



La internacionalización en la base de la pirámide empresarial española: análisis y propuestas

Ramón Xifré Oliva

Documento de trabajo 189/2014



Ramón Xifré Oliva


Profesor titular en la Escuela Superior de Comercio Internacional (ESCI-UPF), centro adscrito a la Universitat Pompeu Fabra, e investigador en el Centro Sector Público-Sector Privado del IESE. Colabora con el Banco Central Europeo en su grupo de investigación sobre la competitividad de la zona euro (CompNet). Ha dirigido numerosos proyectos de investigación centrados en las políticas económicas de fomento de la competitividad, como la internacionalización, la innovación y el dinamismo empresarial, en España y en la Unión Europea. Desempeñó el puesto de vocal asesor en la Oficina Económica del Presidente del Gobierno entre enero de 2009 y diciembre de 2011 y, en esa función, representó al Gobierno de España ante la Comisión Europea, el Fondo Monetario Internacional y la OCDE en cuestiones relacionadas con estas políticas. Ha sido miembro del consejo de administración del ICEX. Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universitat Pompeu Fabra, máster en Economía y Filosofía por la London School of Economics, investigador predoctoral Marie Curie en la Universidad de Múnich (LMU) y doctor en Economía por la Universidad Carlos III de Madrid.

Agradezco los valiosos comentarios de Pelayo Corella, de Mercè Roca y de un evaluador anónimo.
Noviembre de 2014

Ninguna parte ni la totalidad de este documento puede ser reproducida, grabada o transmitida en forma alguna ni por cualquier procedimiento, ya sea electrónico, mecánico, reprográfico, magnético o cualquier otro, sin autorización previa y por escrito de la Fundación Alternativas.

© Fundación Alternativas
© Ramón Xifré Oliva

ISBN: 978-84-15860-37-2
Depósito Legal: M-33959-2014
Edición: Iosu Latorre
Maquetación: Estrella Torrico

Impreso en papel ecológico 

Contenido

Resumen ejecutivo	4
1. Introducción	8
2. Diagnóstico del tejido empresarial español	10
2.1. Demografía empresarial	10
2.1.1. Variables más habituales de la demografía empresarial	10
2.1.2. Empresas de alto crecimiento	15
2.2. El desarrollo empresarial	17
2.2.1. Las implicaciones del tamaño empresarial	17
2.2.2. Obstáculos al desarrollo empresarial	18
3. El proceso de internacionalización de la empresa española	22
3.1. Descripción básica y análisis estructural	22
3.2. Exportaciones, competitividad y empleo	27
3.2.1. Competitividad y exportaciones	27
3.2.2. Elasticidad exportaciones-empleo	32
4. Revisión de políticas de apoyo a la internacionalización de la base de la pirámide empresarial	36
4.1. La situación en España: el ICEX y otros agentes	36
4.2. Mejores prácticas internacionales	38
5. Propuestas	44
Bibliografía	50
Índice de gráficos y tablas	53

Siglas y abreviaturas

IEF Instituto de la Empresa Familiar

OCDE Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos

PIB Producto interior bruto

TIC Tecnologías de la información y comunicación

UE Unión Europea

La internacionalización en la base de la pirámide empresarial española: análisis y propuestas

Ramón Xifré Oliva

El objetivo de este trabajo es arrojar luz sobre los procesos de internacionalización a los que se enfrentan las empresas españolas de reducida dimensión, lo que se conoce como la “base de la pirámide” de la estructura empresarial española, y proponer medidas para impulsarlas. El estudio de la cuestión parece pertinente por dos motivos. Por un lado, las empresas de reducida dimensión representan una parte desproporcionadamente alta del tejido productivo en España en comparación con otros países de nuestro entorno. Por otro, la superación de la crisis económica y la regeneración de nuestro modelo productivo se sustentan, claramente, en la internacionalización. Estudiar la internacionalización de las pequeñas empresas españolas parece, por tanto, doblemente relevante.

En primer lugar, el trabajo realiza una descripción de la estructura empresarial española. Con este ejercicio se comprueba que una de las principales debilidades económicas de España se debe a la confluencia de dos factores: un gran número de empresas de reducida dimensión y una menor productividad aparente de ellas, siempre en términos relativos al resto de las principales economías de la Unión Europea (UE). Además, el número de empresas de alto crecimiento, un factor clave para la competitividad de un país y para dinamizar el entramado empresarial en su conjunto, es particularmente bajo. Después de revisar las implicaciones del tamaño empresarial, esta sección concluye con un repaso de las principales barreras que se interponen al desarrollo empresarial en España:

- Falta de financiación.
- Entorno económico poco propenso.
- Modelos de gestión poco innovadores y baja intensidad tecnológica.
- Lagunas en materia de inteligencia económica.

- Sistema educativo alejado del emprendimiento.
- Falta de personal adecuado para participar en procesos de crecimiento rápido.

Abordar estos problemas, junto con estrategias específicas para estimular el crecimiento rápido de las empresas, es un prerequisite indispensable para que las empresas españolas en la base de la pirámide estén en condiciones de afrontar con éxito sus respectivas trayectorias de internacionalización.

Seguidamente, el documento realiza un análisis del proceso de internacionalización que ha vivido la economía española y sus empresas desde un punto de vista estructural. En primer lugar, el crecimiento en exportaciones de España desde el año 2000 ha sido muy notable, prácticamente de la misma intensidad relativa que en Alemania, el primer país exportador de la UE. No obstante, y en este caso en contraste con el caso alemán, España presenta graves debilidades en su patrón exportador, como son, incluso en los mejores momentos del auge exportador actual, un persistente déficit en la balanza de exportaciones de bienes. A continuación se profundiza en el análisis de ciertas propiedades particulares del proceso exportador español a partir de la información macroeconómica disponible. Se presentan dos resultados: en primer lugar, la expansión de las exportaciones españolas se ha producido de forma paralela a un *aumento* de los precios de los productos exportados (en términos *relativos* a los productos del resto de países de la UE y tomando en consideración solo el comportamiento *agregado* de esta rúbrica). Este hecho puede tener importantes implicaciones desde un punto de vista de la gestión empresarial del proceso exportador, ya que apunta a que la expansión del comercio español se ha realizado, principalmente, compitiendo en los segmentos altos del mercado, buscando argumentos de calidad en sentido amplio (variedad, diseño, servicios posventa, innovaciones en producto) más que las ventajas de competir en costes bajos.

El segundo resultado establece una conexión entre el aumento de las exportaciones y la reducción del empleo en el sector industrial. Esta asociación se observa para el caso de Alemania entre los años 2000 y 2010, y, para el caso de España, a partir del año 2010. En el caso español, para obtener resultados más robustos, se estudia este fenómeno de forma desagregada por ramas de actividad y se comprueba que la relación negativa entre exportación y empleo se mantiene a nivel individual para la mayoría de sectores manufactureros entre 2009 y 2013, único período para el cual se puede realizar la comprobación. Dado que, por otro lado, tanto los modelos teóricos como lo que conocemos a partir de los datos de empresa sugieren que la exportación es un motor clave para la rentabilidad y el crecimiento de la empresa, la relación negativa entre exportaciones y empleo industrial sugiere que los procesos exportadores exitosos en una empresa pueden contribuir a agravar la situación de otras empresas en la misma industria, quizá por ser menos productivas o desaventajadas en algún otro sentido. En este caso, las implicaciones no son tanto para la gestión empresarial, sino para las políticas públicas, ya que se advierte que una expansión de la internacionalización en una parte de la economía puede repercutir negativamente en otras y, por lo tanto, son necesarias políticas de paliación de daños y de mejora horizontal de la competitividad.

A continuación, el trabajo adopta un tono normativo y un enfoque más cercano a la gestión empresarial, y trata de revisar las principales mejores prácticas internacionales en materia de promoción de la exportación para la PYME de reducida dimensión. A tal efecto, la exposición se basa en la importante labor de síntesis que ha realizado la Comisión Europea, y se destilan cinco ejes básicos de actuación:

- El apoyo debe adaptarse al carácter dinámico de los obstáculos del proceso.
- Es preferible ofrecer servicios individualizados y personalizados para cada empresa.

- Es conveniente que las microempresas trabajen en red, incluyendo alianzas y acuerdos a medio plazo con grandes empresas que actúan como “clientes exigentes” y mentoras.
- La internacionalización se debe tratar como una parte de la competitividad global de la empresa.
- Para las empresas de reducida dimensión, es muy interesante hacer uso intensivo de las tecnologías de la información y comunicación por su buena relación coste/efectividad.

Finalmente, el documento concluye con ocho propuestas de actuación para estimular la internacionalización en la base de la pirámide empresarial española. Estas recomendaciones proceden de la síntesis de las mejores prácticas para estimular la internacionalización y del estudio de los obstáculos detectados para el desarrollo empresarial. De hecho, la idea fundamental e hilo conductor de las recomendaciones es, precisamente, intentar que la base empresarial española progrese simultáneamente en ambas dimensiones, aumente de tamaño y avance en su proceso de internacionalización, ya que ambos procesos se alimentan recíprocamente.

Las medidas propuestas son las siguientes:

- Plan de crecimiento empresarial.
- Redes de sensibilización para la internacionalización.
- Programa de visión empresarial internacional.
- Oficina de inteligencia económica de España.
- Plan de alianzas entre empresas.
- Servicios de financiación personalizados y especializados.
- Plan de capacitación para la exportación.
- Programa de excelencia competitiva: exportación, innovación y competitividad.

1 ○ Introducción

La crisis económica y financiera mundial que irrumpió con fuerza a finales de 2008 ha tenido efectos devastadores para el tejido económico y el empleo en España. De hecho, la tímida recuperación posterior está muy lejos de conseguir alcanzar los niveles de actividad, empleo y bienestar que se conocieron a principios del siglo XXI y a los que la sociedad desea con ansia volver y, a su tiempo, superar.

Para conseguirlo, hay un consenso amplio en que el modelo económico de crecimiento en España debe cambiar. Para crecer de forma más estable y segura, minimizando el riesgo de futuras crisis y de pérdidas masivas de empleo, la economía española debe equilibrar el peso de los distintos sectores, reduciendo el de la construcción residencial y actividades relacionadas, y apostar, en cambio, por vender más al exterior. Esta es la receta que han seguido los países de nuestro entorno que se han recuperado antes de la crisis y que pueden ofrecer a sus ciudadanos mejores expectativas de progreso económico y social.

Como es obvio, el papel fundamental en este proceso de apertura al exterior le corresponde a las empresas. Por ello, es preciso conocer cuáles son los problemas con los que se encuentran la mayoría de las empresas españolas para mejorar su competitividad e internacionalizarse. El presente estudio pretende contribuir a arrojar luz sobre esta cuestión, teniendo muy en cuenta que la estructura empresarial española es, en términos relativos a la de otros países de la Unión Europea (UE), más abundante en empresas de muy reducida dimensión, lo que se conoce como la “base de la pirámide” empresarial.

Hoy sabemos que, en muchos sentidos, dos empresas pequeñas de dos países distintos se parecen mucho más entre sí que dos empresas de un mismo país, pero de tamaños muy distintos. Los problemas de las empresas pequeñas no son exactamente los mismos que los problemas de las empresas grandes y, por ese motivo, las medidas que benefician a estas no tienen por qué beneficiar a

aquellas. Además, el poder de negociación, e incluso la capacidad de influencia sobre los poderes y organismos públicos, no son los mismos para las empresas que están en la base o en la cúspide de la pirámide empresarial. Todo ello justifica realizar un estudio sobre las barreras y obstáculos específicos a los que se enfrentan las empresas pequeñas para, en primer término, lograr sobrevivir y, a continuación, conseguir internacionalizarse.

La siguiente sección del documento realiza un diagnóstico del tejido empresarial en España y sintetiza los factores que pueden inhibir el crecimiento empresarial. A continuación, la sección 3 repasa el proceso de internacionalización que ha vivido la economía española desde el año 2000 y extrae algunas lecciones en materia de gestión empresarial. La sección 4 revisa un conjunto de mejores prácticas internacionales en apoyo de la internacionalización de las pequeñas empresas. Finalmente, la última sección del documento realiza una síntesis de todo lo anterior y articula ocho propuestas para estimular la internacionalización en la base de la pirámide empresarial española.

2. Diagnóstico del tejido empresarial español

2.1. Demografía empresarial

2.1.1. Variables más habituales de la demografía empresarial

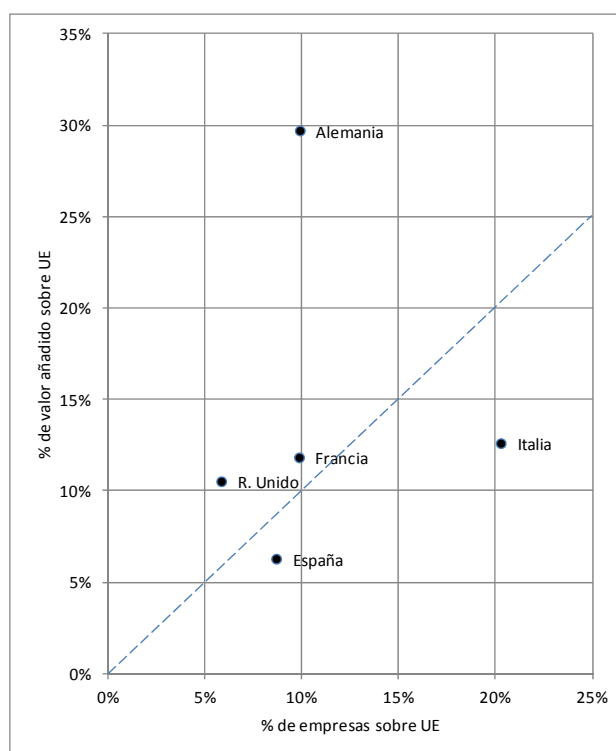
Se dispone en la actualidad de diversos estudios que presentan las principales características del tejido empresarial en España. Por ejemplo, un estudio promovido por el Instituto de la Empresa Familiar (IEF, 2013) revisa las variables básicas de demografía empresarial, como son las altas y bajas de empresas, su tamaño y su crecimiento.

En cuanto a las tasas de creación y destrucción de empresas, España creó empresas (incluyendo tanto personas físicas como jurídicas) en términos netos hasta el año 2007, llegándose al máximo en la creación neta de empresas en el año 2006, cuando el tejido empresarial aumentó en 166.000 empresas. Además, durante el período comprendido entre 1999 y 2007, más del 40% de la creación neta de actividades empresariales se concentró en el sector de la construcción y actividades relacionadas, como las inmobiliarias. A partir de 2008, y hasta el año 2012, la destrucción de empresas superó a la creación, con una reducción de aproximadamente 50.000 unidades/año. El grueso de esta pérdida (cerca del 80%) de tejido empresarial corresponde a la reducción en el número de autónomos (las cifras citadas se obtienen del documento del IEF 2013).

En relación con el tamaño medio de la empresa española, es bien conocido que las empresas españolas tienen en promedio un tamaño relativamente pequeño. El gráfico 1 muestra los últimos datos al respecto, de 2011, para el sector manufacturero. Este gráfico representa, para cada una de las cinco grandes economías de la UE, el número de empresas del sector manufacturero y el valor añadido agregado que dichas empresas generan, en ambos casos como proporción de las cifras totales correspondientes a la UE en su conjunto.

Cuando las empresas industriales de un país tienen, en promedio, un tamaño como el de la media de la UE, el país está representado por un punto en la línea de 45°; cuando las empresas son mayores que el promedio, el punto está por encima; y cuando son menores, por debajo. El gráfico 1 muestra, por tanto, que, mientras que el tamaño medio de una empresa industrial en Alemania es aproximadamente tres veces superior al tamaño medio de las empresas industriales en la UE, las empresas españolas tienen un tamaño medio que se sitúa en cerca del 75% del tamaño promedio de la UE.

Gráfico 1. Valor añadido y número de empresas, en proporción al total de la UE, sector manufacturero, 2011

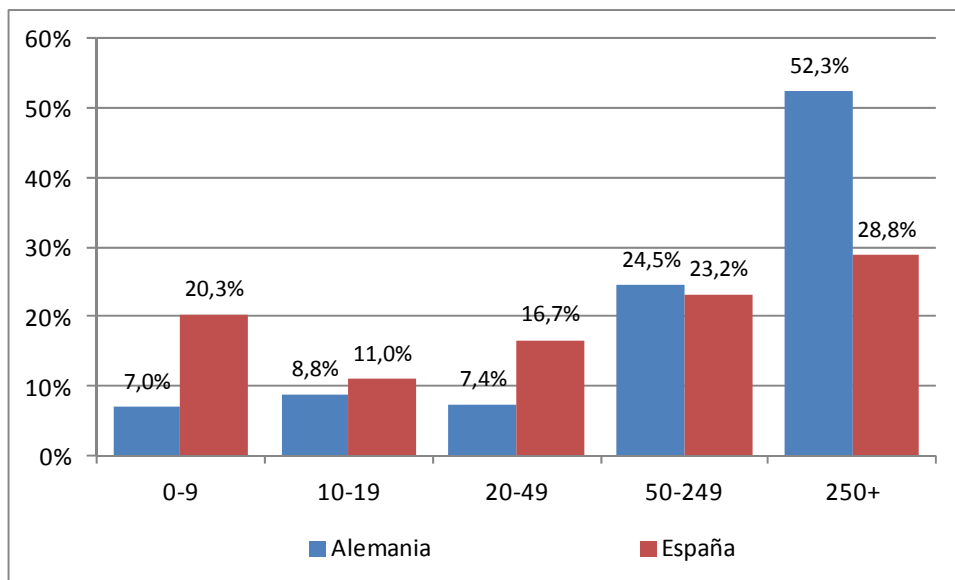


Fuente: Eurostat

Una información más detallada sobre la distribución del tamaño de las empresas se ofrece en los gráficos 2 y 3. El gráfico 2 representa la distribución del empleo en Alemania y España según el tamaño de las empresas, medido por el número en empleados, en el año 2011. Como se puede observar, existen importantes diferencias en las dos distribuciones. Mientras que, en España, las microempresas (empresas con menos de nueve asalariados) emplean al 20% de los trabajadores, en Alemania solo el 7% de los trabajadores trabaja en este tipo de empresas. Por el contrario, en Alemania,

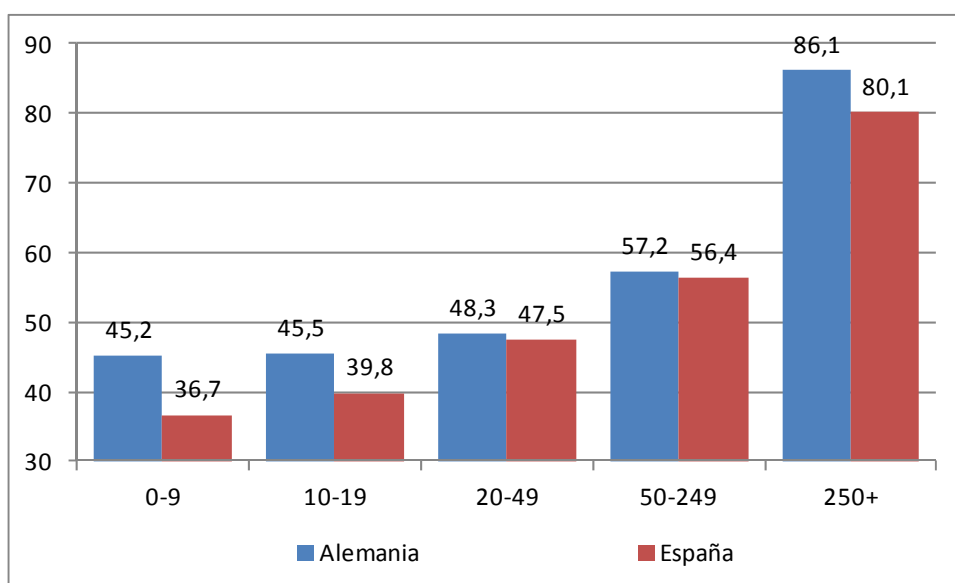
más del 52% de los trabajadores está ocupado en grandes empresas (empresas con más de 250 trabajadores), mientras que en España esa proporción no llega al 29%.

Gráfico 2. Distribución del empleo por tamaño de empresa (número de trabajadores), sector manufacturero, 2011



Fuente: Eurostat

Gráfico 3. Productividad aparente (valor añadido por trabajador en miles de euros) por tamaño de empresa, sector manufacturero, 2011



Fuente: Eurostat

Estas diferencias en la distribución del empleo por tamaño de la empresa son importantes, porque la productividad de las empresas también varía de forma muy importante según su tamaño, como muestra el gráfico 3, que representa la productividad aparente del trabajo (valor añadido generado por empleado, medido en miles de euros) para España y Alemania en 2011 según el tamaño de la empresa, medido por el número de empleados. La diferencia entre las productividades de los dos países es especialmente importante precisamente en las microempresas de menos de 10 trabajadores. La productividad aparente de un trabajador en este tipo de empresas en Alemania es 45.200 euros al año, mientras que en España se sitúa en los 36.500 euros, es decir, prácticamente un 20% menos. Estos resultados sugieren que las diferencias principales entre las productividades de los países residen en las empresas de reducido tamaño y coinciden con lo que presentan Doménech y García (2010), en este caso comparando España y los Estados Unidos.

Las causas que pueden explicar las diferencias en resultados y productividad entre empresas de distintos países son una cuestión compleja en la que intervienen diversos elementos. Para empezar, hay que tener en cuenta los sectores productivos que representan la actividad principal de las empresas, ya que no en todos ellos se da el mismo potencial de creación de valor. Relacionado con ello, también es necesario prestar atención a la intensidad con que se usa el capital y se invierte en I+D+i en distintos sectores, ya que la productividad del trabajo suele ser creciente en esta variable. Desde una perspectiva más empresarial, más adelante se presentan y estudian algunos de los factores que la literatura ha hallado como posibles barreras al desarrollo empresarial, y que, por tanto, pueden explicar, en parte, las carencias del tejido empresarial español.

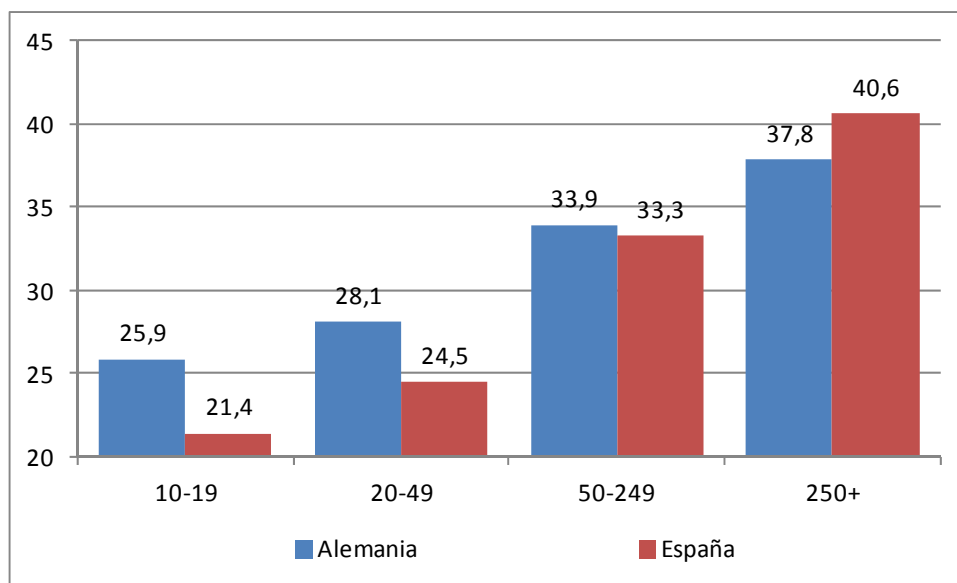
En cualquier caso, la combinación de ambos efectos, una estructura empresarial en España sesgada hacia las microempresas y una menor productividad de las microempresas en España, se ha convertido en uno de los principales problemas que ha sufrido la economía española en los últimos años.

Además, el tamaño reducido de las empresas tiene un efecto directo sobre el grado e intensidad de su proceso de internacionalización. Partiendo de la información contenida en una novedosa base de datos que contiene registros a nivel de empresa

que son comparables hasta cierto punto para las principales economías de la UE (EFIGE), se puede estudiar cómo varían la importancia relativa de las exportaciones en la facturación de la empresa, según el tamaño empresarial y dependiendo del país de la empresa. Los resultados para los casos de España y Alemania se reproducen en el gráfico 4.

Según el análisis Barba Navaretti *et al.* (2010) de la base datos EFIGE, las diferencias en la intensidad de la actividad exterior de las empresas españolas y alemanas son relativamente pequeñas cuando el tamaño de empresa es grande (más de 250 trabajadores). En cambio, para las empresas de menor dimensión recogidas en la muestra de EFIGE (empresas de menos de 20 trabajadores), las empresas alemanas tienen un nivel de actividad exterior significativamente superior al de las españolas.

Gráfico 4. Proporción de la facturación procedente de la exportación, según tamaño de empresa



Fuente: EFIGE en Barba Navaretti *et al.* (2010)

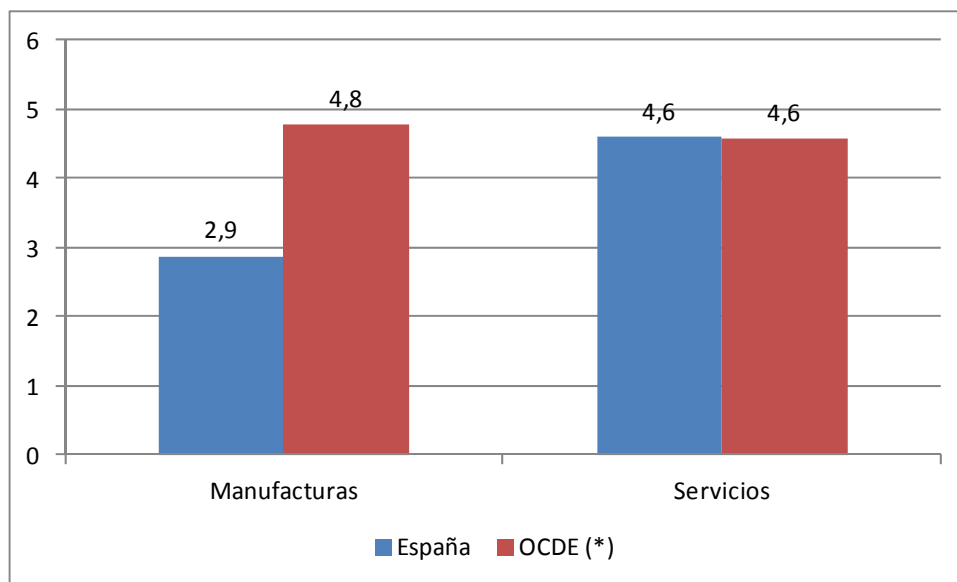
La información procedente de EFIGE está en consonancia con los resultados que obtienen Correa-López y Doménech (2012) a partir de la Encuesta sobre Estrategias Empresariales, que es una base datos más detallada, de fiabilidad y representatividad contrastadas, y referida exclusivamente a las empresas españolas. En particular, Correa-López y Doménech (2012) obtienen que otra medida complementaria de actividad exportadora, el porcentaje de empresas exportadoras, aumenta de forma

importante con el tamaño de la empresa en las empresas de la muestra de la Encuesta sobre Estrategias Empresariales. Así, mientras que aproximadamente un 25% de las empresas españolas de menos de 20 trabajadores exporta, este es el caso en más del 90% de las empresas con un plantilla superior a los 200 trabajadores.

2.1.2. Empresas de alto crecimiento

Relacionado con el punto anterior, otro rasgo específico del tejido empresarial español es la escasa presencia de empresas de alto crecimiento, tanto si este se mide en términos de facturación como de empleo. En este ámbito, la información estadística no es homogénea para todos los países desarrollados y, de hecho, se dispone de muy pocos datos comparables. Según la definición de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), se considera empresa de alto crecimiento aquella que, teniendo 10 o más trabajadores, registra, bien en empleo bien en facturación, tasas de crecimiento anuales superiores al 20% durante tres años consecutivos.

Gráfico 5. Proporción de empresas de alto crecimiento, según el criterio de empleo, 2008



Fuente: OCDE

* Países miembros de la OCDE para los cuales hay datos disponibles.

Según los datos de la OCDE, en España, la proporción de empresas de alto crecimiento se situaba en un 2,8% del total para los sectores de las manufacturas, que son los más relevantes como base de la exportación, y del 4,6% para los sectores de servicios (Gráfico 5). Estas cifras representan, en cuanto a manufacturas, dos puntos menos que la media de los países de la OCDE para los que se dispone de datos, y coinciden con la media en lo relativo a servicios, una rúbrica que en España está dominada por actividades relacionadas con la restauración, el turismo y el comercio minorista.

Según las investigaciones más recientes, pequeñas diferencias en la proporción de empresas de rápido crecimiento pueden ser muy relevantes para explicar el dinamismo del tejido empresarial de un país en su conjunto. Como muestra el estudio de NESTA para el Reino Unido (NESTA 2009), un reducido número de empresas de reducido tamaño, pero de alto crecimiento, ha generado una gran parte de los nuevos puestos de trabajo en ese país y es una fuente importante de la mejora de competitividad para la economía en su conjunto.

En particular, el estudio muestra que el 6% de las empresas del Reino Unido que registraron un mayor crecimiento entre 2002 y 2008 (unas 11.530 empresas, todas mayores de 10 trabajadores) generó el 54% de los nuevos puestos de trabajo en ese período. A pesar de que no existe un patrón regional o sectorial marcado en este tipo de empresas, las empresas de alto crecimiento tienen en común una alta intensidad innovadora y una importante capacidad de creación de externalidades positivas en el resto de la economía. El estudio encuentra también otras características importantes de estas empresas vitales para el tejido empresarial, como que no son, por lo general, empresas de nueva creación, sino que el 70% de ellas tiene por lo menos cinco años de existencia. Es decir, los estudios realizados en el Reino Unido sugieren que, antes de entrar en la fase de rápido crecimiento, muchas empresas deben superar un período de consolidación de su idea de negocio y estabilización de su actividad principal.

2.2. El desarrollo empresarial

2.2.1. Las implicaciones del tamaño empresarial

Las consecuencias económicas, tanto a nivel micro- como macroeconómico, de una estructura empresarial donde predominan empresas de pequeño tamaño son claras. Para un análisis detallado de la cuestión en el caso de España, se puede consultar el estudio monográfico del IEF (2013); para un diagnóstico de la situación en la UE, se puede recurrir a Rubini *et al.* (2012); y para una panorámica internacional, a Kumar *et al.* (1999).

En primer lugar, y como se ha visto más arriba, las empresas de reducida dimensión presentan una intensidad exportadora menor que las empresas de tamaño medio y grande. En segundo lugar, las microempresas y pequeñas empresas tienen más dificultades para acceder al crédito bancario y la financiación en general, que es uno de los motores fundamentales para la expansión y la mejora de la competitividad de las empresas. En particular, como muestra Maudos (2014) analizando los datos más recientes del Banco Central Europeo sobre financiación de empresas, es en España donde se dan las mayores diferencias en cuanto a las condiciones de financiación entre las microempresas-pymes y las grandes empresas.

Además, como señalan Kumar *et al.* (1999), las empresas que sirven a mercados mayores tienden a ser de mayor tamaño y, a nivel sectorial, aquellos sectores que son intensivos en capital pagan salarios relativamente altos y en los que se realizan inversiones en I+D intensas tienen empresas más grandes. Cabe añadir a todos estos factores asociados al tamaño y que mejoran la competitividad de la empresa otro hecho de gran importancia. En términos generales, las empresas de mayor tamaño cuentan con mayores posibilidades de formación de sus empleados, ya que, por un lado, suelen disponer de departamentos internos que pueden preparar, o se ocupan de buscar externamente, esa formación especializada; y, por otro, una plantilla elevada permite que se realicen sustituciones del personal que recibe formación y que esta se realice en horario laboral.

De hecho, todas estas dificultades se retroalimentan y pueden acabar generando “trampas de tamaño” a las empresas de reducida dimensión, en la cual la insuficiente escala de sus operaciones les imposibilita el acceso a mayores recursos (financieros, humanos, etc.), lo cual, a su vez, reduce su competitividad y sus posibilidades de expansión (Rubini *et al.*, 2012). Por ello, es preciso estudiar con detalle los obstáculos al crecimiento empresarial.

2.2.2. Obstáculos al desarrollo empresarial

Se pueden distinguir diversos factores que limitan el crecimiento y el desarrollo empresarial. Por un lado, la OCDE (2007) ha establecido cinco tipos de barreras al desarrollo empresarial, que son comúnmente aceptadas como válidas para la mayoría de países. Por otro lado, el estudio del IEF (2013) aporta información sobre los factores específicos que pueden dificultar el desarrollo del dinamismo empresarial en España. Finalmente, los trabajos sobre las empresas de alto crecimiento (NESTA 2011) ponen de manifiesto algunos obstáculos que son idiosincráticos para el desarrollo de este tipo de empresas, que, como hemos visto, desempeñan un papel clave en la competitividad del tejido empresarial.

Una síntesis de estas fuentes, junto con referencias adicionales, permite caracterizar los siguientes factores inhibidores de la iniciativa emprendedora y del desarrollo empresarial en España:

- **Financiación/liquidez.** El acceso de las empresas al crédito y un entorno financiero estable es una condición imprescindible para su nacimiento y, especialmente, para su crecimiento. En España, así como en otros países del sur de Europa, la mayor parte de la financiación empresarial procede de las entidades financieras. Por ello es especialmente relevante el hecho de que, según los últimos datos, la financiación bancaria está fuertemente racionada para las pymes españolas (para mayor detalle, Maudos, 2014). Además, para estimular el dinamismo empresarial son necesarios ciertos instrumentos específicos de financiación, como el “capital riesgo” o el “capital semilla”, que no están presentes, o no están suficientemente desarrollados, en España (Arce *et al.*, 2011).

- **Regulación y entorno económico.** Otro de los factores que a menudo limitan el desarrollo empresarial es la excesiva regulación económica o regulaciones económicas, que son ineficientes. Los expertos coinciden en que el cumplimiento de las obligaciones administrativas tiene un coste desproporcionadamente mayor para las empresas pequeñas, que suelen estar infradotadas de personal técnico especializado capaz de resolver las incidencias con los distintos niveles y funciones de la administración pública. A este respecto es muy revelador el trabajo de Almunia y López-Rodríguez (2014) en relación con el impacto de las obligaciones tributarias en el tamaño de las empresas. Estos autores documentan cómo en España, donde el umbral de seis millones de euros de facturación determina que una empresa pasa a ser objeto de una atención especial por parte de las autoridades tributarias, se produce una acumulación –estadísticamente inexplicable– de empresas en importes de facturación inmediatamente inferiores a esa cifra de negocios.
- **Tecnología y modelos de gestión.** La falta de recursos necesarios para acceder a la tecnología y la innovación (sea esta de producto, de proceso u organizacional) constituye una de las carencias más importantes de las pequeñas empresas, que las sitúa en inferioridad de condiciones con respecto a empresas de mayor tamaño. En parte, esta debilidad deriva directamente de la falta de recursos económicos y financieros a disposición de las microempresas (véase Cotec 2014 para una visión panorámica de la situación de la innovación en las pymes españolas), pero en muchos casos se trata de un problema previo a la falta de recursos. A menudo, los gestores y directivos de la microempresa se concentran en la supervivencia en el corto plazo y la innovación no es una prioridad y no forma parte de la cultura corporativa. Como muestra de ello, por ejemplo, Bloom *et al.* (2012) demuestran que las empresas multinacionales norteamericanas son más productivas en Europa que el resto de las multinacionales (incluyendo las europeas), y atribuyen esta ventaja a un adecuado uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC). Esta superioridad se produce incluso cuando una empresa norteamericana compra una empresa de un país europeo e implanta allí sus modelos de gestión.

- **Inteligencia económica y acceso a los mercados.** Otro factor que distingue a las empresas según su tamaño es que, mientras que las grandes empresas tienen a su disposición abundantes fuentes de inteligencia económica estratégica que les permiten identificar, e incluso penetrar con más facilidad, en sus mercados objetivo (tanto domésticos como internacionales), las empresas de reducida dimensión muchas veces no tienen otro remedio que recurrir a los servicios de información, necesariamente generalista, que les prestan los diferentes agentes de apoyo a la competitividad y la internacionalización, sea a nivel central, autonómico, cameral o mediante asociaciones de empresas. En ese sentido, sorprende que el reciente Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Española 2014-2015 adoptado por el Gobierno no incluya medidas específicas de promoción de la inteligencia económica en España. En el citado Plan Estratégico, la cuestión clave de facilitar a las empresas el acceso a los mercados se sigue abordando de forma menos proactiva que en otros países y, esencialmente, consiste en poner a disposición de las empresas españolas información más o menos pública sobre mercados de destino. Esta información es útil, pero tiene un valor añadido muy inferior a la información específica sobre proyectos, clientes y competidores internacionales que proporcionan otras agencias nacionales de promoción de la internacionalización.
- **Educación y capital humano de los emprendedores.** El estudio del IEF (2013) pone de manifiesto que uno de los obstáculos específicos en España al desarrollo empresarial es el actual estado y configuración del sistema educativo, ya que este desempeña un papel fundamental para transmitir a los futuros emprendedores tanto conocimientos (en finanzas, TIC, lenguas extranjeras, negocios y operaciones internacionales, *marketing*, etc.) como competencias (creatividad, tolerancia al riesgo, aceptación del fracaso, capacidad trabajo en equipo, etc.) clave para desarrollar una actividad emprendedora. Además, existe margen de mejora en todas las etapas del sistema educativo, desde la educación primaria, pasando por la secundaria, la formación profesional y, muy notablemente, la universitaria.

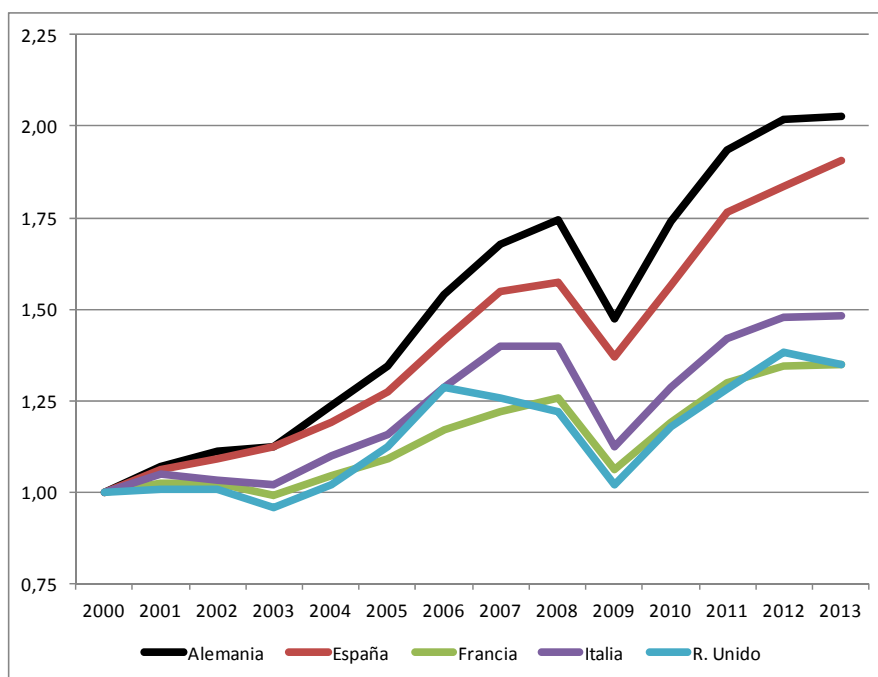
- **Escasez de personal adecuado para abordar un crecimiento rápido.** A partir de los estudios realizados en el Reino Unido (NESTA, 2011), se han identificado obstáculos específicos que afrontan las empresas de alto crecimiento de forma más intensa que el resto de empresas. Las empresas más dinámicas de la economía se encuentran con dificultades especialmente importantes a la hora de encontrar y contratar personal adecuado y compatible con los procesos de rápida expansión, no solo en funciones de gestión y dirección, sino, de forma más amplia, personas que encajen bien en entornos y equipos muy dinámicos donde son muy importantes competencias personales, como la flexibilidad, la capacidad de trabajo en equipo, la delegación y la iniciativa propia.

3. El proceso de internacionalización de la empresa española

3.1. Descripción básica y análisis estructural

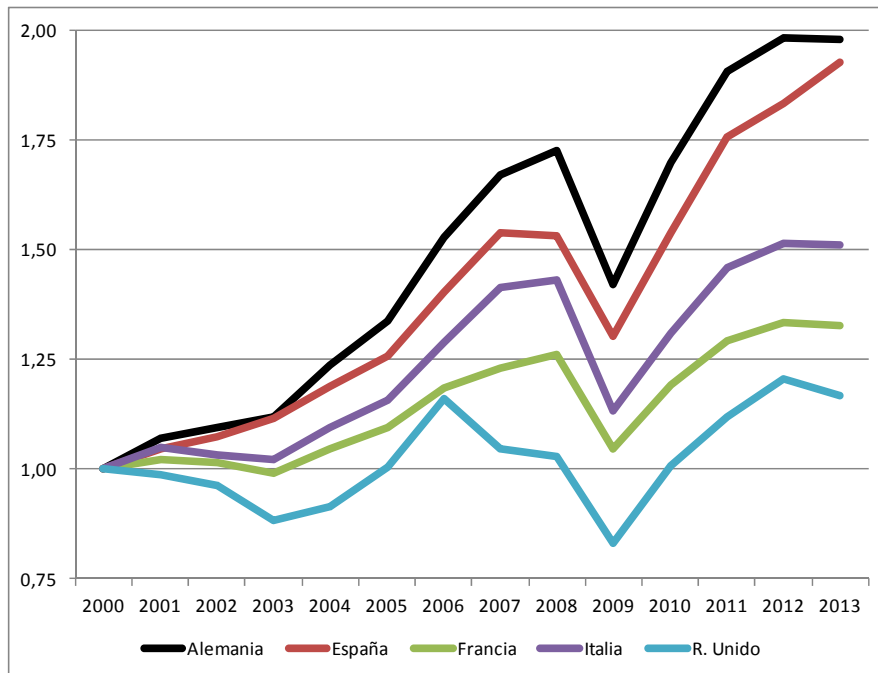
Las exportaciones de bienes y servicios de España crecieron entre el año 2000 y el año 2013 a un ritmo solo comparable, dentro del grupo de las cinco grandes economías de la UE, al de Alemania. Medidas en euros corrientes, las exportaciones españolas prácticamente han doblado su importe durante este período de 14 años (Gráfico 6). Como es bien sabido, las exportaciones de servicios incluyen los gastos que los turistas extranjeros han realizado en España. Ahora bien, incluso excluyendo esta rúbrica y analizando solo las exportaciones de bienes, los rasgos básicos del comportamiento del sector exterior español se mantienen según lo dicho más arriba: prácticamente se ha doblado el importe de sus exportaciones entre 2000 y 2013, lo cual representa un crecimiento solo igualado por Alemania (Gráfico 7).

Gráfico 6. Exportaciones de bienes y servicios al mundo, a precios corrientes, índice del año 2000 = 100



Fuente: Eurostat y elaboración propia

**Gráfico 7. Exportaciones de bienes al mundo,
a precios corrientes, índice del año 2000 = 100**



Fuente: Eurostat y elaboración propia

Con todo, a pesar de estos resultados satisfactorios en materia de exportaciones, el proceso de internacionalización español presenta también limitaciones igualmente importantes.

En primer lugar, y siguiendo el trabajo reciente de Myro (2013), la internacionalización de la economía española adolece de deficiencias estructurales de tres tipos: a) estructura productiva, con un patrón de especialización muy centrado en las manufacturas de intensidad tecnológica baja y media-baja; b) estructura empresarial, ya que, como se ha mostrado más arriba, en España sobreabundan las empresas de pequeño tamaño; y c) estructura geográfica de las exportaciones y la actividad internacional en su conjunto, que todavía están muy centradas en los destinos de la UE.

En segundo lugar, García-Canal (2013) señala debilidades adicionales, como son la caída de las inversiones españolas en el exterior y el alto grado de concentración de las exportaciones en pocas empresas. Más específicamente, con datos referidos a

2012, las ventas exteriores de menos de 5.000 grandes exportadores españoles representaron el 86,6% de las exportaciones totales de España.

Añadiremos aquí otra de las debilidades fundamentales del patrón exportador español, relacionada con la composición de las exportaciones entre bienes y servicios y su contribución al saldo total. El gráfico 8.A representa las exportaciones netas de España (exportaciones menos importaciones) de bienes y de servicios como porcentaje del PIB, y el saldo total, es decir, la suma de estos dos saldos; el gráfico 8.B representa las mismas variables para el caso de Alemania; y la tabla 1 recoge los promedios, para estos dos países, para el período 2000-2013 y los períodos intermedios 2000-2008 y 2009-2013.

Tabla 1. Saldos comerciales (exportaciones netas) como % del PIB

	2000-2013		2000-2008		2009-2013	
	Alemania	España	Alemania	España	Alemania	España
Bienes	6,3	-5,5	6,3	-6,7	6,5	-3,1
<i>de los cuales, bienes no energéticos</i>	9,0	-3,4	8,5	-5,0	10,1	-0,2
Servicios	-1,4	2,6	-1,8	2,5	-0,7	3,1
Total	4,8	-2,9	4,4	-4,2	5,7	0,0

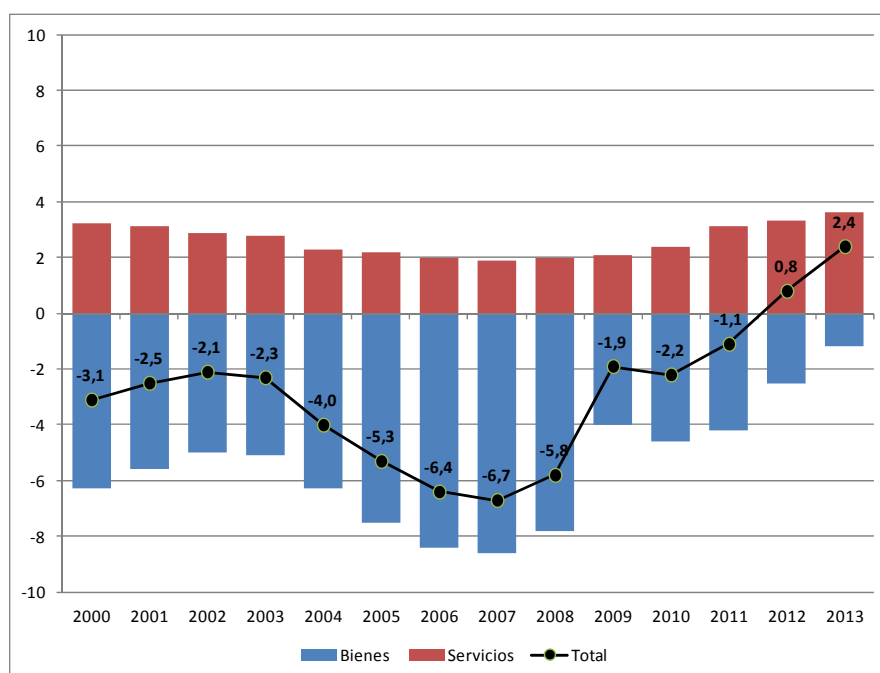
Fuente: Eurostat y elaboración propia

Como se puede observar, el saldo exterior neto total de España empeoró a partir de 2002, llegando a un déficit histórico de casi 7 puntos del PIB en 2007, y luego mejoró sensiblemente, entrando en superávit a partir del año 2012. Ahora bien, como se aprecia en el gráfico 8.A, este comportamiento agregado es el resultado de la combinación de saldos positivos muy notables en la balanza de servicios, fundamentalmente ligados al auge del sector turístico, y de déficits crónicos en la balanza de bienes. Como muestra la tabla 1, esta rúbrica arroja un déficit medio en el período 2000-2008 del 6,7% del PIB. Si bien este déficit se ha reducido de forma muy notable desde el año 2011, todavía no disponemos de elementos de juicio suficientes como para valorar si se trata de un cambio estructural o responde a circunstancias coyunturales y se trata, por tanto, de un ajuste reversible en el tiempo.

Este patrón contrasta fuertemente con el que se observa en Alemania (Gráfico 8.B y Tabla 1). Como se puede apreciar, la naturaleza del saldo comercial exterior alemán es completamente opuesta. En primer lugar, el saldo neto total ha sido positivo en Alemania desde el año 2000; y, en segundo lugar, esto se ha debido al importante superávit en la balanza de bienes, que ha mantenido un superávit del 6% del PIB en promedio durante el período 2000-2008, equivalente aproximadamente al déficit que ha sufrido España en dicho período.

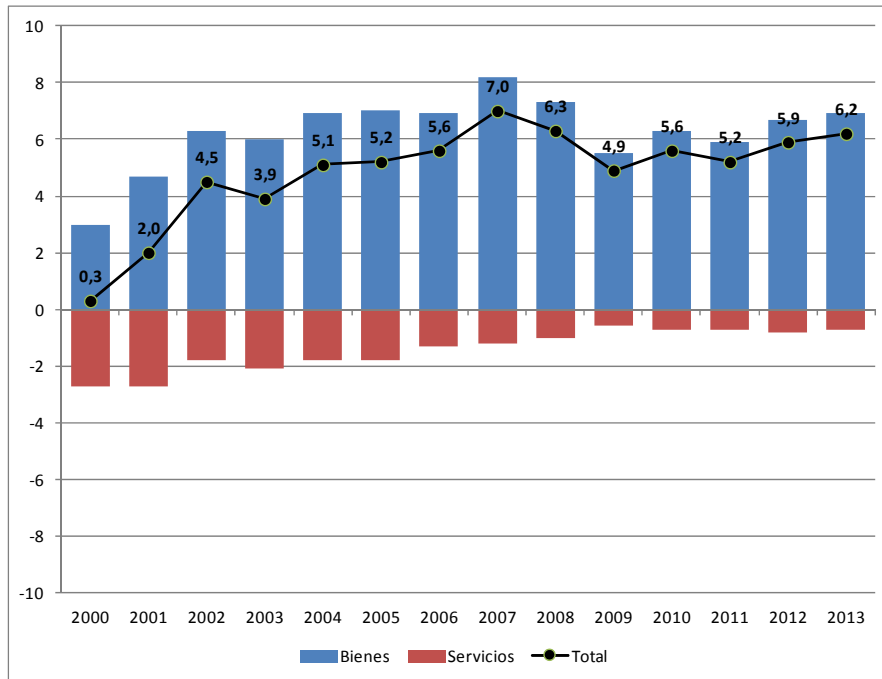
Para refinar el análisis, se analiza el saldo de las exportaciones de bienes, diferenciando según bienes energéticos o no energéticos (Gráficos 9.A y 9.B). En primer lugar, como se puede apreciar, la importación de petróleo y otros carburantes por parte de España y Alemania genera un déficit que oscila entre el 2% y el 3% del PIB. En segundo lugar, el saldo de las exportaciones no energéticas españolas ha mejorado claramente desde 2012, siendo ese año el primero en el que se ha conseguido superávit en esta rúbrica (Gráfico 9.A). No obstante, es preciso aclarar que el superávit español de bienes no energéticos está todavía muy lejos de los niveles registrados en Alemania, que superan el 10% del PIB (Gráfico 9.B).

Gráfico 3.A. Saldo comercial exterior (exportaciones netas) de España por tipo de rúbrica como % del PIB



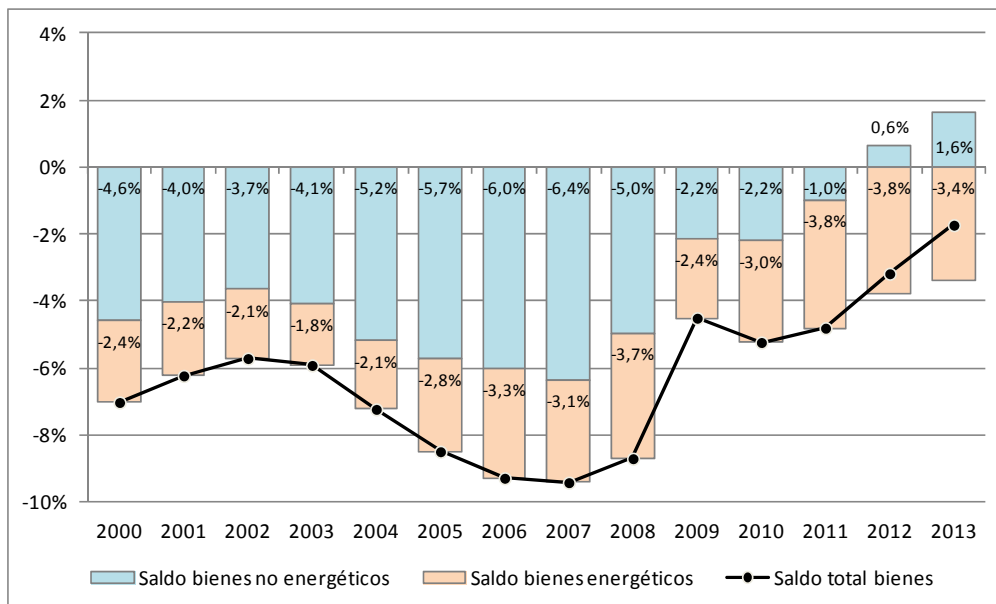
Fuente: Eurostat y elaboración propia

**Gráfico 8.B. Saldo comercial exterior (exportaciones netas)
de Alemania por tipo de rúbrica como % del PIB**



Fuente: Eurostat y elaboración propia

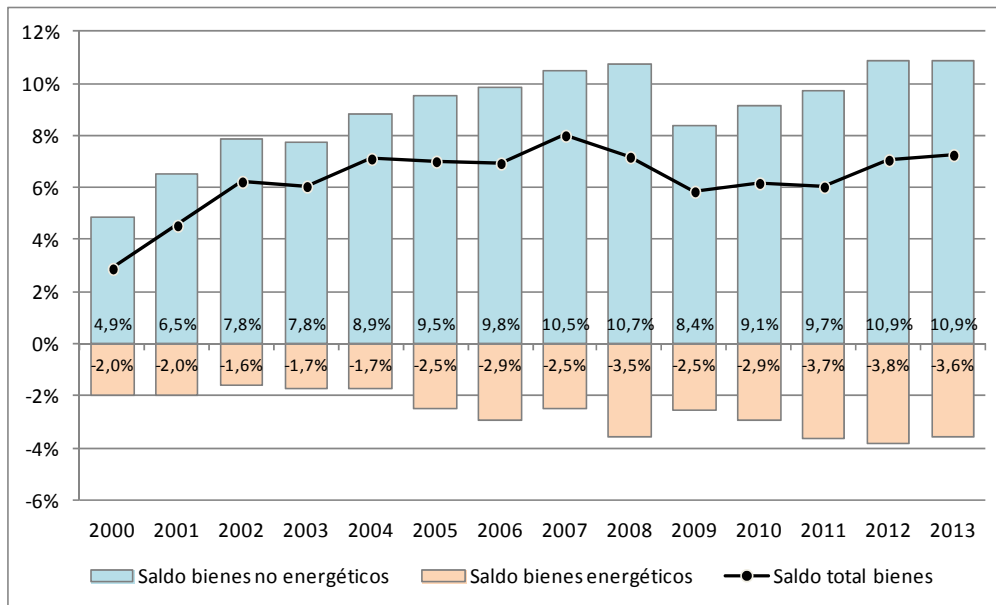
**Gráfico 9.A. Exportaciones netas de bienes energéticos
y no energéticos de España como % del PIB**



Fuente: Eurostat y elaboración propia

Nota. Los bienes energéticos incluyen los combustibles fósiles, lubricantes y productos relacionados (código SITC3).

Gráfico 9.B. Exportaciones netas de bienes energéticos y no energéticos de Alemania como % del PIB



Fuente: Eurostat y elaboración propia

Nota. Los bienes energéticos incluyen los combustibles fósiles, lubricantes y productos relacionados (código SITC3).

3.2. Exportaciones, competitividad y empleo

En esta sección se realizan dos sencillos análisis adicionales sobre la relación entre las exportaciones españolas y, por un lado, los principales indicadores de competitividad, y, por otro, el empleo del sector industrial. Con estos ejercicios se pretenden encontrar propiedades del proceso de internacionalización en España que pueden ser particularmente relevantes desde una perspectiva de gestión empresarial y de políticas públicas de apoyo a la internacionalización. Se analiza primero en qué forma la competitividad de la economía española puede ser un factor generador de exportaciones. En segundo lugar, se estudia si el aumento de las exportaciones está asociado a un aumento del empleo.

3.2.1. Competitividad y exportaciones

A. Competitividad-coste

Se estudia primero la medida de competitividad-precio (o competitividad-coste) mediante el coste unitario de las manufacturas. El gráfico 10 presenta los costes unitarios en el sector manufacturero para las principales cinco economías de la UE en

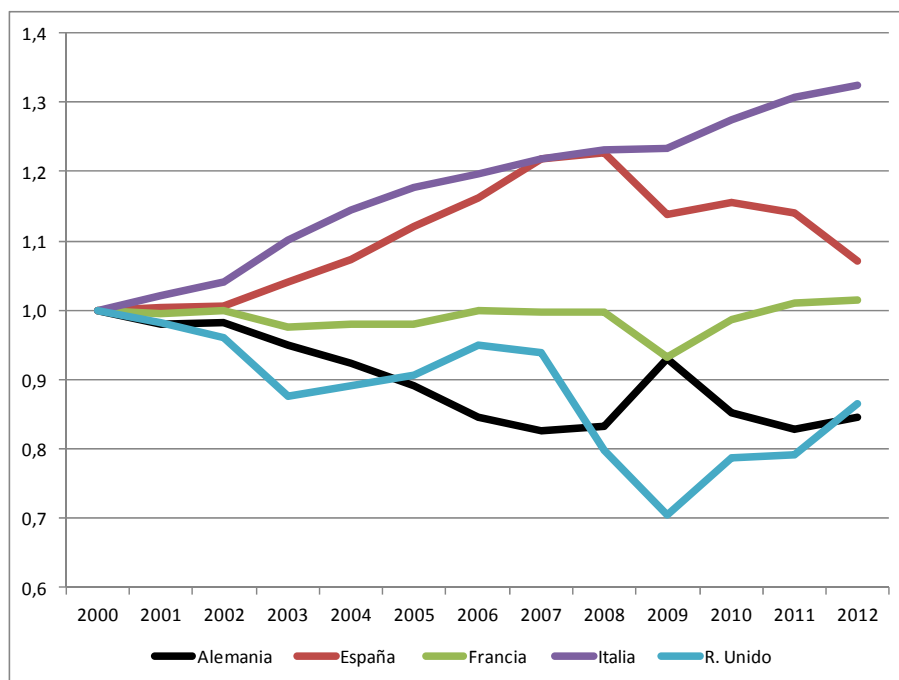
términos relativos al resto de países de la UE. Es decir, las series miden si los productos de un país se han encarecido con respecto a los productos del resto de países de la UE (en caso de que el tipo de cambio se aprecie y se produzca una pérdida de competitividad) o se han abaratado (en caso de que el tipo de cambio se deprecie y se produzca una ganancia de competitividad). Las series se presentan normalizadas tomando como referencia el año 2000. El gráfico 10 muestra que las cinco mayores economías de la UE se encontraban en 2012 en una de tres posibles situaciones en relación con el año 2000.

En primer lugar, Alemania y el Reino Unido han reducido su tipo de cambio real medido a partir del coste salarial unitario, es decir, los productos de estos países son más baratos en 2012 de lo que lo eran en el año 2000, midiendo solo el coste salarial en el sector manufacturero. En otras palabras, estos países han experimentado una reducción generalizada de salarios en términos relativos al resto de países de la UE durante los últimos 13 años.

En segundo lugar, se encuentran los casos de Francia y de España. Estos dos países han tenido trayectorias distintas, pero han llegado a 2012 con cambios parecidos de competitividad. Francia ha mostrado un tipo de cambio relativamente estable durante el período 2000-2012, mientras que en España se ha producido una apreciación importante del tipo de cambio (hasta cerca del 23% en 2008) y luego una corrección notable que deja el tipo de cambio efectivo en 2012 en un nivel tan solo un 7% superior al de 2000. España ha corregido desde 2008, por tanto, 18 de los 23 puntos (cerca del 80%) perdidos de competitividad-coste.

Finalmente, en el caso de Italia, al igual que España, ha experimentado una aguda fase de apreciación de su tipo de cambio efectivo real (llegando a una apreciación del 23% en 2008), pero, en cambio, no ha corregido la trayectoria, de forma que en 2012 registraba una pérdida de competitividad acumulada de más del 32%.

Gráfico 10. Tipo de cambio efectivo real según el coste salarial unitario en relación con el resto de países de la UE, sector manufacturero, índice de 2000 = 100



Fuente: Comisión Europea (DG Ecfín)

La cuestión interesante es la relación que pueda existir entre lo que refleja la evolución del tipo de cambio efectivo real en las manufacturas (Gráfico 10) y la evolución de las exportaciones de bienes (Gráfico 7). Las hipótesis básicas de la teoría económica sostienen que una mejora en la competitividad-precio o competitividad-coste, que se refleja en una depreciación del tipo de cambio en el gráfico 10, debería trasladarse a mejoras en la competitividad exterior y generar unos buenos resultados de exportación.

Como se puede comprobar, en este caso se confirma la existencia de una asociación positiva entre mejoras en la competitividad-coste y los resultados de exportación para el caso de Alemania, pero no así para España. En el caso de España, se ha producido una expansión importante de las exportaciones de bienes, pero no hay una trayectoria clara en términos de competitividad-coste, ya que esta empeoró entre 2000 y 2008, y ha mejorado desde entonces. Por tanto, no se aprecian evidencias de una conexión directa entre las condiciones de competitividad internas y externas, lo cual sugiere que los factores de competitividad ajenos a los costes pueden desempeñar un papel muy

importante para entender la dinámica exportadora española (Xifré, 2014, analiza en detalle esta cuestión).

B. Precios de las exportaciones

Una perspectiva alternativa sobre los factores que han estimulado la exportación se obtiene estudiando el tipo de cambio efectivo real medido según el deflactor de precios de las exportaciones de bienes y servicios, que aparece en el gráfico 11. De forma análoga a la del gráfico 10, aquí se representa un índice de competitividad para cada país a partir de los precios de los bienes y servicios exportados en relación con los precios del resto de los países de la UE, normalizando el índice de cada país en 100 para el año 2000. Cuando el índice aumenta en un país, significa que los precios de los productos que exportan aumentan en términos relativos a los precios del resto de países de la UE.

En este gráfico se aprecia cómo los cinco países estudiados describen dos tipos de trayectorias. En primer lugar, en Italia y España se ha producido una importante apreciación del tipo de cambio medido según los precios de exportación, situándose la apreciación acumulada durante el período 2000-2012 en cerca del 10%. Es decir, los precios de las exportaciones de estos dos países han aumentado, en relación con las exportaciones del resto de países de la UE. En segundo lugar, en los casos de Francia, Alemania y el Reino Unido, las exportaciones de bienes y servicios en estos países han reducido su precio en relación con el resto de países de la UE.

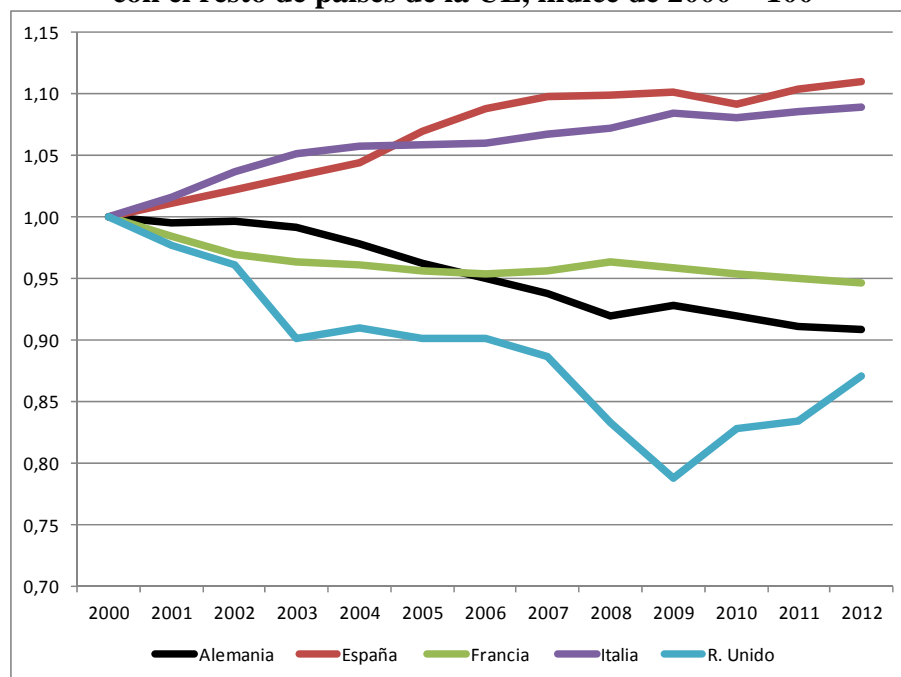
Es conveniente realizar un análisis conjunto e integrado de los gráficos 7, 10 y 11 para comprender mejor los factores que pueden determinar el auge de las exportaciones en las cinco grandes economías de la UE.

El punto de partida es que los países que han experimentado un mayor incremento en sus exportaciones en los últimos 14 años son Alemania y España (Gráfico 7). En cuanto a las causas, en el caso de Alemania el aumento en sus exportaciones está asociado a dos hechos: a) los salarios en este país se han reducido *en términos relativos* a los salarios del resto de países de la UE; y b) los precios de las exportaciones de bienes y servicios alemanas también se han reducido *en términos relativos* a los precios de las exportaciones del resto de países de la UE. En el caso de

España, como se ha visto más arriba, no existe una relación clara entre competitividad exterior e interior, y eso lleva a buscar explicaciones del auge exportador ajenas a la competitividad-coste.

El análisis de los precios de las exportaciones sugiere que una de las razones por las que aumentan las exportaciones españolas es, precisamente, porque aumentan sus precios *en términos relativos* a los productos del resto de países de la UE. No se puede precisar hasta qué punto este fenómeno es determinante y aplicable a todas las categorías de bienes, y, por tanto, es posible que este efecto agregado esconda comportamientos opuestos en distintos tipos y variedades de bienes. De hecho Ghemawat y de la Mata (2013) encuentran que, en el sector del vino, la calidad de las exportaciones españolas no ha evolucionado de forma positiva, y los resultados de Vandebussche (2014) sugieren que las exportaciones de España, junto con las de Bélgica y Portugal, podrían haber perdido calidad después de la crisis. En cualquier caso, la asociación entre mejoría de las exportaciones y aumento de sus precios relativos es un elemento que apoya la idea de que las exportaciones españolas ganan terreno en el exterior mejorando su calidad, lo que, a su vez, les permite tener un precio mayor.

Gráfico 11. Tipo de cambio efectivo real según deflactor del precio de las exportaciones de bienes y servicios en relación con el resto de países de la UE, índice de 2000 = 100



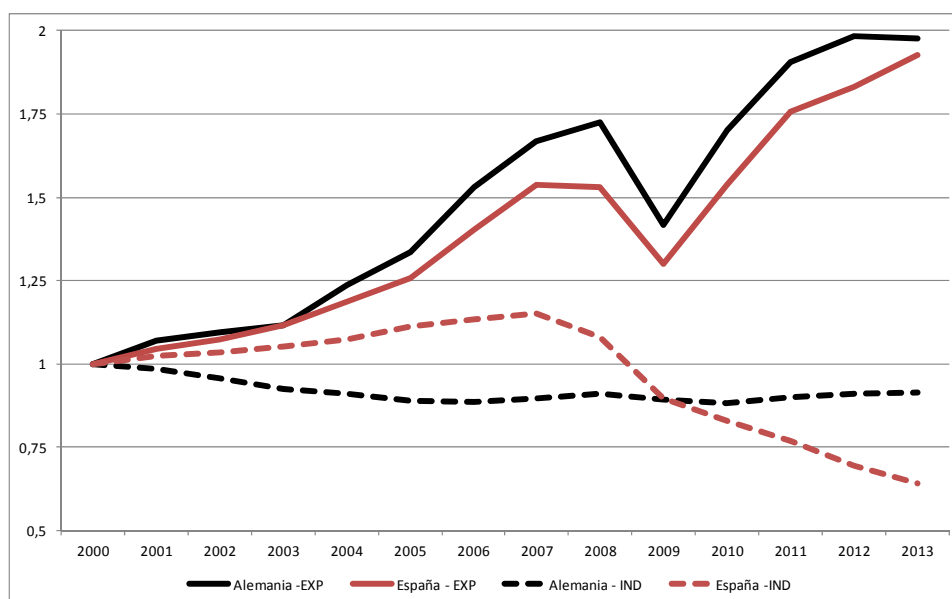
Fuente: Comisión Europea (DG Ecfín.)

3.2.2. Elasticidad exportaciones-empleo

Se estudia ahora la relación entre el aumento de las exportaciones y la creación de empleo. El gráfico 12 presenta, para España y Alemania, la evolución de las exportaciones de bienes y el empleo en el sector industrial, por ser el sector que básicamente genera las exportaciones de bienes. Todas las series se normalizan tomando el año 2000 como referencia.

Como se puede apreciar en el gráfico 12, en los primeros años de la década, el aumento de las exportaciones en Alemania estuvo acompañado de una reducción en el empleo industrial, mientras que en España el aumento de las exportaciones estuvo asociado a un aumento del empleo. La tabla 2 formaliza este fenómeno, calculando las elasticidades empleo-exportaciones en estos dos países para el período 2000-2013 y tres divisiones del mismo. La elasticidad se define como la variación porcentual en empleo dividida por la variación porcentual en exportaciones, y se puede interpretar como el factor según el cual los crecimientos en exportaciones de bienes se asocian a crecimientos en el empleo del sector manufacturero. Con todo, hay que realizar esta interpretación con precaución, ya que existen más factores que afectan al empleo, además de las exportaciones. Estos factores no se pueden aislar en el cálculo de la elasticidad y, por tanto, quedan incluidos en las estimaciones que se presentan a continuación.

Gráfico 12. Exportaciones de bienes y empleo en el sector industrial, índice de 2000 = 100



Fuente: Eurostat

Nota. EXP: exportaciones de bienes; IND: empleo en el sector industrial.

La tabla 2 muestra que el aumento en las exportaciones de bienes de Alemania entre 2000 y 2008 estuvo asociado a una reducción en el empleo en el sector industrial con una elasticidad del $-0,35$. Es decir, por cada 10% de aumento en las exportaciones alemanas de bienes, el empleo industrial se redujo en un 3,5%. En el caso de España, el signo de la elasticidad es opuesto y la magnitud superior, de forma que, en el mismo período, un aumento del 10% en las exportaciones se trasladó a un aumento del 24,4% en el empleo industrial.

Tabla 1. Elasticidad empleo-exportación en la industria, 2000-2013

	2000-2013	2000-2008	2009-2010	2011-2013
Alemania	-0,32	-0,35	0,03	-0,49
España	1,24	2,44	0,36	-1,40

Fuente: Eurostat y elaboración propia

La tabla 2 permite comprobar que la elasticidad negativa entre exportaciones y empleo ha sido la tónica dominante para Alemania en el período completo 2000-2013, mientras que, en España, dejando de lado los años de crisis más profunda (2009 y 2010, cuando la relación ha sido más débil), se aprecian dos períodos: el período previo a la crisis (2000-2008), con una elasticidad positiva, y el período de 2011-2013, con una elasticidad negativa.

Las elasticidades anteriores, interpretándolas con toda la precaución necesaria, son relevantes en la medida en que el futuro proceso de internacionalización de España puede reproducir alguna de las características del proceso que ha vivido Alemania. Así, no parece razonable pensar que la elasticidad negativa observada en España a partir de 2011 sea un hecho anómalo, sino que más bien constituye un fenómeno estructural que caracteriza los procesos exitosos de internacionalización en las economías avanzadas, como es el caso alemán.

Dado que esta medida agregada de elasticidad entre empleo y exportaciones podría esconder comportamientos de signo opuesto en los sectores industriales, se realiza un análisis desagregado para el caso de España por sectores industriales, cuyos resultados aparecen en la tabla 3. La idea del análisis es sencilla y reproduce el ejercicio para los

subsectores de los que se dispone de información de empleo y exportaciones a partir de los datos que proporciona el INE, siendo necesario, para ello, realizar previamente una correspondencia entre dos clasificaciones estadísticas distintas, una para productos (según el destino económico de los bienes) y otra para actividades (la clasificación CNAE).

Tabla 2. Elasticidad empleo-exportación en España, promedio 2009-2013

	Elasticidad	% de export. total
Bienes de consumo		35,5%
Alimentos, bebidas y tabaco	-0,22	15,3%
Automóviles	-0,41	9,1%
Resto bienes de consumo	-8,84	11,2%
Bienes intermedios		55,7%
Agricultura, silvicultura y pesca	0,46	0,6%
Productos energéticos intermedios	-0,15	4,7%
Productos industriales intermedios	0,05	50,4%
Bienes de capital		8,8%
Maquinaria y otros bienes de equipo	0,31	5,3%
Material de transporte	1,32	3,5%

Fuente: INE y elaboración propia

Como se aprecia en la tabla 3, en la principal rama exportadora (productos intermedios industriales), que representa la mitad del total exportado, las exportaciones son neutrales para el empleo, en términos promedios durante 2009-2013. Más allá de esto, es destacable que las ramas manufactureras con elasticidad exportación-empleo negativa representan 40 de los 50 puntos restantes de las exportaciones. De ello se puede concluir que la elasticidad negativa agregada resulta de un comportamiento más bien general a nivel de subsectores.

Conviene tener presente la abundante literatura que ha establecido de manera sólida, con datos a nivel de empresa, que existe una doble relación de causalidad entre la rentabilidad o productividad de una empresa y su actividad de internacionalización. Es decir, suelen ser las empresas más productivas y rentables las que primero se internacionalizan, y lo hacen de forma más intensa; al mismo tiempo, la internacionalización y la exportación tienden a incrementar la eficiencia y mejorar los

resultados de las empresas (se puede ver una revisión panorámica en Bernard *et al.*, 2012). A partir de esta regularidad documentada de forma abundante, una explicación posible para el hecho de que en un país, o en un sector de actividad, simultáneamente aumenten las exportaciones y se reduzca el empleo es que las empresas menos eficientes o productivas, con poca actividad internacional, desaparezcan, quedando superadas por las más eficientes y productivas, con mayor actividad internacional.

En la medida en que este sea el caso, será necesario que las políticas públicas prevean que los procesos de internacionalización generen efectos secundarios de este tipo que cabe paliar con mejoras de la competitividad de la economía en su conjunto.

La tabla 3 también incluye la proporción que cada subsector representa en las exportaciones totales, agrupando los sectores en tres grandes rúbricas según el destino económico de los bienes: bienes de consumo, bienes intermedios y bienes de capital. Es interesante también conocer cómo las exportaciones españolas se concentran en las exportaciones de bienes intermedios, como son los insumos industriales y otros productos de mediana intensidad tecnológica e innovadora. En particular, los productos que se agrupan bajo la rúbrica de “productos industriales intermedios” son los que dominan en las exportaciones españolas y tienen una elasticidad empleo-exportaciones prácticamente nula. Los bienes de consumo son la segunda rúbrica por importancia en las exportaciones, y todos sus componentes tienen una elasticidad negativa. Finalmente, y de forma relativamente lógica, los bienes de capital, que son aquellos que suelen ser más intensivos en tecnología y conocimiento, son la rúbrica con menor participación en las exportaciones españolas, pero, en sus dos ramas de actividad, la elasticidad empleo-producción es positiva.

4. Revisión de políticas de apoyo a la internacionalización de la base de la pirámide empresarial

4.1. La situación en España: el ICEX y otros agentes

Las políticas españolas de promoción de la internacionalización empresarial en general, así como para las empresas de reducida dimensión, han sido llevadas a cabo por un entramado institucional en el que destacan el ICEX, los organismos autonómicos de promoción y las cámaras de comercio (véase IEF, 2012, para un análisis detallado). Este sistema de apoyo institucional a la internacionalización, como consecuencia, principalmente, de la reducción de presupuestos públicos y la modificación de la financiación de las cámaras, ha sufrido ciertas modificaciones en los últimos tiempos, algunas de ellas con impacto directo sobre los programas focalizados en las empresas de reducida dimensión.

En primer lugar, el ICEX inició en 2011 una profunda transformación interna para convertirse en una entidad pública empresarial, proceso que llevó a una renovación de los estatutos y a una revisión de algunos de sus programas de actuación. Destacan los cambios que se han implantado en el programa PIPE, que se dirige principalmente a las empresas que se inician en la exportación, muchas de ellas de pequeño tamaño. El principal antecedente de este programa, que el ICEX inició en 1997, es el programa Nuevos Exportadores (NEX), lanzado en 1994 por la agencia catalana de promoción de las exportaciones (inicialmente COPCA y más adelante ACCIÓ), a la que han seguido en este tipo de iniciativas otras agencias autonómicas de promoción. Dichas agencias han visto reducidos sus respectivos presupuestos de forma muy notable con el ciclo económico a partir de 2009 y, en algunos casos, su actividad se ha visto gravemente mermada desde entonces. Las cámaras de comercio han sido el otro patrocinador habitual en este tipo de programas de iniciación a la exportación, pero estas corporaciones también se encuentran inmersas en un profundo proceso de transformación. A raíz de la supresión del recurso cameral, la viabilidad económica de algunas de ellas se ha visto gravemente comprometida, buscándose en 2014 una salida a esta situación de crisis mediante la creación de la Cámara de Comercio de España,

que debería relajar las tensiones presupuestarias mediante la eliminación de duplicidades y el aprovechamiento de posibles sinergias.

Frente a estos cambios en el entramado institucional, el ICEX mantuvo el programa PIPE hasta 2011, y en 2012 lanzó un nuevo programa, NEXT, con un diseño y objetivos muy parecidos y, que por tanto, puede considerarse como un sustituto o evolución del programa PIPE. Este tipo programas constan de dos partes principales: a) facilitación de asesoramiento experto a las empresas (de tipo estratégico, especializado en ciertos mercados, tecnologías, formas de entrada, contactos locales, licitaciones internacionales); y b) apoyo en los gastos de prospección y promoción, así como en la contratación de personal para los departamentos de exportación.

Cerca de 8.000 empresas españolas han participado en el programa PIPE desde el año 1997 hasta el año 2011, mientras que en 2013 se han aceptado 576 nuevas empresas para el programa NEXT (ICEX 2013). En cuanto a la valoración del impacto del programa, y como ocurre para la mayoría de iniciativas de política económica desarrolladas en España, no se dispone de un sistema exhaustivo de medición cuantitativa del impacto *a posteriori*. Por ello, la valoración solo puede efectuarse en términos de la opinión de las empresas usuarias. En este sentido, la impresión general es positiva, ya que se considera que el programa ha cubierto de forma razonable los objetivos de iniciación en la internacionalización (ICEX, 2013).

Por otro lado, la inversión por parte de la empresa para participar en el programa NEXT asciende a 12.400 euros, mientras que el ICEX aporta 12.700 euros, lo que resulta en un presupuesto total de 25.100 euros por programa. Es posible que este coste inicial suponga una inversión demasiado elevada para algunas empresas de reducida dimensión y, por tanto, esté actuando de barrera de entrada para iniciar procesos de internacionalización en la base de la pirámide empresarial española.

4.2. Mejores prácticas internacionales

Para contextualizar conceptualmente las mejores prácticas en materia de apoyo a la base empresarial exportadora, resulta conveniente establecer un itinerario estilizado y secuencial de las fases que constituyen el proceso exportador, ya que los problemas y las necesidades de las empresas varían de forma importante a lo largo del mismo. El gráfico 13 recoge una posible representación de esta sucesión de etapas en la exportación, así como las principales medidas de apoyo institucional al proceso exportador, dependiendo de la etapa en que se encuentre la empresa. Esta categorización es relevante en la medida en que incluye a empresas que todavía no tienen intención de exportar, siendo una gran parte de las mismas microempresas.

Gráfico 13. El itinerario de la empresa exportadora



Fuente: Elaboración propia a partir de USAID (2004)

Partiendo de este marco conceptual, se presenta (Tabla 4) un resumen de algunas de las mejores prácticas en materia de apoyo institucional a la base empresarial exportadora, extraídas del trabajo de síntesis que ha realizado la Comisión Europea sobre la cuestión (Comisión Europea, 2008 y 2007).

Tabla 3. Buenas prácticas en el apoyo a la internacionalización de las pymes

Área de actuación	Descripción del programa	País
1. Sensibilizar a las pymes sobre la internacionalización	KiVi. Distribución de información sobre servicios e instrumentos de internacionalización. El proyecto proporciona una plataforma para organizar actos en los que se distribuye información sobre servicios de internacionalización	Finlandia
	C.E.TE.DE. Centros de desarrollo empresarial y tecnológico. Servicio de ventanilla única para suministrar información sobre exportación y promover la creación de grupos de empresas dispuestas y capaces de internacionalizarse	Grecia
	BusinessInfo.cz. Portal para las actividades empresariales y la exportación. Ventanilla única que integra toda la información de las entidades de la Administración del Estado, cámaras y organismos no gubernamentales	República Checa
2. Información de alto valor añadido	“Oportunidades de negocio”. Las oportunidades de negocio se captan en el extranjero a través de las oficinas de Czechtrade, embajadas y otros puntos de contacto en el exterior, se traducen al checo, clasifican productos y se publican en una página web	República Checa
	Cámaras de comercio alemanas. Hay cerca de 120 oficinas de las cámaras en el exterior y la mayor parte de los ingresos que obtienen provienen de los servicios que prestan a empresas. Aconsejan a las empresas sobre el terreno y facilitan contactos empresariales	Alemania
	b2fair. Permite a las empresas europeas que publiquen su perfil en internet y encuentren contactos en las ferias comerciales internacionales europeas	Alemania, Luxemburgo, Comisión Europea
3. Programas de desarrollo de los recursos humanos	Programa regional para promover la exportación e internacionalización de las pymes. Este proyecto se centra en mejorar la capacidad innovadora de las empresas participantes para mejorar sus resultados de exportación. Las empresas permanecen en el programa entre 12 y 14 meses	Noruega
	Programa Globaali de evaluación y desarrollo de las pymes. Se trata de un servicio especializado, que incluye apoyo financiero, y que ayuda a la empresa a realizar un plan de desarrollo. El programa elabora un modelo completo de internacionalización para cada empresa	Finlandia
	INOV Contacto. El programa aspira a mejorar los conocimientos de los jóvenes y su empleabilidad, y consiste en un curso sobre gestión internacional, prácticas en empresas portuguesas y prácticas en empresas extranjeras	Portugal
4. Apoyo a las necesidades financieras de la internacionalización	Seguro de créditos a la exportación a corto plazo. El programa cubre hasta el 95% del valor de las exportaciones en caso de impago debido a riesgos comerciales o políticos, y el período de los créditos asegurados puede alcanzar un máximo de 180 días	Grecia
	Plan de apoyo a las nuevas empresas innovadoras y la expansión de empresas en nuevos mercados. Se facilita la	Malta

	financiación para la etapa de prueba de una innovación para una pyme. En vez de vender capital, el inventor promete una parte de las ventas futuras a cambio de un adelanto proporcionado por el inversor	
	Pymes y finanzas transfronterizas. El programa recopila la información sobre financiación internacional para pymes del Estado holandés, la UE y agentes privados. La información sobre productos financieros heterogéneos se presenta de forma homogénea.	Holanda
5. Promoción de las redes empresariales	Asociación para la exportación Finpro. El proyecto es una herramienta para facilitar que grupos de pymes se dirijan juntas a uno o varios mercados objetivo, formando ofertas basadas en sinergias. Se recluta a un gestor externo para la operación	Finlandia
	Creación de redes de pymes que promueven sus exportaciones. Se pretende promover el intercambio de ideas y modelos de negocio entre las pymes interesadas en internacionalizarse, así como la colaboración entre pymes y grandes empresas que ya tengan una actividad exterior considerable. Las pymes participantes realizan talleres mensuales durante un año	Hungría
6. Apoyo a la internacionalización de los servicios	PIPEnet. El programa proporciona un plan estratégico de exportación para las empresas participantes, centrado en los sectores TIC. Se analiza la situación de las nuevas tecnologías en los mercados de destino y también las empresas de referencia en el sector. Una consultora externa realiza el plan y está a disposición de la empresa cliente durante un año	España
	Difusión de servicios especializados en estructuras extranjeras. Creación de una red de contactos profesionales extranjeros y expertos, fundamentalmente en las organizaciones de apoyo a las pymes europeas	Italia
7. Internacionalización como palanca de competitividad	Move or Stay and improve. Herramienta para el cálculo rentable de la internacionalización de las pymes. Se proporciona información detallada sobre 18 factores básicos que pueden marcar la toma de decisiones en materia de internacionalización. Con la aplicación se puede ver cómo cambian los resultados económicos de la empresa dependiendo del país/mercado elegido	Suecia
	Contratos de investigación y desarrollo industriales (IRDC). Se trata de un acuerdo obligatorio entre dos o más empresas (como mínimo, un cliente exigente y una pyme con el conocimiento suficiente) para cooperar en el desarrollo de un nuevo producto, proceso o servicio de vanguardia	Noruega
	Subvenciones de apoyo a la internacionalización empresarial a través de certificados de producto. La empresa puede solicitar una subvención para cubrir el 50% del coste de obtener un certificado de producto requerido por las normas de exportación del mercado en cuestión. La subvención se ajusta a la norma <i>de minimis</i> de la UE	Polonia
8. Apoyo personalizado	First flight. El programa ayuda al equipo de dirección de la empresa a estructurar el proceso de internacionalización de forma sistemática. Se desarrolla un plan personalizado para cada empresa, en el cual Enterprise Ireland le brinda una amplia gama de recursos	Irlanda
	Programa de incubación. El programa se inicia con una	Italia

	“campaña de escucha” de las necesidades de las empresas y se les advierte claramente de los riesgos de la internacionalización. Es una iniciativa completamente adaptada a las necesidades de cada cliente: se buscan proveedores, clientes y socios; se proporcionan análisis de los mercados	
	Passport to export. Está dirigido a las empresas sin experiencia previa e incluye un diagnóstico de las carencias comerciales de la empresa, y asesoramiento especializado y personalizado para la empresa	Reino Unido
	PIPE. Proporciona asesoramiento especializado (incluyendo traducción, seguros, formación) y ayuda financiera a los nuevos exportadores, y en su gestión participan la práctica totalidad de los agentes públicos y organizaciones institucionales con competencias sobre internacionalización. Se activa un plan de internacionalización de hasta 21 meses y se prevé la incorporación de un joven universitario para poner en marcha el departamento de exportación	España
9. Cooperación transfronteriza	Marketplace Baltic Region. Se creó un servicio de asistencia técnica gratuita que ofrece asesoramiento especializado, información de mercado, y contesta preguntas directamente relacionadas con las normas y procedimientos de importación	Suecia
	Red transnacional. Artesanía de la Gran Región. Se desarrollan actividades trasfronterizas para las pymes de la Gran Región en el sector de la artesanía: información, creación de redes, acompañamiento en la exportación. El proyecto utiliza intensivamente las TIC	Luxemburgo Alemania Francia Bélgica
	Plataforma Econet. Cooperación empresarial para las pymes austríacas, checas y eslovacas. El objetivo es mejorar la situación de las pymes transfronterizas en la región. Entre otras, se crean “clubes de empresas” y una plataforma de colaboración por internet	Austria República Checa Eslovaquia
	INTER-NED. Red de competencias Países Bajos/Renania del Norte-Westfalia. El proyecto conecta a 20 cámaras de comercio con el objetivo de proveer información completa y asesoramiento entre las pymes de estas dos regiones	Alemania Holanda

Fuente: Elaboración propia a partir de Comisión Europea (2008)

Sobre la base de estas experiencias, y a modo de síntesis, se pueden identificar los siguientes elementos principales en las mejores prácticas de apoyo a la internacionalización:

- **Carácter dinámico de los obstáculos.** A pesar de que está sólidamente establecida la relación directa entre internacionalización y mejora de la rentabilidad de la empresa, los procesos de internacionalización no son fáciles, porque los obstáculos que deben salvar las empresas son de distinta naturaleza dependiendo del estado en que se encuentren. El gráfico 13 presenta una posible caracterización de esta evolución y muestra, en particular, que uno de

los principales obstáculos –por situarse al inicio del proceso– es, precisamente, la falta de interés o confianza en el éxito del proceso de internacionalización. Frente a ello, las políticas que se dirigen a estimulación del interés por exportar (“*to raise awareness*”) y que potencian la autoconfianza del personal de la empresa en el éxito del proceso son claves. En este sentido, se dispone también de abundantes estudios internacionales (recogidos por la Comisión Europea, 2007) que apuntan que uno de los principales inhibidores del proceso de internacionalización es la **escasa orientación internacional** de los directivos, gerentes o responsables de las empresas.

- **El apoyo individualizado a las empresas es el medio más efectivo para promover la internacionalización.** En parte como consecuencia de lo anterior, y en parte porque el proceso de internacionalización de cada empresa es diferente (en razón del mercado de destino, el modo de internacionalización, los recursos con los que cuenta para afrontar el proyecto, las alianzas disponibles, etc.), los estudios internacionales sobre mejores prácticas ponen claramente de relieve que las estrategias más efectivas de apoyo a la internacionalización son aquellas que se basan en apoyo personalizado a cada empresa.
- **Es conveniente que las empresas trabajen en red y creen alianzas.** Otro de los elementos recurrentes que afloran a partir del análisis de las mejores prácticas internacionales es la conveniencia de que las empresas trabajen en red, y busquen proyectos empresariales de internacionalización orientados a crear sinergias. De esta forma, los productos y/o servicios que ofrecen las empresas se complementan entre sí en un estadio inicial de la internacionalización y pueden ofrecer al cliente o mercado de destino un producto y experiencia de servicio de mayor valor añadido. Es particularmente provechoso que empresas grandes, que sean ya operadores internacionales consolidados, colaboren con microempresas y pymes que todavía no han iniciado sus procesos de internacionalización o están en fases muy tempranas de ellos, y se establece así el principio de que “las empresas aprenden de otras empresas”.

- **Existe un vínculo fuerte entre internacionalización e innovación, y, más genéricamente, competitividad.** Ello apunta a que es preferible abordar el proceso de internacionalización de una empresa como parte de una estrategia de mayor calado que busque mejorar la competitividad del negocio con el objetivo fundamental de estimular el rápido crecimiento de la empresa, que, como hemos visto más arriba, es uno de los rasgos más importantes que definen a las empresas de éxito y a las que crean más empleo. Esta idea tiene también una consecuencia sobre la organización de la actividad pública de apoyo a la internacionalización de las empresas y sugiere que es preferible que existan organismos multidimensionales de mejora de la competitividad que se ocupen de internacionalización, innovación, emprendimiento, crecimiento empresarial, etc., o, por lo menos, si estos organismos están separados, que se garantice una estrecha y efectiva colaboración entre ellos. Este tipo de reorganización de la ayuda pública a las empresas permite además atender a un determinado tipo de empresa que es reciente: “*born global*”, las empresas que nacen ya siendo globales.
- **Aprovechar al máximo el potencial de las TIC y nuevas tecnologías para estimular la internacionalización.** Las mejores prácticas analizadas muestran que las TIC pueden desempeñar dos papeles importantes en la dinamización de este proceso: por un lado, facilitan la creación de redes de comunicación, mediante las cuales las empresas usuarias comparten proyectos, ideas y retos; y, por otro, facilitan las funciones de prospección de mercado, información y contactos con *partners* extranjeros. Además, en el área de *marketing*, está establecido que este tipo de tecnologías ofrece una de las mejores relaciones efectividad/coste.

5. Propuestas

A continuación se presentan ocho propuestas de actuación y reforma del sistema de apoyo institucional con el objetivo de estimular la internacionalización en la base de la pirámide empresarial española. Las medidas proceden del análisis que se ha efectuado en el documento y, en particular, de la síntesis de los factores que limitan el desarrollo empresarial y las mejores prácticas internacionales para promocionar la internacionalización de las pequeñas empresas.

Estas propuestas se realizan teniendo en cuenta dos documentos estratégicos recientes elaborados por el Gobierno de España, que, de forma más o menos directa, también buscan estimular la internacionalización de la economía: el Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Española 2014-2105 y la Agenda para el Fortalecimiento del Sector Industrial en España. El Plan Estratégico se articula en seis ejes de actuación: 1) mejora del clima de negocios y entorno empresarial; 2) facilitación del comercio y acceso a los mercados; 3) facilitación del acceso a la financiación; 4) promoción comercial y apoyo a la empresa; 5) estímulo a la cultura de la internacionalización; y 6) fomento de la innovación. La Agenda consta de 10 líneas de actuación, siendo las más estrechamente relacionadas con la temática de este trabajo las siguientes: 2) mejorar la competitividad de los factores productivos clave; 6) apoyar el crecimiento y la profesionalización de las pymes españolas; 8) aumentar el peso de la financiación no convencional en las empresas; 9) apoyar la internacionalización de las empresas industriales y diversificación de mercados; y 10) orientar la capacidad de influencia de España a la defensa de sus intereses industriales.

Naturalmente, la gran mayoría de acciones propuestas en estos documentos son convenientes y útiles, pero no se alanza a encontrar, en ambos programas estratégicos, dotaciones presupuestarias específicas y compromisos legislativos específicos sustantivos de cara al futuro. Probablemente, una de las razones de ello es que para diseñar con éxito una política de internacionalización en general, y en particular para las empresas de reducida dimensión, sea necesario un replanteamiento global de los *procesos* de funcionamiento de las administraciones públicas, orientándolos en mayor

medida a la consecución de objetivos cuantificables. En este sentido, el Plan Estratégico realiza una valiosa contribución al diseño de políticas económicas efectivas mediante la elaboración de un cuadro de indicadores (Anexo I).

También hay que tener en cuenta que la adopción de algunas de las propuestas que se presenta a continuación implicaría cambios profundos en la naturaleza y organización del ICEX, así como en las oficinas económicas y comerciales y las embajadas de España en el exterior. Tanto el ICEX como la red de oficinas han desarrollado una labor satisfactoria hasta el momento, pero el calibre de los retos a los que se enfrentan las empresas españolas en la base de la pirámide probablemente demanda aún mayores esfuerzos para que todas las instituciones públicas actúen con mayor cercanía, servicio y complementariedad con las empresas.

- **Plan de crecimiento empresarial.** Se ofrecería a las empresas de menos de 10 trabajadores participar en un plan de crecimiento en el cual la administración ofrece dos tipos de medidas: consultoría especializada en crecimiento empresarial y financiación en condiciones especiales, por ejemplo mediante créditos participativos. La participación en el programa implica un compromiso por parte de todos los agentes de conseguir un crecimiento del 15% anual, en empleos o en facturación, durante tres años seguidos. La administración competente en el control del plan se compromete a informar y rendir cuentas trimestralmente sobre el cumplimiento de los objetivos del plan. El plan incide en la capacitación de personal, con módulos formativos específicos dedicados a la internacionalización y la gestión de empresas en rápido crecimiento. Otro de los objetivos que se persigue es que una selección de empresas grandes, que sean operadores internacionales consolidados, participen en el programa. Las empresas grandes ejercerían un papel dual de mentores y, a la vez, “clientes exigentes” de las microempresas, con el objetivo de acompañarlas eficazmente y por la vía del ejemplo en sus procesos individuales de internacionalización.
- **Redes de sensibilización para la internacionalización.** Aprovechando el uso intensivo de la TIC y las redes sociales, se promovería la creación de redes de empresas de reducida dimensión que estén en uno de estos dos estados: que no

estén internacionalizadas y lo estén considerando, o que estén internacionalizadas de forma reciente. Las redes se pueden organizar territorialmente según el domicilio social de la empresa y también sectorialmente según su rama de actividad, por producto o variedad (por ejemplo, denominación de origen en las industrias agroalimentarias) o también por mercados de destino. Se configuran como un espacio virtual para compartir experiencias, contactos, recursos, etc., y cuentan con la supervisión, apoyo y moderación por parte de personal especializado en procesos de internacionalización. Se prevé también que se realicen actos públicos para dar a conocer las redes y captar nuevas empresas.

- **Programa de visión empresarial internacional.** Se trata de una iniciativa que persigue el objetivo de que la internacionalización esté más presente en la mentalidad de los futuros empresarios. Consta de acciones que se despliegan tanto en el corto como en el medio-largo plazo, y está concebido como una iniciativa de carácter público-privado. Entre otras iniciativas, se contempla la posibilidad de que se realicen prácticas curriculares en los grados universitarios y en la FP en empresas españolas internacionalizadas o en empresas de otros países, siempre bajo la supervisión de un tutor que participe en el programa. Incluye también un área específica para capacitar en inglés a cuadros medios y gestores de empresas de reducida dimensión y establecer con carácter obligatorio que una parte de los créditos en los grados universitarios sean impartidos en inglés por profesorado debidamente cualificado. Es importante que el programa de visión empresarial cubra no solo los grados y estudios en ciencias sociales (economía y administración de empresas), sino todas las disciplinas, incluyendo los grados y estudios científico-técnicos, humanísticos y artísticos, legales, etc.
- **Oficina de inteligencia económica de España.** Se propone la creación de un departamento público que asuma todas las funciones de análisis, estudio, prospectiva e inteligencia económica que actualmente desarrollan las diferentes unidades de la Administración General del Estado, notablemente el ICEX y el personal destinado en la red de oficinas económicas y comerciales y embajadas de España en el extranjero. Se trata de un ente público, pero

orientado a dar respuesta incondicional, sin ningún tipo de reserva, y colaborar abiertamente con el sector privado y con un presupuesto vinculado a la consecución de objetivos de crecimiento en facturación de las empresas usuarias. La oficina tiene dos objetivos fundamentales:

En primer lugar, conseguir un uso eficiente de los recursos públicos y los medios materiales y humanos destinados a tareas de obtención y análisis de información económica de alto valor añadido comercial y empresarial.

En segundo lugar, facilitar a las empresas de reducida dimensión el acceso a esta información y ayudar en su interpretación en condiciones económicas favorables.

- **Plan de alianzas entre empresas.** Partiendo de las experiencias internacionales sobre las mejores prácticas en apoyo de la internacionalización de las empresas, queda patente la utilidad de las alianzas entre las empresas. Se promoverán, inicialmente a nivel de las comunidades autónomas, planes regionales de alianzas entre empresas que puedan colaborar en uno o varios proyectos de internacionalización con el objetivo de que materialicen sinergias y se ofrezcan productos o servicios complementarios. En este plan, se prevé la colaboración voluntaria de grandes empresas españolas, en avanzado proceso de internacionalización, que, siguiendo las mejores prácticas europeas, desempeñarían el doble papel de mentoras de las microempresas y de “clientes exigentes”.
- **Servicios de financiación personalizados y especializados.** Se pretende crear, a partir de los servicios actualmente ofrecidos por el ICEX, un agente que provea financiación específica, en condiciones ventajosas y a largo plazo, y que cuente con la capacidad de evaluación de proyectos de internacionalización. Actuaría de forma coordinada con el CESCE y las principales entidades bancarias del país, a las cuales podría ofrecer sus servicios de evaluación de proyectos.
- **Plan de capacitación para la exportación.** Se propone ir más allá de lo que propone el Plan de Internacionalización 2014-2015 recientemente presentado

por el Gobierno y presentar un plan específico para la capacitación de cuadros y personal para la exportación y la internacionalización. La convocatoria para participar en dicho plan se extendería a todas las universidades, centros de educación superior y asociaciones empresariales. El objetivo es formar a profesionales que puedan trabajar eficazmente y, posteriormente, crear y liderar los departamentos de exportación de empresas de tamaño pequeño y mediano, de forma que contribuyan a crear estructuras sólidas de exportación en las empresas. El Plan contempla que, en el medio plazo, una parte del claustro de profesores provenga de profesionales formados en el mismo Plan.

- **Programa de excelencia competitiva: exportación, innovación y competitividad.** Aquellas empresas que hayan avanzado tanto en el proceso de crecimiento como en el de internacionalización podrán participar en un programa altamente especializado, y personalizado a cada empresa, de estímulo a la excelencia. El programa apoyará con recursos financieros (financiación bancaria, créditos participativos y otras formas novedosas de inversión privada) la I+D e innovación propia (tecnológica o no tecnológica), y los proyectos de exportación y licitaciones de gran envergadura. El objetivo del programa es ayudar a consolidar un grupo de empresas españolas que, en sus ámbitos de actividad, puedan replicar a la categoría de la *Mittelstand* alemana. Se trata de empresas en un situación financiera saneada, líderes mundiales en su campo, volcadas al exterior y especializadas en productos y clientes de alto valor añadido.

Es preciso tener presente que las necesidades de la empresas, naturalmente, son particulares a cada una de ellas. En cualquier caso, tratando de obtener algo más general, las prioridades y problemas de una empresa generalmente dependen de su tamaño, así como del estado en que se encuentre en su proceso de internacionalización. Por ello, el gráfico 14 sugiere una clasificación de las ocho propuestas anteriores según la conveniencia de aplicarlas a las empresas atendiendo a esa doble dimensión.

Gráfico 14. Propuestas según tamaño de la empresa y estado de internacionalización

Mediana empr. 20 - 50 empl.		Mediana - con <ul style="list-style-type: none"> • 4. Intelig. económica • 7. Capacitación • 8. Excelencia 	Mediana - exp <ul style="list-style-type: none"> • 6. Financiación • 7. Capacitación • 8. Excelencia
Pequeña empr. 10 - 20 empl.	Pequeña - sin <ul style="list-style-type: none"> • 2. Redes de intern. • 3. Visión intern. • 4. Intelig. económica 	Pequeña - con <ul style="list-style-type: none"> • 2. Redes de intern • 4. Intelig. económica • 6. Financiación 	Pequeña - exp <ul style="list-style-type: none"> • 4. Intelig. económica • 6. Financiación • 7. Capacitación
Micro-empresa < 10 empl.	Micro - sin <ul style="list-style-type: none"> • 1. Crecimiento • 2. Redes de intern. • 3. Visión intern. 	Micro - con <ul style="list-style-type: none"> • 1. Crecimiento • 5. Alianzas • 6. Financiación 	Micro - exp <ul style="list-style-type: none"> • 1. Crecimiento • 4. Intelig. económica • 6. Financiación
	Empresa sin intención de exportar	Empresa con intención de exportar	Empresa exportadora / internacionalizada

Fuente: Elaboración propia

Bibliografía

Almunia, M., y López-Rodríguez, D. (2014), Heterogeneous Responses to Effective Tax Enforcement: Evidence from Spanish Firms, mimeo.

Arce, O. , López, E., y Sanjuán, L. (2011), Access of SME with growth potential to the capital markets. CMNV Documento de Trabajo n.º 52.

Barba Navaretti, G., Bugamelli, M., Ottaviano, G., Schivardi, F. (2010), The Global Operations of European Firms. Bruegel Policy Brief no. 2010/05.

Bernard, A. B., Jensen, J., Redding, S. J., y Schott P. K. (2012), The Empirics of Firm Heterogeneity and International Trade, *Annual Review of Economics* 4: 283-313.

Bloom, N., Sadun, R., y van Reenen, J. (2012), Americans Do It Better: US Multinationals and the Productivity Miracle. *The American Economic Review* vol. 102, no. 1.

Comisión Europea (2007), Supporting the internationalization of SMEs. Final Report of the Expert Group. DG de Empresa e Industria.

Comisión Europea (2008), Apoyo a la internacionalización de las pymes. Selección de buenas prácticas. DG de Empresa e Industria.

Correa-López, M., y Doménech, R. (2012), La Internacionalización de la Empresas Españolas. BBVA Research Documento de Trabajo 12/29.

Cotec (2014), Informe Cotec 2014. Fundación Cotec para la Innovación Tecnológica.

Doménech, R., y García, J. R. (2010), ¿Cómo conseguir que crezcan la productividad y el empleo y disminuya el desequilibrio exterior? BBVA Research Documento de Trabajo 10/07.

García-Canal, E. (2013), The international expansion of Spanish firms: Strengths and weaknesses, *Spanish Economic and Financial Outlook* vol. 2, no. 6.

Ghemawat, P., y De la Mata, T. (2013), La internacionalización española: problemas comerciales y perspectivas, *Economía Industrial* 387: 109-118.

Instituto de la Empresa Familiar (2012), El modelo de apoyo a la internacionalización de la empresa española: análisis y propuestas. (J. M. Romero Vera, coordinador.)

Instituto de la Empresa Familiar (2013), El dinamismo empresarial en España: diagnóstico de situación y propuestas. (A. Estrada y R. Xifré, coordinadores.)

ICEX (2013). Memoria ICEX España Exportación e Inversiones 2013.

Kumar, K. B., Rajan, R. G., y Zingales, L. (1999), What determines Firm Size? *NBER Working Paper 7208*.

Maudos, J. (2014), The relevance of company size in accessing bank finance: A determining factor for Spain's SMEs. *Spanish Economic and Financial Outlook*, vol. 3, no. 3.

Ministerio de Economía y Competitividad (2014), Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Española 2014-2015.

Myro, R. (2013), La política de internacionalización de la empresa española, *Economía Industrial* 387: 119-130.

Nesta (2009), The vital 6 percent. How high-growth innovative business generate prosperity and jobs. Research summary: October 2009.

Nesta (2011), Barriers to growth. The views of high-growth and potential high-growth business. Research summary: November 2011.

OCDE (1997), Small Business, Job Creation and Growth: Facts, Obstacles and Best Practices.

Rubini, L., Desmet, K., Piguillem F., y Crespo, A. (2012), Breaking down the barriers to firm growth in Europe. The fourth EFIGE policy report. *Bruegel Blueprint Series Volumen XVIII*.

USAID (2004), Best Practices in Export Promotion. Technical Report submitted by Nathan Associates Inc. to USAID.

Vandenbussche, H. (2014), Quality in Exports, European Economy. Economic Papers 528. European Commission.

Xifré, R. (2014), The Competitiveness of the Spanish Economy. A bird's-eye view of the four largest Euro Area economies. Documento de Trabajo del IESE, WP 1088-E.

Gráfico 13. El itinerario de la empresa exportadora.....

Gráfico 14. Propuestas según tamaño de la empresa y estado de internacionalización.

Tablas

Tabla 1. Saldos comerciales (exportaciones netas) como % del PIB

Tabla 4. Elasticidad empleo-exportación en la industria, 2000-2013.....

Tabla 5. Elasticidad empleo-exportación en España, promedio 2009-2013

Tabla 6. Buenas prácticas en el apoyo a la internacionalización de las pymes

Últimos Documentos de Trabajo publicados

- 188/2014. **El impacto de la crisis sobre el tejido social solidario de España: efectos y reacción de las ONGD frente a la crisis.** Katty Cascante y Érika Rodríguez.
- 187/2014. **El modelo territorial español treinta y cinco años después.** Tomás de la Quadra Salcedo.
- 186/2014. **El derecho al olvido digital.** Luis Javier Mieres Mieres.
- 185/2014. **Los parados de larga duración en España en la crisis actual.** Sara de la Rica y Brindusa Anghel.
- 184/2014. **Medidas sociales para combatir el fraude fiscal en España.** María Goenaga Ruiz de Zuazu.
- 183/2014. **El copago sanitario: resultados para el sistema sanitario y los pacientes.** Manuel Martín García.
- 182/2014. **La privatización de la asistencia sanitaria en España.** Marciano Sánchez Bayle.
- 181/2013. **Gestión pública del hecho religioso en España.** José M.^a Contreras Mazarío.
- 180/2013. **Identidad social, pluralismo religioso y laicidad del Estado.** Ana Fernández-Coronado y Gustavo Suárez Pertierra.
- 179/2013. **El uso de símbolos religiosos en el espacio público en el Estado laico español.** Fernando Américo y Daniel Pelayo.
- 178/2012. **Los ciudadanos españoles ante la crisis.** Olga Salido.
- 177/2012. **La Economía Social y la atención a la dependencia. Propuestas para contribuir al desarrollo de los servicios de atención de la dependencia y a la generación de empleo estable y de calidad.** Antonio Jiménez Lara y Ángel Rodríguez Castedo.
- 176/2012. **La integración de las energías renovables en el sistema eléctrico.** Alberto Carbajo Josa.
- 175/2011. **Los sindicatos españoles: voz e influencia en las empresas.** Carmen García-Olaverri y Emilio Huerta.
- 174/2011. **Gestión de listas de espera en el Sistema Nacional de Salud. Una breve aproximación a su análisis.** Agustín Cañizares Ruiz y Álvaro Santos Gómez.
- 173/2011. **Una nueva Ley General de Sanidad para sostener el Sistema Nacional de Salud.** Javier Rey del Castillo.
- 172/2011. **Reflexiones sobre la atención primaria de salud.** Antoni Dedeu, Carolina Lapena, Tino Martí, Josep M.^a Monguet y Josep M. Picas.
- 171/2011. **La evaluación de tecnologías sanitarias en España.** Oriol de Solà-Morales.
- 170/2011. **Transparencia y acceso a la información pública en España: análisis y propuestas legislativas.** Emilio Guichot Reina.