



10. LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA GALLEGA

10.1. Introducción

El Consorcio de la Zona Franca de Vigo y la Universidad de Vigo mantienen una estrecha colaboración desde hace treinta años. Uno de sus principales hitos lo constituyó la puesta en marcha de la Cátedra ARDÁN en el año 2018 que consolidó el marco de colaboración existente entre ambas instituciones.

Entre los objetivos fundacionales de la Cátedra ARDÁN cabe destacar el fomento del ecosistema empresarial gallego. Para esta finalidad, uno de los aspectos fundamentales reside en la necesidad de disponer de información contrastada y rigurosa. Esta información proporciona, sin lugar a dudas, un claro ejemplo de apoyo para la implantación de planes y medidas de mejora del mismo.

Entre estas herramientas e instrumentos de apoyo cabe señalar la información referente a la internacionalización de las empresas gallegas y su grado de apertura al exterior. Este ámbito de trabajo viene desarrollándose ininterrumpidamente desde la década pasada (año 2012) fruto de la colaboración entre el Servicio ARDÁN y del Grupo de Investigación GEN (Governance and Economics Research Network) de la Universidad de Vigo.

La Cátedra ARDÁN consolida y refuerza este trabajo sobre internacionalización empresarial como uno de los pilares en los que se debe sustentar el desarrollo empresarial y, por ende, el económico de cualquier territorio.

La internacionalización es definida por Cardoso-Castro y Chavarro¹ como “el conjunto de operaciones que facilitan el establecimiento de vínculos más o menos estables entre la empresa y los mercados internacionales a través de un proceso de creciente implicación y proyección internacional de la misma”. Esto es, consiste en el proceso por el cual una empresa participa de la realidad de la globalización generando flujos comerciales, financieros y de conocimiento entre distintos países.

El proceso de internacionalización de cualquier empresa responde a tres preguntas básicas: ¿por qué?, ¿cómo? y ¿dónde?. Por lo que se refiere al motivo de internacionalizar una empresa, la literatura especializada señala tres objetivos principales: la apertura de nuevos mercados, la reducción de costes de producción y la eficiencia en la estructura de producción y distribución.

El cómo puede ser adoptado de distintas maneras, las cuales pueden ser clasificadas en función del control que tiene la empresa en su actividad exterior, del riesgo asumido, así como de los recursos empleados en la expansión internacional. Finalmente, en cuanto al destino de las inversiones, el interés principal de las empresas radica en las ventajas competitivas entre países. Desde entonces han sido varias las teorías propuestas en este sentido en función de los factores determinantes considerados.

Esta dinámica de apertura al exterior a través de transacciones comerciales hacia otros países supone una de las estrategias de crecimiento más relevante de las empresas. Este incremento de la implicación empresarial en las actividades de comercio internacional afecta tanto a las diferentes actividades de la cadena valor como a la estructura organizativa de la empresa. Igualmente, con carácter gradual, supone un compromiso e implicación creciente de sus recursos y capacidades con el entorno internacional basado en el conocimiento.

Así mismo, desde una perspectiva temporal las empresas internacionalizadas experimentan ganancias de productividad, mejoras en la gestión y favorecen su acceso a la financiación. La creciente demanda proveniente de estos mercados exteriores supone una oportunidad inigualable para aquellas empresas capaces de adaptar sus productos y penetrar en mercados caracterizados por un nivel creciente de renta per cápita y por el aumento de la clase media en cientos de millones de personas.

Todas estas consideraciones permiten afirmar que las empresas internacionalizadas son las que presentan una mayor capacidad para crecer y crear empleo. Por este motivo, es preciso contar con herramientas para identificar a aquellas empresas que mejor desempeño están mostrando en su proceso de salida a los mercados internacionales. Así pues, tomando como referente territorial la economía gallega como ámbito de actuación y estudio de la Cátedra ARDÁN, el presente Informe tiene tres objetivos fundamentales:

1. Elaborar un diagnóstico sobre la internacionalización de las empresas gallegas.
2. Detectar aquellas empresas más representativas en su grado de internacionalización.
3. Diseñar políticas y programas de internacionalización más eficientes, basados en las necesidades reales de las empresas.

En base a estos puntos, se procede al diseño e implementación de manera ex profeso de un indicador que permita cuantificar el grado de internacionalización de las empresas gallegas en línea con el objetivo señalado anteriormente (objetivo número 2). Surge así el Indicador ARDÁN de Empresa Global, que es desarrollado mediante encuesta específica entre las empresas que forman parte del Directorio ARDÁN para la obtención de información de carácter primario. Estos datos, que complementan a las fuentes de información secundaria, proporcionan una valiosa base estadística, que permite abordar el fenómeno multidimensional de la internacionalización.

El capítulo sigue una lógica secuencial organizada en tres apartados a modo de bloques temáticos.

El primero cubre los principales rasgos del comercio exterior gallego para el año 2020 desde una óptica macroeconómica. Para ello, se revisan las cuentas económicas agregadas y los aspectos más importantes de sus exportaciones e importaciones, así como su saldo comercial a través de diferentes perspectivas: provincial, autonómica, sectorial o de zona geográfica. La fuente de información empleada son los datos oficiales proporcionados por el Instituto Galego de Estatística.

El segundo bloque desciende a la visión microeconómica abordando el estudio específico realizado entre empresas exportadoras que forman parte de la base de datos ARDÁN. De manera particular se analiza la propensión exportadora de las empresas que refleja el peso que las exportaciones suponen en la cifra total de negocios. Igualmente, otras variables de relevancia en el proceso de internacionalización como el número de países a los que se exporta, el número de clientes extranjeros también son objeto de análisis.

El tercer y último bloque contiene un apartado específico en el que se presenta el Indicador ARDÁN de empresa global. Este indicador cuantifica el grado de internacionalización de las empresas gallegas y se enmarca dentro de los indicadores sintéticos que permiten reducir la multidimensionalidad. Gracias al mismo es posible disponer una clasificación a modo de "ranking" de las empresas comprendidas en la encuesta.

No se incluye en el presente Informe la revisión de los principales rasgos de la internacionalización empresarial que fue cubierto con profundidad en el Informe del año pasado². En dicho texto se detallan aspectos teóricos y conceptuales y los determinantes del proceso de apertura al exterior. En concreto, se presta especial atención a todo lo relativo a los indicadores del grado de internacionalización que facilitan el proceso de cuantificación y medida, así como los diferentes componentes del mismo.

► **Empresas con Indicador ARDÁN de Empresa Global en 2021**
(índice >250)



Empresa	Municipio	Sistema Productivo Sectorial
40 RODAMIENTOS VIGO, S.A.	MOS	Maquinaria y equipo