



XXVI ENCUESTRO ARETHUSE
«Políticas de Empleo: Macroeconomía y Empresa»

17 de Septiembre de 2010
Facultad de Derecho y Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad de La Laguna (Tenerife)

LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYME CANARIAS Y LAS POLÍTICAS DE APOYO

Autores:

José Antonio Álvarez González

Rocío Peña Vázquez

Departamento de Economía de las Instituciones, Estadística Económica y Econometría.
Universidad de La Laguna.

Resumen:

En una economía cada vez más globalizada, la internacionalización de las empresas es uno de sus elementos característicos. Canarias, con un predominio de las PYME y de las actividades de servicios, presentan características específicas.

En este trabajo se realiza una revisión teórica de la literatura sobre la internacionalización de las PYME de servicios y una aproximación a la internacionalización de la empresa canaria a través de dos mecanismos: i) las exportaciones y ii) las políticas de apoyo a la internacionalización.

1 Introducción

La globalización de la economía ha sido uno de los fenómenos más estudiados en los últimos años (Baldwin y Martin, 1999; Williamson, 2002; Havik y Mc Morrow, 2006) y la internacionalización de las empresas forma parte de ese proceso.

La internacionalización de las empresas supone la participación simultánea en distintos mercados nacionales: i) participando en diferentes mercados nacionales de aprovisionamiento de factores (materias primas, capitales); y ii) participando en diferentes mercados como vendedor de bienes y servicios. La internacionalización de las economías, por tanto, supone un incremento de los flujos económicos de mercancías, servicios, capitales, trabajo o tecnología a través de las fronteras.

La internacionalización es un proceso complejo que puede ser analizado desde tres vertientes: las causas que preceden o estimulan la internacionalización, el propio proceso de internacionalización y los efectos de la internacionalización.

La importancia de la internacionalización de las empresas para el desarrollo económico ha impulsado a los países a aplicar políticas de apoyo a la internacionalización de las mismas. La intervención del Estado se justifica por los costes de información que dificulta el acceso a los mercados, especialmente de las empresas pequeñas.

La economía canaria, con un extraordinario predominio de las actividades turísticas y de las empresas pequeñas, se encuentra todavía en una fase inicial del proceso de internacionalización. Por ello, aquí vamos a realizar un análisis de ese proceso de internacionalización, centrándonos en el estudio de las características de las empresas internacionalizadas y las políticas de apoyo a la internacionalización.

En el próximo epígrafe se repasa la literatura sobre la internacionalización de las PYME de servicios, en el siguiente las características de las empresas canarias, en el tercero las estrategias de internacionalización.

2 Repaso del marco teórico

La importancia de la economía internacional fue reconocida ya por Adam Smith y David Ricardo, que ofrecieron las primeras explicaciones. Sin embargo, ha sido en los últimos cincuenta años cuando más ha crecido, tanto la internacionalización de la actividad económica, como los estudios sobre dicho fenómeno, especialmente sobre la internacionalización de las empresas.

Entre los distintos enfoques de la internacionalización que se han utilizado, se pueden distinguir: i) el enfoque ecléctico de la Internacionalización (Dunning, 1988); ii) el enfoque de fases, cuya versión más conocida es el modelo de Uppsala (Forsgren, 2002); iii) el enfoque de redes (Coviello y Munro, 1997; Coviello, 2006; Kocker y Buhl, 2007); y iv) el enfoque de la iniciativa empresarial internacional (Armario et al, 2008; Oviatt y McDougall, 2005).

Los factores de internacionalización

La literatura ha señalado como factores previos necesarios para la internacionalización de una empresa el disponer de algún tipo de ventaja competitiva, que puede generarse por factores internos y externos a la empresa, o por una combinación de ambos.

La capacidad de internacionalización de las empresas depende de factores internos, tales como la disponibilidad de intangibles (capital humano, capital tecnológico, iniciativa emprendedora), la disponibilidad de recursos físicos (capital, instalaciones) y de factores externos, entre los que podemos señalar la formación de redes o el apoyo de las políticas públicas. En definitiva, la capacidad internacionalizadora de una empresa dependerá de su ventaja competitiva (Bravo et al, 2003; Cassiman et al, 2007)

Los estudios empíricos (Bernard et al., 2007) han constatado distintos comportamientos entre las empresas internacionalizadas y no internacionalizadas, sin que esté clara la relación de causalidad (Bernard et al., 2004). El enfoque de la autoselección pone de manifiesto que las empresas que inician el proceso de internacionalización son las que disponen de alguna ventaja competitiva (las más competitivas, las más eficientes) (Rubalcaba y Maroto, 2007). Por otra parte, otros autores (Salomón et al, 2005) destacan los efectos de la internacionalización sobre la eficiencia de las empresas a través del “learning by exporting”.

Posiblemente, los dos mecanismos se realimentan: las empresas más eficientes/productivas disponen de una ventaja competitiva que les permite su internacionalización (efecto selección) y el disponer de un mercado internacionalizado y competitivo estimula su eficiencia a través del “learning by exporting” (Damijan et al, 2010). La evidencia empírica parece poner de manifiesto que se produce una autoselección de las empresas más productivas que entran en el mercado internacional, mientras que los resultados son diversos respecto a si la internacionalización conduce a una mayor productividad de las empresas (Wagner, 2007).

Las barreras a la internacionalización

La internacionalización de la actividad económica supone el desarrollo de flujos económicos a través de las fronteras de los países. Estos flujos se encuentran con una resistencia a traspasar las fronteras que ha sido estudiada por la literatura de las barreras a la internacionalización (Keller y Pisu, 2007; Kocker y Buhl, 2007). Los obstáculos a la exportación se pueden agrupar en (Morgan y Katsikeas, 1997; Westhead et al, 2002): i) Obstáculos estratégicos (insuficiencia de recursos); ii) Obstáculos operativos y logísticos (los costes de la empresa); iii) Obstáculos informativos (limitada información de las oportunidades de mercado); y, iv) Limitados recursos de la empresas (obstáculos basados en el proceso).

A las resistencias generales, las PYME se encuentran con barreras específicas derivadas de la menor disponibilidad de recursos. Hay que tener en cuenta también el tipo de actividad desarrollada por las empresas que afecta tanto a las posibilidades como a las modalidades de internacionalización. En resumen, las características de la empresa, su tamaño y especialización económica influyen en su estrategia de internacionalización.

Selección de mercados internacionales y modos de entrada

No solo es relevante la capacidad de internacionalizarse sino también la selección de los mercados internacionales en los que participar. Se puede distinguir entre la selección de los mercados extranjeros de entrada y el modo de entrada, ambos aspectos están relacionados. Andersen et al, (2002) distinguen entre un enfoque sistemático, donde la selección del mercado se plantea como un modelo racional de decisión, y un modelo no sistemático que describe como las empresas eligen realmente el mercado extranjero de entrada. Dentro de este enfoque se puede situar la conjetura de que las empresas empiezan por elegir aquellos mercados extranjeros donde la distancia psíquica es menor (Child et al., 2009).

La entrada en un mercado internacional tiene un coste hundido y las empresas tratan de minimizar esos costes. El enfoque de la distancia psíquica tiene en cuenta la minimización de las barreras/costes a la internacionalización: cuantas más barreras mayor distancia psíquica.

El otro elemento a tomar en consideración es el modo de entrada: exportaciones directas, indirectas, alianzas, filiales en el extranjero. El modelo de decisión racional busca minimizar los costes de entrada en los mercados extranjeros (combinación de países con menor distancia psíquica con la modalidad de entrada más adecuada).

La internacionalización de las PYME de servicios

El tamaño ha sido uno de los factores a tener en cuenta en la internacionalización. Podemos decir que las barreras a la internacionalización de las PYME son mayores.

Por otra parte, la internacionalización de la mayoría de los servicios todavía es reciente y se ha formalizado los modos de internacionalización por las Naciones Unidas (2003): en el modo 1 (comercio transfronterizo), el modo 2 (consumo en el extranjero), modo 3 (presencia comercial) y el modo 4 (desplazamiento temporal de personas físicas). Por tanto, los servicios, por sus características dominantes (intangibles, producción y consumo simultaneo), plantean nuevas modalidades de internacionalización.

3 El enfoque del emprendedor internacional

Son muchos los autores que consideran que el principal motor de la internacionalización es que el empresario esté orientado a la internacionalización (Oviatt et al, 2005). El enfoque de la iniciativa empresarial (emprendeduría) internacional trata de integrar el enfoque de la iniciativa empresarial con la teoría de la internacionalización. Oviatt y McDougall (2005) definen la emprendeduría internacional como el “descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades a través de las fronteras para crear bienes y servicios”.

El enfoque de la emprendeduría internacional destaca que las PYME inician su internacionalización buscando nuevas oportunidades en mercados extranjeros (Albaum, Straskov y Duerr, 1998). Recientemente, han surgido las llamadas empresas “born global” que desde las fases iniciales de su creación ya observan las oportunidades económicas de los mercados internacionales. Para iniciar la internacionalización, las empresas pueden recibir tanto estímulo externo como interno (Cavusgil, 1982)

3.1 La estrategia de redes de internacionalización

La importancia de las relaciones, de las redes, ha sido destacada como un elemento importante tanto en la internacionalización de los servicios como de las PYME (Coviello y MacAuley, 1999; Coviello y Munro, 1997; Coviello, 2006).

Una red está formada por un conjunto de agentes (empresas) relacionadas para lograr unos objetivos. Por tanto, con la formación de la red cada empresa busca, junto con las demás de la red, primero, una forma de cooperación entre empresas y, en segundo lugar, con esa cooperación tratan de crear conjuntamente un bien club, es decir, unos recursos que individualmente no podrían conseguir y del que pueden excluir a las empresas que no forman parte de la red. Por tanto, los miembros de la red pueden compartir recursos escasos, y con ellos, adquirir recursos/capacidades que serían demasiado costosas de adquirir individualmente.

3.2 Las políticas de apoyo a la internacionalización de las PYME

La importancia de las PYME en la actividad económica (OCDE, 2008) y sus características ha impulsado el desarrollo de políticas específicas (Storey, 2003; Henrekson y Stenkula, 2009). Esas características de las PYME dificultan su internacionalización (Comisión Europea, 2007): falta de capital para financiar la entrada en mercados extranjeros, dificultades para la identificación de oportunidades en mercados extranjeros, información limitada para realizar análisis de mercados extranjeros, problemas para contactar con clientes potenciales en el extranjero, falta personal cualificado para la internacionalización, falta de tiempo de la dirección para la internacionalización.

Como ya se ha señalado, la internacionalización va unida a la competitividad de las empresas; por tanto, las políticas de internacionalización tendrán que coordinarse con las de fomento de la innovación y la competitividad.

La promoción de redes exportadoras

Los recursos limitados de las PYME para llevar a cabo una estrategia individual de internacionalización hacen que las políticas de apoyo a la internacionalización se basen en la formación de redes exportadoras. Con la creación de redes exportadoras, las empresas comparten recursos escasos de los que individualmente no disponen.

4 La internacionalización de las PYME canarias: características, especialización, factores explicativos

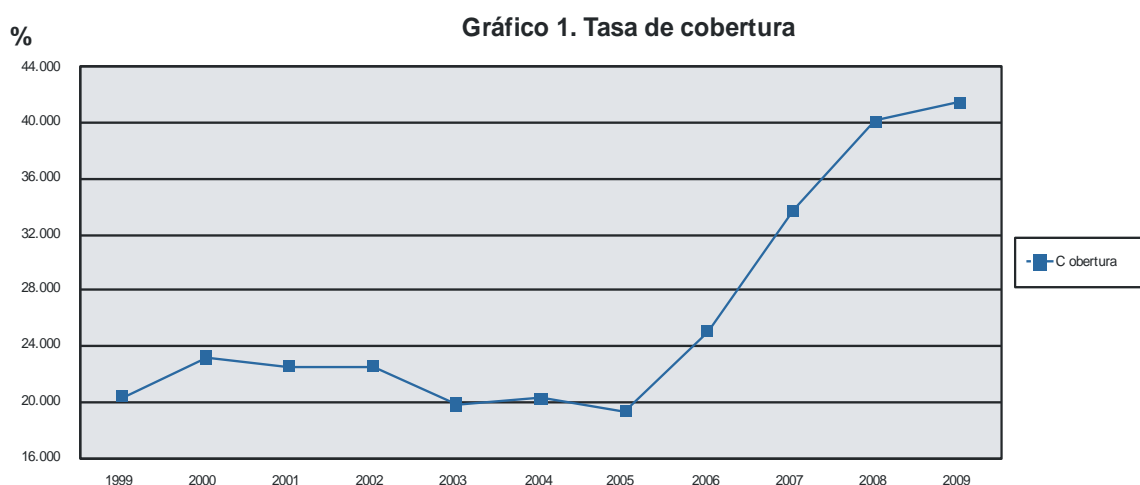
La apertura de la economía canaria (importaciones + exportaciones)/PIB, se refleja no tanto por su capacidad exportadora como por la importancia de las exportaciones, como muestra la baja tasa de cobertura. Hay que tener en cuenta, naturalmente, que en esas exportaciones no aparecen reflejadas las exportaciones de servicios turísticos, que son la principal actividad de la economía canaria.

Considerando, por tanto, sólo la balanza comercial, observamos el siguiente comportamiento.

Cuadro 1. Balanza comercial de Canarias. 1999-2009

	Exportación		Importación		Saldo		Cobertura	
	Valor	% Año anterior	Valor	% Año anterior	Valor	% Año anterior	%	% Año anterior
1999	639.132,49	SD	3.135.512,45	SD	-2.496.379,96	SD	20,4	SD
2000	873.516,19	36,67	3.757.630,93	19,84	-2.884.114,74	15,53	23,2	14,04
2001	830.271,64	-4,95	3.680.865,86	-2,04	-2.850.594,22	-1,16	22,6	-2,97
2002	743.881,65	-10,41	3.297.918,97	-10,40	-2.554.037,32	-10,40	22,6	0,00
2003	724.988,21	-2,54	3.652.458,05	10,75	-2.927.469,84	14,62	19,8	-12,00
2004	768.274,96	5,97	3.798.107,88	3,99	-3.029.832,92	3,50	20,2	1,91
2005	833.701,06	8,52	4.304.490,96	13,33	-3.470.789,90	14,55	19,4	-4,25
2006	1.274.892,05	52,92	5.081.289,00	18,05	-3.806.396,95	9,67	25,1	29,54
2007	1.799.205,12	41,13	5.324.701,97	4,79	-3.525.496,85	-7,38	33,8	34,67
2008	2.215.120,04	23,12	5.506.745,53	3,42	-3.291.625,50	-6,63	40,2	19,05
2009	1.521.485,17	-31,31	3.669.714,26	-33,36	-2.148.229,09	-34,74	41,5	3,07

Fuente: ICEX, 2010c.



Fuente: ICEX, 2010c.

La tasa de cobertura de Canarias se mantiene entre los intervalos del 20% y el 24% desde 1999 hasta el año 2005 (cuadro 1). Es partir del año 2006 hasta el 2009 cuando aumenta destacadamente, pasando a casi el doble (gráfico 1).

Por Comunidades Autónomas españolas, Cataluña, en primer lugar, y Madrid, en segundo, son las que centralizan el mayor volumen de exportaciones y de importaciones, aunque ocupan, respectivamente, la decimotercera y decimoséptima posición en tasa de cobertura en 2009 (cuadro 2).

Cuadro 2. Ranking de Comunidades Autónomas españolas exportadoras y tasas de cobertura en 2009

	Comunidad Autónoma	Exportación	% total	Var. Export 09/08	Importación	Var. Import 09/08	% total	Tasa de Cobertura	
1	Cataluña	41.157.465,6	26,0%	-18,5%	58.595.175,2	-24,0%	28,1%	70,2%	13
2	Madrid	19.244.088,8	12,2%	-11,9%	49.210.280,8	-20,3%	23,6%	39,1%	17
3	Comunidad Valenciana	16.474.541,1	10,4%	-14,6%	16.199.924,9	-30,7%	7,8%	101,7%	9
4	País Vasco	14.603.055,5	9,2%	-28,0%	12.277.641,2	-39,0%	5,9%	118,9%	6
5	Andalucía	14.333.865,4	9,1%	-14,8%	18.009.136,1	-34,2%	8,6%	79,6%	12
6	Galicia	13.759.215,4	8,7%	-12,6%	12.928.154,6	-16,6%	6,2%	106,4%	8
7	Castilla y León	9.340.712,4	5,9%	-2,9%	7.822.442,6	-13,2%	3,8%	119,4%	5
8	Aragón	6.897.976,6	4,4%	-18,7%	6.080.983,1	-24,5%	2,9%	113,4%	7
9	Navarra	5.450.002,9	3,4%	-14,6%	3.562.231,5	-27,4%	1,7%	153,0%	1
10	Murcia	4.323.184,2	2,7%	-5,8%	6.348.564,6	-38,3%	3,0%	68,1%	14
11	Castilla-La Mancha	2.898.559,5	1,8%	-10,6%	4.622.369,8	-30,7%	2,2%	62,7%	15
12	Asturias	2.529.981,6	1,6%	-20,4%	2.765.934,1	-41,9%	1,3%	91,5%	10
13	Cantabria	1.829.099,3	1,2%	-23,9%	1.506.392,0	-42,9%	0,7%	121,4%	4
14	Canarias	1.521.485,2	1,0%	-31,3%	3.669.714,3	-33,4%	1,8%	41,5%	16
15	Baleares	1.186.743,8	0,7%	-19,6%	1.317.897,9	-28,8%	0,6%	90,0%	11
16	Extremadura	1.162.419,7	0,7%	-7,1%	911.375,1	-32,9%	0,4%	127,5%	3
17	Rioja	1.149.785,7	0,7%	-8,4%	778.069,4	-15,8%	0,4%	147,8%	2
	Melilla	6.785,1	0,0%	-31,8%	140.423,0	-9,6%	0,1%	4,8%	
	Ceuta	144,9	0,0%	-94,4%	234.087,9	-21,0%	0,1%	0,1%	
	Sin determinar	385.163,9	0,2%	-36,6%	1.455.997,8	-14,5%	0,7%	26,5%	
	Total general	158.254.276,6			208.436.796,0			75,9%	

Datos en miles de euros

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del ICEX, 2010b.

Es destacable además observar, que entre las seis CC.AA. con mayor volumen de comercio exterior, aglutinan el 75,6% de las exportaciones totales de España y el 80,2% de las importaciones.

En 2009, con la crisis económica mundial, las 17 CC.AA., sin excepción, han sufrido descensos importantes en sus exportaciones y en sus importaciones (véanse las variaciones negativas de dichos conceptos con respecto al año anterior 2008 del cuadro 2). Sin embargo, el descenso de las importaciones ha sido mucho más pronunciado lo que ha permitido que todas las CC.AA. hayan mejorado sus tasas de cobertura.

Con respecto a Canarias, ésta se ha situado en 2009 como decimocuarta Comunidad Autónoma española exportadora con 1.521 millones de euros.

Las exportaciones canarias han registrado el mayor descenso por Comunidad Autónoma en 2009 con un retroceso del 31,3% y las importaciones canarias han rebajado su valor en un 33,36% hasta los 3.670 millones de euros, lo que ha implicado que su tasa de cobertura haya aumentado ligeramente hasta el 41,5% en 2009.

A nivel global, los ingresos por exportaciones en Canarias no han cubierto ni la mitad de los pagos de sus importaciones en todo el período 1999-2009.

La estructura empresarial canaria

Un breve análisis de la estructura empresarial canaria pone de manifiesto: i) que nos encontramos con una estructura en la que predominan las empresas muy pequeñas; y, ii) que la mayoría de las empresas pertenecen al sector servicios.

Cuadro 3. Total de empresas y microempresas por actividades económicas y porcentajes sobre el total. Año 2009

Canarias	Total empresas	Total microempresas	% Microempresas sobre total empresas	% Microempresas sobre total microempresas
Total grupos CNAE93	139.381	131.868	94,6	100,00
Grupo C. Industrias extractivas	59	44	74,6	0,03
Grupo D. Industria manufacturera	5.568	4.962	89,1	3,76
Grupo E. Producción y distribución de energía eléctrica, gas y agua	403	372	92,3	0,28
Grupo F. Construcción	15.346	13.881	90,5	10,53
Grupo G. Comercio, reparación de vehículos de motor, motocicletas y ciclomotores y artículos personales y de uso doméstico	36.963	35.156	95,1	26,66
Grupo H. Hostelería	16.269	15.273	93,9	11,58
Grupo I. Transporte, almacenamiento y comunicaciones	11.432	10.878	95,2	8,25
Grupo J. Intermediación financiera	2.623	2.602	99,2	1,97
Grupo K. Actividades inmobiliarias y de alquiler, servicios empresariales	32.499	31.509	97,0	23,89

Grupo M. Educación	2.651	2.430	91,7	1,84
Grupo N. Actividades sanitarias y veterinarias, servicio social	5.409	5.174	95,7	3,92
Grupo O. Otras actividades sociales y de servicios prestados a la Comunidad, servicios personales	9.938	9.408	94,7	7,13

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del DIRCE, INE.

En Canarias, casi el 95% de las empresas son microempresas y del total de estas microempresas, más del 85% se engloban en el sector servicios (cuadro 3).

Asimismo, como refleja el siguiente cuadro 4, el mayor número de empresas exportadoras en Canarias, son microempresas. Sin embargo, de éstas, el 77% exporta productos del sector primario; el 18,4%, lo hace del sector secundario, y tan sólo el 4,4% del sector servicios.

Cuadro 4. Empresas exportadoras por tamaño y volumen de exportación y sectores económicos. 2004

EMPRESAS EXPORTADORAS POR TAMAÑO Y VOLUMEN DE EXPORTACIÓN (AÑO 2004)				
Tamaño	Volumen de exportación (En porcentaje)			Total empresas
	1	2	3	
Microempresa	77,1	18,4	4,4	33.680
Pequeña	55,0	31,7	13,3	30.684
Mediana	32,8	21,3	45,9	9.699
Grande	36,2	9,7	54,0	2.645
Sin clasificar	100,0	0,0	0,0	112
Total empresas	47.116	18.261	11.442	76.919

Fuente: Cámaras de Comercio con datos del Departamento de Aduanas e II.EE. y Camerdata.

Nos encontramos, por tanto, con el problema de la capacidad de exportación de pequeñas empresas de servicios.

La internacionalización de las empresas

La evolución del número de empresas exportadoras y del volumen de exportación son elementos de estudio en la internacionalización de las empresas a nivel general que reflejan, a su vez, el perfil de la empresa que exporta.

Atendiendo a la evolución del número de empresas exportadoras en Canarias entre 2005 y 2009, el cuadro 5 muestra que dicha evolución ha sido distinta según el tramo de volumen de exportación que analicemos.

Cuadro 5. Concentración de empresas exportadoras por volumen de exportación. Canarias. 2005-2009

	2005		2006		2007		2008		2009	
	Nº Empresas	Exportación	Nº Empresas	Exportación	Nº Empresas	Exportación	Nº Empresas	Exportación	Nº Empresas	Exportación
Hasta 5.000€	1.940	2.399,6	1.242	1.594,6	3.170	3.769,1	3.881	4.242,5	5.063	4.840,4
% l Total	68,5	0,3	66,3	0,3	65,4	0,2	68,1	0,2	74,1	0,3
Entre 5.000€ 25.000€	503	5.667,8	344	3.950,0	875	9.861,1	1.005	11.808,8	989	11.400,5
% l Total	17,8	0,7	18,4	0,7	18,1	0,5	17,6	0,5	14,5	0,7
Entre 25.000€ 50.000€	109	3.855,3	74	2.596,2	230	7.996,3	240	8.374,0	233	8.262,0
% l Total	3,8	0,5	4,0	0,5	4,7	0,4	4,2	0,4	3,4	0,5
Entre 50.000€ 500.000€	193	32.143,9	159	29.084,0	399	64.317,5	411	69.338,9	375	60.558,2
% l Total	6,8	3,9	8,5	5,4	8,2	3,6	7,2	3,1	5,5	4,0
Entre 500.000€ 5.000.000€	78	103.064,7	45	51.924,2	142	225.587,9	134	216.410,3	146	230.143,3
% l Total	2,8	12,4	2,4	9,7	2,9	12,5	2,3	9,8	2,1	15,1
Entre 5.000.000€ 50.000.000€	6	134.396,4	6	120.051,0	23	354.436,8	27	428.769,5	25	459.011,8
% l Total	0,2	16,1	0,3	22,5	0,5	19,7	0,5	19,4	0,4	30,2
Entre 50.000.000€ 250.000.000€			3	325.133,1						
% l Total			0,2	60,8						
Más de 250.000.000€			0	0,0						
% l Total			0,0	0,0						

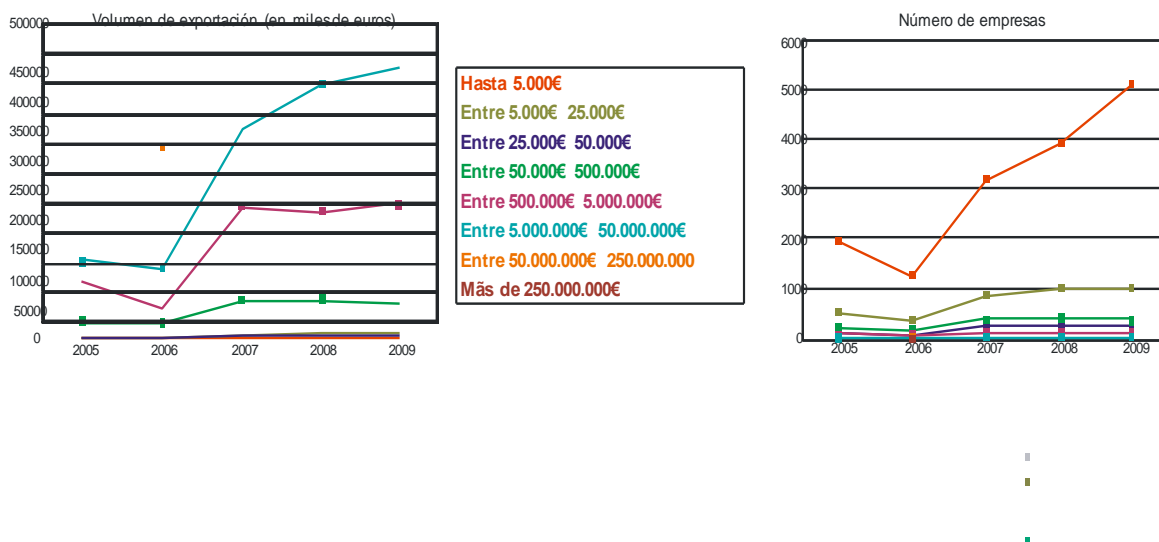
Fuente: ICEX, 2010a.

Así, el número de empresas canarias cuyo volumen de exportación se sitúa hasta 5.000 euros, es el que mayor crecimiento ha tenido.

Exceptuando entre los años 2005 y 2006, en el que el número de empresas exportadoras decrece en todos los tramos de volumen de exportación para luego crecer entre 2006 y 2007, la tasa de crecimiento del número de empresas exportadoras hasta 5.000 euros aumenta anualmente, situándose muy cerca del 16% entre 2007 y 2009.

Con respecto a los restantes tramos de volumen de exportación, el número de empresas exportadoras se mantiene prácticamente igual entre los años 2007 y 2009 (gráfico 3).

Gráficos 2 y 3. Volumen de exportación en miles de euros y número de empresas. Canarias. 2005-2009



Fuente: ICEX, 2010a.

La evolución del volumen de exportaciones de las empresas canarias entre 2005 y 2009, se asemeja a la evolución del número de empresas exportadoras. De manera que, entre 2005 y 2006 se produce un decrecimiento para crecer entre 2006 y 2007 y estabilizarse entre 2007 y 2009 en todos los tramos de volumen de exportación, a excepción del comprendido entre 5.000.000 y 50.000.000 euros que crece en casi un 13% entre 2007 y 2009 (gráfico 2).

La información proporcionada en el cuadro 5, nos muestra un perfil de empresa exportadora en Canarias caracterizado por ser empresas con un volumen de exportación hasta 5.000 euros. El mayor número de empresas exportadoras en Canarias son las que representan el menor volumen de exportación, siendo éstas las únicas que crecen entre 2007 y 2009 con respecto al total. A medida que aumenta la representación en volumen de exportación, disminuye la representación en número de empresas exportadoras en Canarias entre 2005 y 2009 sobre el total.

La selección de mercados en el extranjero

La entrada de las empresas en mercados extranjeros tiene costes de entrada. Las empresas tienen ante sí un abanico de mercados en los que entrar y entre los que tienen que elegir; para tomar decisiones necesitan información.

El enfoque de la distancia psíquica pone de manifiesto que las empresas elegirán aquellos mercados en los que minimizan la distancia psíquica.

El enfoque de redes pone de manifiesto la importancia de las relaciones en el proceso de internacionalización. La existencia de relaciones facilita los flujos de información entre la residencia de la empresa y los mercados de entrada, reduciendo los costes de entrada.

Destino de las exportaciones

El cuadro 6 pone de manifiesto que la principal zona geográfica por excelencia en Canarias es Europa, en donde se exporta alrededor de la mitad de los productos, llegando a alcanzar en 2009 el 62,4% del total (descontando todo lo relativo a avituallamiento y combustibles en puertos y aeropuertos). En particular, la Unión Europea de los 27 países miembros, y dentro de ésta la denominada Zona Euro, es la región prioritaria de destino de las exportaciones canarias, principalmente de tomate (20,12%); automóviles turismos (14,51%); combustibles (8,5%) y productos cosméticos (7,5%) (ICEX, 2010b).

La segunda zona de exportación en Canarias es África que con un 28,5% en 2006 asciende hasta el 37,2% en 2008, para descender al 22,7% al año siguiente. La región africana que recibe más productos exportados canarios es la Subsahariana, con una representación del 17,7% sobre el total en 2009.

Con respecto a las restantes grandes zonas de destino, la que ocupa el tercer puesto es América (especialmente, la región de América Latina en los últimos años), a pesar de tener una evolución descendente ya que pasa del 15,1% en 2006 al 8,3% en 2009 sobre el total de exportaciones canarias (descontando todo lo relativo a avituallamiento y combustibles en puertos y aeropuertos). Le sigue Asia, con el 6,2%, y a gran distancia Oceanía, con tan sólo el 0,5%, en 2009.

Cuadro 6. Evolución de las exportaciones canarias por zonas geográficas. 2006-2009

	2006		2007		2008		2009	
	Valor	%/total	Valor	%/total	Valor	%/total	Valor	%/total
EUROPA	355.311,5	50,3	398.453,3	49,1	424.879,8	47,1	466.383,4	62,4
Unión Europea 27	342.307,7	48,5	377.548,9	46,5	397.701,5	44,0	416.325,1	55,7
Zona Euro	243.941,9	34,5	275.625,8	33,9	307.994,8	34,1	322.113,0	43,1
Resto UE	98.365,8	13,9	101.923,1	12,5	89.706,7	9,9	94.212,0	12,6
Resto Europa	13.003,9	1,8	20.904,4	2,6	27.178,3	3,0	50.058,3	6,7
AMERICA	106.964,1	15,1	97.030,4	11,9	95.105,5	10,5	61.750,1	8,3
América del Norte	25.873,5	3,7	37.162,4	4,6	27.096,6	3,0	19.790,1	2,6
América Latina	24.658,8	3,5	41.586,3	5,1	49.567,2	5,5	30.653,0	4,1

Resto América	56.431,8	8,0	18.281,7	2,3	18.441,7	2,0	11.307,0	1,5
ASIA	42.541,9	6,0	38.742,3	4,8	44.816,0	5,0	46.403,0	6,2
ÁFRICA	201.148,0	28,5	276.986,1	34,1	335.428,4	37,2	169.597,5	22,7
África del Norte					179.281,0	19,9	36.991,2	4,9
África Subsahariana					156.147,4	17,3	132.606,3	17,7
OCEANIA	279,6	0,0	957,4	0,1	2.629,6	0,3	3.454,2	0,5
TOTAL*	706.245,1	55,4	812.169,5	45,1	902.859,3	40,8	747.588,2	49,1
Otros**	568.646,9	44,6	987.035,6	54,9	1.312.260,7	59,2	773.897,0	50,9
Total Mundo	1.274.892,0	100,0	1.799.205,1	100,0	2.215.120,0	100,0	1.521.485,2	100,0

Datos en miles de euros

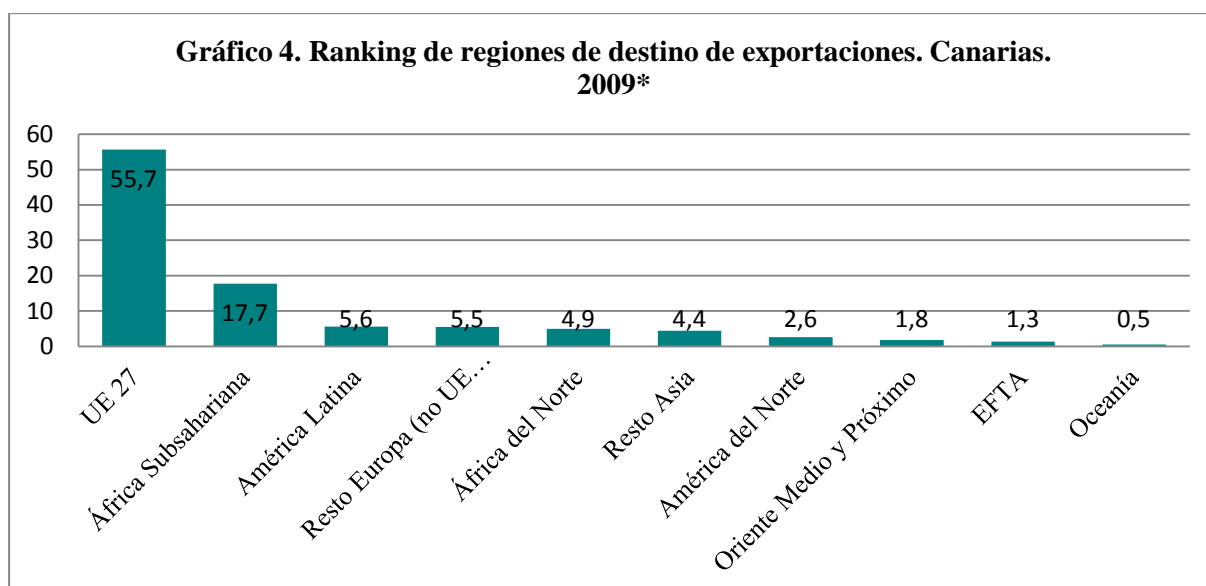
*TOTAL=Europa+América+Asia+África+Oceanía (descontado Otros)

**Otros: está compuesto por el Avituallamiento y combustible en puertos y aeropuertos para naves y aeronaves; y, por intercambios con países y territorios no determinados

Partida Avituallamiento	Exportación 2008	%/Total	Exportación 2009	%/Total	Var. 09/08%
Combustibles	417.729,1	46,3	187.769,0	24,3	-55,1
Conjunto de otros productos	186.168,7	20,6	135.747,5	17,5	-27,1
Subtotal	603.897,8	66,9	323.516,5	41,8	
Otros intercambios	298.961,5	33,1	450.380,5	58,2	50,6
Total	902.859,3	100,0	773.897,0	100,0	-14,3

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del ICEX, 2010b.

El siguiente gráfico 4, muestra el desglose de las zonas de destino de las exportaciones canarias en 2009 ordenadas de mayor a menor representación sobre el total de exportaciones.



*Porcentaje sobre total descontado el Avituallamiento y combustible en puertos y aeropuertos para naves y aeronaves; e, intercambios con países y territorios no determinados

*América Latina, incluye Resto de América. Resto de Europa, no incluye ni UE ni EFTA. Asia = Resto de Asia + Oriente Medio y Próximo

Fuente: Elaboración propia a partir del cuadro 5.

Por países, en el cuadro 7 se observa que de los 15 destinos de exportaciones canarias más importantes en 2009, 7 pertenecen a la zona geográfica de la Unión Europea de los 27 miembros (Países Bajos, Alemania, Reino Unido Francia, Italia, Irlanda y Portugal), con una representación sobre el total de exportaciones de los 15 países del 26,1% y de estos países, 4 ocupan los primeros puestos del ranking (21,9%). El resto de Europa está representado por Rusia con un 2,0% ocupando el quinto lugar.

La zona geográfica de África viene representada por 5 países (Marruecos, Mauritania, Nigeria, Liberia y Cabo Verde) con un total de 6,7% en 2009, ocupando puestos intermedios del listado.

Estados Unidos, con 1,3%, en décimo lugar, y Brasil, en último puesto (0,8%), representan a América del Norte y América Latina, respectivamente, de la zona geográfica de América.

Cuadro 7. Exportaciones canarias. Ranking de países. 2008-2009*

	PAÍS	2009	% / 2009	VAR 09/08	2008	% / 2008	VAR 08/07
1	Países Bajos	100.109	6,6	-0,5%	100.639	4,5	-14,2%
2	Alemania	93.663	6,2	15,3%	81.223	3,7	5,9%
3	Reino Unido	90.138	5,9	9,3%	82.433	3,7	-10,8%
4	Francia	48.980	3,2	-29,4%	69.352	3,1	153,4%
5	Rusia	30.317	2,0	1423,2%	1.990	0,1	62,6%
6	Italia	26.648	1,8	33,6%	19.949	0,9	-19,1%

7	Marruecos	25.813	1,7	-85,1%	172.815	7,8	36,2%
8	Irlanda	22.660	1,5	1131,0%	1.841	0,1	15,1%
9	Mauritania	22.623	1,5	9,3%	20.690	0,9	-28,6%
10	Estados Unidos	19.140	1,3	-21,6%	24.428	1,1	-32,5%
11	Nigeria	19.069	1,3	69,7%	11.236	0,5	-63,1%
12	Liberia	17.739	1,2	9,2%	16.249	0,7	187,2%
13	Cabo Verde	15.069	1,0	-1,3%	15.267	0,7	29,5%
14	Portugal	13.256	0,9	48,2%	8.944	0,4	52,7%
15	Brasil	11.593	0,8	445,4%	2.126	0,1	-64,7%
	Subtotal	556.815	36,6%	-11,5%	629.183	28,4%	6,1%
	Otros*	689.939	45,3	-39,3%	1.137.209	51,3	28,0%
	Resto Países	274.731	18,1%	-38,8%	448.728	20,3%	41,2%
	Total General	1.521.485	100%	-31,3%	2.215.120	100%	23,1%

Datos en miles de euros.

*Porcentajes sobre el total descontando el apartado de Otros compuesto por el Avituallamiento en puertos y aeropuertos para naves y aeronaves.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del ICEX, 2010b.

Sectores exportadores

El principal sector exportador en Canarias en todo el período 2006-2009, es el relativo a Materias primas, productos industriales y bienes de equipo, que aglutina más del 75% de las exportaciones canarias, llegando alcanzar el 85% en 2008. A más distancia le siguen el sector Agroalimentario, cuya representación sobre el total oscila entre aproximadamente el 11% y 19% en todo el período; el sector de Bienes de consumo (entre 4% y 5,4%); y, por último, el sector correspondiente a Bebidas, que no llega en ningún caso al 1% (cuadro 8).

Cuadro 8. Evolución de las exportaciones canarias por sectores. 2006.2009

	2006		2007		2008		2009	
	Valor	% Total	Valor	% Total	Valor	% Total	Valor	% Total
1 -- AGROALIMENTARIOS	245.149,03	19,2	242.684,55	13,5	235.955,92	10,7	228.000,19	15,0
2 -- BEBIDAS	1.899,33	0,1	1.996,27	0,1	8.663,78	0,4	9.850,05	0,6
3 -- BIENES DE CONSUMO	59.530,59	4,7	82.737,88	4,6	88.716,12	4,0	81.449,53	5,4
4 -- MATERIAS PRIMAS, PRODUCTOS INDUSTRIALES Y BIENES DE EQUIPO	968.313,09	76,0	1.471.786,42	81,8	1.881.784,22	85,0	1.202.185,40	79,0
Total Productos	1.274.892,05	100,0	1.799.205,12	100,0	2.215.120,04	100,0	1.521.485,17	100,0

Fuente: ICEX, 2010c.

Los 10 primeros productos exportados por Canarias en 2009, son los que se muestran en el siguiente cuadro 9, los cuales representan cerca del 75% de la exportación total en Canarias en 2009. De ellos, únicamente 5 crecen sus ventas al exterior con respecto al año 2008: Pescados, crustáceos y moluscos (3,4%); Aeronaves, vehículos espaciales (18%); Máquinas y aparatos mecánicos (22,6%); Aparatos y materiales eléctricos (11,3%); y, Tabaco y sucedáneos (32%).

Hay que señalar, que de estos 10 productos, los Combustibles es el principal en el comercio exterior de Canarias, con más del 40% del total de exportaciones e importaciones en 2009 y con una tasa de cobertura del 37,1%. Sin embargo, su peso relativo disminuye considerablemente con respecto al año 2008 en un casi 50% en exportación y un 40% en importación, cuando suponía el 54,4% del total de exportaciones y el 50% de las importaciones en 2008.

Guinea Ecuatorial y Camerún, son los principales proveedores de Combustible en Canarias, mientras que la mayoría de las exportaciones fueron generadas por el Avituallamiento de naves y aeronaves en los puertos y aeropuertos canarios (cuadro 6).

Cuadro 9. Principales productos exportados. Canarias. 2009

SECTOR	Exportación	% total	Var. Export 09/08	Importación	Var. Import 09/08	% total	Tasa de Cobertura
1 COMBUSTIBLES, ACEITES MINERAL.	611.795	40,2%	-49,3%	1.650.72	-40,1%	45,0%	37,1 %
2 LEGUMBRES, HORTALIZAS , S/ CONS	101.594	6,7 %	-7,7%	27.38	-36,2%	0,7%	371,0%
3 VEHÍCULOS AUTOMÓVILES; TRACTOR	80.803	5,3 %	-7,9%	190.15	-46,9%	5,2%	42,5 %
4 PESCADOS, CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS	79.756	5,2%	3,4%	189.26	17,5%	5,2%	42,1 %
5 AERONAVES; VEHÍCULO S ESPACIALE	78.630	5,2%	18,0%	80.02	-30,4%	2,2%	98,3 %
6 MÁQUINAS Y APARATOS MECÁNICOS	74.079	4,9 %	22,6%	201.79	-19,0%	5,5%	36,7 %
7 ACEITES ESENCIALES; PERFUMER.	51.523	3,4 %	-18,4%	39.45	-18,1%	1,1%	130,6%
8 PAPEL, CARTÓN; SUS MANUFACTURA	20.105	1,3 %	-0,1%	64.29	-22,3%	1,8%	31,3 %
9 APARATOS Y MATERIAL ELÉCTRICOS	15.666	1,0%	11,3%	101.17	-59,6%	2,8%	15,5 %
10 TABACO Y SUS SUCEDÁNEOS	14.330	0,9%	32,0%	50.76	-8,8%	1,4%	28,2 %
SUBTOTAL TOP 10	1.128.280	74,2%	-34,2%	1.455.99	-64,7%	39,7%	77,5 %
Total general	1.521.485			3.669.71			41,5 %

Datos en miles de euros

Fuente: ICEX, 2010b.

5 Las políticas de apoyo a la internacionalización de las empresas

La estructura multinivel de la Administración Pública supone que las competencias de la política económica de internacionalización se encuentren repartidas entre los niveles europeos, nacionales y de la Comunidad Autónoma. La UE tiene competencias en el tipo de

cambio, en las políticas de protección (aranceles y contingentes) y en las políticas autónomas y convencionales de comercio exterior.

A continuación se recoge las medidas más importantes según los aspectos a apoyar del proceso de internacionalización de las Pequeñas y Medianas Empresas.

- SENSIBILIZAR A LAS PYME A LA INTERNACIONALIZACIÓN:
 - Distribución de información sobre servicios e instrumentos de internacionalización
 - Centros de Desarrollo Empresarial y Tecnológico (Red C.E.TE.DE)
 - Portales para las actividades empresariales y la exportación
- INFORMACIÓN DE ALTO VALOR AÑADIDO:
 - Oportunidades de negocio
 - Cámaras de Comercio (Exterior)
- PROGRAMAS DE DESARROLLO DE LOS RECURSOS HUMANOS:
 - Programas para promover la exportación e internacionalización de las PYME
- APOYO A LAS NECESIDADES FINANCIERAS DE LA INTERNACIONALIZACIÓN:
 - Seguro de créditos a la exportación a corto plazo
 - Plan de derechos para apoyar a las nuevas empresas innovadoras y la expansión de las empresas en nuevos mercados
 - PYME y finanzas transfronterizas
- PROMOCIÓN DE LAS REDES EMPRESARIALES:
 - Asociaciones para la exportación
 - Creación de un sistema de establecimiento de redes para que las PYME promuevan sus exportaciones
- APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS:
 - Programa PIPE (Plan de Iniciación a la Promoción Exterior)
 - Difusión de servicios especializados en estructuras extranjeras
- UTILIZACIÓN DE LA INTERNACIONALIZACIÓN PARA AUMENTAR LA COMPETITIVIDAD:
 - Herramientas para el cálculo rentable de la internacionalización de las PYME
 - Contratos de investigación y desarrollo industriales
 - Sistema de subvenciones para apoyar la internacionalización empresarial a través de certificados de producto

- **APOYO PERSONALIZADO:**

- Programa de incubación

- Programa PIPE

- **ZONAS FRONTERIZAS Y COOPERACIÓN TRANSFRONTERIZA:**

- Redes transnacionales

- Cooperación empresarial para las PYME

- Redes de competencias

6 Conclusiones

Para muchas pequeñas y medianas empresas (PYME), las fronteras nacionales aún representan una barrera significativa a la extensión de sus actividades y aún dependen en gran parte, o exclusivamente, de sus mercados nacionales respectivos. Los cálculos actuales indican que solamente una quinta parte de las PYME europeas exporta, y solamente un 3 % de las PYME tiene filiales, sucursales o empresas conjuntas en el extranjero. De forma aún más preocupante, un porcentaje sustancial de las PYME europeas ni siquiera piensa en la internacionalización, a pesar del hecho de que las PYME ya están expuestas a una intensa competencia internacional, incluso en sus propios mercados nacionales.

Canarias, territorio insular alejado del territorio nacional continental, presenta una mayor necesidad de internacionalización, si se quiere mantener una tasa de crecimiento y empleo sostenible. El análisis realizado, basado en el comportamiento de la balanza comercial, plantea una primera reflexión. En primer lugar, que una economía especializada en servicios, y en servicios turísticos, el análisis de la internacionalización a través de la balanza comercial produce una indudable distorsión. Por tanto, la reducida cobertura observada seguramente se compensará con un comportamiento más favorable de la balanza de servicios.

En segundo lugar, se observa que la capacidad exportadora de mercancías de Canarias es muy limitada, y descansa en gran parte en la exportación de recursos energéticos derivados del refinado del petróleo. En tercer lugar, que en esas exportaciones recogidas en la balanza comercial predominan el pequeño volumen de la exportación, que es donde se ha observado un mayor crecimiento. Y, por último, se observa como la crisis ha afectado significativamente a la balanza comercial impactando más en las importaciones, que se han reducido

considerablemente y en menor medida en las exportaciones, lo que ha aumentado el grado de cobertura.

7 Bibliografía

ALVAREZ, R. (2004): "Sources of export success in small-and medium-sized enterprises: the impact of public programs". *International Business Review*, vol. 13, pp. 383-400.

ANDERSEN, O. y BUVIK, A. (2002): "Firms' internationalization and alternative approaches to the international customer/market selection". *International Business Review*, vol. 11, pp. 347-363.

ARMARIO, J.M., RUIZ, D.M. y ARMARIO, E.M. (2008): "Market orientation and internationalization in small and medium-sized enterprises". *Journal of Small Business Management*, vol. 46(4), pp. 485-511.

BALDWIN, R. y MARTIN, P. (1999): "Two waves of globalisation: Superficial similarities, fundamental differences". NBER Working Paper, núm. 6904.

BERNARD, A.B. y BRADFORD JENSEN, J. (2004): "Why some firms export". *Review of Economics and Statistics*, vol. 86(2), mayo, pp. 561-569.

BERNARD, A.B., BRADFORD JENSEN, J., REDDING, S.J. y SCHOTT, P.K. (2007): "Firms in international trade". *Journal of Economic Perspectives*, vol. 21 (3), pp. 105-130.

BRAVO, S. y GORDO, E. (2003): "Los factores determinantes de la competitividad y sus indicadores para la economía española". Banco de España, *Boletín Económico*, septiembre.

CASSIMAN, B. y GOLOVKO, E. (2007): "Innovation and the export-productivity link".

CHILD, J., RODRIGUEZ, S.B. y FRYNAS, J.G. (2009): "Psychic distance, its impact and coping modes. Interpretations of SME decision makers". *Management International Review*, vol. 49, pp. 199-224.

CICIC, M., PATTERSON, P. y SHOHAM, A. (1999): "A conceptual model of the internationalization of services firms". *Journal of Global Marketing*, vol. 12, pp. 81-106.

COMISIÓN EUROPEA (2007): "Supporting the internationalisation of SMEs". Final Report of the Expert Group.

COMISIÓN EUROPEA (2008): "Apoyo a la internacionalización de las PYME. Selección de buenas prácticas". Dirección General de empresa e industria. Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas, Luxemburgo.

COVIELLO, N.E. (2006): "The network dynamics of international new ventures". *International Business Studies*, vol. 37, pp. 229-237.

COVIELLO, N.E. y JONES, M.V. (2004): "Methodological issues in international entrepreneurship research". *Journal of Business Venturing*, vol. 19(4), pp. 485-508.

COVIELLO, N. y MacAULEY, A. (1999): "Internationalization and the smaller firm: A review of contemporary research". *Management International Review*, vol. 39(3), pp. 223-256

COVIELLO, N. y MUNRO, H. (1997): "Network relationships and the internationalization process of small software firms". *International Business Review*, vol. 6(4), pp. 361-386.

DAMIJAN, J.P., KOSTEVEVC, C. y POLANEC, S. (2010): "From innovation to exporting or vice versa?". *The World Economy*, vol. pp. 374-398.

DUNNING, J. (1988): "The eclectic paradigm of international production: a restatement and some possible extensions". *Journal of International Business Studies*, vol. 19, pp. 1-32.

FORSGREN, M. (2002): "The concept of learning in the Uppsala internationalization process model: A critical review". *International Business Review*, vol. 11, pp. 257-277.

HARRIS, R. y LI, C. (2005): "Review of the literature: The role of international trade and investment in business growth and development". Final Report, DTI, UKTILITREV 05/01

HAVIK, K. y Mc MORROW, K. (2006): "Global trade integration and outsourcing: How well is the EU coping with the new challenges?". *European Economy*, octubre, núm. 259.

HENREKSON, M. y STENKULA, M. (2009): "Entrepreneurship and public policy". *IFN Working Paper*, núm. 804.

INSTITUTO DE COMERCIO EXTERIOR (ICEX) (2010a): *Perfil de la empresa exportadora española. Canarias*, marzo.

ICEX (2010b): *Análisis del comercio exterior de Canarias.2009*, marzo.

ICEX (2010c): *Análisis del comercio exterior español. Canarias*, abril.

KELLER, R. y PISU, M. (2007): "Export barriers: what are they and who do they matter to?". University of Nottingham Working Paper núm. 2007/12.

KOCKER, G.M. y BUHL, C.M. (2007): "Internationalisation of networks .- Barriers and enablers: empirical analysis of selected European networks". *Kompetenznetze Deutschland*.

LA, V., PATTERSON, P. y STYLES, C. (1999): "Determinants of export performance across service types: A conceptual model". *Journal of Services Marketing*, vol. 19, pp. 379-391.

LOVE, J.H. y MANSURY, M.A. (2009): "Exporting and productivity in business services: Evidence from the United States". *International Business Review*, vol. 18, pp. 630-642.

NACIONES UNIDAS (2003): "Manual de Estadísticas del Comercio Internacional de Servicios" Ginebra SMEs, Entrepreneurship and Innovation.

OCDE (2008): "SME, entrepreneurship and innovation". París, OCDE

- OVIATT, B.M. y Mc DOUGALL, P.P. (2005): “Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization”. *Entrepreneurship. Theory and Practice*, vol 29 (5), pp. 537-553.
- RUBALCABA, L. y MAROTO, A. (2007): “La internacionalización de los servicios y factores determinantes de su comercio en España”. *Información Comercial Española*, núm. 838, pp. 101 – 123.
- SALOMON, R.M. y SHAVER, J.M. (2005): “Learning by exporting: New insights form examining firm innovation”. *Journal of Economics & Management strategy*, vol. 14 (2), pp. 431-4670.
- TAN, A., BREWER, P. y LIESCH, P.W. (2007): “Before the first export decision: Internationalisation readiness in the pre-export phase”. *International Business Review*, vol. 16, pp. 294-309.
- WAGNER, J. (2001): “A note on the firm size-export relationship”. *Small Business Economics*, vol. 17, pp. 229-237.
- WESTHEAD, P., WRIGHT, M. y UCBASARAN, D. (2002): “International market selection strategies selected by ‘micro’ y ‘small’ firms”. *Omega*, vol. 30, pp. 51-68
- WILLIAMSON, J.G. (2002): “Winners and losers over two centuries of globalization”. NBER Working Paper, núm. 9161.