

# Fernando Gómez Avilés-Casco

## EL PAPEL DE LA EMPRESA EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA

*La incorporación de la economía española a los mercados mundiales encuentra en la internacionalización de sus empresas uno de sus principales factores de impulso. El artículo analiza las causas del proceso de expansión exterior, el papel desempeñado por el empresariado español en dicha dinámica y los futuros retos planteados por el actual escenario mundial. El desafío primordial es consolidar la mentalidad y cultura internacional en el seno de la empresa, adaptando su estrategia y operativa al entorno, estimulando las capacidades y actitudes favorables a la apertura exterior, y contribuyendo, en definitiva, al bienestar y desarrollo económico global.*

**Palabras clave:** internacionalización de la empresa, empresas exportadoras, empresas importadoras, cultura empresarial.

**Clasificación JEL:** F13, F23, M14.

### 1. El proceso de internacionalización de la economía española

El avance de la internacionalización es probablemente el cambio más relevante experimentado por la economía española en los últimos treinta años. El proceso ha sido gradual, impulsado por la adhesión al proyecto comunitario en los ochenta y consolidado tras la adopción de la moneda única europea.

La progresiva incorporación a los mercados mundiales de bienes y servicios queda patente en la intensa apertura comercial de la economía española. El volumen de los intercambios con el resto del mundo alcanza el 65 por 100 del PIB, situando a España a la cabeza de los países desarrollados. Esta trayectoria esconde dos dinámicas diferenciadas, según se analicen las transacciones de bienes o de servicios. El crecimiento paulatino en los

flujos del comercio de mercancías se ha visto acompañado por una destacada participación de los intercambios de servicios, representando estos últimos alrededor del 15 por 100 del PIB (Gráfico 1).

Estas circunstancias han permitido elevar la cuota de mercado de España en el mercado mundial hasta el 2 por 100 (Gráfico 2), cifra sostenida y reflejo de la renovada capacidad de nuestra economía.

A la incorporación a los mercados mundiales de bienes y servicios se añade la creciente participación española en los mercados exteriores de factores, tanto trabajo como capital. Las recientes corrientes migratorias sitúan a España como protagonista destacado en el escenario internacional, al tiempo que se intensifican las transferencias de tecnología. El proceso internacionalizador se completa con la significativa apertura financiera de la economía española, plasmada en unos nota-



bles volúmenes de inversión extranjera recibida y, especialmente, en unas sobresalientes magnitudes de las inversiones españolas en el exterior (Gráfico 3).

## 2. Factores de impulso de la reciente dinámica internacionalizadora

Esta internacionalización de la economía española no responde a un número reducido de causas, identificándose diversos factores impulsores del proceso. Circunstancias externas, propias del entorno de la actividad económica mundial, se añaden a determinados cambios microeconómicos o internos de las empresas, propiciando la inserción de España en los mercados internacionales de productos y factores.

### El entorno internacional

El dinamismo exterior de la economía española ha coincidido con un período de expansión de la actividad

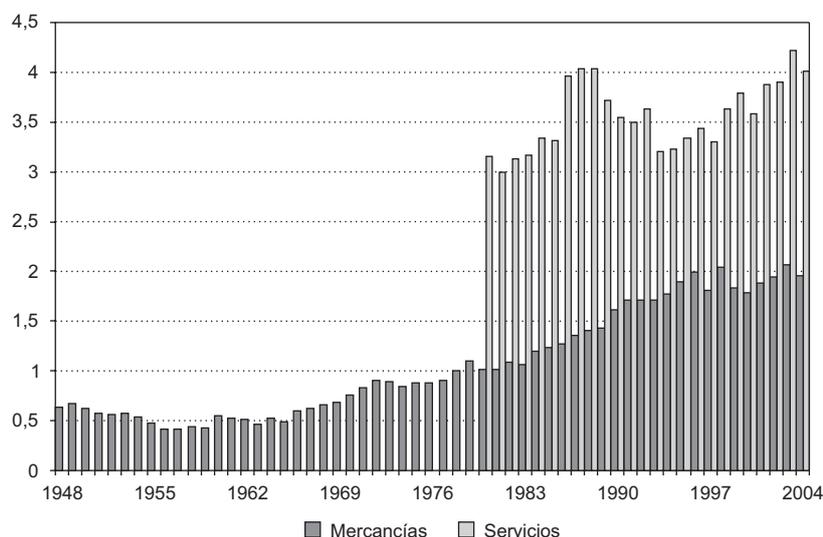
económica mundial, circunstancia reforzada por nuestra gradual apertura internacional e integración en el proyecto comunitario.

A finales de los años cincuenta, con el lastre de los efectos de la contienda civil y la posterior política autárquica aplicada, España se encontraba al borde de la suspensión de pagos, en un estancamiento caracterizado por el racionamiento y al borde del colapso. El año en que se firma el Tratado de Roma, 1957, Franco llevó a cabo un cambio de Gobierno que supuso el inicio de la preestabilización, de la mano de técnicos como Alberto Ullastres, ministro de Comercio, Mariano Navarro Rubio, ministro de Hacienda, o Laureano López Rodó, secretario general técnico de la vicepresidencia del Gobierno. El Plan de Estabilización de 1959, compendio de medidas liberalizadoras publicado en julio de ese mismo año en la revista *Información Comercial Española*, tenía como objetivo final facilitar la inserción de la economía española en el contexto internacional, principalmente participando en la reciente Comunidad Económica Europea (CEE).

Estas medidas, junto con la bonanza de la economía mundial, permitieron profundas transformaciones estructurales en un marco de fuerte expansión de la actividad durante los años sesenta y comienzos de los setenta. En 1962, el Gobierno español solicitó la apertura de negociaciones con la CEE, materializadas en el Acuerdo Preferencial entre España y la CEE firmado en 1970. Las positivas consecuencias de la alianza en el terreno económico tuvieron su contrapartida en un lento proceso de incorporación a la CEE, hasta la plena recuperación de las libertades políticas. Finalmente, en junio de 1985 se firmó el Tratado de Adhesión de España a la Comunidad Europea, reconocimiento a la modernización alcanzada por la economía española y decidido impulso de su apertura exterior.

La creación del mercado único europeo en 1993 supuso la supresión de las barreras arancelarias y físicas a la libre circulación de productos y capitales en el seno de la Unión Europea. La posterior adopción del euro

GRÁFICO 2  
**CUOTA MUNDIAL DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS**  
 (En %)



FUENTE: OMC.

como moneda única entre los países de la Unión Económica y Monetaria, ha permitido a la economía española disponer de un entorno caracterizado por la integración de los mercados financieros, la libertad de movimientos de capital, la reducción de los costes de transacción y la estabilidad financiera, estimulando de este modo los flujos de bienes, servicios y capitales.

Al tiempo, se ha producido a escala internacional una sucesión de privatizaciones de antiguos monopolios públicos, junto con la desregulación de sectores y los avances en la liberalización de los movimientos de mercancías y capitales (Canals, 2004), medidas que han atraído la participación de capitales extranjeros en ámbitos anteriormente acotados. A ello se añade la creciente importancia del comercio internacional de numerosos servicios, tales como los financieros, informáticos, de construcción o prestados a empresas, facilitado por los

avances técnicos que han reducido los costes derivados de su transporte y comunicación (Requeijo, 2003).

En última instancia, los fenómenos descritos, reflejo de la globalización, han incrementado la competencia a escala mundial en la mayor parte de los mercados, generando una estandarización internacional de los procesos productivos y de las características de los bienes y servicios intercambiados. La mayor competencia ha obligado al empresariado español a ampliar su mercado objetivo más allá del estrictamente doméstico, buscando nuevas oportunidades y aprovechando las ventajas proporcionadas por el nuevo escenario internacional.

#### Factores microeconómicos o empresariales

Unido a la creciente competencia mundial y a la consecuente necesidad de expansión hacia nuevos merca-



dos, las empresas españolas se han encontrado con una situación interna que ha coadyuvado al proceso internacionalizador.

La paulatina desregulación del propio mercado español aumentó la competencia, reduciéndose la cuota del mercado doméstico. Mientras, los procesos de privatización dieron lugar a grandes empresas de antigua titularidad pública, con un volumen de recursos que facilitaba su crecimiento en otros mercados. Las privatizaciones en América Latina, junto con la marcada competencia a la implantación en la Unión Europea y los estrechos vínculos culturales e idiomáticos, determinaron la preferencia inversora de estas empresas por Latinoamérica.

Al tiempo, la empresa española, inicialmente las grandes compañías y bajo su arrastre posteriormente las Pymes, han afrontado la internacionalización en unas relativamente favorables condiciones de solvencia económica y con determinadas ventajas competi-

vas que les han permitido posicionarse y consolidarse en el mercado internacional.

Finalmente, la internacionalización de la empresa ha adquirido el rango de prioridad, gracias a la gradual modernización de la gestión empresarial, plasmada en una mayor complejidad estratégica, organizativa y operativa, una creciente mentalidad de gestión internacional, y una importante valoración de la formación y la innovación para el éxito de la actividad (Canals, 2004).

### 3. Características de la internacionalización de la empresa española

La internacionalización de la economía española durante las últimas décadas en términos de productos y factores ha tenido su reflejo en la ascendente proyección exterior de nuestro tejido empresarial. Cuantitativamente, el empresariado español ha abordado enérgicamente su expansión internacional. Por otra parte, la perspectiva internacional ha pasado a formar parte relevante de la estrategia de las empresas, como elemento intangible de primer orden. No obstante, nuestra posición en los mercados mundiales aún está significativamente por debajo de la capacidad potencial de la economía española, de ahí la necesidad de continuar con los esfuerzos para ampliar nuestra base exportadora e incorporar la dimensión exterior en la gestión empresarial.

Entre 1999 y 2002, durante cuatro años consecutivos, 31.288 empresas españolas exportaron con regularidad, cifra que representa en torno al 1,2 por 100 y 13 por 100 del total de empresas y del agregado de empresas industriales, respectivamente (Cámaras de Comercio, 2004a). En el mismo período, las compañías que importaron regularmente fueron 39.013, suponiendo el 1,5 por 100 del conjunto de empresas y el 16 por 100 del total de empresas industriales (Cámaras de Comercio, 2004b).

Las empresas que participaron regularmente en el comercio exterior, ya sea exportando o importando, durante el intervalo 1999-2002 ascendieron a 55.320. Esto es, más del 2 por 100 del total de empresas, y prácticamente la cuarta parte de las empresas industriales, tuvieron

**CUADRO 1**  
**INDICADORES BÁSICOS DE LA EMPRESA ESPAÑOLA INTERNACIONALIZADA**

	1997-2000	1998-2001	1999-2002
Número de empresas exportadoras <sup>1</sup> . . . . .	28.743	29.518	31.288
Número de empresas importadoras <sup>1</sup> . . . . .	36.532	37.062	39.013
Número de empresas que simultáneamente exportaron e importaron <sup>1</sup> . . . . .	15.441	15.453	16.242
Número de empresas que exportaron o importaron <sup>1</sup> . . . . .	50.979	52.232	55.320
Exportación media por empresa (miles euros) . . . . .	3.724,8	3.701,7	3.582,9
Exportación media sin las 4 mayores exportadoras (miles euros) . . . . .	3.283,8	3.291,8	3.177,6
Importación media por empresa (miles euros) . . . . .	4.060,1	3.997,3	3.756,5
Importación media sin las 4 mayores importadoras (miles euros) . . . . .	3.593,3	3.590,9	3.380,7
Grado de concentración en las 4 mayores exportadoras <sup>2</sup> . . . . .	11,9	11,1	11,3
Grado de concentración en las 4 mayores importadoras <sup>2</sup> . . . . .	11,5	10,2	10,0
Número total empresas exportadoras sobre total empresas (%) . . . . .	1,1	1,2	1,2
Número total empresas importadoras sobre total empresas (%) . . . . .	1,5	1,4	1,5
Número total empresas exportadoras e importadoras sobre total empresas (%) . . . . .	0,6	0,6	0,6
Número total empresas exportadoras o importadoras sobre total empresas (%) . . . . .	2,0	2,0	2,1
Número total empresas exportadoras sobre total empresas industriales (%) . . . . .	11,9	12,3	12,9
Número total empresas importadoras sobre total empresas industriales (%) . . . . .	15,2	15,4	16,0
Número total empresas exportadoras e importadoras sobre total empresas industriales (%) . . . . .	6,4	6,4	6,7
Número total empresas exportadoras o importadoras sobre total empresas industriales (%) . . . . .	21,2	21,7	22,8

NOTAS: <sup>1</sup> Empresas que han realizado exportaciones (importaciones) en cada uno de los cuatro años comprendidos en los períodos analizados.

<sup>2</sup> Peso de las cuatro mayores empresas por valor de exportación (importación) en el total de exportaciones (importaciones).

FUENTE: Cámaras de Comercio, 2004a; Cámaras de Comercio, 2004b; y DE LUCIO y MÍNGUEZ, 2004.

relación comercial con los mercados exteriores en el período. Las compañías españolas más integradas en los circuitos comerciales internacionales, simultaneando importaciones y exportaciones durante todos y cada uno de los años comprendidos entre 1999 y 2002 se elevaron a 16.242 (De Lucio y Mínguez, 2004).

Desde el año 1997, las cifras mencionadas han mostrado un perfil ascendente (Cuadro 1), incrementándose el número de empresas españolas que exportaron y/o importaron con regularidad, avalando la progresiva internacionalización de nuestro tejido empresarial. Las Cámaras de Comercio han contribuido activamente a esta creciente presencia internacional de nuestro empresariado, con actuaciones como el Plan de Iniciación a la Promoción Exterior (PIPE 2000). Este programa, impulsado por las Cámaras desde 1995, es un ejemplo de colaboración institucional, al aunar sus esfuerzos las

Cámaras de Comercio, el Consejo Superior de Cámaras, el ICEX, las Comunidades Autónomas y la Unión Europea en la promoción y comercialización exterior de las pequeñas y medianas empresas. Gracias al PIPE 2000, más de 4.000 Pymes españolas habrán comenzado a vender sus productos en los mercados internacionales en 2006.

La paulatina incorporación de la empresa española al comercio exterior ha situado el valor promedio de las exportaciones e importaciones realizadas en una trayectoria levemente descendente. En el año 2002, la exportación media por empresa fue de 3.582.900 euros, por debajo de los 3.756.500 euros correspondientes al promedio importador, cifras en lenta disminución desde 1997. Esta evolución bajista parecería justificada, en cierta medida, por la incorporación gradual de compañías de medianas dimensiones al comercio internacio-

**CUADRO 2**  
**EMPRESAS ESPAÑOLAS EXPORTADORAS E IMPORTADORAS POR PAÍS\*, 1999-2002**

País	Empresas exportadoras	Exportación media (miles €)	% exportadoras totales	País	Empresas importadoras	Importación media (miles €)	% importadoras totales
Portugal . . . . .	10.620	928,4	33,9	Italia . . . . .	13.842	897,0	35,5
Francia . . . . .	10.331	2.036,2	33,0	Francia . . . . .	11.910	1.941,9	30,5
Alemania . . . . .	6.865	1.867,9	21,9	Alemania . . . . .	11.428	2.084,9	29,3
Italia . . . . .	6.111	1.508,6	19,5	Reino Unido . . . . .	6.891	1.314,3	17,7
Reino Unido . . . . .	5.762	1.716,6	18,4	EE UU . . . . .	6.577	841,6	16,9
Andorra . . . . .	5.095	115,6	16,3	Países Bajos . . . . .	5.051	1.008,6	12,9
EE UU . . . . .	4.600	1.023,6	14,7	China . . . . .	4.599	956,0	11,8
Bélgica . . . . .	4.075	649,8	13,0	Portugal . . . . .	4.518	892,7	11,6
Países Bajos . . . . .	4.068	837,6	13,0	Bélgica . . . . .	3.742	940,9	9,6
Suiza . . . . .	2.765	489,8	8,8	Suiza . . . . .	2.377	781,5	6,1
México . . . . .	2.560	593,1	8,2	Taiwan . . . . .	2.250	283,8	5,8
Grecia . . . . .	2.392	507,1	7,6	Japón . . . . .	1.874	1.929,1	4,8
Marruecos . . . . .	2.215	513,9	7,1	Dinamarca . . . . .	1.623	652,4	4,2
Suecia . . . . .	1.970	503,1	6,3	India . . . . .	1.520	462,3	3,9
Austria . . . . .	1.852	507,6	5,9	Suecia . . . . .	1.498	960,8	3,8
Dinamarca . . . . .	1.852	381,9	5,9	Austria . . . . .	1.448	760,7	3,7
Chile . . . . .	1.610	175,4	5,1	Corea del Sur . . . . .	1.231	1.378,1	3,2
Israel . . . . .	1.548	282,7	4,9	Indonesia . . . . .	883	1.159,7	2,3
Japón . . . . .	1.525	529,2	4,9	Tailandia . . . . .	825	698,6	2,1
Polonia . . . . .	1.516	582,0	4,8	Finlandia . . . . .	761	1.336,2	2,0
Finlandia . . . . .	1.341	265,1	4,3	Brasil . . . . .	743	1.381,6	1,9
Irlanda . . . . .	1.324	458,6	4,2	Irlanda . . . . .	738	2.687,7	1,9
Venezuela . . . . .	1.306	191,8	4,2	Hong Kong . . . . .	727	277,1	1,9
Brasil . . . . .	1.298	427,6	4,1	Canadá . . . . .	706	659,6	1,8
Argentina . . . . .	1.226	180,3	3,9	Turquía . . . . .	701	1.211,3	1,8

NOTA: \* Una misma empresa puede exportar/importar hacia/desde varios países.

FUENTE: Cámaras de Comercio, 2004a; Cámaras de Comercio, 2004b.

nal, con la probable rebaja de la cantidad intercambiada por empresa.

Una importante proporción de los volúmenes intercambiados con el exterior aparece concentrada en un reducido número de firmas. El 11,3 por 100 del valor de las exportaciones y el 10 por 100 de las importaciones españolas totales del año 2002 fueron realizadas por cuatro empresas. Esta concentración de los intercambios exteriores en cuatro compañías ha decrecido de modo paulatino desde el año 1997, especialmente en el

ámbito importador, en sintonía con el mayor protagonismo internacional de las Pymes.

El análisis por destinos de nuestras exportaciones revela una intensa concentración de las empresas exportadoras en nuestros países vecinos. Aproximadamente un tercio de las empresas exportadoras españolas regulares, más de 10.000 compañías, del período 1999-2002 vendieron a Portugal, tal y como indica el Cuadro 2, dinámica similar a la registrada con Francia. El caso del país gallo es especialmente destacable, dado que, además de

ser el segundo destino principal de las exportadoras españolas, presenta uno de los mayores valores medios de exportación por empresa, situándose como un cliente de importancia estratégica.

El resto de los 25 destinos prioritarios de las compañías exportadoras españolas revela una importante concentración en países desarrollados y, particularmente, comunitarios. Los principales clientes extracomunitarios de las firmas exportadoras españolas fueron Andorra y Estados Unidos, así como otros destacados países desarrollados (Suiza, Japón) y latinoamericanos.

En el apartado importador, Italia fue el origen preferido por las empresas importadoras españolas, al comprar al país transalpino el 35,5 por 100 del total de importadoras regulares. Al igual que en el apartado exportador, los principales proveedores de las empresas importadoras españolas fueron comunitarios o extracomunitarios desarrollados (Estados Unidos, Suiza, Japón). Destaca la ausencia en las primeras posiciones de los países latinoamericanos (salvo Brasil), dando paso a países emergentes o en desarrollo del continente asiático (China, Taiwan, India, Corea del Sur, Indonesia, Tailandia, Hong Kong).

En este sentido, nuestras empresas y comercio están ausentes de importantes mercados de alto crecimiento y muestran una excesiva concentración (en lo que se refiere a mercados de origen, destino, producción y empresas) y especialmente débil en productos y servicios de bajo valor añadido y ausencia de mercados de elevado crecimiento.

Similar examen al de países se puede realizar por productos<sup>1</sup>. Los intercambios exteriores de España están muy concentrados en un número limitado de mercancías, principalmente bienes intermedios. El mayor número de compañías exportadoras e importadoras intercambió productos comprendidos bajo los epígrafes de Máquinas y aparatos mecánicos, Aparatos y material

eléctricos, y Materias plásticas y sus manufacturas (Cuadro 3), tendencia robustecida desde mediados de los noventa. Asimismo, entre los 25 capítulos con mayor número de empresas internacionalizadas, 17 de ellos ocupan las primeras posiciones del *ranking* tanto de compañías exportadoras como importadoras.

Especial mención merece el capítulo 87, Vehículos automóviles y tractores, destacando tanto por el número de empresas exportadoras (5,6 por 100 del total de exportadoras) e importadoras (5,0 por 100 del total de importadoras) que lleva asociado, como, especialmente, por el valor medio por empresa de sus flujos de comercio exterior. De este modo, se configura como un capítulo estratégico en el comercio exterior español, con una significativa presencia en la estructura de las transacciones internacionales por número de empresas internacionalizadas, y con un elevado valor de los flujos por empresa, aproximadamente cuatro veces superior al promedio nacional.

Descendiendo al detalle regional (Gráfico 4), Cataluña, Madrid y la Comunidad Valenciana son las regiones con una mayor presencia de compañías que realizan intercambios comerciales con el exterior de modo regular.

En definitiva, desde la perspectiva cuantitativa, el tejido empresarial español ha afrontado el proceso de internacionalización positivamente, con incrementos sostenidos en el número de empresas que emprenden y consolidan su expansión hacia nuevos mercados exteriores. Tras esta trayectoria del tejido empresarial internacionalizado se encuentran una serie de cambios experimentados en el seno de la empresa española de carácter intangible.

Desde una perspectiva más reciente, en los últimos años se ha producido un deterioro del sector exterior lo que es equivalente a decir que se ha producido una pérdida de competitividad, entendida ésta como la capacidad de producir y vender en los mercados internacionales (incluido el español). Esta reducción de la capacidad competitiva de nuestra economía se muestra con especial intensidad en lo referente a competitividad-precio, aunque es menos evidente cuando se ana-

<sup>1</sup> La clasificación de productos se corresponde con la Nomenclatura Combinada de la Unión Europea Regl. (CEE) número 2658/87.

CUADRO 3

**EMPRESAS ESPAÑOLAS EXPORTADORAS E IMPORTADORAS POR CAPÍTULO\*, 1999-2002**

Capítulo	Empresas exportadoras	Exportación media (miles €)	% Total	Capítulo	Empresas importadoras	Importación media (miles €)	% Total
84. Máquinas y aparatos mecánicos . . . . .	5.253	1.740,4	16,8	84. Máquinas y aparatos mecánicos	10.869	1.559,0	27,9
85. Aparatos y material eléctricos . . . . .	2.734	2.806,8	8,7	39. Mat. plásticas; sus manufact. . . . .	6.435	663,6	16,5
39. Mat. plásticas; sus manufact. . . . .	2.664	1.362,8	8,5	85. Aparatos y material eléctricos . . . . .	6.028	2.152,8	15,5
94. Muebles, sillas, lámparas . . . . .	2.577	706,2	8,2	90. Aparat. ópticos, medida, médicos	4.019	943,1	10,3
73. Manuf. fundic., hier./acero . . . . .	1.944	1.155,7	6,2	73. Manuf. fundic., hier./acero . . . . .	3.854	505,2	9,9
87. Vehículos automóviles, tractores . . . . .	1.743	14.014,5	5,6	48. Papel, cartón; sus manufact. . . . .	2.730	1.063,0	7,0
08. Frutas/frutos, s/ conserv. . . . .	1.442	2.653,6	4,6	94. Muebles, sillas, lámparas . . . . .	2.591	467,4	6,6
90. Aparat. ópticos, medida, médicos	1.333	982,7	4,3	44. Madera y sus manufacturas . . . . .	2.416	680,5	6,2
64. Calzado; sus partes . . . . .	1.291	1.458,0	4,1	82. Herramient. y cuchill. metálic. . . . .	2.279	254,0	5,8
49. Libros; publicac.; artes gráficas . . . . .	1.213	781,5	3,9	62. Prendas de vestir, no de punto	2.155	1.043,0	5,5
48. Papel, cartón; sus manufact. . . . .	1.191	1.712,2	3,8	49. Libros; publicac.; artes gráficas	2.024	201,8	5,2
69. Productos cerámicos . . . . .	1.097	2.085,3	3,5	87. Vehículos automóviles, tractores	1.964	11.447,8	5,0
07. Legumbres, hortalizas, s/ conserv.	1.039	2.705,9	3,3	40. Caucho y sus manufacturas . . . . .	1.929	960,4	4,9
22. Bebidas todo tipo (exc. zumos) . . . . .	974	1.724,4	3,1	83. Manufact. diversas de metales	1.832	345,1	4,7
62. Prendas de vestir, no de punto . . . . .	929	1.631,9	3,0	42. Manuf. cuero, marroquinería . . . . .	1.825	290,0	4,7
44. Madera y sus manufacturas . . . . .	904	786,0	2,9	61. Prendas de vestir, de punto . . . . .	1.678	1.037,6	4,3
83. Manufact. diversas de metales . . . . .	886	809,7	2,8	38. Otros productos químicos . . . . .	1.627	870,3	4,2
61. Prendas de vestir, de punto . . . . .	772	1.341,4	2,5	96. Manufacturas diversas . . . . .	1.535	204,0	3,9
76. Aluminio y sus manufacturas. . . . .	703	1.537,6	2,2	70. Vidrio y sus manufacturas. . . . .	1.517	468,8	3,9
38. Otros productos químicos . . . . .	702	959,3	2,2	76. Aluminio y sus manufacturas. . . . .	1.494	792,4	3,8
32. Tanino; colorantes; pintura . . . . .	694	1.650,1	2,2	95. Juguetes, juegos, artíc. dep. . . . .	1.395	731,7	3,6
82. Herramient. y cuchill. metálic. . . . .	690	631,1	2,2	32. Tanino; colorantes; pintura . . . . .	1.365	727,2	3,5
68. Manufacturas de piedra, yeso . . . . .	672	1.247,7	2,1	54. Filamentos sintét. o artificiales.	1.343	540,2	3,4
42. Manufact. de cuero, marroquinería	659	532,9	2,1	72. Fundición, hierro y acero. . . . .	1.257	3.345,4	3,2
99. Conjunt. de otros productos . . . . .	654	1.071,9	2,1	03. Pescados, crustáceos, moluscos	1.227	2.718,5	3,1

NOTA: \* Una misma empresa puede exportar/importar de varios capítulos.  
 FUENTE: Cámaras de Comercio, 2004a; Cámaras de Comercio, 2004b.

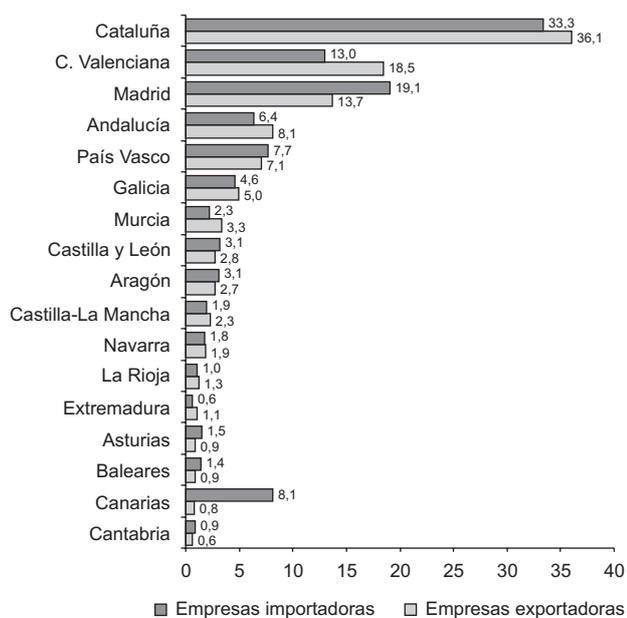
lizan otros factores de competitividad (intensidad en la creación de empresas, evolución de cuotas de mercado, etcétera).

La pérdida de competitividad viene explicada por factores externos, algunos quizás más coyunturales que otros, como por ejemplo el incremento de los precios de las materias primas, la aparición de nuevos competidores globales tanto en productos y servicios como en captación de inversión y o la apreciación del euro. Difícilmente se puede actuar sobre estos determinantes de nuestra posición competitiva en los mercados internacionales, pero si sobre otros factores externos que actúan sobre el sector exterior y la empresa.

Otra serie de factores explicativos tienen un mayor carácter estructural e interno y son tanto de carácter macroeconómico como microeconómico. Estos factores explicativos de la situación actual no son específicos de 2004, sino que ha sido en este año, cuando se han mostrado con mayor intensidad estos elementos que venían deteriorando lentamente la posición competitiva de nuestras empresas en el mercado internacional.

Independientemente, ninguno de los factores identificados justifica por sí solo completamente la situación actual del sector exterior, sino que aporta una parte de la explicación y todos ellos en conjunto conforman un escenario de incertidumbre y riesgo para el crecimiento

**GRÁFICO 4**  
**EMPRESAS INTERNACIONALIZADAS**  
**POR CC AA**  
**(% sobre total)**



FUENTE: Cámaras de Comercio, 2004a; Cámaras de Comercio, 2004b.

y la creación de empleo en nuestro país en un contexto globalizado.

El diferencial de crecimiento de los precios y de los costes laborales unitarios originan una parte del deterioro del sector exterior. Sin embargo, el conjunto más importante de elementos explicativos se concentran en otros componentes de la competitividad, relacionados con la evolución del diferencial de productividad, sobre los que se debe influir en el medio y largo plazo para corregir la evolución de nuestro sector exterior.

En efecto, la economía española presenta un problema importante de capitalización y de escasos niveles de inversión en aspectos tan determinantes para la productividad como el capital físico, humano y tecnológico. Estimular la I+D+i, la formación, la renovación tecnológi-

ca en la empresa y la dotación de infraestructuras públicas son algunos aspectos claves para estimular la competitividad vía factores distintos al precio (España no puede seguir compitiendo vía precio).

Esta situación de desequilibrio exterior, pese a ser sostenible en el corto y medio plazo desde el punto de vista financiero, presenta importantes problemas para el crecimiento y la creación de empleo en el largo plazo. La pertenencia a un área económica con una moneda única y a una elevada concentración de las transacciones comerciales con la zona euro ha paliado los efectos en el corto plazo de este importante desequilibrio pero no podrá ocultar las consecuencias de largo plazo. La economía real está sufriendo y puede sufrir más si la pérdida de competitividad no se corrige.

La internacionalización de la economía española ha facilitado el acceso a los mercados de productos y factores de producción. En el ámbito de los bienes y servicios, la disminución de los costes de transacción en el conjunto de la Unión Europea supone una oportunidad de entrada en nuevos mercados, ampliando igualmente las opciones de aprovisionamiento. Pero al tiempo, las compañías españolas deben enfrentarse a nuevos competidores en su mercado local. Por lo tanto, la internacionalización ha empujado a las empresas a adaptar su modelo de negocio a las nuevas características del mercado, más amplio, concurrido y diverso.

Desde la vertiente de los factores de producción, la internacionalización favorece un acceso más amplio y económico a capitales exteriores, al tiempo que el empleo de mano de obra foránea es una realidad incuestionable en la empresa española.

Ante estas dinámicas, las compañías españolas están modernizando su estrategia, gestión y modelo productivo (Canals, 2004). Esta renovación supone aumentar la flexibilidad y complejidad de las empresas, tanto organizativa como operativa, potenciando la relevancia de la tecnología, la formación, la valoración de las diferencias, el logro de economías de escala, la coordinación interna y la cooperación interempresarial. Circunstancias todas ellas que redundan en la necesaria mejora

de la eficiencia en el nuevo escenario mundial (Bernard y Jensen, 1999).

Pero el mayor avance, sin duda, es la aceptación creciente del hecho internacional en la mentalidad de los empresarios españoles. Se trata de un activo intangible esencial para toda compañía que pretenda, al menos, preservar su capacidad competitiva.

#### 4. Los retos futuros de la empresa española en el escenario mundial

En este contexto, la prioridad de la empresa española en el futuro inmediato pasa por consolidar la mentalidad internacional en la estrategia, gestión y operativa empresarial. Avanzar, en un entorno más competitivo y extenso, en la modernización de las compañías, es tarea ineludible para aumentar su eficiencia, asentar su posición internacional y diversificar adecuadamente sus mercados y productos.

El avance en la internacionalización del tejido empresarial español queda parcialmente contrarrestado por la limitada probabilidad de exportar (porcentaje de exportadoras sobre el total de empresas), las reducidas dimensiones de las compañías, o la moderada propensión de las exportaciones (porcentaje del valor de las exportaciones sobre la facturación total de la empresa). A ello se añade la insuficiente regularidad en la actividad exportadora, esto es, una importante proporción de compañías que comienzan a operar en mercados internacionales, alrededor de dos tercios, abandonan dichos intercambios durante el siguiente ejercicio (De Lucio y Mínguez, 2004). Las empresas españolas deben corregir estas tendencias, aprovechando la experiencia internacional y el aprendizaje rentabilizando los insustituibles activos intangibles adquiridos. Los costes empresariales y sociales en términos de competitividad, riqueza y empleo, de no profundizar en el proceso de internacionalización, son muy elevados. El tejido empresarial español ha demostrado una elevada capacidad para gestionar los procesos de apertura e internacionalización. Las condiciones actuales tanto microeconómicas

(rentabilidad, costes financieros y de nuevas tecnologías, por ejemplo) como macroeconómicas (avance de la apertura en los mercados, crecimiento mundial, etcétera) son favorables. No perseverar en la internacionalización y corregir las tendencias antes mencionadas supondría desaprovechar una oportunidad empresarial y un desplazamiento del país en el contexto mundial.

Al tiempo, la participación de las pequeñas y medianas empresas en las transacciones internacionales resulta sumamente limitada, importante obstáculo para la obtención de los potenciales niveles de bienestar y desarrollo de la economía española (Wagner, 2002; Nuortila, 2005). Figuras asociativas como los consorcios de exportación o los acuerdos de cooperación comercial, podrían contrarrestar las debilidades propias de las pymes en el acceso a los mercados exteriores.

Especial atención merece el factor humano en el éxito de la experiencia internacional. Las actitudes, tanto del equipo directivo como del conjunto de la plantilla, hacia la internacionalización y las aptitudes, naturales o adquiridas, para los negocios exteriores son cualidades determinantes para la obtención de resultados positivos. Estas circunstancias ponen de relieve la importancia de la motivación y formación específica en materia internacional, como argumento indispensable tanto en el seno de la empresa como en el conjunto del sistema educativo.

El comercio exterior español aparece excesivamente concentrado en un número reducido de países y productos, resultado de nuestra integración en la Unión Europea, la proximidad de los principales socios y las especializaciones intrasectoriales (Requeijo, 2003). Esta aglutinación de los intercambios supone una fuente de riesgo, dependiendo más de la mitad de los flujos comerciales de la coyuntura de un escaso número de mercados. Por tanto, el sector exportador español debe diversificar su oferta, avanzando en la diferenciación de las producciones, incrementando los esfuerzos en innovación y fomentando la especialización en bienes de elevado valor añadido y alta intensidad tecnológica.

España dispone de una destacada oportunidad en el ámbito del comercio internacional de servicios, aprovechando su dilatada experiencia en una actividad terciaria como es el turismo. Este hecho, unido a las renovadas posibilidades que proporcionan los avances tecnológicos y la liberalización de los mercados, favorecerían el impulso de los intercambios exteriores españoles de determinados servicios, tales como financieros, informáticos, de construcción o avanzados a empresas.

El fenómeno de la deslocalización plantea otro notable reto a la economía española en el contexto mundial. La deslocalización, multilocalización o fragmentación productiva supone la ubicación de determinadas partes de la producción en lugares con ciertas ventajas en términos de costes, dotaciones o externalidades, con el fin último de mejorar la rentabilidad y competitividad de las empresas. A pesar de las consecuencias negativas de este acontecimiento, la multilocalización no debe ser afrontada como un problema, sino como una oportunidad real para ganar globalmente en eficiencia y competitividad. Se trata de un proceso normal de desarrollo por el que las economías inicialmente captan un tipo de inversión que con el progreso deja de ser rentable dejando paso a otras actividades de mayor valor añadido. España ha basado su desarrollo en la captación de inversión y, posteriormente y de manera simultánea, en su capacidad de invertir en el exterior. Detrás de los procesos de inversión existe uno de permanente renovación y mejora en lo relativo a los destinos de la misma. Por ello, las empresas españolas, más allá de la internacionalización estrictamente comercial, han de tener disposición para invertir directamente en el exterior. Con ello, reducirán sus costes marginales de producción, aumentando sus beneficios, mejorando su posición competitiva y generando nuevos estímulos para innovar. A medio plazo, esta dinámica tendrá impactos positivos sobre el crecimiento y el empleo de España, compensando los efectos perniciosos producidos a corto plazo sobre determinados segmentos de trabajadores.

En última instancia, las empresas españolas deben seguir modernizándose, reduciendo sus significativos

déficit en aspectos clave para la mejora de la competitividad y ampliando su capacidad de expansión exterior. El retraso en las dotaciones tecnológicas, las reducidas magnitudes de las inversiones en Innovación, Investigación y Desarrollo, la lenta utilización de Nuevas Tecnologías, las carencias en las aptitudes y actitudes hacia los procesos de internacionalización, o el reducido tamaño de las compañías españolas, entre otros, son lastres cuya liberación se antoja crucial para mejorar la competitividad de los bienes y servicios ofrecidos, tanto en el escenario internacional como en el mercado doméstico.

Las Instituciones pueden desempeñar un destacado papel en la expansión exterior del empresario español. La disposición de unas adecuadas infraestructuras de transporte y comunicaciones, el mantenimiento de un entorno estable con unas políticas macroeconómicas correctas, la proyección de una imagen país positiva, la apuesta por la mejora continua en el nivel tecnológico, la formación específica enfocada hacia la motivación y estímulo de la actividad internacional o el apoyo logístico al tejido internacionalizado, entre otras, son medidas directamente vinculadas a las políticas aplicadas por los diferentes organismos. Estos apoyos institucionales de diversa naturaleza contribuyen indiscutiblemente a acelerar y consolidar las fases del proceso de internacionalización de la empresa española. Completar, optimizar y aprovechar las sinergias de la Administración Central, Comunidades Autónomas, Cámaras de Comercio y demás instituciones con competencias en el ámbito de la promoción exterior debe ocupar un espacio privilegiado en la agenda económica a corto plazo.

## 5. Conclusiones

La paulatina internacionalización de la economía española ha sido el común denominador desde el último cuarto del siglo XX, circunstancia favorecida por la progresiva liberalización de los mercados de bienes, servicios y factores de producción y por la integración en el proyecto comunitario.

La empresa española ha jugado un papel crucial en el proceso, transformando gradualmente su estrategia, gestión y operativa hacia formas de negocio más modernas, eficientes y, en definitiva, competitivas a nivel internacional. El número de compañías españolas que realizan operaciones de comercio exterior ha crecido incesantemente, adquiriendo los aspectos internacionales el rango de activo intangible de primer orden para la empresa.

El empresariado español ha logrado, en un período reducido de tiempo, superar buena parte de las trabas que encontraba en su apertura internacional, sobreponiéndose a las dificultades propias de la tradición proteccionista heredada y a la consecuente escasa experiencia y capacidad para enfrentarse a la concurrencia exterior. No obstante, aún persisten importantes carencias en materia tecnológica, estratégica o de recursos humanos que impiden alcanzar la potencial expansión exterior de una economía como la española.

En el escenario futuro, la competencia a escala mundial se acentuará, de suerte que los retos inmediatos del conjunto de la economía española, y de las empresas en particular, necesariamente deberán centrarse en el ámbito internacional. Estos cometidos pasan por fomentar el acceso a los mercados internacionales, diversificando geográfica y sectorialmente nuestro comercio exterior, adquiriendo experiencia y aprendizaje, impulsando la salida de las Pymes, mejorando las capacidades humanas y tecnológicas eminentemente internacionales y, en definitiva, aumentando la base de compañías internacionalizadas regulares de nuestra economía.

La consolidación de esta cultura internacional en el seno de la empresa española, con unas capacidades y percepciones favorables para las transacciones exteriores, es un desafío prioritario de nuestra economía, como vía para la mejora del desarrollo y bienestar colectivo.

### Referencias bibliográficas

- [1] BERNARD, A. B. y JENSEN, J. B. (1999): «Exceptional exporter performance: cause, effect, or both?», *Journal of International Economics* número 47, páginas 1-25, Madison.
- [2] CÁMARAS DE COMERCIO (2004a): *La empresa exportadora española. 1997-2002*, 1.ª edición, Madrid, Ed. Cámaras de Comercio ([www.camaras.org](http://www.camaras.org)).
- [3] CÁMARAS DE COMERCIO (2004b): *La empresa importadora española. 1997-2002*, 1.ª edición, Madrid, Ed. Cámaras de Comercio ([www.camaras.org](http://www.camaras.org)).
- [4] CANALS, J. (2004): «La internacionalización de la empresa española», *Papeles de Economía Española*, número 100, volumen 2, páginas 249-263, Madrid.
- [5] DE LUCIO FERNÁNDEZ, J.J. y MÍNGUEZ FUENTES, R. (2004): «La empresa española internacionalizada: una aproximación regional», *Comunicaciones del Congreso de la Asociación Española de Ciencia Regional (XXX Reunión de Estudios Regionales)*, 18-19 de noviembre de 2004, páginas 1-30, Barcelona.
- [6] NUORTILA, K. (2005): «External Trade by Activities and Size-classes of Enterprises», *Eurostat Working Papers and Studies 2005*, páginas 1-14, Luxemburgo.
- [7] REQUEIJO GONZÁLEZ, J. (2003): «La internacionalización de la economía española», *Información Comercial Española. Revista de Economía*, número 811, diciembre, páginas 97-111, Madrid.
- [8] WAGNER, J. (2002): «Unobserved Firm Heterogeneity and the Size-exports Nexus: Evidence from German Panel Data», *HWWA Discussion Paper*, número 194, páginas 1-14, Hamburgo.