dos tercios (68 %), considera que es un buen momento para llegar a nuevos clientes. Entrando en detalle, el 58 % de los clientes estima que la coyuntura es adecuada para expandirse a mercados existentes y casi un tercio (30 %) ha identificado oportunidades en nuevos mercados.

Y no son únicamente nuevos clientes. Casi dos tercios (61 %), ven la oportunidad de vender más a clientes existentes.

Algunas PYMES, mientras tanto, buscan la innovación y el desarrollo de su oferta para expandirse durante el próximo año. El 27 % de los clientes busca lanzar o vender un producto nuevo, mientras que el 23 % aspira a vender más a través de canales online.

“Aquellos negocios que sean ambiciosos deberán tener la mente abierta en cuanto a dónde se presentarán las oportunidades y la oportunidad de posicionarse, ya sea a través de sus productos, sus canales de venta o sus capacidades internacionales. Moverse rápidamente cuando sea el momento adecuado”, confirmó Brenda McWilliams.

“Las entregas más rápidas, el aumento de las opciones económicas, las devoluciones más accesibles y las entregas en una hora determinada son excelentes maneras de ayudarle a destacar frente a sus posibles competidores”.





Casi una décima parte de los clientes encuestados espera crecer un 20 % o más en el próximo año. Es destacable que existen algunas características comunes que los diferencian de los demás:

Las empresas de rápido crecimiento:

- Son más propensas a tener o planean tener capacidad e-commerce (el 66 % VS el 52 % de la muestra).
- Tienen a ser exportadoras (el 82 % VS el 77 %).
- Tienen más probabilidades de haber identificado oportunidades para expandirse en los mercados existentes y llegar a nuevos clientes allí (el 66 % VS el 58 %).
- Es más factible que hayan visto oportunidades de llegar a nuevos clientes en mercados nuevos (el 50 % VS el 30 %).

## Las PYMES perciben el e-commerce como un motor de crecimiento

La COVID-19 ha dado gran impulso al comercio electrónico. Es destacable que la mitad de las empresas con capacidad e-commerce encuestadas, han visto un aumento de las ventas a través de este canal en los últimos seis meses.

Los datos también ilustran que estas empresas son más optimistas acerca de un futuro crecimiento, y el 43 % espera que su negocio aumente en los próximos meses. Esto es comparable con el 31 % de las empresas que no poseen una oferta de comercio electrónico.

Estas cifras ayudan a demostrar la importancia del canal e-commerce, respaldando por qué una de cada diez PYMES (12 %), compartió estar planificando su primera oferta de comercio electrónico en los próximos seis meses.

“La COVID-19 ha cambiado el panorama”, afirmó Chris Hodge (e-commerce Marketing Manager de FedEx Express), “Ha acelerado el desarrollo del comercio electrónico entre el sector y no únicamente por un cambio en el comportamiento de los consumidores, sino también debido a una comprensión cada vez mayor de lo frágiles que pueden ser los sistemas existentes cuando golpea una crisis, sin olvidar la importancia de fortalecer y aumentar las conexiones entre las empresas y los clientes”.

“Lo hemos visto despegar de cerca, mientras hemos ido adaptando y mejorando nuestras herramientas y servicios para seguir apoyando a nuestros clientes. Nuestro objetivo es conseguir cubrir los dos aspectos, que consideramos, más importantes: simplicidad y flexibilidad. Estamos muy emocionados de ver hasta dónde pueden llegar nuestros clientes.”



## Las PYMES piensan a nivel global

Nuestra encuesta confirma que la mayoría de nuestros clientes gestiona empresas con conexiones internacionales. Eche un vistazo a esta infografía para comprender lo importante que es el comercio transfronterizo para el éxito de las PYMES actuales y cómo la diversificación del mercado puede ser una parte integral de la generación de ingresos, la gestión de riesgos y la resiliencia empresarial.

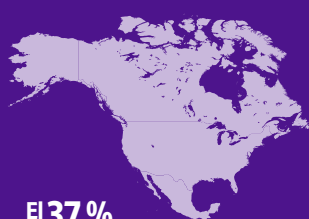


**El 77 %** de los clientes exportan a mercados fuera de su país

### — De los cuales:

**El 95 %** realiza envíos a otros mercados europeos (UE y no UE)

**El 58 %** realiza envíos a mercados no europeos



**El 37 %**  
realiza envíos a América del Norte



**El 34 %**  
realiza envíos a Asia-Pacífico



**El 27 %**  
realiza envíos a Oriente Medio



**El 24 %**  
realiza envíos a América Latina y el Caribe



**El 20 %**  
realiza envíos a África

### — Y muchos no exportan únicamente a una región

**El 35 %** realiza envíos tanto a los mercados europeos como a los de EE. UU.

**El 22 %** realiza envíos a los mercados europeos, los mercados de Asia-Pacífico y los mercados norteamericanos



# Oportunidades globales

## Oportunidades globales – América Latina y el Caribe



### Javier Orci, Gerente de Marketing, FedEx Express

La región de América Latina y Caribe ha sido golpeada duramente por la pandemia, sin embargo la recuperación está siendo visible en múltiples mercados como Brasil, superando las expectativas.

Esta es una buena noticia para las empresas de la región y para las PYMES europeas que buscan establecer relaciones comerciales con ellas. El e-commerce y el B2C han experimentado el mayor crecimiento hasta la fecha, por lo que estos sectores podrían tener gran potencial para aquellas empresas que están valorando expandirse.

Entre los destinos de la región, México en especial podría ofrecer grandes oportunidades. El país tiene un sólido enfoque en las piezas automotrices y el sector aeroespacial, y, mientras que estos sectores han sufrido recientemente, la automoción en particular está empezando a recuperarse.

## Oportunidades globales – Asia-Pacífico

### Masahiro Kiyosawa, Director Gerente de Marketing, NPAC, FedEx Express

Asia también puede ser un mercado interesante. Actualmente hay grandes oportunidades comerciales en lugares como China, Japón, Hong Kong y Corea del Sur, ya que los productos europeos siguen siendo populares en toda Asia.

Entre la demanda destacan artículos de lujo, muebles, iluminación y retail (moda, bolsos y zapatos). Y no únicamente de un tamaño considerable - especialmente en el sector moda, existe gran interés en pequeños productores o diseñadores independientes.

Merece la pena destacar que múltiples países asiáticos están creciendo como mercados de importación. Eso supone grandes oportunidades pero, por supuesto, las exportaciones siguen siendo la clave. Por lo tanto, los países asiáticos pueden seguir siendo socios de importación esenciales para las PYMES europeas, ya sea por materias primas o productos manufacturados.







## Oportunidades globales – EE. UU.

### Amar Sakaan, Director de Marketing, FedEx Express

Gran cantidad de empresas buscan realizar envíos directamente al cliente y evitar de esta forma el coste del intermediario. Este aspecto puede ser un punto a considerar entre PYMES europeas que todavía no han migrado al entorno e-commerce.

Actualmente el mercado aéreo está experimentando un incremento en los volúmenes de exportación a Estados Unidos

de materias primas (tales como productos químicos u otros productos que requieren una manipulación especial).

La confianza y fiabilidad son puntos clave, además del precio, cuando se ofrece un servicio para clientes. Por este motivo, es necesario asegurar estos aspectos para evitar riesgos y pérdidas.

## Cómo puede ayudarle FedEx a realizar envíos fuera de la Unión Europea

### Desafíos comunes planteados por las PYMES



Plazos de entrega fiables



Despacho de aduanas



Gastos de envío



Incertidumbre acerca del Brexit

### Soluciones FedEx

Un amplio portfolio con opciones de envío definidas por hora y día, incluida la entrega al día siguiente.

Estatus de Operador Económico Autorizado (OEA) para agilizar los envíos y un equipo de miles de expertos que ayudan a garantizar el cumplimiento aduanero.

Opciones de envío económico para ofrecer soluciones más rentables.

Una sección de recursos en constante actualización con guías e información reciente sobre los posibles cambios en los procesos de envío.



## Perspectivas de 2021: Aspectos clave

### **El sector sanitario es el más seguro:**

No obstante, si bien la encuesta de este año muestra que, en términos generales, el sector en el que opera una empresa tiene poca relevancia para su confianza para el próximo año, la sanidad se presenta como el sector en el que las PYMES son más optimistas de que su negocio crecerá o se mantendrá estable. En el otro extremo de la escala, la moda/retail muestra la menor confianza.

### **Los clientes de carga esperan un crecimiento del comercio electrónico:**

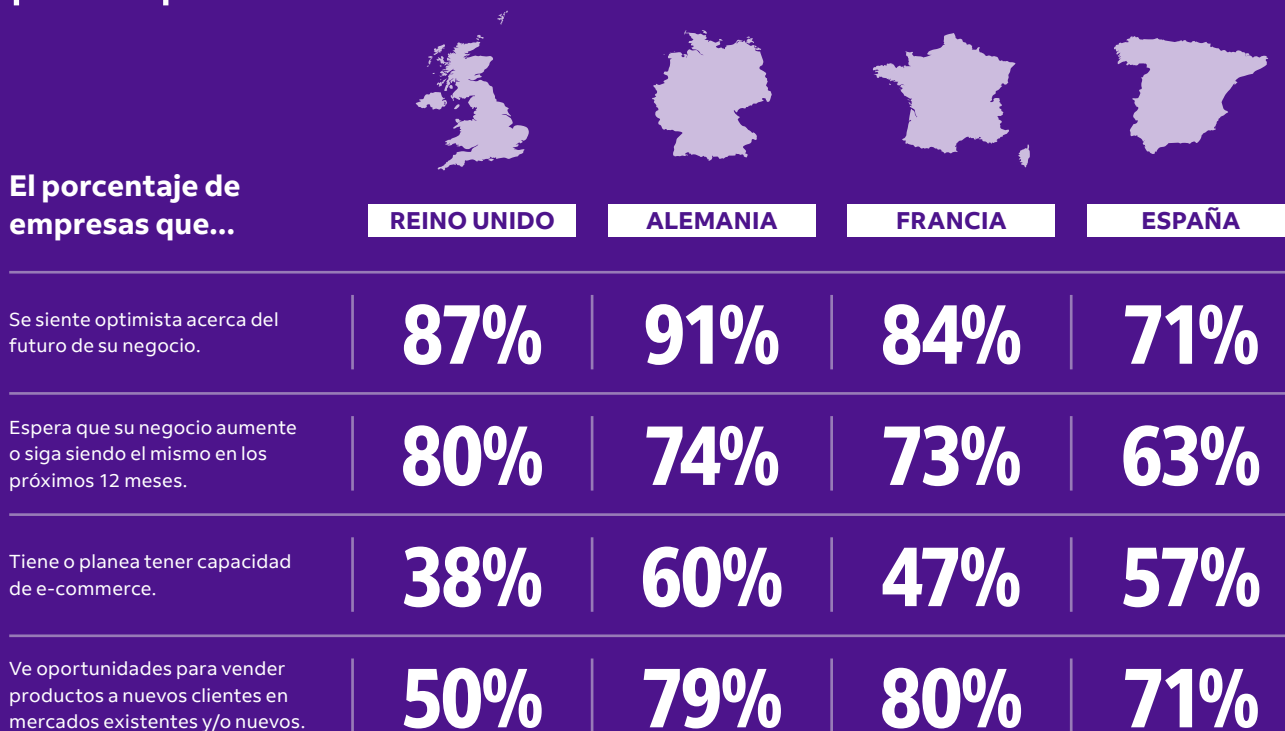
Más de la mitad de este tipo de clientes(51 %), tienen o planean tener e-commerce, y el 61 % de estos esperan que sus ingresos por este canal crezcan en el próximo año.

### **El optimismo no depende del tamaño:**

Las empresas más grandes no tienen más (ni menos), confianza que las más pequeñas.



## ¿Qué opinan las PYMES de los principales mercados?



## Próximos pasos para su empresa

Los resultados a lo largo de nuestro informe muestran que las empresas europeas están alcanzando niveles relevantes de optimismo y una considerable resiliencia, a pesar de un entorno comercial incierto en todo el mundo.

Esa confianza puede generar éxito y el hecho de que muchas empresas están viendo oportunidades para llegar a nuevos clientes, además de desarrollar sus operaciones de e-commerce, es un fuerte reflejo del potencial que queda en los mercados nacionales e internacionales.

En FedEx, tenemos el conocimiento y la experiencia para apoyarle y alcanzar sus ambiciones. También para aprovechar al máximo las oportunidades que nuestras capacidades de envío pueden brindarle. Para obtener más información, visite [fedex.com](https://www.fedex.com).