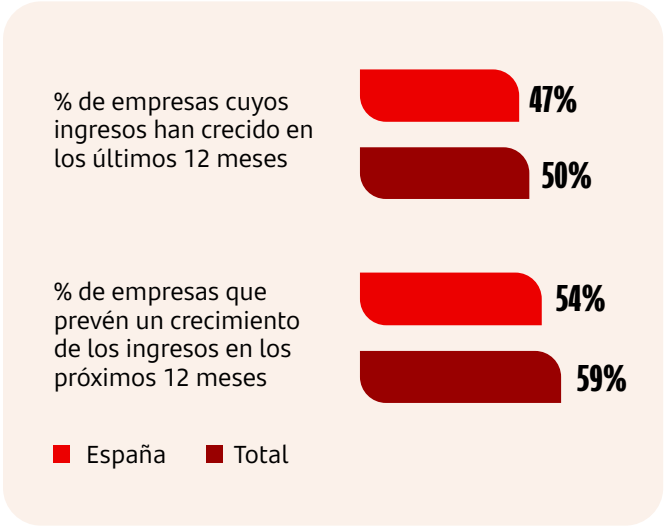
Resumen de España

Las empresas españolas son ligeramente más cautas que la media global respecto al crecimiento a corto plazo. La ambición internacional es relativamente moderada: el 52% de las empresas nacionales considera expandirse, especialmente en Estados Unidos, Reino Unido y Alemania; mientras que el 29% de las empresas españolas con actividad internacional tiene como objetivo crecer en los mercados de América Latina. Los desafíos actuales están encabezados por la inflación, citada por el 33%, seguida de los precios de la energía y la escasez de personal cualificado. De cara al futuro, el riesgo geopolítico pasa a ser la principal preocupación, y el débil crecimiento económico mundial también ocupa un puesto destacado. Las empresas han sido menos propensas que la media global de haber acercado sus cadenas de suministro al mercado nacional, y sus expectativas sobre el crecimiento internacional impulsado por la IA también son más cautas.

CRECIMIENTO EMPRESARIAL



RIESGOS PARA EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL

	AHORA		PRÓXIMOS 12–24 MESES	
1.	Aumento de los costes o la inflación	33%	Riesgos geopolíticos en los mercados principales	32%
2.	Precios de la energía	24%	Crecimiento económico lento a escala mundial	30%
3.	Búsqueda de personal cualificado	20%	Regulación en los mercados principales	21%

5 PRINCIPALES MERCADOS DE OPORTUNIDAD

1. Estados Unidos — 17%
2. Reino Unido — 17%
3. Alemania — 15%
4. Portugal — 14%
5. Francia — 13%

RESILIENCIA



% de empresas que esperan que más de la mitad de sus ingresos proceda de mercados internacionales en los próximos 12 meses

% de empresas que han tomado medidas para acercar sus cadenas de suministro al mercado nacional

FRICCIÓN COMERCIAL (3 principales retos)

1. Burocracia — 25%
2. Acceder a nuevos mercados — 23%
3. Identificar socios de confianza — 22%

AMBICIÓN INTERNACIONAL



% de empresas nacionales que se plantean una expansión internacional en un plazo de 3 años

COMERCIO IMPULSADO POR LA IA



% de empresas que creen que la IA les permitirá operar en un mayor número de mercados