

Santiago Lago Peñas\*

Albino Prada Blanco\*\*

Patricio Sánchez Fernández\*\*\*

# SOBRE LOS DETERMINANTES DE LA PROPENSIÓN EXPORTADORA DE LAS EMPRESAS: ¿QUÉ NOS DICEN LOS DATOS?

*En este artículo analizamos los determinantes de la actividad exportadora de la empresa. La metodología empleada guarda semejanza con la de estudios precedentes. La principal novedad es la utilización de información proporcionada por un trabajo de campo específico realizado al efecto: la Encuesta Ardán de Empresa Internacionalizada. El análisis muestra que la propensión o intensidad exportadora de las empresas es creciente cuanto más dilatada en el tiempo es la experiencia exportadora, y es mayor cuando la empresa se ha beneficiado de ayudas públicas a la internacionalización. La inversión directa extranjera realizada por las empresas no sustituye la intensidad exportadora, sino que parece reforzarla al menos hasta un tamaño umbral de 250 trabajadores. Salvo en este aspecto, el tamaño de la empresa, que sí sabemos afecta a la probabilidad de exportar, no parece afectar a la propensión a hacerlo; lo mismo sucede con la clasificación sectorial de la empresa. Sin embargo, las empresas clasificables como de tecnología alta o media-alta, según los criterios de la OCDE, sí muestran una mayor propensión exportadora.*

**Palabras clave:** comercio exterior, propensión exportadora, empresa exportadora, Galicia.

**Clasificación JEL:** D21, F17, F23, F40, P45.

---

\* Catedrático del Departamento de Economía Aplicada. Universidad de Vigo. Director del Grupo de Investigación GEN.

\*\* Profesor Titular del Departamento de Economía Aplicada. Universidad de Vigo. Miembro del Grupo de Investigación ERENEA.

\*\*\* Profesor Contratado Doctor del Departamento de Economía Financiera y Contabilidad. Universidad de Vigo. Subdirector del Grupo de Investigación GEN.

El origen de este trabajo se encuentra en el contrato de transferencia: "Desarrollo de la metodología para elaborar el indicador ARDAN empresa internacionalizada" suscrito por la Zona Franca de Vigo y la Universidad de Vigo y desarrollado por los autores.

Versión de noviembre de 2012

## 1. Introducción

La estrategia de internacionalización de las empresas españolas tiene una relevancia creciente para su éxito; y, por agregación, para la marcha de la propia economía española. Tanto si adoptamos un enfoque de corto plazo, preocupado por la atonía de la demanda doméstica, como de largo plazo, interesado por las expectativas sobre crecimiento de los mercados por

grandes áreas geográficas, el PIB potencial de la economía española vendrá determinado, en buena medida, por la capacidad que tengan las empresas españolas de internacionalizarse más y mejor<sup>1</sup>.

Como es bien sabido, uno de los principales problemas de la economía española radica en su déficit comercial crónico: -6 por 100 del PIB frente a un 0,1 por 100 medio de la Unión Europea. En el último informe económico de la Presidencia del Gobierno de España (2010)<sup>2</sup> se hacía hincapié en que ese déficit comercial y exportador se debe a que nuestra industria apenas exporta 30 de cada 100 euros producidos, mientras que, por ejemplo, en Alemania exportan 53 de cada 100 (Gráfico 1). Una menor intensidad o propensión exportadora industrial que se superpone a una menor presencia de la industria en nuestro tejido productivo. Mientras que en España ese sector genera el 15,1 por 100 del PIB, en Alemania alcanza el 22 por 100.

Por tanto, está justificado afrontar un análisis de la internacionalización que, de manera particular, se centre en los aspectos relativos a su caracterización y configuración. En la medida en que se profundice en el conocimiento de las variables que permiten explicar (y que condicionan) este proceso, se podrán diseñar y aplicar estrategias de desarrollo empresarial y, por tanto, de progreso económico. El ámbito de referencia del estudio es la empresa española y, en particular, la empresa en Galicia. Este hecho viene motivado por la disponibilidad, para el caso gallego, de una encuesta específica *ad hoc* con información detallada y actualizada de los aspectos relevantes de y para la internacionalización de las empresas como es la Encuesta Ardán de Empresa Internacionalizada (<http://www.ardan.es/ardan/>). Una encuesta elaborada por el Consorcio Zona Franca de Vigo con el apo-

<sup>1</sup> Estrategia que debe ser extensiva no solo para la gran empresa sino para la pequeña y mediana empresa (pyme).

<sup>2</sup> «Informe Económico del Presidente del Gobierno 2010» disponible en [http://www.la-moncloa.es/NR/rdonlyres/979A01BC-BF4B-4912-A9CD-E969E11A920A/135552/Informe\\_Eco\\_Pre.pdf](http://www.la-moncloa.es/NR/rdonlyres/979A01BC-BF4B-4912-A9CD-E969E11A920A/135552/Informe_Eco_Pre.pdf).



yo técnico de la Universidad de Vigo, cuya primera edición se ha publicado en 2012 y que pretende repetirse con periodicidad anual (Consorcio Zona Franca de Vigo, 2012).

El artículo se estructura de la siguiente manera. En primer lugar, nos aproximamos al estado de la cuestión de la internacionalización de la empresa española, prestando atención tanto a las fuentes de información disponibles, como a los estudios y análisis realizados sobre la caracterización y determinación de la propensión exportadora. A continuación, apartado 3, el interés se centra en el proceso de internacionalización de la empresa gallega, donde adquiere protagonismo la encuesta que sirve como base del trabajo y, de manera particular, la presentación de sus ventajas frente a otras fuentes estadísticas. El cuarto apartado describe la metodología empleada. En el quinto apartado se muestran los principales resultados de las estimaciones econométricas. El apartado 6 concluye.

## 2. La internacionalización de la empresa española: estado de la cuestión

Como señalan Cuñat y de Lucio (2010: 15), la literatura existente sobre la internacionalización de la empresa en España se caracteriza por «su tradicional perspectiva agregada y su visión macroeconómica», motivadas por la falta de interés social, el bajo nivel de evaluación de las políticas públicas y la escasez de información sistematizada de carácter microeconómico, relativa a las empresas.

No obstante, la globalización también se ha hecho notar en esta materia. Se constata un interés creciente, tanto en la información y el análisis del entorno empresarial como en las características de las empresas. Sobre este particular es importante señalar el esfuerzo de una serie de instituciones y organismos que, a partir de los años noventa, iniciaron un proceso de mejora de la información y suministro de datos, como responsables oficiales en esta materia.

### Fuentes de información

La disponibilidad de datos sobre la internacionalización empresarial, tanto en España como el resto de países avanzados, es todavía limitada. En este sentido de Lucio *et al.* (2008: 182) inciden en que habitualmente dicha información procede de encuestas puntuales, que hacen referencia a un número reducido de empresas, de sectores y/o territorios.

La principal fuente de información sobre el comercio exterior español es la Agencia Estatal de la Administración Tributaria (AEAT) a través de su Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. Este organismo, dependiente del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, recoge de oficio las declaraciones que obligatoriamente realizan las empresas al llevar a cabo intercambios comerciales. En cualquier caso, hay que destacar también la labor en este ámbito del Consejo Superior de Cámaras de Comercio de España, la Secretaría de Estado de Comercio,

el Instituto de Comercio Exterior (ICEX), el Banco de España y el Instituto Nacional de Estadística (INE). A ellos se une, más recientemente, el Consejo Interterritorial de Internacionalización (CII), como organismo dependiente del Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España. Éste reúne a todas las instituciones de carácter autonómico con responsabilidades en la internacionalización de las empresas, junto a la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) y al Consejo Superior de Cámaras de Comercio.

A escala internacional destaca el trabajo realizado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y, en menor medida, por la Oficina Estadística de la Unión Europea (Eurostat) y la Conferencia de las Naciones Unidas sobre comercio y desarrollo (UNCTAD). Con respecto a las pymes, la Comisión Europea contó hasta el año 2008 con un Observatorio, sustituido por un Informe Anual<sup>3</sup> donde la información sobre las actividades de internacionalización ocupa un lugar relevante. Desde el ámbito privado la iniciativa empresarial «European Firms in a Global Economy - EFIGE» realiza estudios e informes con carácter regular en los que proporciona información cuantitativa sobre las empresas europeas, incluidas las españolas.

En cuanto a fuentes de información estadística, se debe mencionar la Encuesta de Coyuntura de Exportación<sup>4</sup>, de la Secretaría de Estado de Comercio y Turismo del Ministerio de Economía y Competitividad, donde se refleja el comportamiento de las exportaciones a través de la situación actual de la cartera de pedidos de exportación de las empresas<sup>5</sup> y proporciona información acerca de otros aspectos de la actividad exportadora de la empresa, como la evolución de los precios y los

<sup>3</sup> SME Performance Review, disponible en [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/index_en.htm).

<sup>4</sup> Disponible en <http://www.mityc.es/es-ES/IndicadoresyEstadisticas/comercio/EstadisticasCEX/Paginas/EncuestaCoyuntura.aspx>.

<sup>5</sup> En concreto, recoge la cartera de pedidos a tres y 12 meses, respectivamente.

márgenes de exportación. Además, al informar sobre las perspectivas de las empresas de evolución a corto y medio plazo sirve como indicador adelantado de su evolución. Su periodicidad es trimestral y su actualización es permanente.

También es destacable el informe sobre la Empresa Exportadora Española<sup>6</sup>, editado conjuntamente por el Servicio de Estudios del Consejo Superior de Cámaras y el Departamento de Aduanas de la AEAT<sup>7</sup>, con datos sobre el número de empresas exportadoras de mercancías y diversas desagregaciones por autonomías, países y diferentes ramas de producto. Esta publicación constituye un referente en materia de internacionalización de la empresa desde su primera edición, en el año 1998.

La Encuesta de Estrategias Empresariales elaborada por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio a través de la Fundación SEPI desde el año 1990 analiza anualmente un panel de empresas representativo de las industrias manufactureras españolas. Entre otra mucha información contiene, en su apartado de «Actividad exterior», información relevante en materia de internacionalización de la empresa española. Esta operación estadística permite el acceso a microdatos y a otros resultados de comercio exterior de las empresas españolas con un nivel de desagregación que alcanza el ámbito autonómico.

Finalmente, hay que dejar constancia del papel del Consejo Interterritorial de Internacionalización como agente impulsor de una muy significativa colaboración institucional para la obtención de información microeconómica relativa a la empresa internacionalizada. Sus esfuerzos se centran en el sector servicios, permitiendo disponer de información sobre el número de empresas españolas inversoras en el exterior, así como de filiales extranjeras en España.

<sup>6</sup> Disponible en [https://www.cameras.org/publicado/estudios/publicaciones\\_SE.jsp](https://www.cameras.org/publicado/estudios/publicaciones_SE.jsp).

<sup>7</sup> A partir de 2007 la publicación de estos informes se realiza conjuntamente por la Secretaría de Estado de Comercio del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, por el ICEX y por las Cámaras de Comercio.

A modo de resumen, el Cuadro 1 recoge las principales fuentes que proporcionan datos e información, tanto a escala macro como micro, sobre la internacionalización de la empresa española<sup>8</sup>.

### **Propensión exportadora de las empresas españolas**

En lo tocante a los estudios sobre el compromiso o esfuerzo exportador de la empresa y, más concretamente, a sus factores relevantes, Arteaga y Medina (2006) apuntan la posibilidad de agregarlos en tres categorías:

- Los que, exclusivamente, estudian los factores que influyen en la decisión de exportar (factores internos).
- Los que pretenden identificar las diferencias en el compromiso exportador entre un conjunto de empresas exportadoras.
- Los que tienen como objetivo tratar de explicar la intención de exportar o incrementar la actividad exportadora.

En general, la propensión exportadora de la empresa, definida como la relación entre sus ventas exteriores y el total de sus ventas, es la magnitud que se utiliza de manera más habitual en la literatura empírica para analizar su esfuerzo exportador<sup>9</sup>.

Por lo que se refiere al caso de la empresa española, el trabajo más reciente y exhaustivo es el realizado por Donoso y Martín (2008), quienes trabajan con un total de 15 variables explicativas del comportamiento exportador en España. Con anterioridad, Alonso y Donoso (2000) analizaron a nivel microeconómico los factores con influencia en la propensión exportadora de las empresas, incidiendo en alguno de los problemas que muestran estas variables, lo que dificulta su planteamiento teórico claro y diferenciado. Previamente,

<sup>8</sup> Para una perspectiva más detallada, puede consultarse HERRERO y SANZ (2003) y CUÑAT y de LUCIO (2010).

<sup>9</sup> Otras magnitudes que se emplean son el volumen de exportación (en términos absolutos) o la probabilidad de exportar.

CUADRO 1

PRINCIPALES FUENTES ESTADÍSTICAS EN MATERIA DE EMPRESA INTERNACIONALIZADA

Fuente	Página web
Agencia Estatal de Administración Tributaria	<a href="http://www.aeat.es">www.aeat.es</a>
Banco de España	<a href="http://www.bde.es">www.bde.es</a>
Cámaras de Comercio.	<a href="http://www.cscamaras.es">www.cscamaras.es</a>
Comisión Europea	<a href="http://ec.europa.eu/enterprise/policies/index_en.htm">http://ec.europa.eu/enterprise/policies/index_en.htm</a>
Confederación Española de Organizaciones Empresariales	<a href="http://www.ceoe.es">www.ceoe.es</a>
Conferencia de las Naciones Unidas sobre comercio y desarrollo	<a href="http://www.unctad.org">www.unctad.org</a>
Consejo Interterritorial de Internacionalización	<a href="http://www.consejointerterritorial.es">www.consejointerterritorial.es</a>
Empresas europeas en la economía global	<a href="http://www.efige.org">www.efige.org</a>
Eurostat	<a href="http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/">http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/</a>
Instituto de Comercio Exterior	<a href="http://www.icex.es">www.icex.es</a>
Instituto Nacional de Estadística	<a href="http://www.ine.es">www.ine.es</a>
Ministerio de Industria – Fundación SEPI	<a href="http://www.funep.es/esee/sp/sinfo_que_es.asp">http://www.funep.es/esee/sp/sinfo_que_es.asp</a>
OCDE	<a href="http://www.oecd.org">www.oecd.org</a>
Secretaría de Estado de Comercio	<a href="http://www.comercio.mityc.es">www.comercio.mityc.es</a>

FUENTE. Elaboración propia a partir de Cuñat y de Lucio (2010) y Cámaras de Comercio e ICEX (2012).

realizaron estudios sobre la materia similares al primero de los trabajos citados en cuanto a la metodología y variables empleadas (Alonso y Donoso, 1994 y 1998). Otros análisis y estudios de naturaleza análoga son los realizados por Merino y Moreno (1996) y Moreno y Rodríguez (1998) si bien se limitan exclusivamente a las empresas manufactureras, mientras que Fernández y Nieto (2002) se centraron en la empresa familiar.

A su vez, Barrios *et al.* (2003) prestan especial atención al componente de la investigación y el desarrollo (I+D) como factor determinante de la intensidad exportadora de las empresas españolas, mientras que Ameur y Gil (2003) toman como referencia principal las diferentes estrategias adoptadas por las empresas a la hora de exportar en su estudio sobre la industria agroalimentaria.

Una aproximación general al perfil de la empresa española internacionalizada es realizada por de Lucio y Minguéz (2006), así como por Buisán y Espinosa (2007). Por su parte, Arteaga y Medina (2006) y de Lucio *et al.* (2007) vuelven a centrarse en el tamaño como variable de referencia. Con un enfoque ligeramente diferenciado

de los anteriores, Esteve *et al.* (2007) centran su atención en la supervivencia de las empresas exportadoras. Más próximo en el tiempo, Martín y Rodríguez (2009) se concentran en el tamaño como variable relevante explicativa de la propensión exportadora. En un trabajo posterior, dentro del análisis de los condicionantes a la hora de exportar por parte de las empresas españolas, Martín *et al.* (2009) utilizan para la obtención de sus resultados otra serie de variables explicativas de su comportamiento exportador<sup>10</sup>.

La propensión exportadora de las empresas españolas también fue analizada por Esteve *et al.* (2009) en relación con el número de países y el grado de heterogeneidad de los destinos de las exportaciones. El empleo, y más concretamente su cantidad, calidad y estabilidad, fue objeto de análisis por parte del ICEX (2010), en cuanto a sus efectos y consecuencias en la internacionalización de la economía española.

<sup>10</sup> Igual que en el trabajo de Donoso y Martín (2008) son un total de 15 variables, si bien no se trata de las mismas variables (solo algunas coinciden).

Este mismo año el Consejo Económico y Social dedicó uno de sus informes a la internacionalización de la empresa española<sup>11</sup>. En él se proporciona un perfil de la empresa española internacionalizada donde, al igual que en estudios precedentes, se destaca el tamaño de la empresa como variable relevante «para determinar la propensión e intensidad de la internacionalización» (CES, 2012: 27). También destaca la elevada concentración de las operaciones por áreas geográficas, especialmente en Europa y, de forma particular, en la Unión Europea. A modo de resumen, en cuanto a variables determinantes del comportamiento exportador de la empresa española destaca el relativo al tamaño de la empresa (dimensión empresarial), las relacionadas con la innovación y las estrategias empresariales seguidas. Otros autores incluyen las capacidades competitivas de las empresas<sup>12</sup> así como otros aspectos demográficos de las empresas, como la edad.

Por lo que respecta a las técnicas de análisis empleadas, el procedimiento habitual es el siguiente. Con un carácter exploratorio, se utilizan estadísticos descriptivos básicos que facilitan una descripción del perfil o caracterización de la empresa internacionalizada media en España. A partir de aquí, los modelos empíricos empleados en la literatura analizan la decisión de exportar o no para, en una segunda fase, explicar la propensión exportadora como función del conjunto de variables señaladas anteriormente. Para esta estimación se utilizan, entre otros, un modelo de efectos aleatorios mediante mínimos cuadrados generalizados, modelos *tobit*, *probit* o *logit*<sup>13</sup>, análisis discriminante, modelos ANOVA o bien la maximización de la función de verosimilitud.

En todo caso, conviene dejar constancia de la existencia de una serie de dificultades instrumentales de estos modelos (Alonso y Donoso, 2000: 39):

a) Las derivadas de una fundamentación insuficiente y/o del signo esperado de la relación.

b) El carácter sistémico o interactivo de la relación entre las variables explicativas empleadas<sup>14</sup>.

c) El carácter dinámico de esta relación que debe ser recogido en muestras «escasas en cantidad y calidad»<sup>15</sup>.

A éstas cabe añadir la consideración de que las «empresas exportadoras no son una muestra aleatoria del sector de actividad al que pertenecen» (Martín y Rodríguez, 2009: 43). Fundamentalmente, porque se tratan de empresas más eficientes que la media de su sector<sup>16</sup>.

A modo de síntesis, los resultados obtenidos por los distintos estudios permiten establecer que las empresas exportadoras con mayor propensión o intensidad exportadora presentan ciertos rasgos comunes. Con carácter general, las empresas exportadoras españolas se caracterizan (frente a las no exportadoras) por un mayor tamaño, una mayor cualificación de sus empleados y una elevada productividad del trabajo e intensidad de capital e innovación tecnológica. En menor medida también cabe señalar su mayor proporción de inversión extranjera directa y su ratio de temporalidad más reducido. Por tanto, estos factores, especialmente el relativo al tamaño, parecen condicionar de manera determinante la forma en que se adopta la estrategia de internacionalización de la empresa<sup>17</sup>.

No obstante, es importante destacar que, si bien existe consenso en cuanto a la comparación entre empresa exportadora y no exportadora, la convergencia

<sup>14</sup> Hecho que traería consigo cierta endogeneidad y/o multicolinealidad entre las variables.

<sup>15</sup> De hecho, en muchos casos se limitan a datos anuales.

<sup>16</sup> En el citado Informe Ardán (Consorcio Zona Franca de Vigo, 2012: 257) se puede observar cómo, para el caso de Galicia, el porcentaje varía desde un 3 por 100 en el sector de la construcción a un 67 por 100 en productos farmacéuticos.

<sup>17</sup> Lo cual permite la identificación de grupos de empresas con patrones homogéneos de comportamiento internacionalizador facilitando por tanto el análisis de la internacionalización, como se apunta en el estudio de Cámaras (2007).

<sup>11</sup> Aprobado en sesión ordinaria de su pleno el 21 de marzo de 2012.

<sup>12</sup> En concreto, las genéricas, tecnológicas y organizativas.

<sup>13</sup> En todos los casos con datos de panel.

CUADRO 2

**ACTIVIDADES INDUSTRIALES GALLEGAS  
CON SUPERÁVIT COMERCIAL**

	Resto España	Resto UE	Resto mundo
Millones €			
Saldo comercial (2005)			
Electricidad.....	877	0	0
Conservas pescado.....	849	248	10
Vehículos motor.....	545	2.019	71
Prendas vestir.....	601	517	-199
Construcción naval.....	485	13	-226
Productos madera.....	470	111	26
Productos ganaderos.....	409	17	0
Metálicos para construcción.....	412	16	-4
Piezas de vehículos.....	386	-1.295	247
Leche.....	415	1	0
Productos forestales.....	287	-44	-6
Pescado fresco.....	266	177	-12
Productos hierro.....	165	-383	-170
Madera serrada.....	143	-27	-136
Marisco.....	123	-34	-10

FUENTE: Marco Input-Output de Galicia 2005 (IGE, 2009)

parece diluirse al referirse a su influencia sobre las variables relativas a intensidad exportadora: lo que para la probabilidad de exportar resulta un hecho, no lo es tanto para la propensión de exportar.

### 3. La empresa internacional gallega

Entre los escasos estudios sobre la empresa internacional gallega en la última década, más allá de los generales sobre la empresa española mentados en el apartado precedente, hay que reseñar el de Losada *et al.* (2007), centrado en las estrategias de internacionalización seguidas para el desarrollo de operaciones de comercio exterior (esto es, su concentración o diversificación), y el de Rodil y Vence (2008) que adoptan el punto de vista de la actividad innovadora para el análisis del comportamiento exterior.

### Situación actual y perspectivas futuras

El informe económico de Presidencia del Gobierno citado en la introducción del presente artículo muestra cómo entre 2003 y 2009 el número de empresas exportadoras creció en España más de un 15 por 100 (16,1 por 100), hasta superar la cifra de 108.000 empresas. No solo eso, sino que el número de empresas consideradas como exportadoras «regulares» aumentó incluso más (17,4 por 100), alcanzando las 39.000 empresas<sup>18</sup>.

En términos comparados, Galicia no parte de una situación desfavorable ni en lo que se refiere al sector industrial, ni en cuanto a su intensidad exportadora. Por un lado el peso industrial en el PIB asciende al 17,1 por 100 (frente al 15,1 por 100 de media española), y, por otro, la intensidad exportadora de la industria gallega se sitúa en niveles semejantes a la media estatal (un 30 por 100). Además, según un reciente estudio del Consello Galego de Cámaras y el CIEF Galicia se sitúa entre las cinco autonomías españolas con mayor inversión empresarial en el extranjero (Meixide y Feijoo, 2009).

Con los últimos datos detallados disponibles para el año 2005, de los numerosos sectores que tienen un saldo comercial positivo con el resto de España (Cuadro 2), solo el de piezas para vehículos es capaz de mantenerlo claramente positivo fuera de la Unión Europea. Es decir, en casi todas las actividades que la industria gallega tiene un buen desempeño exportador hacia el resto de España (e incluso la UE), no consigue transformarlo en idéntico éxito fuera de Europa.

Por todo lo anterior, surge la necesidad de analizar, a escala de empresa y de sector económico, la dinámica y peso de sus exportaciones o importaciones que dan lugar a estos resultados netos y agregados. Iden-

<sup>18</sup> Además, estas empresas exportadoras regulares concentran el 90 por 100 del valor exportado total tal y como se desprende del estudio «La empresa exportadora española 2005-2008» (Cámaras e ICEX, 2010). Galicia alcanza una cuota del 5,2 por 100 del total de estas empresas exportadoras regulares, en sintonía con el 5,4 por 100 de su peso en el PIB español.

tificar, por tanto, tanto los logros competitivos como las rupturas del éxito exportador según los mercados de destino. Y a ello quiere contribuir el análisis de la propensión exportadora de las empresas gallegas del que se presenta un análisis de campo en este artículo.

### Obtención de datos e información

Para profundizar en el conocimiento de las características de la empresa exportadora gallega, tanto en lo que se refiere a sus datos generales como los específicos de la propensión exportadora, las fuentes de información a nivel estatal mencionadas anteriormente se muestran insuficientes. Insuficiencias que resuelve la Encuesta Ardán de Empresa Internacionalizada<sup>19</sup>. El universo muestral está formado por 1.153 empresas que, según la Base de Datos Ardán de 2010, eran exportadoras<sup>20</sup>. La encuesta se realizó en el período comprendido entre el mes de enero y marzo de 2012 a través de correo electrónico por parte del servicio de Ardán dirigida a la persona responsable o encargada de las tareas de internacionalización de la empresa. La tabulación de los datos obtenidos fue realizada por el propio personal de la Zona Franca de Vigo, mientras que su análisis correspondió a la Universidad de Vigo. Las empresas que finalmente formaron parte de la muestra ascendieron a un total de 457 empresas repartidas por toda la geografía gallega.

Esta muestra se ajusta, en su distribución por tamaños de empresa, al DIRCE-INE para Galicia en el año 2010 si tenemos en cuenta las empresas no exportadoras; también se ajusta a la distribución por tamaños que utiliza la muestra de la Fundación SEPI para Galicia (en este caso ya solo para empresas exportadoras) (Consortio Zona Franca de Vigo, 2012: 258).

El cuestionario de la encuesta pretende cubrir aquellos aspectos más relevantes a la hora de definir el proceso de internacionalización de cualquier institución, en este caso referido al ámbito privado. Con esta finalidad se preparó una estructura y diseño que permitiese la agrupación de las preguntas en dos bloques claramente diferenciados. En primer lugar, se emplearon los datos de carácter confidencial de las empresas que serían los utilizados exclusivamente para el diseño del indicador Ardán empresa internacionalizada (se trata, por consiguiente, de datos confidenciales y no publicables). A continuación, en un segundo bloque, van los datos para la proyección y la promoción de la empresa y sus productos y/o servicios a través del directorio específico de Ardán a través de Internet. Los datos por los que se indaga son los relativos al año 2010, estableciéndose, por motivos operativos, alguna excepción que amplía dicho período.

Los datos específicos para la elaboración del indicador Ardán fueron, a su vez, divididos en cuatro subgrupos:

- a) Datos generales.
- b) Presencia de la empresa en el extranjero.
- c) Comercio exterior.
- d) Otras actividades relevantes de la empresa.

El primer apartado recoge información sobre el tipo de empresa, su número de establecimientos, facturación y empleo (prestando especial atención al vinculado de manera específica a la internacionalización de la empresa y a su cualificación). A este apartado le precedía, además, la ficha de la empresa donde se daban los datos identificativos básicos tanto de la empresa como de la persona responsable de la cumplimentación de la encuesta<sup>21</sup>.

La presencia de la empresa en el extranjero constituye el segundo apartado de este bloque. En este caso se centra de manera específica en el ámbito interna-

<sup>19</sup> Encuesta realizada en el marco del contrato firmado por la Zona Franca de Vigo y la Universidad de Vigo para la elaboración del «Informe económico y de competitividad Ardán 2012» (Disponible en <http://www.ardan.es/exportacion/> )

<sup>20</sup> Lo cual supone un 20,2 por 100 del total de las 5.709 empresas que, en 2010, formaban parte de la base de datos Ardán.

<sup>21</sup> Como fue señalado anteriormente la encuesta iba dirigida a la persona encargada o responsable de los procesos de internacionalización de la empresa.

CUADRO 3

NÚMERO DE PREGUNTAS DE LA ENCUESTA

Apartado	Nº de preguntas
Ficha de la empresa .....	3
Datos generales .....	9
Presencia de la empresa en el extranjero .....	6
Comercio exterior .....	9
Otras actividades relevantes de la empresa .....	3
<b>Total .....</b>	<b>30</b>

FUENTE: Elaboración propia.

CUADRO 4

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA

Encuesta Ardán de empresa internacionalizada  
Año 2012

Diseño y realización	• Zona Franca de Vigo – Ardán
Universo	• Base de datos Ardán: 1.153 empresas exportadoras
Tamaño de la muestra	• 457 empresas
Fechas de realización	• 1º trimestre 2012
Muestreo	• Aleatorio simple
Nivel de confianza	• Nivel de confianza del 95% y error $\pm$ 5%
Tipo de encuesta	• Electrónica

FUENTE: Elaboración propia.

cional de la empresa, abordando cuestiones como la localización geográfica de las empresas participadas, el año de apertura de su primer establecimiento y el número total de establecimientos. Finalmente, dentro de este epígrafe también se recogen los datos sobre la empresa participada, tanto de participación en capital como de actividad desarrollada.

El tercer subgrupo está dedicado al comercio exterior. Por su naturaleza y composición, se trata de un epígrafe amplio que incluye tanto datos sobre las exportaciones realizadas fuera de España, como sobre los mecanismos de acceso a los mercados internacionales y las dificultades encontradas en este proceso. Igualmente, se consideró relevante preguntar sobre los recursos financieros obtenidos para la promoción en mercados exteriores y la utilidad de las nuevas tecnologías, en concreto Internet, como ayuda en este campo.

El último apartado de cuestiones, denominado «otras actividades relevantes de la empresa» se centra en la realización (o no) de dos actividades concretas. Por un lado, la investigación, desarrollo e innovación tecnológica (I+D+i) por parte de la empresa y, por otra parte, la formación al personal de la empresa. A este respecto, las preguntas se interesan por su exis-

tencia, los recursos destinados y las ayudas recibidas para su ejecución.

Todo ello dio como resultado un cuestionario con un total de 30 preguntas distribuidas, como se recogen en el Cuadro 3 y Cuadro 4.

Las tareas de procesamiento y tratamiento estadístico de los datos junto con su posterior análisis se realizaron en el segundo trimestre del año 2012. Para ello se utilizaron los programas ofimáticos y estadísticos: Microsoft office excel 2000, IBM SPSS statistics (versión 19), Eviews 7.2 y Stata 12.

Esta encuesta facilita una cantidad y detalle de información sobre las características del proceso de internacionalización de las empresas poco habitual. Además, destaca su grado de actualización, que permite tener información con un desfase temporal de poco más de un año. Con este nivel de actualización solo es posible disponer de la información sobre la evolución del número de empresas exportadoras proporcionada por el ICEX dentro del «perfil de la empresa exportadora española»<sup>22</sup> con desagregación autonómica. Aquí se

<sup>22</sup> Disponible en <http://informesestadisticos.icex.es/InformesComerciales/default.jsp?TipoInforme=1>.

incluye, además del total de empresas, el número de empleados y el valor de las exportaciones. Igualmente, aunque con carácter provisional, es posible obtener dentro «análisis del comercio exterior español»<sup>23</sup> datos referentes al país y zona destino de las exportaciones, sectores de actividad y clasificación de las exportaciones (Taric y CNAE). Pero en ningún caso podemos disponer del resto de información que sí nos suministra la encuesta utilizada en este trabajo: información laboral (cualificación del empleo y empleados vinculados a tareas de internacionalización), experiencia internacional (apertura del primer establecimiento fuera de España), empresas participadas (localización, capital y actividad), mecanismos de vía de acceso y recursos financieros obtenidos, y otros campos (tales como la disposición de página web propia, la formación de los trabajadores o el desarrollo de actividades de I+D+i).

#### 4. Metodología

Para el análisis de los determinantes de la propensión exportadora de la empresa, medida como el porcentaje que suponen las exportaciones sobre la facturación total, la metodología empleada fue la siguiente. En primer lugar, se seleccionaron y dividieron las variables explicativas obtenidas mediante la encuesta en tres bloques.

El primer bloque lo componen variables de estructura. En concreto, variables de tamaño y sector de actividad. El tamaño lo aproximamos de forma alternativa por la cifra de facturación en millones de euros (*FACTURACION*) o el número de empleados (*EMPLEO*) en 2010 en ambos casos. El motivo de no incluir simultáneamente las variables en la estimación era su elevada correlación lineal. Para introducir el sector en el modelo, se definieron cuatro variables ficticias con valor binario 1/0. Las empresas se agrupan en cinco sectores, agricultura ganadería y pesca (que se utiliza

como categoría de referencia), energético (*ENERGIA*), construcción (*CONSTRUCCION*) industrial (*INDUSTRIA*), y servicios (*SERVICIOS*). La mayor parte de las empresas son industriales (55 por 100) o de servicios (34 por 100). Los otros tres sectores se reparten de forma casi proporcional el 11 por 100 restante.

El segundo bloque se refiere a «inputs» que podrían generar un factor positivo sobre la competitividad y, por tanto, sobre su capacidad o propensión exportadora. En concreto, se seleccionaron las siguientes cuatro variables generadas por la encuesta:

— La variable referente a la investigación, desarrollo e innovación (*I+D+i*) adopta valor 1 cuando la empresa ha realizado gastos (internos o externos) en recursos tecnológicos en 2010, y 0 en caso contrario.

— La variable *FORMACION* adopta valor 1 cuando la empresa ha incurrido en gastos externos para la formación de sus trabajadores en 2010, y 0 en caso contrario.

— La variable *APOYO FINANCIERO* adopta valor 1 cuando la empresa ha obtenido recursos para la promoción en mercados fuera de España en 2010, y 0 en caso contrario.

— La variable *WEB* adopta valor 1 cuando la empresa dispone de página web propia, y 0 en caso contrario.

Finalmente, en el tercer bloque se incluyen dos variables de estrategia de implantación en mercados extranjeros.

— La variable *PRESENCIA EXTERIOR* adopta valor 1 cuando la empresa, en diciembre de 2009, tenía participación en el capital social de otras empresas localizadas en el extranjero, y 0 en caso contrario.

— Y la variable *EXPERIENCIA* refleja el número de años transcurridos desde que la empresa consiguió su primer cliente fuera de España.

En el Cuadro 5 aparecen los principales estadísticos descriptivos de las variables. En cuanto al método de estimación optamos por recurrir a un procedimiento de estimación robusto a problemas derivados de la existencia de observaciones anómalas

<sup>23</sup> Disponible en [http://informesestadisticos.icex.es/InformesComerciales/parametros\\_multiselect.jsp](http://informesestadisticos.icex.es/InformesComerciales/parametros_multiselect.jsp).

CUADRO 5  
ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS

Variable	Media	Desviación típica	Mínimo	Máximo
PROPENSIÓN EXPORTADORA .....	22,1	24,8	0	100
FACTURACIÓN .....	23,4	111,8	0,08	1.247,6
EMPLEO .....	79,9	355,6	5	6.000
I+D+i .....	0,312	0,464	0	1
FORMACIÓN .....	0,661	0,473	0	1
APOYO FINANCIERO .....	0,214	0,410	0	1
PRESENCIA EXTERIOR .....	0,069	0,253	0	1
WEB .....	0,882	0,323	0	1
EXPERIENCIA .....	16,6	13,4	0	138

FUENTE: Elaboración propia.

e influyentes. Tras una serie de ensayos previos, finalmente se empleó para el análisis el comando de STATA «rreg». Este comando ejecuta una regresión robusta usando de forma iterativa mínimos cuadrados ponderados; es decir, se asigna una ponderación a cada observación, siendo mayor la de aquéllas que se comportan mejor<sup>24</sup>.

## 5. Resultados

Los principales resultados econométricos obtenidos se recogen en el Cuadro 6. En primer lugar, el tamaño empresarial no resulta determinante en lo que se refiere a la propensión exportadora de la empresa. Este resultado se mantiene aun cuando se realizan pruebas adicionales entre las que cabe citar: la inclusión en la regresión de la variable empleo al cuadrado (para capturar una posible relación no lineal); la sustitución de la variable continua EMPLEO por una variable que clasifica a las empresas en cinco segmentos de tamaño; y

la introducción de un *spline* en la especificación econométrica para las observaciones con EMPLEO>200, a fin de capturar posibles quiebras en la pendiente de la relación centradas en ese tamaño. Este resultado es, no obstante, compatible con el hecho de que sean las empresas grandes las que más y con más frecuencia exportan (en términos absolutos) según reflejan los datos agregados.

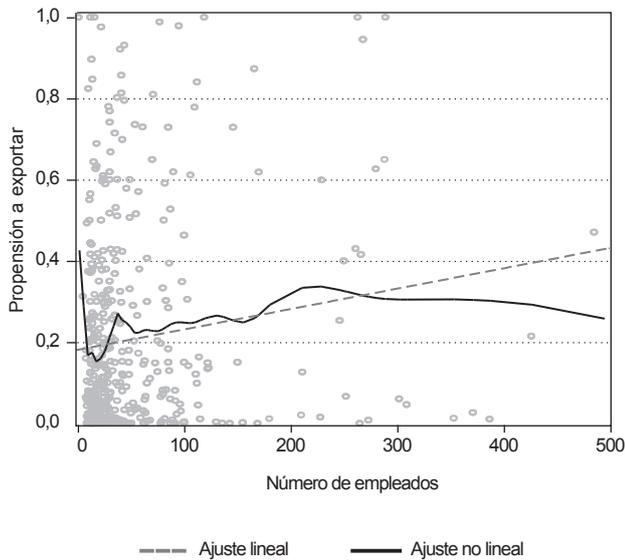
En el Gráfico 2 se representa la nube de puntos que vincula ambas variables, así como la recta de regresión lineal simple y un ajuste no lineal<sup>25</sup>. El segundo muestra un máximo en el entorno del valor 200 y forma de U invertida, pero muy abierta y con distancias significativas entre la curva y los puntos correspondientes, lo que hace que la curva no sea estadísticamente significativa. Expresado de forma alternativa, cuando utilizamos el valor 200 como punto de inflexión, nos encontramos con una pendiente positiva para los valores por debajo, y negativa para los valores superiores, pero en ambos casos con t-estadísticos claramente por debajo de los niveles habitualmente exigidos.

<sup>24</sup> En concreto, *rreg* realiza una evaluación inicial basada en el criterio de la distancia de Cook > 1 para eliminar las observaciones claramente anómalas. A partir de ahí, se determinan los valores de partida de los parámetros y se reestima el modelo de forma iterativa (Huber) hasta que se produce convergencia en las ponderaciones (LI, 1985).

<sup>25</sup> La técnica no lineal es la del «vecino más próximo» (*nearest neighbor fit*), que en esencia va ajustando la pendiente de la regresión a la nube de puntos que rodea cada una de las observaciones.

GRÁFICO 2

## RELACIÓN ENTRE PROPENSIÓN A EXPORTAR Y TAMAÑO DE LA EMPRESA



NOTA: Para visualizar mejor la relación, se excluyen tres empresas con más de 2.000 trabajadores, con una propensión exportadora media de 0,35. Software utilizado: Eviews 7.2.

FUENTE: Elaboración propia.

Por lo que se refiere al sector de actividad económica, éste solo es relevante si la empresa pertenece al sector de la construcción. En ese caso la propensión a exportar sufre una notable disminución. Por otro lado, también la propensión tiende a ser algo menor en el caso de las empresas de servicios, si bien esa caída no es estadísticamente significativa<sup>26</sup>. En la tercera columna del Cuadro 6 contrastamos y confirmamos una hipótesis interesante. De todas las empresas del sector industrial selecciona-

mos aquellas encuadrables en los sectores de tecnología alta o media-alta<sup>27</sup>, un total de 39 empresas de la muestra total (el 9,6 por 100). A partir de ahí, definimos una variable ficticia que adopta valor 1 para esas empresas y 0 para el resto, y la incorporamos en la regresión. La variable muestra un coeficiente positivo, significativo ( $p$ -valor=0,023) y sustancial: las empresas de tecnología alta y medio-alta tienden a presentar propensiones exportadoras, 8 puntos porcentuales superior al resto.

En tercer lugar, ni los gastos en formación ni en I+D+i en el año analizado parecen ser factores directos e inmediatos para internacionalizar la actividad de las empresas. En cuanto a la disponibilidad por parte de la empresa de página web propia, la correlación es negativa, aunque no es significativa a los niveles habituales. Por el contrario, el hecho de haber recibido apoyo económico por parte de algún organismo público para la exportación sí es muy relevante. En concreto, el porcentaje de exportaciones sobre facturación aumenta entre 5 y 6 puntos.

El estar presente en el exterior a través de participaciones empresariales se muestra como una estrategia complementaria y no sustitutiva de las exportaciones. Las empresas con participaciones fuera tienen, en promedio, entre 9 y 10 puntos más en su ratio de exportaciones sobre facturación. Por tanto, no se comprueba que una eventual reducción de la propensión vinculada al mayor tamaño de la empresa tenga que ver con su localización en el extranjero por una u otra vía.

Finalmente, la experiencia importa. Desde el momento en el que se hace el primer cliente en el extranjero, el peso de las exportaciones tiende a crecer a razón de 1,5 puntos porcentuales cada diez años.

<sup>26</sup> De forma alternativa, probamos a utilizar una clasificación en 11 grupos: los 8 que aparecen en DATACOMEX, construcción, servicios y una categoría residual. No obstante, esta opción no ofrecía resultados mejores desde un punto de vista econométrico ni económico.

<sup>27</sup> Aeronaves y naves espaciales; maquinas de oficina y equipos informáticos; material electrónico, aparatos de radio, televisión y comunicación; productos farmacéuticos; equipos e instrumentos médico-quirúrgicos; vehículos de motor; maquinaria y material eléctrico; productos químicos; otro material de transporte; maquinaria y equipos mecánico.

## 6. Conclusiones

El objetivo fundamental de este trabajo ha sido el de someter a escrutinio los determinantes de la propensión exportadora de una amplia muestra de empresas gallegas. La posibilidad de disponer de una encuesta muy rica en información y diseñada *ad hoc* para medir el grado de internacionalización de las empresas nos ha permitido ir más allá de los contrastes y resultados disponibles en la literatura para el caso español.

Comenzando por el tamaño empresarial como determinante de la internacionalización es fundamental partir de la distinción establecida por Donoso y Martín (2008) entre probabilidad y propensión exportadora. Así, mientras que para la probabilidad el tamaño sí importa, para la propensión «no existe una relación monótona y creciente de la propensión con el tamaño, como era el caso, muy generalmente observado, de la probabilidad» (Donoso y Martín, 2008: 172). Más aún, estos autores sugieren como hipótesis que la propensión exportadora presente una forma de «U» invertida, donde, a partir de cierto límite, la intensidad exportadora declina<sup>28</sup>.

Nuestros resultados concuerdan con esta argumentación. En concreto, la variable tamaño no se muestra como determinante de la propensión exportadora, aunque sí de de la probabilidad de exportar. Además, los datos apuntan esa forma de «U» invertida, si bien con una significatividad estadística baja. Resultado que coincide con el obtenido por la Comisión Europea (2003), en su Informe anual de su Observatorio de las pymes.

El resto de variables relevantes para la propensión exportadora de la empresa gallega son tres: el contar con apoyo financiero a las actividades de exportación, la presencia en el exterior mediante algún tipo de participación empresarial y la experiencia previa en materia de internacionalización. Estos resultados tienen

<sup>28</sup> De modo que «parecen ser los tamaños en torno a los 200-250 empleados los más intensamente exportadores» (DONOSO y MARTIN, 2008: 172)

CUADRO 6  
DETERMINANTES DE LA PROPENSIÓN EXPORTADORA DE UNA EMPRESA

	[1]	[2]	[3]
Constante	18,7*** (3,83)	18,8*** (3,92)	18,7*** (3,83)
Energía	0,8 (0,12)	0,9 (0,13)	1,0 (0,14)
Industria	-0,8 (0,17)	-0,9 (0,19)	-1,9 (0,39)
Construcción <sup>1</sup>	-11,8* (1,74)	-12,1* (1,78)	-12,3* (1,79)
Servicios	-4,8 (0,97)	-4,9 (0,99)	-5,01 (1,00)
Tecnología	–	–	7,7** (2,28)
Facturación	0,0010 (0,12)	–	–
Empleo	–	0,0013 (0,49)	0,0015 (0,54)
I+D+i	-1,0 (0,47)	-0,9 (0,43)	-1,01 (0,46)
Formación	-1,1 (0,53)	-1,2 (0,57)	-1,15 (0,55)
Apoyo financiero	5,61*** (2,42)	5,42** (2,33)	5,52** (2,33)
Web	-4,6 (1,50)	-4,7 (1,52)	-4,4 (1,43)
Presencia exterior	9,7*** (2,61)	9,0** (2,35)	8,6** (2,20)
Experiencia	0,14** (1,97)	0,14** (1,94)	0,15** (2,16)
<b>Nº de observaciones</b>	<b>407</b>	<b>407</b>	<b>407</b>
<b>Estadístico-F (p-valor)</b>	<b>3,20*** (0,0004)</b>	<b>3,17*** (0,0004)</b>	<b>3,45*** (0,0001)</b>

NOTAS: Estimación robusta ejecutada con STATA 12 (comando *rreg*). \*\*\*, \*\*, \*significativo al 1%, 5% y 10% respectivamente.

<sup>1</sup> El sector construcción, muestra unas características particulares que hacen necesario distinguir entre la propensión exportadora de sus empresas y la media de las exportaciones (variable ésta cuya media es más sensible a la presencia de empresas con valores muy elevados).

FUENTE: Elaboración propia.

interés especial por la falta de contrastación de las hipótesis correspondientes en trabajos previos.

En sentido contrario, llama la atención que no son variables relevantes para explicar la propensión ex-

portadora ni la I+D+i ni la actividad formativa del personal de la empresa. Con respecto a la primera de ellas, hay que tener en cuenta la complejidad de este factor; una complejidad que puede afectar a su condición de relevante o no en función del tipo de innovación que se trate (comercial, organizativa, de proceso, de producto). Además, el hecho de que las empresas de tecnología alta y media-alta sí muestren una propensión exportadora sustancialmente superior matiza el resultado para la variable I+D+i. Podría suceder que la variable fuese explicativa de forma diferida y en un computo plurianual y no para un solo año y en el momento presente, y es muy probable que las empresas no contabilicen como esfuerzo real en I+D+i buena parte del que de hecho realizan. Sin duda, se abre aquí un vector de investigación para trabajos futuros.

En cuanto a la no significatividad de la variable para el capital humano, resulta necesario considerar definiciones alternativas y más precisas de este factor que se detengan en los aspectos fundamentales para las actividades de exportación (idiomas, legislación internacional...). Por ello, y al igual que en el caso de la I+D+i, resulta necesario incorporar mejoras y desagregaciones en la encuesta base utilizada. Otra extensión natural del trabajo aparece vinculada con la disponibilidad futura de un panel de datos sobre las mismas empresas. La realización anual de la encuesta permitirá sin duda contar con un valioso panel en el que contrastar relaciones dinámicas entre las variables.

Finalmente, es necesario dejar constancia de la particularidad del sector de la construcción en Galicia para el análisis de su internacionalización, ya que los datos disponibles se ven alterados por los valores de empresas con cifras muy por encima de la media y que distorsionan el análisis.

## Referencias bibliográficas

[1] ALONSO, J.A. y DONOSO, V. (1994): *Competitividad de la empresa exportadora española*, Instituto Español de Comercio Exterior, Madrid.

[2] ALONSO, J.A. y DONOSO, V. (1998): *Competir en el exterior: la empresa española y los mercados internacionales*, Instituto Español de Comercio Exterior, Madrid.

[3] ALONSO, J.A. y DONOSO, V. (2000): «Modelización del comportamiento de la empresa exportadora española». *Información Comercial Española. Revista de Economía*, número 788, noviembre, páginas 35-58.

[4] AMEUR, M. y GIL, J.M. (2003): «Estrategias empresariales y propensión exportadora de la industria agroalimentaria catalana y española». *Economía Agraria y Recursos Naturales*, volumen 3, número 6, páginas 101-127.

[5] ARTEAGA, J. y MEDINA, D.R. (2006): «La importancia del tamaño en la actividad exportadora: una evaluación en el caso de las pymes españolas exportadoras no consolidadas», *Boletín Económico de ICE*, n.º. 2883, del 3 al 16 de julio, páginas 41-54.

[6] BARRIOS, S.; GÖRG, H. y STROBL, E. (2003): «Explaining Firms' Export Behaviour: R&D, Spillovers and the Destination Market». *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, número 65, del 3 al 16 de julio, páginas 475-496.

[7] BUISÁN, M. y ESPINOSA, E. (2007): «Una aproximación al perfil de la empresa española internacionalizada: datos y reflexiones», *Información Comercial Española, Revista Economía*, número 839, noviembre-diciembre, páginas 9-21.

[8] CÁMARAS DE COMERCIO (2007): *Internacionalización de la empresa española*. Cooperación Empresarial e Inversión Exterior. Servicio de Estudios, Área Internacional.

[9] CÁMARAS DE COMERCIO e ICEX (2010): *La empresa exportadora española 2005-2008*.

[10] CÁMARAS DE COMERCIO e ICEX (2012): *La empresa exportadora española 2007-2010*.

[11] CES (2012): *Informe 02/2012, sobre la internacionalización de la empresa española como factor de competitividad*. Consejo Económico y Social España, Madrid.

[12] COMISIÓN EUROPEA (2003): *Observatory of European SMEs. Internationalisation of SMEs*. Luxemburgo, European Network for SME Research ENSR, vol. 96.

[13] COMISIÓN EUROPEA (2011): *Are EU SMEs Recovering? Annual Report on EU SMEs 2010/11*. Rotterdam, Cambridge.

[14] CONSORCIO ZONA FRANCA DE VIGO (2012): *Informe económico y de competitividad - ARDÁN Galicia 2012*, Vigo.

[15] CUÑAT, R. y DE LUCIO, J.J. (2010): «La información estadística en España sobre la empresa internacionalizada». *Índice: Revista de Estadística y Sociedad*, número 39, páginas 15-16.

[16] DE LUCIO, J.J. y MÍNGUEZ, R. (2006): «Demografía de la empresa española exportadora e importadora», *Boletín Económico de ICE*, número 2885, del 31 de julio al 13 de agosto, páginas 9-20.

- [17] DE LUCIO, J.J.; MÍNGUEZ, R. y ÁLVAREZ, D. (2007): «El tamaño de la empresa exportadora e importadora española», *Boletín Económico de ICE*, número 2908, del 1 al 15 de abril, páginas 13-30.
- [18] DE LUCIO, J.; MÍNGUEZ, R.; VALERO, M. y MEDNICK, G. (2008): «Permanencia de las empresas en la exportación: una mirada a las características de su actividad exterior». *Información Comercial Española, Revista de Economía*, enero-febrero, número 840, páginas 179-196.
- [19] DONOSO, V. y MARTÍN, V. (2008): «Características y comportamiento de la empresa exportadora». *Papeles de economía española*, número 116, páginas 168-182.
- [20] ESTEVE, S.; MÁNEZ, J.A.; ROCHINA, M.E. y SAN-CHIS, J.A. (2007): «A Survival Analysis of Manufacturing Firms in Export Markets», *Entrepreneurship, Industrial Location and Economic Growth*, Edward Elgar, Cheltenham.
- [21] ESTEVE, S.; PALLARDO, V. y REQUENA, F. (2009): «La dinámica de entrada y salida en mercados más competitivos: su impacto en el período 1997-2005», *Economía industrial*, número 373, páginas 59-72.
- [22] FERNÁNDEZ, Z. y NIETO, M.J. (2002): «La estrategia de internacionalización de la pequeña empresa familiar», *UC3M Documentos de trabajo. Economía de la Empresa*, número 02/18.
- [23] HERRERO, C. y SANZ, J.J. (2003): «Conocemos la realidad de la empresa exportadora española?: la elaboración de una nueva fuente de información», *Boletín Económico de ICE*, número 2775, del 21 de julio al 31 de agosto, páginas 23-32.
- [24] ICEX (2010): *Internacionalización, empleo y modernización de la economía española*. Instituto Español de Comercio Exterior, Madrid.
- [25] IGE (2009): *Marco Input-Output de Galicia 2005*. Instituto Galego de Estatística, Xunta de Galicia, Santiago de Compostela.
- [26] LI, G. (1985): «Robust Regression» en HOAGLIN, D. C.; MOSTELLER, F. y TUKEY, J. W.: *Exploring Data Tables, Trends, and Shapes*. Páginas 281-340. Wiley, Nueva York.
- [27] LOSADA, F.; RUZO, E.; BARREIRO, J. M. y NAVARRO, A. (2007): «Influencia de la estrategia de expansión internacional y de las características empresariales sobre el resultado exportador de la empresa», *Información Comercial Española, Revista de Economía*, número 837, julio-agosto, páginas 255-272.
- [28] MARTÍN, C. y RODRÍGUEZ, A. (2009): «Una aproximación a las características de las empresas exportadoras españolas», *Boletín Económico*. Banco de España, número 5, páginas 43-55.
- [29] MARTÍN, C.; RODRÍGUEZ, A. y TELLO, P. (2009): «Determinantes principales de la decisión de exportar de las empresas españolas», *Boletín Económico*. Banco de España, número 12, páginas 29-42.
- [30] MEIXIDE, A. y FEIJOO, J. (coord.) (2009): *La internacionalización de la economía gallega. 2009*. CIEF y Consello Galego de Cámaras, Santiago de Compostela.
- [31] PRESIDENCIA DEL GOBIERNO (2010): *Informe Económico del Presidente del Gobierno 2010*. Gobierno de España, Madrid.

Colección **MANUALES PRÁCTICOS**

# **CLAVES para ENTRAR y PERMANECER en los MERCADOS**



Con la crisis se ha vuelto imprescindible para las empresas proyectarse hacia el exterior, pero los importadores demandan cada vez más originalidad. No se trata de una moda, sino de un condición *sine qua non*.

Este manual es sobre todo práctico. Por eso dedica un capítulo a la que es una de las principales preocupaciones de las empresas: la formas de financiarla. Revisa tanto los instrumentos públicos que hay disponibles para ello como los privados, y detalla en qué consisten otras fuentes de financiación alternativa como el *crowdfunding*, las comunidades de crédito o la banca ética.

470 páginas

Formato: 135 x 210 mm

PVP: 25 € (IVA incluido)

ISBN: 978-84-7811-742-0

Puede adquirir la obra en [Internet](#), en [ICEX](#) y en las principales librerías

**ICEX España Exportación e Inversiones**

Pº. de la Castellana, 14 - 28046 MADRID - tel.: 91 349 6275/34

c.e.: [libreria@icex.es](mailto:libreria@icex.es) - [www.icex.es/publicaciones](http://www.icex.es/publicaciones)

# **ICEX**

# ICE

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD INFORMACIÓN COMERCIAL ESPAÑOLA Secretaría de Estado de Comercio

## CRISIS AND REGULATORY REFORM OF THE FINANCIAL SYSTEM IN THE EU

<b>Foreword</b>	3	S T N E T N O C	<b>The orientation of financial activity ahead of the banking union project</b>	121
Iñigo Fernández de Mesa Vargas			Santiago Carbó Valverde	
<b>Introduction</b>	11		<b>Alternative debt markets for the financing of SMEs: analysis, outlook and proposals</b>	135
Rocío Sánchez Barrios			Prosper Lamothe Fernández and Manuel Monjas Barroso	
<b>Europe's response to the financial crisis</b>	15		<b>ECONOMIC FORUM</b>	
José Viñals Íñiguez			<b>Quality of relationship of fair facilities, exhibitors and end clients. An analysis of fairs targeted at end consumers</b>	149
<b>Impact and challenges of the regulatory reform to the financial system</b>	29		Ainhoa Rodríguez Oromendía, Mariló Reina Paz and Ramón Rufin Moreno	
Jaime Caruana Lacorte			<b>Determinants of export propensity of companies: wat does data reveal?</b>	167
<b>Solutions to the crisis of the European Union and challenges ahead</b>	43		Santiago Lago Peñas, Albino Prada Blanco and Patricio Sánchez Fernández	
Klaus Regling			<b>CONTENTS</b>	183
<b>Towards a banking union</b>	53	Contents, abstracts		
Jörg Asmussen		<b>Coordinators:</b>		
<b>European financial regulatory reform: future challenges</b>	65	Iñigo Fernández de Mesa Vargas and Rocío Sánchez Barrios		
Nadia Calviño Santamaría				
<b>The bail-in in bank restructuring in Spain</b>	81			
Antonio Carrascosa Morales and Mario Delgado Alfaro,				
<b>Macroprudential regulation</b>	91			
José María Roldán Alegre and Jesús Saurina Salas				
<b>Financial fragmentation and banking union: towards a more integrated Europe</b>	101			
Jorge Sicilia Serrano, Santiago Fernández de Lis Alonso and Ana Rubio González				