

The background is a solid red color. Overlaid on this are several thin, white, wavy lines that flow from the top left towards the bottom right, creating a sense of movement and depth. These lines are arranged in a series of parallel, slightly curved paths that overlap each other.

10

**La Internacionalización
de la empresa gallega**



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.

¹ Cardoso-Castro, P., & Chavarro, A. (2007). Teorías de internacionalización. *Panorama*, 1(3), 4-23.

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.

² Disponible en el siguiente enlace: <https://www.zfv.es/ardan/informe-economico.html>.

10.2. La internacionalización de la economía gallega

La balanza comercial de Galicia con terceros países proporciona una herramienta muy adecuada para el análisis de estado y evolución del proceso de internacionalización de la economía gallega. Este instrumento se incluye dentro de la balanza de pagos que es el documento contable en el que se registran operaciones comerciales, de servicios y de movimientos de capitales de un territorio con el exterior. Sobre ella es importante señalar que incluye exclusivamente las operaciones contabilizadas como importaciones o exportaciones, por lo que no recoge otras transacciones tales como la prestación de servicios entre países, la inversión o el movimiento de capitales.

El principal rasgo característico de la balanza comercial de Galicia lo constituye su recurrente y elevada concentración. Esta concentración se refiere tanto al ámbito geográfico como al sectorial. En concreto, en lo referente a países, la Unión Europea representa más de dos terceras partes de la actividad comercial galega y las cinco primeras actividades exportadoras e importadoras representan más del 50% de su valor total en los últimos años.

El presente apartado del Informe comienza con una breve descripción de la principal fuente de información de la balanza comercial gallega. Seguidamente se procede con una revisión de la evolución seguida en el año 2020. Con esta finalidad, se parte de un análisis general de la evolución de las exportaciones e importaciones para, posteriormente, centrarse en la incidencia por provincias y su comparación con el resto de las Comunidades Autónomas. A continuación, se presenta una síntesis de la estructura sectorial y geográfica del comercio exterior gallego, y finalmente, se hace referencia a la base exportadora, entendida esta como el número de empresas que venden sus productos en el exterior.

10.2.1. Comercio exterior de Galicia con terceros países

La principal fuente de información y base de datos sobre el comercio exterior de Galicia con terceros países es la operación estadística denominada "Comercio exterior e intracomunitario"³. Se elabora con periodicidad mensual por parte del Instituto Galego de Estatística (IGE) y proporciona información sobre las exportaciones e importaciones con carácter mensual y anual, dependiendo del tipo de información que se trate. Los resultados se publican directamente por el IGE cada mes. Además, a medida que están disponibles en la página web de la Agencia Estatal de la Administración Tributaria (AEAT), se publican datos provisionales de las principales magnitudes. Finalizado el año, cuando el departamento de Aduanas de la AEAT difunde los datos definitivos, se publica la información anual.

El comercio exterior e intracomunitario cuantifica los intercambios de bienes entre Galicia y los países de la Unión Europea (excluida España) y entre Galicia y los países no pertenecientes a la UE. Esta diferenciación entre países comunitarios y no comunitarios constituye una primera diferenciación de interés. En concreto y a efectos de diferenciación, se denomina a las primeras, "introducciones" y "expediciones" y a las segundas "importaciones" y "exportaciones".

En cuanto al ámbito geográfico, la información recogida considera los intercambios en los que el origen o el destino de la mercancía sea Galicia⁴. Además, a partir del 2008, la referencia temporal es la fecha en la que se registra el intercambio en el Departamento de Aduanas. La recogida de información por parte del Departamento de Aduanas e Impuestos especiales de la AEAT se realiza a través del sistema Intrastat.

Este proceso de recogida fue establecido en el ámbito de la Unión Europea para conocer los intercambios de bienes entre estados miembros una vez desaparecidas las aduanas y del Documento Único Aduanero (DUA) para los terceros países. Así de manera particular en la página web de la AEAT⁵ están disponibles los ficheros completos con los datos mensuales desde el año 2002⁶.

3 Disponible en http://www.ige.eu/web/mostrar_actividade_estadistica.jsp?idioma=gl&codigo=0307004001.

4 En los intercambios donde la provincia de origen o destino tenga información no válida a efectos estadísticos se utiliza la provincia de "domicilio fiscal".

5 Apartado de Aduanas e Impuestos especiales, disponible en

https://www.agenciatributaria.gob.es/AEAT.sede/Inicio/_otros/_/Direcciones_y_telefonos/_Aduanas_e_Impuestos_Especiales/Aduanas_e_Impuestos_Especiales.shtml.

6 Igualmente se puede acceder en este mismo portal a toda la normativa que rige el sistema de declaraciones tanto del sistema Intrastat como de las declaraciones con el DUA.

A escala mundial, la clasificación de comercio exterior que se utiliza es el Sistema armonizado de codificación y designaciones de mercancías (SA). El SA se configura como un sistema estructurado en forma de árbol, ordenado y progresivo de clasificación, de forma que partiendo de las materias primas (animal, vegetal y mineral) se avanza según su estado de elaboración y su materia constitutiva y después a su grado de elaboración en función de su uso o destino. A partir de 1993, se utiliza a nivel europeo la Nomenclatura Combinada (NC) para las clasificaciones de los intercambios entre los países miembros. Por su parte, a escala nacional se utiliza el Arancel Aduanero Comunitario Integrado (TARIC) que utiliza diez dígitos para clasificar cada producto y coincide a 8 dígitos con la Nomenclatura Combinada.

Otra importante funcionalidad de esta estadística reside en que también se presentan datos según la CNAE-93, además de clasificar los productos según el TARIC. De esta manera, en el caso de la estadística de Comercio Exterior e Intracomunitario de Galicia no se conoce la actividad principal de la unidad que importa/introduce y/o exporta/expide y lo que se hace es establecer una correspondencia entre los códigos a ocho dígitos de la Nomenclatura Combinada y los códigos de la Clasificación de Productos por Actividad (CPA) a cuatro dígitos (a nivel de clase). De esta manera, se dispone de una clasificación no según la actividad de las unidades que introducen/importan y/o expiden/exportan, sino una agrupación del valor de las mercancías en función de las clases del CNAE-93. En el año 2008 se empieza a utilizar también el CNAE 2009 y a partir del año 2009 se utiliza exclusivamente el CNAE 2009.

La información se presenta en dos epígrafes: principales resultados y resultados detallados. Los principales resultados se difunden en tablas estáticas que recogen las importaciones/introducciones y las exportaciones/expediciones, para el total de Galicia para las secciones TARIC y para los principales países y áreas económicas.

En lo que concierne a los resultados detallados se facilitan datos desglosados por provincias. Además, los resultados son presentados mediante tablas dinámicas, de manera que los usuarios pueden seleccionar las variables que les interesen y hacer así tablas personalizadas. En concreto, con datos mensuales se tienen dos tablas dinámicas, una donde se recogen los intercambios para las principales áreas y países y otra para los productos por secciones y capítulos TARIC.

Los datos anuales se publican con un mayor desglose y así, las tablas cruzan los datos por productos y áreas lo que permite obtener para un determinado país o área económica el comercio por productos (por capítulos TARIC, por CNAE o por destino económico). Finalmente, con los resultados detallados se proporciona una tabla donde se recogen las importaciones/introducciones y las exportaciones/expediciones totales con la Unión Europea desde el año 1988.

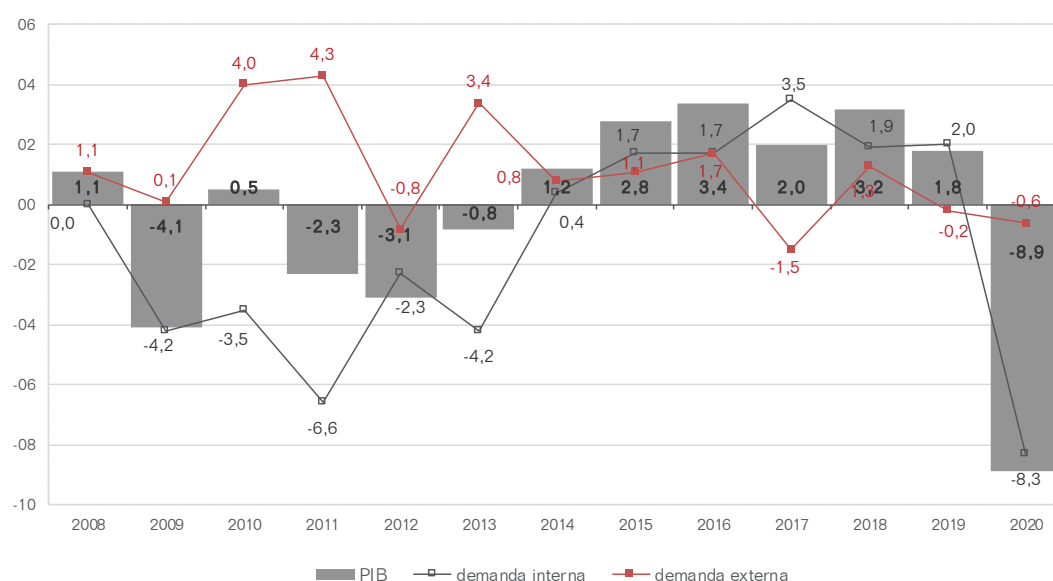
10.2.2. Resultados generales

El punto de partida para el análisis de la balanza comercial de Galicia es la consideración de la demanda externa cifrada en las cuentas económicas, pese a que este Informe se centre en las relaciones comerciales con el extranjero. En concreto, dentro de la demanda externa se reflejan los intercambios que realizan los residentes en Galicia tanto con residentes en otras comunidades autónomas como en el resto del mundo.

El ejercicio 2020 supuso un antes y un después en términos económicos y, obviamente, la demanda externa no iba a ser ajena a esta circunstancia. De hecho, la crisis originada por la pandemia del COVID-19 al tener un origen global, afectó en mayor medida, si cabe, a todo lo relativo con transacciones internacionales. Así pues, si el crecimiento económico de la economía gallega en el período 2014-2016 se caracterizaba por ser un crecimiento equilibrado donde tanto la demanda interna como externa contribuyen positivamente al crecimiento agregado del PIB y en el período 2017-2019 tan solo la demanda interna contribuyó positivamente, el año 2020 ofreció cifras negativas en todos los sentidos.

El cuadro macroeconómico de Galicia publicado por el IGE refleja que la demanda interna constituye desde el año 2016 el motor del crecimiento del PIB gallego. Sin embargo, en 2020 se vio claramente más afectado que el resto de componentes del PIB con una caída superior al 8% (un -8,3%) frente a la caída media del PIB de solo 6 décimas (un -0,6%).

► PIB y contribución de la demanda externa e interna 2008-2020



Nota: PIBpm (índices de volumen encadenados); datos corregidos de efectos estacionales y de calendario.

Figura 1. Fuente: IGE, Contas económicas trimestrales de Galicia. Base 2015

El cuadro macroeconómico de Galicia (IGE) muestra que la Comunidad Autónoma gallega rompe en 2020 una tendencia positiva de dos años de saldo positivo de su balanza comercial de bienes y servicios. Tras un descenso interanual superior al 6% (-6,9%) el valor monetario de las exportaciones disminuyó en 2020 hasta los 30.590,5 millones de euros, mientras que las importaciones también descendieron hasta los 30.615,4 millones de euros, un 6,6% menos que en 2019. Consecuentemente, el saldo comercial es negativo y el déficit se sitúa en 24,7 millones de euros, lo que supone un descenso de más de 120 millones de euros, un 74,7% menos que el alcanzado el año precedente (97,4 millones de euros más).

► Evolución del comercio exterior gallego 2009-2020

Relaciones comerciales de bienes y servicios con el resto de CC.AA. y con terceros países

(millones de euros)	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Exportaciones	24.364,9	25.613,2	27.158,4	25.883,2	28.094,3	27.424,1	28.218,7	28.815,2	30.519,0	32.365,4	32.864,4	30.590,5
Importaciones	29.893,3	29.774,4	29.529,8	29.350,8	29.916,3	28.996,4	29.079,2	28.588,6	31.179,6	32.049,5	32.767,0	30.615,2
Saldo comercial	-5.528,4	-4.161,2	-2.371,3	-3.467,6	-1.821,9	-1.572,3	-860,5	226,6	-660,6	315,9	97,4	-24,7

Relaciones comerciales de bienes fuera de España

(millones de euros)	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Exportaciones	13.957,3	14.911,9	17.146,3	16.662,8	18.758,2	17.809,7	18.924,0	19.981,3	21.798,4	22.195,6	22.258,1	20.871,7
Importaciones	13.164,2	13.699,7	14.332,3	15.008,9	14.639,5	14.413,3	15.108,5	15.508,5	17.199,7	19.201,8	19.919,5	16.597,4
Saldo comercial	793,1	1.212,2	2.814,0	1.653,9	4.118,7	3.396,4	3.815,5	4.472,7	4.598,6	2.993,8	2.338,7	4.274,3

Tabla 1. Fuente: IGE, Contas económicas trimestrales de Galicia. Base 2015

Si nos centramos en las relaciones comerciales de Galicia con terceros países, en el último año se mantiene el saldo comercial positivo de la Comunidad Autónoma, aumentándolo notablemente con respecto a los dos anteriores. En 2020, el superávit comercial aumentó un 82,8% para alcanzar los 4.274,3 millones de euros (2.338,7 y 2.993,8 en los años 2019 y 2018, respectivamente). Este aumento viene impulsado por una notable caída de las importaciones (un 16,7%), frente a una caída menor (un -6,2%) de las exportaciones. En el año 2020 la tasa de cobertura se situó en el 125,8% (112,0 un año antes) mientras que el grado de apertura fue del 63,84%, el segundo valor más alto desde el comienzo de la serie estadística en 1995 (el más alto fue en 2019 con un 66,4%).

El importe total de las ventas de las empresas gallegas al exterior ascendió a 20.871,7 millones de euros, lo que representa algo menos del 10% del total estatal (un 8,0%). En relación al año anterior, como fue señalado el importe de las exportaciones experimenta un leve aumento frente al descenso el año anterior.

Tras la caída de las exportaciones de productos energéticos (831,5 millones de euros en 2020), su peso relativo asciende hasta el 4,0% de la exportación gallega total y la no energética (20.040,1 millones de euros) el 96,0% restante. En cuanto a la evolución interanual de ambas, la venta de productos energéticos se contrae un 46,2%, tasa interanual significativamente superior a la experimentada en el caso de los productos no energéticos (-3,2%). De esta manera, el conjunto de actividades englobadas en el sector de productos energéticos detrae en el último año 3,2 puntos a la tasa de crecimiento interanual, siendo esta contribución negativa de 3,0 puntos en el caso del conjunto de sectores no energéticos.

Por lo que se refiere a las importaciones, supusieron un importe de 16.597,4 millones de euros en 2020, un 16,7% inferior al valor del año anterior. Del total de las importaciones, los productos energéticos (1.386,5 millones de euros) suponen el 8,4% y los no energéticos (15.210,9 millones de euros) el 91,6%. El valor total de las compras exteriores de productos energéticos ha registrado en el último año una contracción del 55,6%; reduciéndose un 9,4% la importación de productos no energéticos. Al igual que en el caso de las exportaciones ambos sectores detraen puntos al crecimiento agregado de las importaciones, situándose en 8,7 puntos en el caso del sector energético frente a los 8,0 puntos en el conjunto de sectores no energéticos.

El superávit de la balanza comercial gallega viene explicado por la balanza no energética, que ha contabilizado un total de 4.274,3 millones de euros (3.719,3 3.854,7 en 2019), manteniéndose estable la tasa de cobertura en el 125% (igual que el año anterior). Al tiempo, la balanza de productos energéticos experimenta una mejora, si bien, mantiene su saldo deficitario situándose en -555,0 millones de euros (1.472,1 millones de déficit un año antes) y una tasa de cobertura del 60,0% (51,8% un año antes).

10.2.3. Análisis provincial

El comercio exterior de Galicia se concentra desde hace décadas en las provincias de Pontevedra y A Coruña. El 2020 no fue una excepción en este sentido. Las evoluciones no han sido homogéneas entre provincias. Así, tras un incremento del 2,3% respecto al año anterior, Pontevedra se sitúa en el último año como la provincia con mayor valor de los intercambios comerciales, que ascienden a 20.755,3 millones de euros, el 55,4% de la actividad comercial gallega. Por el contrario, el importe total de los intercambios comerciales de A Coruña se reduce un 25,0% respecto al año anterior, concentrando el 37,8% de la actividad comercial gallega (14.153,3 millones de euros).

El año 2020 A Coruña ha aportado más del 40% del valor total de las ventas al exterior (41,5%) y Pontevedra el 52,0%, mientras que Ourense y Lugo han contribuido con el 3,7% y 2,8%, respectivamente. En el caso de las importaciones, la incidencia de Pontevedra es del 59,6% frente al 33,1% de A Coruña, en tanto que este porcentaje se sitúa en el 4,4% en Lugo y en 2,9% en Ourense.

En las exportaciones, Pontevedra registra la única tasa de crecimiento interanual positiva, con un 11,5%. Este incremento casi triplica el del año anterior que había sido del 4,5%. Por el contrario, las ventas de bienes y servicios a terceros países se redujeron en el resto de provincias: un 21,0% en A Coruña, un 13,1% en Ourense y, la caída más reducida fue la de Lugo con un 11,9%.

En cuanto a las importaciones, todas las provincias evolucionan negativamente, aunque con notables diferencias entre ellas. Así la caída más destacada se da en A Coruña con un descenso del 31,3% mientras que la menos perjudica es Lugo con un descenso interanual del 3,3%. En situación intermedia dentro de este desfavorable contexto se sitúan Pontevedra y Ourense con retrocesos del 6,5 y 19,0%, respectivamente.

► Importaciones y exportaciones gallegas, 2020

	Exportaciones			Importaciones		
	2020 mill. euros	I. com (1) %	TVA (2) %	2020 mill. euros	I. com (1) %	TVA (2) %
Galicia	20.871,7	100,0	-6,2	16.597,4	100,0	-16,7
A Coruña	8.661,1	41,5	-21,0	5.492,2	33,1	-31,3
Lugo	585,1	2,8	-11,9	724,2	4,4	-3,3
Ourense	769,2	3,7	-13,1	481,9	2,9	-19,0
Pontevedra	10.856,3	52,0	11,5	9.899,1	59,6	-6,5

(1) I. Com: Incidencia autonómica en la exportación/importación de Galicia (en porcentaje)

(2) TVA: Tasa de variación interanual (respecto a mismo periodo del año anterior en porcentaje)

Tabla 2. Fuente: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Datacomex

Como resultado de esta evolución detallada, en el último año se mantiene un saldo comercial negativo en la provincia de Lugo, a diferencia de lo que sucede en A Coruña, Ourense y Pontevedra. Además, hay que resaltar que se registra un aumento del déficit en las provincias de Pontevedra y Lugo, empeorando por otra parte el superávit comercial en las otras dos provincias. En A Coruña este saldo se sitúa en 3.168 millones de euros, situándose la tasa de cobertura en el 157,7%; ascendiendo en Ourense hasta los 287,3 millones, con una tasa de cobertura del 159,6%. Por su parte y superando el déficit de 2019, en Pontevedra se alcanza un superávit que a 957,2 millones de euros y una tasa de cobertura del 109,7%. De esta manera, solo Lugo se mantiene como la única provincia con un déficit comercial que alcanza los 139,1 millones (lo que supone un incremento de casi 50 millones de euros respecto al año anterior – cifrado en 89,1 millones y una tasa de cobertura del 80,8%).

► Flujo comercial y tasa de cobertura en las provincias gallegas, 2020

	Saldo comercial	Tasa de cobertura	Export. + Import.	
	mill. euros	%	mill. euros	I. Com (1) %
Galicia	4.274,3	125,8	37.469,0	100,0
A Coruña	3.168,9	157,7	14.153,3	37,8
Lugo	-139,1	80,8	1.309,3	3,5
Ourense	287,3	159,6	1.251,1	3,3
Pontevedra	957,2	109,7	20.755,3	55,4

(1) I. Com: Incidencia de cada sector en la actividad comercial de Galicia (en porcentaje)

Tabla 3. Fuente: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Datacomex

10.2.4. Análisis autonómico

En 2020 Galicia fue la sexta Comunidad Autónoma con mayor nivel de actividad comercial, superando los treinta y siete mil millones de euros (37.469,0 millones). Este importe representa casi el 7% del total estatal (un 6,8%) y ofrece una situación de estabilidad con respecto al año anterior. Cataluña y Madrid vuelven a situarse como las CC.AA. con mayor actividad comercial, acogiendo el 26,5 y 17,0% del importe total de España. A pesar del descenso del valor monetario de las importaciones y exportaciones experimentado en Andalucía, esta comunidad autónoma se mantiene en tercer lugar con un 10,0%. En conjunto, estas tres autonomías concentran más de la mitad del volumen comercial del Estado (53,5%).

En relación al año anterior, la actividad comercial de España disminuyó un 12,5%, lo que supone un 1,7% más que lo registrado en Galicia. Comparado con el resto de las CC.AA., el descenso promedio ronda el 17%, situándose Madrid como la Comunidad Autónoma con un menor descenso, con un -4,5%, por delante de Castilla León y Castilla-La Mancha, con un -5,5% y -99%, respectivamente. En el extremo contrario, las CC.AA. que presentaron los descensos más acusados fueron Cantabria, Navarra y Asturias, con porcentajes negativos superiores al 20% (-32,0%, -20,9% y -20,1%, respectivamente).

► Flujo comercial y tasa de cobertura por Comunidades Autónomas, 2020

	Saldo comercial	Tasa de cobertura	Export. + Import.	
	mill. euros	%	mill. euros	I. com (1) %
España	-13.422,1	95,1	535.773,0	100,0
Cataluña	-9.415,2	87,6	141.945,9	26,5
Madrid	-32.820,6	47,1	91.329,0	17,0
C. Valenciana	3.657,3	114,6	53.588,6	10,0
Andalucía	3.158,6	112,8	52.505,2	9,8
Galicia	4.274,3	125,8	37.469,0	7,0
País Vasco	5.158,6	132,9	36.558,8	6,8
Aragón	2.922,3	127,9	23.858,6	4,5
Castilla y León	2.475,4	124,7	22.509,8	4,2
Murcia	1.819,1	122,4	18.040,2	3,4
Castilla La Mancha	-2.097,5	77,4	16.473,8	3,1
Navarra	4.222,5	191,6	13.442,0	2,5
Asturias	830,7	127,0	6.994,7	1,3
Cantabria	684,6	138,4	4.245,8	0,8
Canarias	-599,1	74,8	4.156,6	0,8
Extremadura	741,6	152,5	3.568,9	0,7
Sin identificar	615,9	144,6	3.377,7	0,6
La Rioja	446,3	135,8	2.938,0	0,5
Baleares	609,7	161,3	2.598,6	0,5
Ceuta	-99,5	12,6	128,3	0,0
Melilla	-6,9	72,7	43,6	0,0

(1) I. Com: Incidencia autonómica en la exportación/importación de España (en porcentaje)

Tabla 4. Fuente: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Datacomex

Por lo que se refiere a las exportaciones, Galicia mejora su posición respecto al año anterior al situarse como la quinta comunidad autónoma en cuanto a su importe (en 2019 fue la sexta). Además, con 20.871,7 millones de euros, la Comunidad gallega aumenta ligeramente su cuota exportadora en el conjunto del Estado hasta el 8,0% (7,7% en 2019). Cataluña concentra la cuarta parte de las exportaciones españolas (25,4%), seguida de Madrid y la Comunidad Valenciana que suponen el 11,2% y 11,0% respectivamente. En cuarta posición del ranking exportador del Estado español se sitúa Andalucía aportando más del 10% (concretamente, un 10,7%).

Mientras que Galicia mantiene constante el importe de sus ventas al exterior, Cataluña (2.653,17 millones de euros), Madrid (1.216,77 millones) y Navarra (1.002,03 millones) lideran el ranking de CC.AA. con mayor incremento en términos absolutos. Si se considera la evolución en términos relativos es Navarra la Comunidad autónoma con mejor comportamiento, con un crecimiento del 11%, por delante de Aragón, con un 6,5%, y Asturias, con un 5,9%. En el extremo opuesto, las dos islas presentan las mayores caídas en términos relativos con un descenso del 8,2% en Canarias e un 7,3% en Baleares. En cuanto a su aportación a la tasa de variación interanual, cabe destacar el papel de Cataluña, que contribuyen con nueve décimas al crecimiento agregado de las exportaciones en España, siendo la contribución de Madrid y Navarra de cuatro décimas.

► Exportaciones por Comunidades Autónomas, 2020

	2020	I. Com (1)	TVA (2)(3)	
	mill. euros	%	%	Contribución (puntos)
España	261.175,5	100,0	-10,2%	
Cataluña	66.265,4	25,4	-10,3%	-2,6
Madrid	29.254,2	11,2	-6,2%	-0,7
C. Valenciana	28.623,0	11,0	-8,7%	-0,9
Andalucía	27.831,9	10,7	-12,4%	-1,4
Galicia	20.871,7	8,0	-6,2%	-0,5
País Vasco	20.858,7	8,0	-18,1%	-1,6
Aragón	13.390,4	5,1	0,1%	0,0
Castilla y León	12.492,6	4,8	-14,7%	-0,7
Murcia	9.929,6	3,8	-7,9%	-0,3
Navarra	8.832,3	3,4	-13,5%	-0,5
Castilla La Mancha	7.188,1	2,8	-4,7%	-0,1
Asturias	3.912,7	1,5	-18,9%	-0,3
Cantabria	2.465,2	0,9	-6,0%	-0,1
Extremadura	2.155,3	0,8	1,7%	0,0
Sin identificar	1.996,8	0,8	-16,3%	-0,1
Canarias	1.778,7	0,7	-33,5%	-0,3
La Rioja	1.692,2	0,6	-10,9%	-0,1
Baleares	1.604,2	0,6	-12,9%	-0,1
Melilla	18,4	0,0	-6,1%	0,0
Ceuta	14,4	0,0	35,1%	0,0

(1) I. Com: Incidencia autonómica en la exportación/importación de España (en porcentaje)

(2) TVA: Tasa de variación interanual (respecto al mismo periodo del año anterior en porcentaje)

(3) Contribución: Los puntos hacen referencia a la contribución de cada sector al crecimiento de las exportaciones

Tabla 5. Fuente: ICEX - Estacom

Por lo que se refiere a las importaciones, en el último año Galicia presenta un descenso del 16,7% para situarse en 16.597,4 millones de euros, el 6,0% de las compras exteriores de España. Al igual que ocurría con las exportaciones, la comunidad autónoma gallega se mantiene como la sexta Comunidad Autónoma con mayor volumen de importaciones. España presenta una elevada concentración de las importaciones en Cataluña y Madrid, que acogen más de la mitad del valor total de las compras españolas en el extranjero (un 50,2%).

Comparado con el año anterior cabe destacar que, dentro de la evolución negativa, Galicia se sitúa como la quinta autonomía. con un mejor comportamiento al experimentar un descenso ligeramente superior al 10%. En términos porcentuales únicamente una comunidad presenta un crecimiento con respecto al año anterior, Extremadura, al tiempo que la Comunidad Autónoma de Madrid repite el valor del ejercicio pasado. En términos nominales, sobresale negativamente el descenso experimentado por Cataluña, con 16.738,5 millones de euros menos. A considerable distancia, le sigue el descenso registrado por Andalucía que, en 2020, importó 5.879,7 millones de euros menos. No obstante, no son estos los mayores descensos relativos de las comunidades españolas puesto que autonomías como Andalucía, Canarias, Asturias y Baleares superan el 20% de descenso. El caso de esta última comunidad resulta especialmente destacado al alcanzar una disminución porcentual del 34,4% respecto al año anterior. En términos de aportación al crecimiento, las CC.AA. con mayor contribución fueron Madrid y Cataluña.

► Importaciones por Comunidades Autónomas, 2020

	2020	I. Com (1)	TVA (2)(3)	
	mill. euros	%	%	Contribución (puntos)
España	274.597,5	100	-14,8	
Cataluña	75.680,5	27,6	-17,8	-5,1
Madrid	62.074,8	22,6	-3,9	-0,8
C. Valenciana	24.965,7	9,1	-12,7	-1,1
Andalucía	24.673,3	9,0	-19,4	-1,8
Galicia	16.597,4	6,0	-16,7	-1,0
País Vasco	15.700,1	5,7	-22,1	-1,4
Aragón	10.468,1	3,8	-9,2	-0,3
Castilla y León	10.017,2	3,6	-18,4	-0,7
Castilla La Mancha	9.285,7	3,4	-0,2	0,0
Murcia	8.110,6	3,0	-26,4	-0,9
Navarra	4.609,8	1,7	-15,6	-0,3
Asturias	3.082,0	1,1	-25,3	-0,3
Canarias	2.377,9	0,9	-33,0	-0,4
Cantabria	1.780,6	0,6	-17,7	-0,1
Extremadura	1.413,6	0,5	1,0	0,0
Sin identificar	1.380,9	0,5	-41,5	-0,3
La Rioja	1.245,8	0,5	-13,2	-0,1
Baleares	994,4	0,4	-36,9	-0,2
Ceuta	113,9	0,0	-46,4	0,0
Melilla	25,2	0,0	-73,3	0,0

(1)

(1) I. Com: Incidencia autonómica en la exportación/importación de España (en porcentaje)

(2) TVA: Tasa de variación interanual (respecto al mismo periodo del año anterior en porcentaje)

(3) Contribución: Los puntos hacen referencia a la contribución de cada sector al crecimiento de las importaciones

Tabla 6. Fuente: ICEX - Estacom

En lo que respecta al saldo de exportaciones menos importaciones, al igual que ocurría el año pasado, Madrid (-32.820,6 millones de euros) y Cataluña (-9.415,28 millones de euros) vuelven a ser las comunidades con mayor déficit. Por su parte, nuevamente el País Vasco presenta el superávit más elevado superando nuevamente los cinco mil millones (5.158,6 millones de euros). Galicia, con un saldo positivo de 2.274,6 millones de euros, se sitúa en 2020 como la segunda Comunidad Autónoma con mayor saldo comercial tras el mencionado País Vasco. A continuación, le siguen la Comunidad Valenciana y Andalucía con superávits de 3.657,3 y 3.158,6 millones de euros, respectivamente.

10.2.5. Análisis sectorial

El superávit de la balanza comercial de Galicia con el extranjero registrado en el último año se debe, especialmente, al saldo muy favorable que ha presentado la balanza comercial del sector de manufacturas de consumo (3.020,9 millones de euros). Otros sectores que contribuyen positivamente, aunque en menor medida, son el sector de automóvil (870,5 millones de euros), los bienes de equipo (594,9 millones de euros) y las semimanufacturas (467,6 millones).

Gracias a estos sectores se ha podido compensar sobradamente el saldo deficitario que registra la balanza comercial de otros sectores como el sector energético o alimentario, con importes negativos superiores a los 400 millones de euros (555,0 y 426,5 millones de euros de déficit comercial respectivamente).

En relación al año anterior destaca el incremento experimentado en el caso del sector del automóvil, que corrige el saldo negativo de 2019 hasta presentar superávit en 2020. En sentido contrario, sobresale el sector de los bienes de equipo. Pese a seguir manteniendo superávit comercial, se reduce considerablemente, experimentando una reducción porcentual superior al 50% (un 55,2%).

► Flujo comercial y tasa de cobertura por sectores económicos, 2020

	Saldo comercial	Tasa de cobertura	Export. + Import.	
	mill. euros	%	mill. euros	I. Com (1) %
Total	4.274,3	125,8	37.469,0	100,0
Alimentos	-426,5	87,3	6.307,2	16,8
Energéticos	-555,0	60,0	2.218,0	5,9
Materias primas	197,1	141,3	1.152,6	3,1
Semimanufacturas	467,6	120,9	4.937,5	13,2
Bienes de equipo	594,9	128,5	4.764,7	12,7
Sector Automóvil	870,5	118,2	10.424,3	27,8
Bienes de consumo duradero	-85,4	66,3	421,3	1,1
Manufacturas de consumo	3.020,9	250,9	7.023,6	18,7
Otras mercancías	190,1	1.382,7	219,8	0,6

(1) I. Com: Incidencia de cada sector en la actividad comercial de Galicia (en porcentaje)

Tabla 7. Fuente: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Datacomex

En el año 2020 el sector del automóvil supone el 27,1 % del valor de las exportaciones gallegas (5.647,4 millones de euros) mientras que las manufacturas de consumo concentran el 24,1% de las ventas exteriores (5.022,3 millones). Entre estos dos sectores concentran más de la mitad del total de las exportaciones gallegas (en concreto, un 51,2%). A continuación, les sigue el sector alimenticio, con un peso relativo del 14,1%, superando a las semimanufacturas, con el 12,9%, y los bienes de equipo, con un 12,8%.

Desde una perspectiva dinámica, considerando la evolución interanual de las exportaciones, el sector del automóvil es el que presenta el incremento más importante tanto en términos absolutos como relativos, con una tasa de variación interanual superior al 25% (un 27,1%). En el caso contrario, el sector con mayor descenso en el año 2020 es el energético, donde la caída se aproximó al 50% (un 46,2%), seguido del desplome de los bienes de consumo duraderos que superó el 30% (un 31,2%).

► Exportaciones e importaciones gallegas por sectores económicos, 2020

	Importaciones				Exportaciones			
	Importe	I. Com (1)	TVA (2)(3)		Importe	I. Com (1)	TVA (2)(3)	
	mill. euros	%	%	puntos	mill. euros	%	%	puntos
Total	16.597,4	100,0	-16,7		20.871,7	100,0	-6,2	
Alimentos	3.366,9	20,3	-5,1	-0,9	2.940,4	14,1	-1,0	-0,1
Energéticos	1.386,5	8,4	-55,6	-8,7	831,5	4,0	-46,2	-3,2
Materias primas	477,7	2,9	-18,8	-0,6	674,9	3,2	-15,4	-0,5
Semimanufacturas	2.234,9	13,5	-9,1	-1,1	2.702,5	12,9	-4,5	-0,6
Bienes de equipo	2.084,9	12,6	2,1	0,2	2.679,8	12,8	-20,4	-3,1
Sector Automóvil	4.776,9	28,8	-13,1	-3,6	5.647,4	27,1	56,2	9,1
Bienes de consumo duradero	253,4	1,5	14,5	0,2	167,9	0,8	-31,2	-0,3
Manufacturas de consumo	2.001,4	12,1	-17,3	-2,1	5.022,3	24,1	-25,1	-7,6
Otras mercancías	14,8	0,1	-24,0	0,0	205,0	1,0	11,3	0,1

(1) I. Com: Incidencia de cada sector en la exportación/importación de Galicia (en porcentaje)

(2) TVA. Tasa de variación interanual (respecto a mismo período del año anterior en porcentaje)

(3) Los puntos hacen referencia a la contribución de cada sector al crecimiento de las importaciones y exportaciones en cada caso

Tabla 8. Fuente: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Datacomex

Descendiendo en el análisis hasta el nivel de capítulo arancelario⁷ el epígrafe más importante atendiendo a su importe continúa siendo el de "Vehículos automóviles, tractores, ciclos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios" (nº 87). Así en el año 2020 este capítulo concentró el 32,3% de las exportaciones gallegas. También, como viene siendo tradicional en los últimos años, le siguen con porcentajes en torno al 10% del total dos capítulos de la industria textil: "Prendas y complementos de vestir, excepto punto" y "Ropa y complementos de vestir, de punto" (nº 62 y 61, respectivamente). Concretamente el primero de ellos supuso en 2020 un 10,6% y el segundo, 8,2%.

7 Con esta finalidad se trabaja con los capítulos TARIC empleado por el Departamento de Aduanas del Ministerio de Hacienda.

En relación al año anterior, y pese a que el 2020 resultó muy complejo por la crisis económica provocada por la pandemia, dos capítulos relevantes como son "Vehículos automóviles, tractores" y "Conservas de pescado y carne" experimentaron un crecimiento relevante en términos relativos. Concretamente, el primero aumentó un 33,3% mientras que el segundo creció un 20,8% entre 2020 y 2019.

Dada la importancia del sector automóvil y de la industria textil-confección, cabe mencionar que la tendencia creciente del sector textil y la descendente en el caso del sector del automóvil se vio truncada en 2020. Así, el sector textil que, desde el comienzo de la crisis en 2008 había aumentado su peso relativo en más de diez puntos, experimentó el año pasado una caída superior a los cinco puntos perdiendo más de la mitad de lo ganado en la última década. Por el contrario, la automoción que venía recogiendo una tendencia decreciente desde 2017 aumentó en un solo año casi diez puntos porcentuales hasta situarse con un nivel de participación del 27,1%.

► Evolución del peso relativo de las exportaciones gallegas del sector del automóvil y del textil-confección, 2008-2020

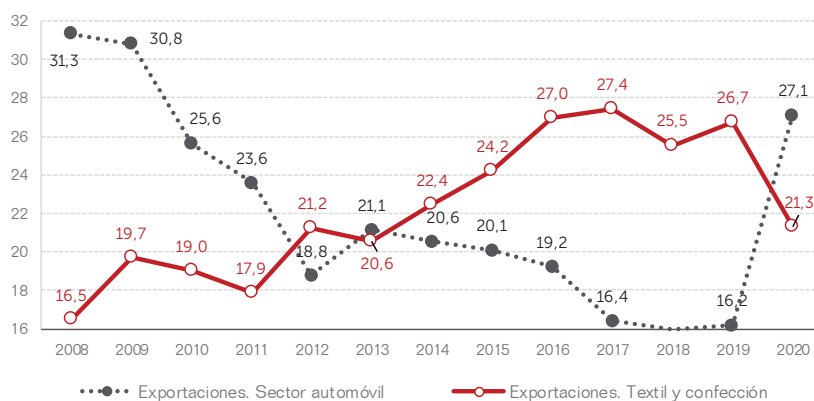


Figura 2. Fuente: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Datacomex

En cuanto a las importaciones de Galicia⁸, en 2020 el sector con mayor peso relativo fue, al igual que ya había ocurrido el año anterior, el del automóvil (28,8%), seguido por los correspondientes a alimentos, semimanufacturas y bienes de equipo (20,3%, 13,5% y 12,6% respectivamente). También han tenido una incidencia alta las manufacturas de consumo, con un 12,1% de peso relativo en el total de las importaciones gallegas.

En relación al año anterior, el sector energético es el que presenta una tasa de variación interanual más elevada, con un 55,6%. Otros sectores con descensos destacados, aunque no tan elevados como el anterior se dio en las materias primas, las manufacturas de consumo y el sector del automóvil con descensos porcentuales superiores al 15% (-18,8%, -17,3% y -13,1%, respectivamente). En sentido contrario cabe señalar que solo hubo dos sectores que experimentaron un crecimiento positivo, siendo estos el sector de los bienes de consumo duraderos y los bienes de equipos con mejoras porcentuales del 14,5% y 2,1%, respectivamente.

Como en el caso de las ventas gallegas al exterior, el capítulo arancelario "Vehículos automóviles, tractores, ciclos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios" (87) es el más importante en términos de valor. En concreto, los vehículos automóviles concentran el 30,5% de las importaciones gallegas, seguido por el capítulo de "Peces, crustáceos y moluscos" (nº 2) que supone algo más del 10% del total (un 11,9% en 2020). Ya con menor incidencia se encuentran los "Combustibles y aceites minerales" (nº 27) que alcanzan un porcentaje relativo del 8,4%.

En relación al año anterior, hay que señalar que las transacciones experimentaron una caída generalizada con excepción de los capítulos de "Aparatos y material eléctrico", "Ropa y complementos de vestir" y "Aluminio y manufacturas de aluminio". En estos tres casos, pese a lo complejo del año consiguió terminar en positivo siendo especialmente destacable el primero de ellos que anotó un aumento porcentual superior al 33% (un 36,9%). El resto de capítulos experimentaron un descenso con respecto al año anterior, donde la otra gran partida del comercio exterior, los vehículos, alcanzaron un descenso superior al 10% (un -11,8%).

⁸ Su valor ascendió a 16.597,4 millones de euros en el año 2020.

10.2.6. Análisis geográfico

La fuerte concentración de la actividad comercial gallega en el mercado comunitario es una de sus principales características. En el año 2020 esta concentración de las exportaciones a la Unión Europea se mantiene al suponer el 72,2% del importe total gallego, cinco puntos menos que en 2019, frente al 54,6% de las importaciones, una décima menos que el registrado el año precedente (54,7%). Esta evolución se debe a que las exportaciones a la UE-28 presentan un ligero descenso manteniéndose constante el crecimiento total de las exportaciones.

En el último año Europa concentra el 83,4% de las exportaciones, seguido a larga distancia por el continente americano con el 5,9% (2,4 puntos América del norte y 2,1 América del sur). Por otra parte, África concentra el 4,8% de las ventas exteriores y Asia el 4,2%, mientras que la participación de Oceanía sigue siendo muy reducida (1,3%), aunque se ha visto incrementada notablemente con respecto al año anterior cuando era prácticamente inexistente (un 0,1% en 2019).

► Origen y destino de las importaciones y exportaciones gallegas, 2020

	Exportaciones				Importaciones			
	Importe	I. Com (1)	TVA (2)(3)		Importe	I. Com (1)	TVA (2)	
	mill. euros	%	%	puntos	mill. euros	%	%	puntos
Total mundo	20.871,7	100,0	-6,2		16.597,4	100,0	-16,7	
Europa	17.402,2	83,4	-3,8	-3,1	10.339,9	62,3	-14,1	-8,5
Unión Europea	15.059,5	72,2	-4,4	-3,1	9.060,0	54,6	-12,8	-6,7
EFTA	270,9	1,3	34,9	0,3	137,2	0,8	-5,3	0,0
Europa Oriental	198,2	0,9	-5,1	0,0	254,2	1,5	-35,5	-0,7
Resto Europa	1.873,6	9,0	-3,0	-0,3	888,4	5,4	-19,3	-1,1
África	1.000,4	4,8	-15,5	-0,8	1.808,8	10,9	-34,4	-4,8
África del Norte	835,0	4,0	-15,0	-0,7	959,9	5,8	-46,7	-4,2
África Central	17,9	0,1	-2,4	0,0	32,6	0,2	-5,3	0,0
África Occidental	53,6	0,3	-29,8	-0,1	375,1	2,3	-22,2	-0,5
África Oriental	2,9	0,0	-39,8	0,0	9,3	0,1	13,1	0,0
África Austral	91,0	0,4	-11,0	-0,1	431,8	2,6	-0,3	0,0
América	1.226,5	5,9	-29,3	-2,3	2.115,8	12,7	-19,8	-2,6
América del Norte	504,7	2,4	-35,0	-1,2	482,0	2,9	9,6	0,2
Islas del Caribe	45,1	0,2	-43,7	-0,2	50,0	0,3	-26,2	-0,1
América Central	237,3	1,1	-27,7	-0,4	533,0	3,2	-38,1	-1,6
América del Sur	439,3	2,1	-20,3	-0,5	1.050,8	6,3	-17,3	-1,1
Asia	882,9	4,2	-21,2	-1,1	2.239,9	13,5	-6,0	-0,7
Próximo Oriente	124,0	0,6	-12,4	-0,1	4,9	0,0	-90,7	-0,2
Península Arábiga	162,7	0,8	-36,9	-0,4	62,7	0,4	44,5	0,1
Asia Central	4,4	0,0	-55,7	0,0	0,2	0,0	136,0	0,0
Asia del Sur	23,8	0,1	-41,5	-0,1	402,9	2,4	-8,2	-0,2
Lejano Oriente	472,7	2,3	-7,4	-0,2	1.356,9	8,2	3,0	0,2
Sudeste Asiático	95,4	0,5	-40,6	-0,3	412,3	2,5	-22,3	-0,6
Oceanía	273,6	1,3	744,4	1,1	93,0	0,6	-10,5	-0,1

(1) I. Com: Incidencia autonómica en la exportación/importación de Galicia (en porcentaje)

(2) TVA. Tasa de variación interanual (respecto a mismo período del año anterior en porcentaje)

(3) Contribución: Los puntos hacen referencia a la contribución de cada sector al crecimiento de las importaciones y exportaciones en cada caso

Tabla 9. Fuente: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Datacomex

Francia y Portugal son los principales mercados exteriores de las empresas gallegas al concentrar el 24,4% y 13,1% del valor de las ventas, respectivamente, seguido de Italia, con un 8,4% y Reino Unido, con un 6,4%. Estos cuatro países acaparan el 52,4% de las exportaciones gallegas. Fuera de la Unión Europea, Marruecos sigue siendo el primer país de destino de los productos gallegos, que se mantiene en el noveno lugar en términos de valor total (3,0%), por delante de Turquía y Estados Unidos, en el décimo y duodécimo lugar con un 2,2% y 2,0%, respectivamente. El primer país asiático es China, que aparece en el puesto decimocuarto, que representa el 0,9% de las exportaciones gallegas.

► Principales países de destino de las exportaciones gallegas, 2020

		Exportaciones			
		Importe	I. Com (1)	TVA (2)	
		mill. euros	%	%	puntos
Francia	1	5.101,3	24,4	19,8	3,8
Portugal	2	2.729,2	13,1	-16,3	-2,4
Italia	3	1.757,6	8,4	-10,8	-1,0
Reino Unido	4	1.346,0	6,4	-10,8	-0,7
Alemania	5	1.066,5	5,1	-12,5	-0,7
Polonia	6	921,8	4,4	15,8	0,6
Países Baixos	7	762,8	3,7	-31,2	-1,6
Bélgica	8	738,7	3,5	-1,1	0,0
Marrocos	9	622,2	3,0	-16,6	-0,6
Turquía	10	468,8	2,2	42,8	0,6
Estados Unidos	11	415,9	2,0	-28,5	-0,7
Grecia	12	276,5	1,3	-25,8	-0,4
Australia	13	268,0	1,3	906,5	1,1
Romanía	14	203,4	1,0	-28,6	-0,4
Suecia	15	201,7	1,0	-4,6	0,0
China	16	187,6	0,9	-25,7	-0,3
México	17	186,2	0,9	-21,1	-0,2
Noruega	18	179,9	0,9	51,7	0,3
Irlanda	19	167,5	0,8	-18,5	-0,2
Dinamarca	20	156,5	0,7	19,9	0,1
SubTotal		17.758,1	85,1	-3,3	-2,7
Total		20.871,7	100,0	-6,2	

(1) I. Com: Incidencia autonómica en la exportación/importación de Galicia (en porcentaje)

(2) TVA: Tasa de variación interanual (respecto a mismo período del año anterior en porcentaje)

(3) Contribución: Los puntos hacen referencia a la contribución de cada sector al crecimiento de las importaciones y exportaciones en cada caso

Tabla 10. Fuente: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Datacomex

Desde un punto de vista dinámico, si consideramos tan sólo los cinco continentes, las exportaciones aumentan tan solo en el continente australiano, con un incremento desorbitado superior al 800% respecto al año anterior (243,6 millones de euros). El resto de los continentes experimentan retrocesos con respecto al año anterior, siendo los más destacados en términos porcentuales los de América y Asia con caídas del 30,1% y 21,0%, respectivamente. En términos nominales el descenso más significativo se da con Europa con una caída de más de 600 millones de euros (620,8 millones lo que supone un 3,4% menos respecto al año anterior). Por lo que se refiere a África, que tampoco es ajena a la evolución desfavorable del año 2020, queda situada en una situación intermedia con un descenso del 15,1%, esto es, 178,6 millones de euros que el ejercicio precedente.

Del análisis geográfico de las importaciones desde Galicia, en el año 2020 se reduce el grado de concentración de las compras procedentes de la UE-28, que se sitúa en el 54,6% del valor total de las compras exteriores (9.060,0 millones de euros), siendo este porcentaje una décima inferior a la registrada el año anterior. Francia, consecuencia de la localización de la factoría PSA Peugeot-Citroën en Vigo, se mantiene como el principal suministrador de Galicia, con 4.523,2 millones de euros, seguida de Portugal, con 1.702,3 millones. Estos dos países concentran casi el 40% de las importaciones gallegas (un 37,6%).

Fuera de la Unión Europea, el continente asiático concentra el 13,5% del total de las importaciones, superando ligeramente al americano, cuyas compras representan el 12,7%. Por su parte África reduce su peso relativo hasta el 10,9% de las importaciones gallegas. China, tras un crecimiento del 21,1% respecto al año anterior, se sitúa como el tercer país donde más compras se realizan (1.188,0 millones; un 7,2% del total gallego), ascendiendo Marruecos hasta el cuarto lugar, con 734,5 millones de euros, lo que representa el 4,4% de las importaciones gallegas en 2020.

Atendiendo a la evolución respecto al año anterior, las compras gallegas procedentes del exterior disminuyen en todos los continentes, siendo el continente africano el que experimenta el mayor descenso en términos relativos, al experimentar una caída con respecto al año anterior de más de un 30% (un 34,4%). Sin embargo, en términos absolutos son las importaciones de Europa las que más caen, al registrarse un descenso de más de 1.500 millones de euros (1.613,1 millones lo que supone un porcentaje negativo del -14,1%). La segunda mayor caída en términos porcentuales se produce en las compras con origen americano que sufren un retroceso del 19,8% con respecto al

año anterior, lo que supone 542,2 millones de euros menos. En sentido contrario, la menor caída se produce con las compras procedentes de Asia que solo se ven disminuidas en un 6% menos, esto es, 139,1 millones de euros.

Entre los cinco principales países atendiendo a la cuantía de las importaciones, cabe resaltar el ya mencionado incremento de China, con más de un 20% respecto al año anterior (208,1 millones), así como Marruecos, con un crecimiento del 0,3% (56,2 millones de euros más). Por el contrario, los descensos más destacados en términos porcentuales de las importaciones son los que se producen con México y Turquía con lo que se registran disminuciones del 42,8 y 35,2%, respectivamente (332,4 y 211,3 millones de euros menos). En cualquier caso, la disminución más relevante en términos nominales es la que se produce con los vecinos galos que se cuantifican en 786,4 millones de euros menos con respecto a 2019 (un 6,7% de caída).

► Principales países de origen de las importaciones gallegas, 2020

Importaciones					
		Importe	I. Com (1)	TVA (2)(3)	
		mill. euros	%	%	Puntos
Francia	1	4.523,2	27,3	-14,9	-4,0
Portugal	2	1.702,3	10,3	-6,7	-0,6
China	3	1.188,0	7,2	21,1	1,0
Marruecos	4	734,5	4,4	8,4	0,3
Italia	5	701,9	4,2	-11,5	-0,5
Alemania	6	667,2	4,0	-10,5	-0,4
Reino Unido	7	484,5	2,9	0,2	0,0
Estados Unidos	8	467,0	2,8	15,6	0,3
México	9	405,8	2,4	-42,8	-1,5
Turquía	10	388,9	2,3	-35,2	-1,1
Argentina	11	323,3	1,9	6,9	0,1
Países Bajos	12	274,2	1,7	-15,0	-0,2
Eslovaquia	13	216,7	1,3	-20,7	-0,3
Ecuador	14	214,0	1,3	-23,3	-0,3
Indonesia	15	209,3	1,3	-21,5	-0,3
Bangladesh	16	193,4	1,2	-9,9	-0,1
Namibia	17	188,3	1,1	-6,3	-0,1
Malvinas	18	186,7	1,1	-11,0	-0,1
Bélgica	19	173,0	1,0	-33,8	-0,4
Guinea (Conakry)	20	167,0	1,0	-0,8	0,0
SubTotal		13.409,1	80,8	-10,8	-8,2
Total		16.597,4	100,0	-16,7	

(1) I. Com: Incidencia autonómica en la exportación/importación de Galicia (en porcentaje)

(2) TVA: Tasa de variación interanual (respecto a mismo período del año anterior en porcentaje)

(3) Contribución: Los puntos hacen referencia a la contribución de cada sector al crecimiento de las importaciones y exportaciones en cada caso

Tabla 11. Fuente: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Datacomex

10.2.7. Base exportadora

Un último indicador a tener en cuenta en el análisis del comercio exterior gallego es el relativo a su base exportadora, es decir, al número de empresas que vende sus productos en terceros países. Galicia contaba en el año 2020 con un total de 7.118 empresas exportadoras, lo que supone un descenso del 0,7% respecto al año anterior (49 empresas menos). Atendiendo a la evolución sectorial, el sector con mayor aumento de su base exportadora es el de las manufacturas de consumo que se ha visto incrementada con respecto al año anterior en 76 empresas. A considerable distancia le sigue el sector de las semimanufacturas y de los productos energéticos donde el incremento fue de 43 y 39 empresas respectivamente. También han aumentado su base exportadora los bienes de equipo, el automóvil y los bienes de consumo duradero.

En sentido contrario los descensos más significativos se registran en el sector de las materias primas, con 25 empresas menos (-7,2%) y en el de los alimentos, con 69 empresas exportadoras menos (-4,7%).

Por lo que se refiere a la concentración sectorial, como ocurría ya el año pasado, el sector de bienes de equipo sigue siendo el que concentra el mayor número de empresas exportadoras, con 2.199 empresas (30,7% del total gallego), por delante del sector de las semimanufacturas, con 1.485 empresas (20,7%), y el sector de alimentos y manufacturas de consumo, con 1.390 (19,4%) y 1.269 empresas (17,7%), respectivamente.

► Base exportadora gallega por sectores, 2019-2020

	2019	2020		TVA (2)	
	Nº empresas	Nº empresas I. Com (1)%		Diferencial empresas	%
Sectores económicos	7.167	7.118	99	-49	-0,7
Alimentos	1.459	1.390	19,4	-69	-4,7
Bebidas	482	483	6,7	1	0,2
Pesca	414	413	5,8	-1	-0,2
Carne	370	266	3,7	-104	-28,1
Preparados alimenticios	141	153	2,1	12	8,5
Frutas y legumbres	115	121	1,7	6	5,2
Lácteos y huevos	95	93	1,3	-2	-2,1
Productos energéticos	126	165	2,3	39	31,0
Materias primas	348	323	4,5	-25	-7,2
Semimanufacturas	1.442	1.485	20,7	43	3,0
Productos químicos	900	923	12,9	23	2,6
Otras semimanufacturas	760	764	10,7	4	0,5
Hierro y acero	221	205	2,9	-16	-7,2
Metales no ferrosos	150	143	2,0	-7	-4,7
Bienes de equipo	2.189	2.199	30,7	10	0,5
Otros bienes de equipo	1.246	1.164	16,2	-82	-6,6
Maq. específica ciertas industrias	1.089	1.143	15,9	54	5,0
Equipo oficina y telecomunicaciones	334	371	5,2	37	11,1
Material transporte	358	324	4,5	-34	-9,5
Sector del automóvil	562	576	8,0	14	2,5
Componentes del automóvil	394	435	6,1	41	10,4
Automóviles y motos	197	166	2,3	-31	-15,7
Bienes de consumo duradero	448	457	6,4	9	2,0
Manufacturas de consumo	1.193	1.269	17,7	76	6,4
Textil y confección	573	637	8,9	64	11,2
Juguetes	162	163	2,3	1	0,6
Calzado	131	162	2,3	31	23,7
Joyería y relojes	117	115	1,6	-2	-1,7
Otras manufacturas de consumo	611	605	8,4	-6	-1,0
Otras mercancías	3.340	3.141	43,8	-199	-6,0

(1) I. Com: Incidencia autonómica en la base exportadora de Galicia (en porcentaje)

(2) TVA: Tasa de variación interanual (respecto a mismo periodo del año anterior en porcentaje)

Tabla 12. Fuente: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Datacomex

10.3. La internacionalización de la empresa gallega

Tras la revisión a escala macro de los principales agregados macroeconómicos del contexto internacional del comercio exterior de Galicia, procede analizar el comportamiento individualizado de las empresas gallegas (escala micro).

Frente a lo que ocurre cuando el propósito es el estudio de otros ámbitos de la empresa, no se dispone de una base de datos que proporcione o facilite indicadores referentes al proceso de internacionalización empresarial. Igualmente, la información económica que se puede obtener del Registro Mercantil tampoco facilita esta tarea. Por ello, es preciso realizar una encuesta específica sobre este particular. De esta manera, se implementa una encuesta específica realizada a una muestra significativa de las empresas con actividad internacional. Para la selección de dicha muestra se utilizó como universo muestral la base de datos de ARDÁN, seleccionando aquellas que presentaban la condición de ser exportadoras.

Esta encuesta se inserta dentro de un módulo específico sobre internacionalización dentro del conjunto de encuestas realizadas por ARDÁN para la confección anual de su Informe Anual de Competitividad. Además, presenta la ventaja de que se cuenta con información histórica de los últimos seis años, pudiendo realizar no sólo un análisis estático del último año sino también de la serie de años disponibles.

En cuanto a sus objetivos cabe señalar su doble intención. Primero, consigue una aproximación a los principales rasgos de las empresas incluidas en la muestra lo que facilita una muy buena aproximación a su grado de internacionalización a través de sus diferentes condicionantes y características. Un segundo objetivo descansa en la elaboración de un indicador que cuantifique el proceso de apertura al exterior de cada una de las empresas. Este indicador sintético constituye el "Indicador ARDÁN de Empresa Global" que se configura como el resultado final del trabajo llevado a cabo para el presente capítulo.

10.3.1. Encuesta ARDÁN. Módulo de Internacionalización

El módulo de internacionalización de la Encuesta ARDÁN constituye la fuente de información para el presente apartado. El cuestionario está formado por un total de trece preguntas que completaban las siete preguntas del módulo general (común a todas las empresas encuestadas con independencia del módulo específico que fueran a contestar⁹). Las preguntas generales hacen referencia a la participación por otra sociedad (o grupo de sociedades), a su carácter extranjero, la elaboración de memoria de sostenibilidad, el resultado de los dos últimos ejercicios (antes de impuestos), el total de activos, la cifra de negocios y, finalmente, el volumen de empleo de la empresa.

Por lo que se refiere al módulo de internacionalización, con carácter general, se pretende cubrir los siguientes ámbitos: la presencia de la empresa en el extranjero, las principales magnitudes de su comercio exterior, otras actividades relevantes de la empresa en su proceso de internacionalización y, finalmente, valoración de la empresa sobre aspectos clave en la internacionalización empresarial. El contenido completo del módulo de internacionalización de la Encuesta ARDÁN de empresa internacionalizada es recogida en la Tabla 31 de los anexos donde se resumen los principales contenidos de cada una de las partes del cuestionario.

El universo muestral está formado por 1.928 empresas que, según la Base de Datos ARDÁN, son exportadoras¹⁰. El año de referencia (salvo indicación en sentido contrario) es 2020¹¹. De esta manera se demuestra un notable grado de actualización en la disposición de datos, teniendo presente que la información es solicitada a las empresas en los meses de abril y mayo, cuando en la mayoría de los casos aún están en proceso de cierre contable y presentación de cuentas al registro¹².

Como en anteriores Informes, un último aspecto que es necesario destacar reside en el hecho de que los resultados y conclusiones obtenidos con la realización de la Encuesta se circunscriben a las empresas que formaron parte de la misma. Esta circunstancia es especialmente relevante en lo que se refiere a la clasificación obtenida de empresas que, obviamente hace referencia a las que fueron encuestadas¹³.

► Ficha técnica de la encuesta

Encuesta ARDÁN de empresa global, 2021	
Universo	Base de Datos Ardán: 1.928 empresas exportadoras
Tamaño de la muestra	379 empresas
Fechas de realización	Marzo-junio 2021
Muestreo	Aleatorio dirigido
Nivel de confianza	Nivel de confianza del 95%
Error muestral	± 4,5%
Tipo de encuesta	Electrónica (aplicación web)
Supervisión y procesamiento	Servicio de Estudios Zona Franca de Vigo
Resultados e informe	Grupo GEN - Universidad de Vigo

Tabla 13. Fuente: Elaboración propia

⁹ Denominado en el cuestionario "Módulo de inicio".

¹⁰ Disponible en http://www.ardan.es/ardan/index.php?option=com_xestec&Itemid=1529.

¹¹ Último año fiscal del que se tiene información por parte de las empresas.

¹² El plazo legal máximo para la presentación de cuentas es de seis meses desde la finalización del ejercicio contable.

¹³ Esta consideración no resta validez y aplicabilidad al indicador propuesto puesto que su metodología y desarrollo sería válido para cualquier tipo de universo, siempre y cuando se dispusiera de la información requerida para el mismo.

10.3.2. Internacionalización de la empresa gallega

La encuesta realizada permite obtener un diagnóstico preciso y actualizado de la realidad de la empresa gallega en cuanto a su grado de internacionalización y apertura al exterior. Además, este análisis puede ser realizado con una perspectiva temporal haciendo hincapié en el conocimiento de su situación y evolución en el contexto global. El periodo de referencia del estudio son los últimos ocho años, en los cuales de manera ininterrumpida se ha realizado la encuesta pudiendo contar con datos del periodo 2013-2020.

Como se ha señalado, la aplicación durante casi una década de la encuesta ARDÁN sobre empresa internacionalizada ha permitido realizar un análisis anual de la realidad de la empresa gallega en cuanto a su grado de internacionalización y apertura exterior.

Los resultados de la serie histórica del periodo muestran que el sector industrial es predominante, representando más del 50% de las empresas en el periodo 2013-2016, seguido del sector servicios. Sin embargo, esta tendencia se rompe a partir del año 2017. El sector industrial pierde peso frente al sector servicios, representando en 2020 más de la mitad de las empresas de la muestra y evidenciando una clara tendencia a la terciarización de la economía.

Otro de los sectores que aumenta su proporción es la construcción, pasando de representar un 3,7%, en el año 2013, a un 17,1%, en 2020. A pesar de este crecimiento, el sector industrial y de servicios mantiene una proporción superior de empresas. Por otra parte, la presencia del sector primario y del energético es minoritaria en todo el periodo.

► Evolución del sector productivo de las empresas exportadoras de la muestra ARDÁN. Período 2013-2020 (%)

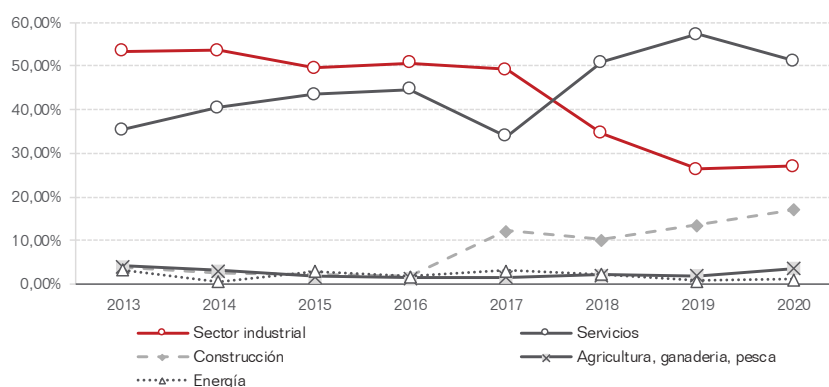


Figura 3. Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la Figura 3, en los últimos años se registra un claro predominio del sector servicios (acorde con la terciarización de la economía gallega) que hace que su representación supere en 2020 el 50% (un 51,3%). En sentido contrario, el sector industrial muestra una tendencia decreciente desde el año 2017, si bien este 2020 presentó un ligero repunte que lo hizo situarse en un 26,9% (un 2% superior al dato del año anterior). La representación de los otros tres sectores es considerablemente más reducida, destacando el sector de la construcción que en el año 2016 experimentó una notable subida que continua desde entonces.

Desde hace tres años se incluye en el cuestionario una pregunta sobre la antigüedad de las empresas. En todas las ediciones se observa que, más de dos tercios fueron creadas antes del año 2000, sumando más de dos décadas de vida. Por el contrario, las empresas creadas en la década de 2010 apenas suponen un 5% del total de la muestra (un 3,2% en la última encuesta disponible).

Considerando la estructura empresarial, más del 60% de las empresas no están participadas por otra sociedad o grupo de sociedades. No obstante, cabe señalar un claro cambio en la tendencia experimentada por este indicador, puesto que hasta el año 2017 mostró un claro crecimiento (hasta un nivel próximo al 80%) y, desde entonces, comenzó un decrecimiento que le ha llevado a alcanzar en el 2020 el valor más bajo de la serie (un 61,7%), como se puede observar en la Figura 4.

► Participación por otra sociedad o grupo de sociedades (%). Periodo 2013-2020 (%)

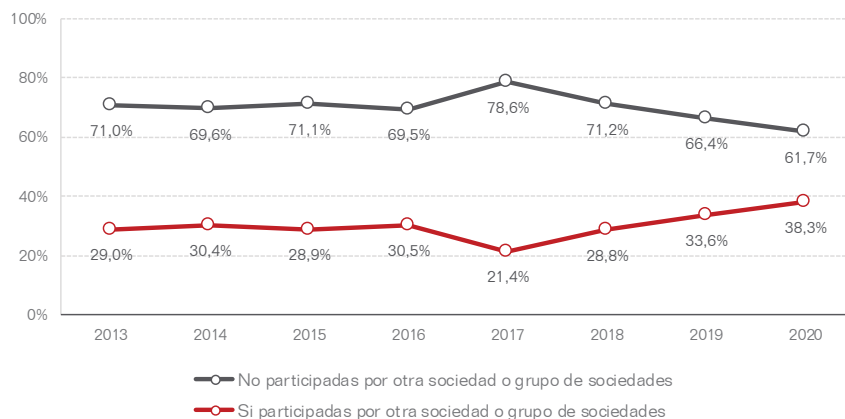


Figura 4. Fuente: Elaboración propia

En relación al volumen de ventas de las empresas, la facturación media alcanza su nivel más elevado en 2014, acercándose a los treinta millones de euros. En el resto del periodo analizado se puede observar que la facturación media se encuentra entre los once millones y los veinte millones de euros (Figura 5). El año 2020 ha supuesto la cifra más baja desde el comienzo del estudio (diez millones cuatrocientos mil euros).

► Promedio de facturación de las empresas. Periodo 2013-2020 (en euros)

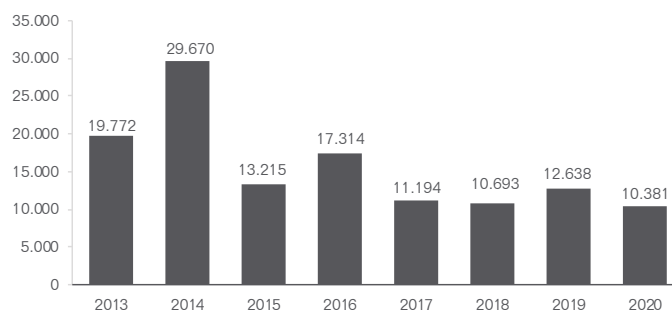


Figura 5. Fuente: Elaboración propia

Otro indicador relevante referido al tamaño de la empresa se encuentra en el volumen de empleo. Se puede observar en la Figura 6, una presencia muy mayoritaria de las empresas de reducida dimensión (de menos de 50 empleados). Esta circunstancia destaca en los últimos años y, especialmente en los dos últimos años, para las de tamaño más pequeño (menos de 10 empleados). Por su parte las empresas que emplean más de 250 personas tienen una presencia testimonial al no llegar en ningún año de la serie al 5% (un 4,3% en 2020).

► Volumen de empleo de las empresas analizadas. Periodo 2013-2020

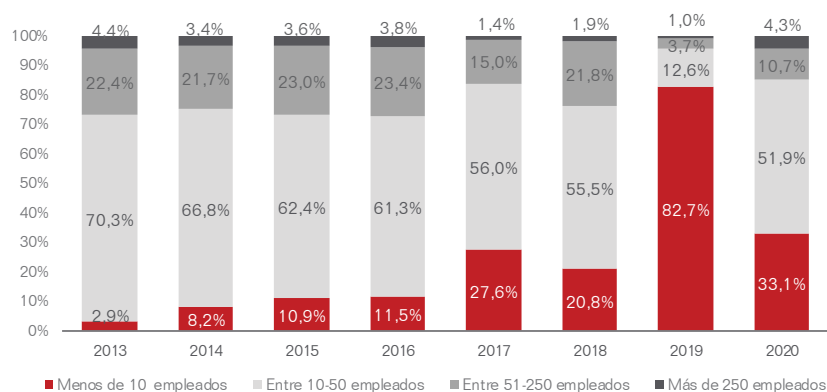


Figura 6. Fuente: Elaboración propia

Considerando los niveles de empleo explicados se distingue el vinculado directamente a las labores de internacionalización. En el año 2013 se identificaba que casi la mitad (el 48%) de las empresas encuestadas tienen como mucho a una persona dedicada a las tareas de internacionalización. A partir del año 2014 la pregunta se desglosa en cuatro rangos (Figura 7). De esta manera se puede observar que más de las tres cuartas partes de las empresas analizadas tienen menos de diez empleados dedicados a estas tareas. Dicha proporción presenta una progresión creciente. Por su parte, las empresas que tienen entre 10 y 49 trabajadores representan cerca del 25% (en promedio).

► Personal dedicado a las labores de internacionalización en las empresas encuestadas. Periodo 2013-2020

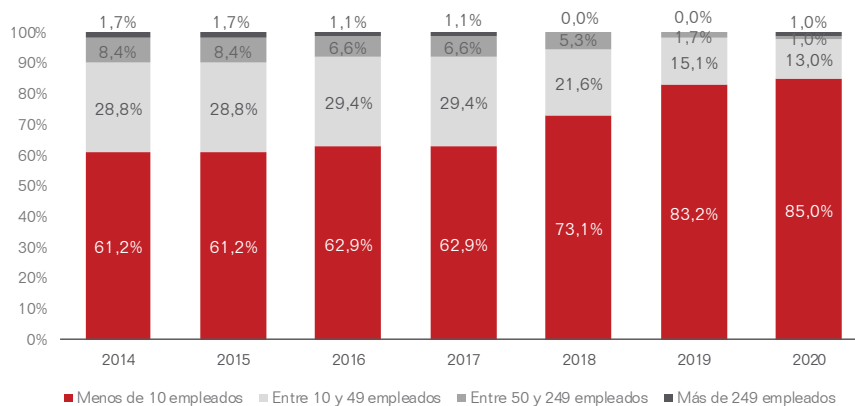


Figura 7. Fuente: Elaboración propia

En la encuesta también se identifican las empresas que tienen personal directivo dedicado a la internacionalización. En el periodo analizado cerca de la mitad de la muestra (en promedio) indica contar con un directivo dedicado a estas tareas. Dicha proporción experimenta un importante aumento en el último año, pasando del 25% de las empresas en 2019 al 50% en 2020.

La presencia de la empresa en el extranjero se mide a través del número de establecimientos que se encuentran ubicados fuera de España¹⁴, así como de la participación en el capital de empresas extranjeras. El primer indicador refleja que, en promedio, nueve de cada diez empresas no cuentan con ningún establecimiento en el extranjero. Dicha proporción muestra ligeras variaciones en el periodo que no modifican la situación existente, como se aprecia en la Figura 8. Las empresas que tienen un establecimiento representan en promedio un 3,5% y las que tienen dos o más no llegan al 2%.

► Establecimientos ubicados fuera de España. Periodo 2013-2020. (Nº)

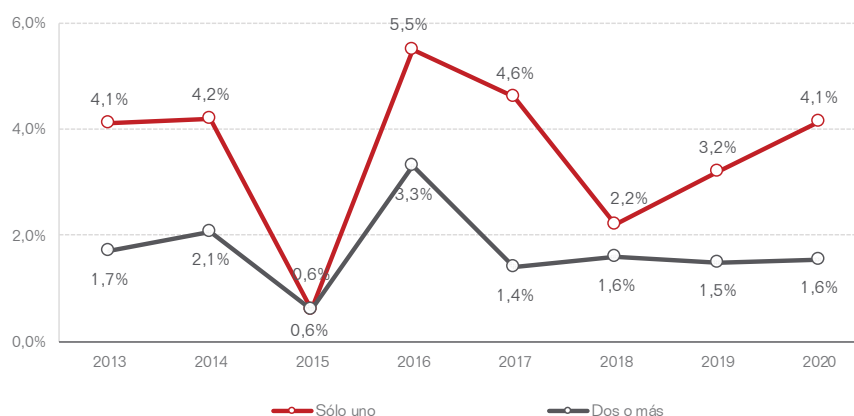


Figura 8. Fuente: Elaboración propia

La reducida presencia en el exterior por parte de la empresa gallega se ve refrendada por la escasa participación en empresas de capital extranjero. Como se refleja en la Figura 9, el número de empresas que se encuentran en esta

¹⁴ Hay que señalar que sólo se computan los establecimientos con más de 10 trabajadores.

situación apenas supera la décima parte de la muestra (12,5% en el 2020 y 9,5% en promedio). Situación que se mantiene a lo largo de los años analizados.

► Participación en el capital social de empresas localizadas en el extranjero. Periodo 2013-2020 (%)

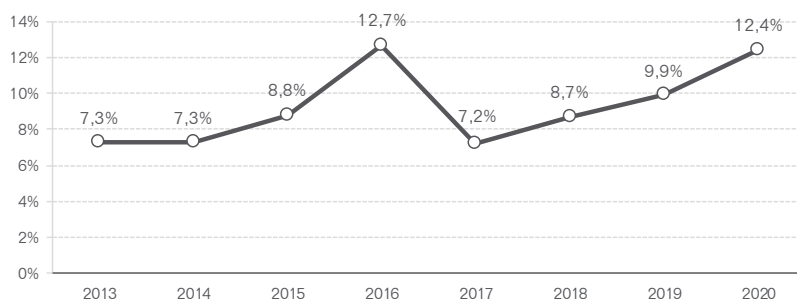


Figura 9. Fuente: Elaboración propia

En los diferentes años estudiados la principal actividad desarrollada por la empresa internacionalizada es la elaboración, comercialización y distribución de productos similares a los que la empresa fabrica en España, sin la realización de adaptaciones y/o montaje de componentes suministrados desde la empresa española.

Con respecto al comercio exterior, el volumen medio de exportación de la empresa está en torno a los dos millones y medio de euros, sumando casi treinta y cinco millones en el periodo analizado, como se recoge en la Figura 10.

► Promedio del volumen de exportación de la empresa. Periodo 2013-2020 (en euros)

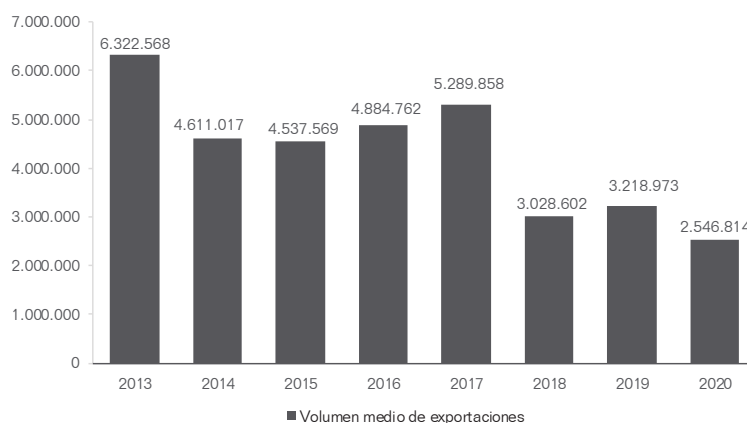


Figura 10. Fuente: Elaboración propia

► Número de empresas según el volumen de exportaciones. Periodo 2013-2020 (en euros)

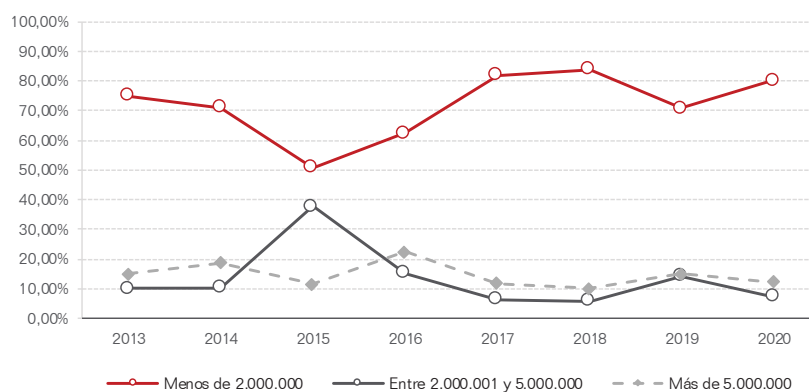


Figura 11. Fuente: Elaboración propia

De esta cifra de exportaciones, se identifica que el 70% (en promedio) de las empresas exportadoras tienen un volumen de exportaciones inferior a los dos millones de euros. Por su parte el rango establecido entre los dos millones y los cinco millones de euros representa el 13% de las empresas encuestadas. Con semejante proporción se encuentran las empresas que tienen un volumen de exportación que supera los cinco millones de euros. Como se refleja en la Figura 11, la evolución de este indicador no es estable, presentando aumentos y disminuciones a lo largo del periodo analizado.

Los datos referidos al destino de las exportaciones muestran que estas se concentran mayoritariamente en Europa (suponiendo un 70%). Esta es una tendencia que se mantiene estable durante todo el periodo, representando siempre en torno a las tres cuartas partes del total de las exportaciones. El siguiente destino al que más se exporta es Iberoamérica con valores crecientes, aumentando desde el 2018 su porcentaje un 80%. El total del resto de destinos no llega al 15%.

Otra información de interés con respecto al comercio exterior de las empresas, viene dada por el número de países a los que exporta y el número de clientes extranjeros con los que cuenta.

En lo relativo a la evolución del primer indicador, como se aprecia en la Figura 12, el año 2020 experimentó un descenso generalizado en el montante global de los clientes en el exterior. De este modo se rompe la tendencia al alza de esta cifra iniciada en 2018, tras el brusco descenso experimentado los años anteriores. Como dato positivo cabe destacar que el mayor porcentaje corresponde a las empresas que exportan a más de cinco países que suponen casi la tercera parte (un 31,1% en 2020).

► Número de países a los que exporta. Periodo 2014-2020 (%)

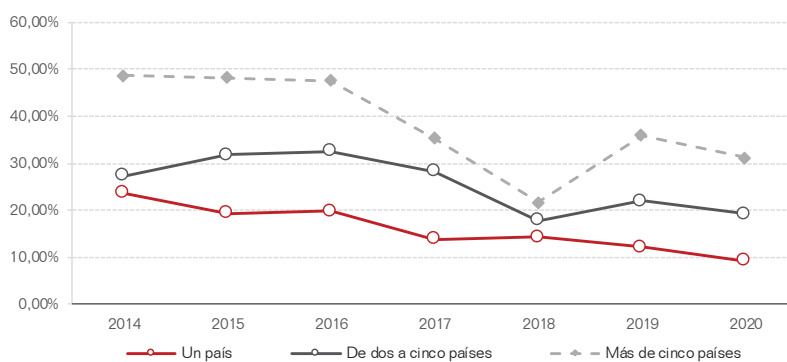


Figura 12. Fuente: Elaboración propia

El indicador del número de clientes extranjeros deja patente la reducida dimensión internacional de las empresas de la muestra. A lo largo del periodo analizado se observa que los distintos rangos del indicador sufren altibajos, no existiendo una tendencia clara de su evolución (Figura 13). Los datos reflejan que las empresas con menos de cinco clientes son las que suponen una mayor proporción, con un repunte en el 2020, donde suponen el 57% del total. Por su parte, las empresas que superan los 25 clientes alcanzan la quinta parte de la muestra, casi duplicando su porcentaje respecto al 2019. La proporción de las empresas encuadradas en los rangos restantes (cinco a diez clientes, once a veinticinco clientes), disminuye respecto al año anterior no llegando al 20% entre ambos grupos.

► Clientes extranjeros. Periodo 2013-2020 (Nº)

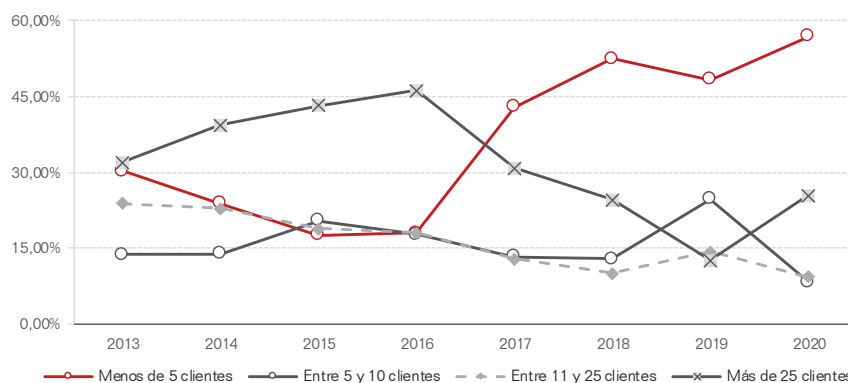


Figura 13. Fuente: Elaboración propia

Desde hace cuatro años el cuestionario incorpora información sobre la antigüedad de los clientes extranjeros. Dicho indicador refleja que, dos terceras partes de las empresas obtuvieron su primer cliente hace más de 10 años. Por el contrario, el porcentaje de empresas cuyo primer cliente extranjero fue obtenido hace menos de 5 años no llega al 6%.

En lo que se refiere a la principal vía de acceso a los mercados internacionales, la encuesta incluye por primera vez este año otros parámetros, como la utilización de intermediarios especializados o la participación en el capital de empresas extranjeras. No obstante, el acceso por medios propios sigue siendo la opción más utilizada, por más de la mitad de las empresas, suponiendo otras alternativas de acceso menos de la cuarta parte.

La proporción de empresas que obtienen recursos financieros para la promoción exterior aumenta respecto al año anterior (Figura 14), si bien en 2020 sigue suponiendo menos de la cuarta parte de la muestra (20%). De esta forma, se evidencia una falta de apoyo público para este propósito, tendencia que se ha mantenido constante a lo largo de los años analizados.

Entre las empresas que sí obtuvieron algún tipo de financiación, destaca como organismo que otorga la subvención la Comunidad Autónoma, así como algún otro tipo de organismo público (Diputación, municipio, etc.). A considerable distancia en cuanto al porcentaje le siguen las subvenciones que son obtenidas por parte de la Administración Central.

► Obtención de recursos financieros para la promoción exterior. Periodo 2013-2020 (%)

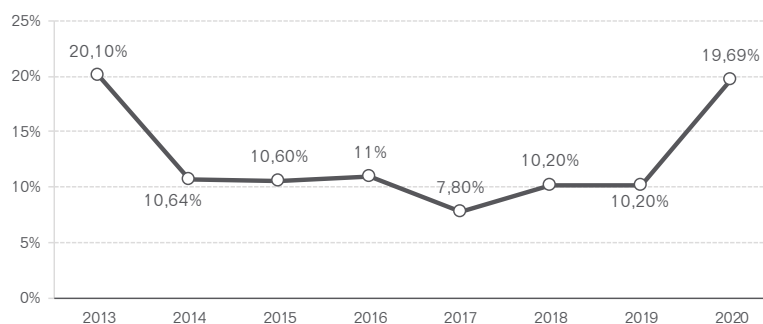


Figura 14. Fuente: Elaboración propia

La encuesta incluye una pregunta sobre los obstáculos que se encuentran las empresas a la hora de acceder a mercados exteriores. En el periodo analizado se pone de manifiesto que el 40% de las empresas están centradas en el mercado local o regional, no constituyendo los mercados exteriores una prioridad estratégica. Dicha proporción experimenta un aumento elevado en el año 2015 (llegando al 52%), para mantenerse en los años siguientes en el intervalo 37%-43% (Figura 15).

► Principales obstáculos en los mercados exteriores. Periodo 2013-2020 (%)

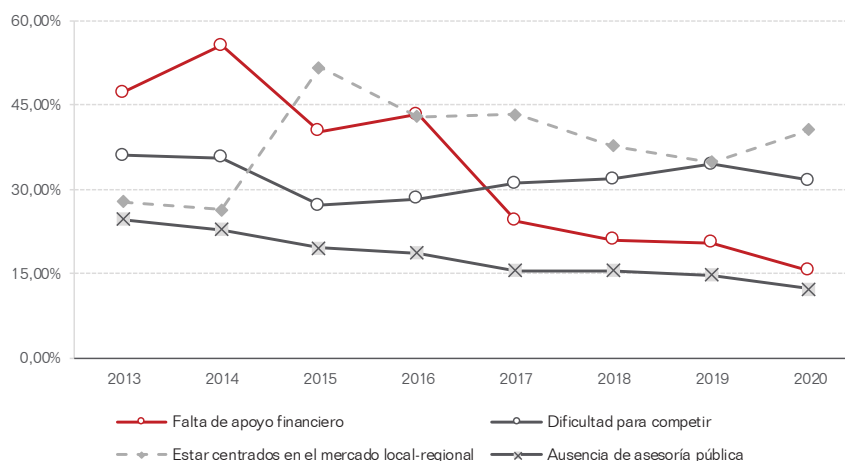


Figura 15. Fuente: Elaboración propia

Por su parte, para aquellas empresas que los mercados exteriores sí constituyen una de sus prioridades, las principales limitaciones se centran en la falta de apoyo financiero y la dificultad para poder competir. La falta de apoyo en términos financieros, como se refleja en la Figura 15, disminuye su porcentaje desde el 2016, suponiendo actualmente tan solo un 15% del total de los obstáculos. Por su parte, la ausencia de capacidad competitiva representa en promedio la tercera parte de la muestra. A considerable distancia, como obstáculo identificado por las empresas, se sitúa la ausencia de asesoría y consejo por parte de las instituciones públicas, que tiene una variación negativa bajando al 12,3% en 2020.

Otro importante aspecto que refleja el grado de apertura al exterior de la empresa consiste en la realización de compras, tanto de bienes como de servicios, en el extranjero. Dicho indicador se incluye en la encuesta para el periodo 2014-2020 y refleja que un porcentaje elevado de empresas (una media de 63% en el periodo analizado) salen de España para realizar adquisiciones de este tipo. Esta circunstancia determina que, en promedio un tercio de las empresas circunscriba sus operaciones exclusivamente en el mercado interior.

En la última parte de la encuesta se incluyen un conjunto de preguntas relacionadas con otras actividades relevantes para la internacionalización de la empresa tales como la inversión en investigación y desarrollo (I+D), la disponibilidad de web propia o las actividades formativas. En concreto, desde 2017 cuando se actualizó el formulario se pide a las empresas que valoren la influencia que tienen estos factores sobre la internacionalización.

El resultado más relevante que se obtiene cuando se pregunta sobre esta cuestión es la marcada polarización en cuanto a la valoración del I+D por parte de las empresas (Figura 16). En concreto, una tercera parte de las empresas lo considera poco o muy poco relevante (alcanzando en 2020 el 33,2%), mientras que un porcentaje semejante lo considera muy o bastante relevante (en 2020, 19,0 y 14,9%, respectivamente).

► Valoración del I+D por parte de las empresas encuestadas. Periodo 2017-2020 (%)

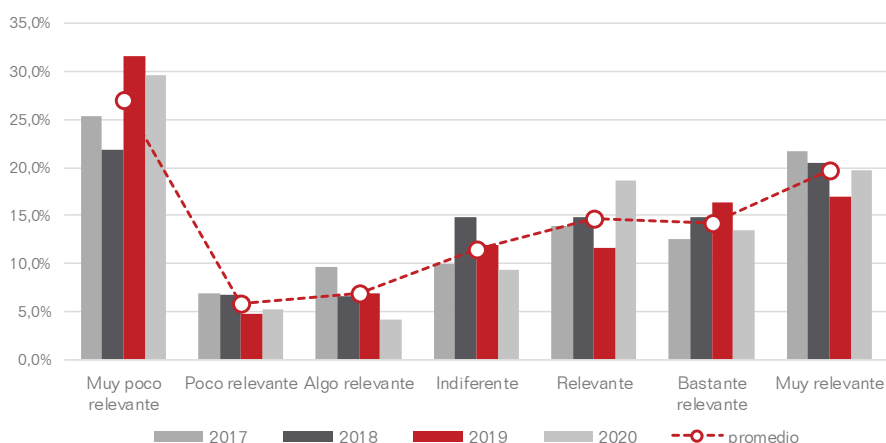


Figura 16. Fuente: Elaboración propia

► Valoración de la web propia para la internacionalización de la empresa. Periodo 2017-2020 (%)

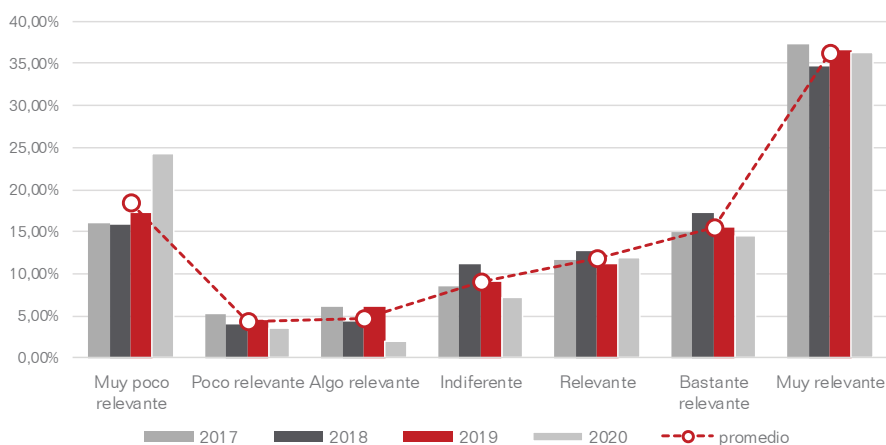


Figura 17. Fuente: Elaboración propia

La página web constituye una herramienta de trabajo fundamental para las empresas y, en la mayoría de los casos, juega un papel relevante en las diferentes estrategias de internacionalización de las mismas. La mayoría de las empresas encuestadas indican poseer página web¹⁵ siendo una herramienta considerada muy o bastante relevante por más de la mitad de ellas, como se refleja en la Figura 17 (36,3% y 14,5%, respectivamente en 2020). En el extremo contrario, destaca el hecho de que aproximadamente una cuarta parte de las empresas considera esta herramienta como muy poco relevante para su internacionalización (un 24,3% en 2020).

La formación del personal trabajador aparece como un apartado relevante dentro de la partida de gastos de la mayoría de las empresas. De hecho, casi dos terceras partes de la muestra con la que se trabajó afirman haber realizado gasto en este epígrafe. En 2017 se añade una cuestión relativa al número de actividades de formación realizadas por la empresa. Los resultados muestran que dos terceras partes de las empresas realizan menos de diez actividades de formación al año. En cuanto a la valoración de estas actividades, como se observa en la Figura 18, son consideradas como muy o bastante relevantes para la internacionalización por casi el 40% de las empresas encuestadas (un 22,8% y un 17,1% respectivamente, en 2020), si bien existe un porcentaje significativo (un 23,3% en 2020) que las califica como muy poco relevantes.

► Valoración de las actividades de formación. Periodo 2017-2020 (%)

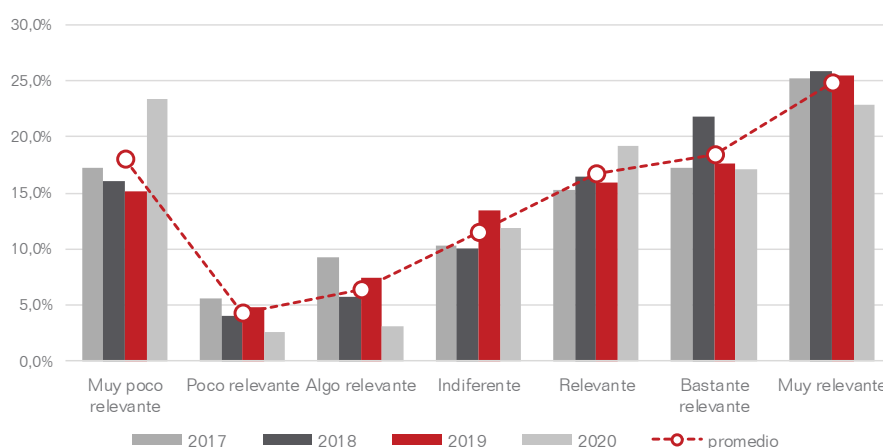


Figura 18. Fuente: Elaboración propia

10.3.3. Caracterización de la propensión exportadora de la empresa gallega

El apartado precedente proporcionó un diagnóstico de la internacionalización de la empresa gallega a través de los resultados de la encuesta realizada. Esta visión general debe ser ampliada analizando con mayor grado de detalle alguna de las particularidades del grado de internacionalización de la empresa gallega.

Con esta finalidad se procede con un análisis de las principales magnitudes que cuantifican la internacionalización empresarial. Se trata, en definitiva, de detenerse en la cuantificación e identificación de características comunes a las empresas en función de su tamaño, su sector empresarial u otros aspectos de interés.

Para ello, este apartado profundiza en las variables determinantes de la internacionalización empresarial. En concreto, como se señaló y justificó en el Informe ARDÁN del año 2019¹⁶, la magnitud de referencia empleada es la propensión exportadora de las empresas, esto es, la proporción que las exportaciones suponen con respecto al total de la cifra de negocios (importe de las ventas). Esta variable, se configura como la medida de internacionalización más habitual siendo empleada en los estudios sectoriales sobre la materia. A modo de complemento se tomaron otras dos variables también indicadoras del grado de internacionalización como son el número de países a los que exporta la empresa y el número de clientes extranjeros.

¹⁵ Porcentaje que alcanzaba un 90% en el año 2016 (último que se preguntó directamente por esta cuestión).

¹⁶ Disponible en el siguiente enlace: <https://www.zfv.es/ardan/informes/informeardangalicia2019.pdf>.

El primer aspecto a analizar es la evolución que ha tenido la propensión exportadora de las empresas gallegas para el periodo 2013-2020. Según se refleja en la Tabla 15, la variación entre ambos años es negativa, produciéndose una disminución próxima al 10% (concretamente un -9,6%). Sin embargo, como se observa en la Figura 18 es relevante señalar el incremento producido en el último año que viene a confirmar una tendencia creciente iniciada en el año 2017 y que acumula, desde entonces, un incremento porcentual superior al 70% (un 73,5%).

► Propensión exportadora de la empresa gallega. Periodo 2013-2020 (%)

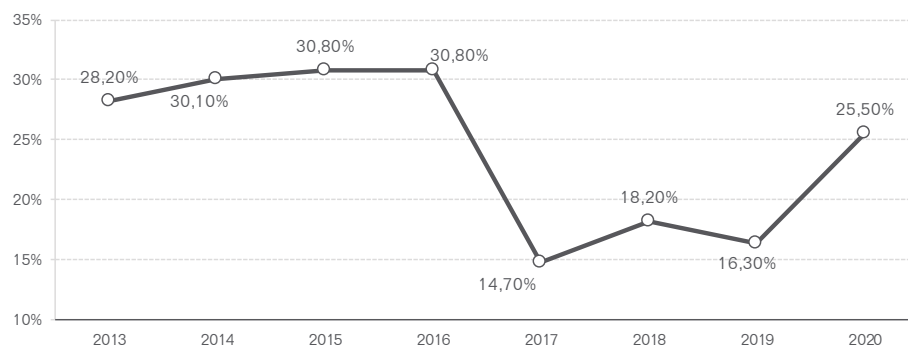


Figura 19. Fuente: Elaboración propia

Otro dato que tiene interés es conocer cuántas empresas tienen una propensión exportadora destacada. Con esta finalidad se consideraron aquellas empresas cuya propensión exportadora es superior al 80%. Dicha información se obtiene para el periodo 2017-2020, observando que en promedio cerca del 6% de las empresas de la muestra alcanzan este nivel. Igualmente, es destacable que esta proporción tiene una variación muy positiva en el periodo indicado, en línea con lo que ocurría con la propensión exportadora.

► Propensión exportadora de la empresa gallega. Periodo 2013-2020 (%)

Año	Propensión o intensidad exportadora	Propensión exportadora destacada
2013	28,20%	
2014	30,10%	
2015	30,80%	
2016	30,80%	
2017	14,70%	4,40%
2018	18,20%	6,90%
2019	16,30%	7,10%
2020	25,50%	7,90%

Tabla 14. Fuente: Elaboración propia

► Propensión exportadora de la empresa gallega. Variación porcentual, periodo 2013-2020 (%)

	Propensión exportadora	Propensión exportadora destacada
Variación 2013-2020	-9,60%	
Variación 2017-2020	73,50%	79,50%

Tabla 15. Fuente: Elaboración propia

Si nos centramos en la propensión exportadora de las empresas gallegas para el año 2020 según se desprende de la muestra objeto de estudio, esta magnitud presentaba un valor medio del 12%. Esto quiere decir que, en término medio, de cada 100 euros de ventas, 12 tenían como destino las exportaciones a algún mercado internacional.

► Propensión exportadora de la empresa gallega

Estadísticos	
Media	12,41%
Mediana	1,69%
Desviación estándar	24,12%
Rango	100,00%
Rango intercuartílico	19,00%
Mínimo	0,00%
Máximo	100,00%

Tabla 16. Fuente: Elaboración propia

A partir de la propensión exportadora se procede a realizar su contextualización con respecto a otros determinantes del grado de internacionalización empresarial. Para ello se realiza un análisis pormenorizado de determinados resultados desglosando su influencia según dos variables de interés: el tamaño y la actividad de la empresa.

► Propensión exportadora según el tamaño de la empresa

Nº de empleados ¹⁷	Nº empresas válidas en la muestra	Propensión exportadora	
Menos de 10	24	Media	1,21%
		Error típico	0,029485
		Mediana	0
		Mínimo	0
		Máximo	0,12
Entre 10-50	271	Media	10,73%
		Error típico	0,022119
		Mediana	0
		Mínimo	0
		Máximo	1
Entre 51-250	70	Media	20,77%
		Error típico	0,295950
		Mediana	0,03
		Mínimo	0
		Máximo	1
Más de 250	13	Media	23,08%
		Error típico	0,372930
		Mediana	0,01
		Mínimo	0
		Máximo	1

Tabla 17. Fuente: Elaboración propia

El tamaño de la empresa constituye la primera variable de interés en línea con los resultados presentados en el apartado precedente. Atendiendo al número de empleados, la propensión exportadora media de las empresas es menor en las empresas de reducido tamaño con respecto a las de mayor. En concreto, como se observa en la Tabla 17, se comprueba que son las empresas más grandes (las de más de 50 trabajadores), las que tienen una propensión exportadora media superior.

¹⁷ Debe dejarse constancia que, en la muestra del año 2019, frente a lo que ocurría otros años, no se dispone de información de ninguna empresa de menos de 10 empleados.

► Propensión exportadora según el tamaño de la empresa

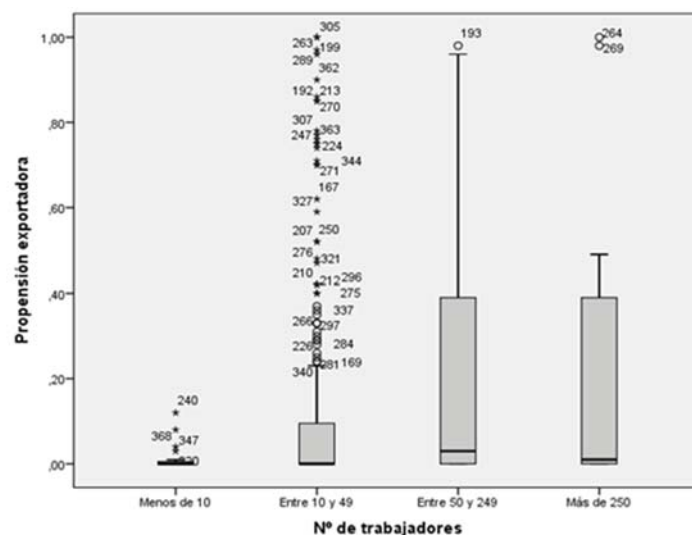


Figura 20. Fuente: Elaboración propia

La actividad de las empresas conforma la segunda variable de interés utilizando como criterio de clasificación el CNAE. Como se muestra en la Tabla 19 destaca como actividad con una mayor propensión exportadora la industria, con un valor próximo al 30% (un 26,11%). En sentido contrario, los menores valores medios son los ofrecidos por el sector energético y de la construcción, con valores que ni siquiera alcanzan el 5% de propensión media (2,25 y 4,93 respectivamente). En una situación intermedia se encuentran el sector primario superando ligeramente el 10% (un 15,86%) y los servicios con un porcentaje ligeramente inferior (un 7,79%).

► Propensión exportadora según la actividad de la empresa

Sector de actividad ¹⁸	Nº empresas válidas en la muestra	Propensión exportadora	
		Media	
Agricultura	14	Media	15,86%
		Error típico	0,296200
		Mediana	0
		Mínimo	0
		Máximo	1,00
Energía	8	Media	2,25%
		Error típico	0,046830
		Mediana	0
		Mínimo	0
		Máximo	0
Industria	102	Media	26,11%
		Error típico	0,312110
		Mediana	0,10
		Mínimo	0
		Máximo	1
Construcción	67	Media	4,93%
		Error típico	0,155810
		Mediana	0
		Mínimo	0
		Máximo	1
Servicios	187	Media	7,79%
		Error típico	0,187700
		Mediana	0,00
		Mínimo	0
		Máximo	1

Tabla 18. Fuente: Elaboración propia

¹⁸ Se omite el sector de energía porque es constante en la muestra.

De manera complementaria, la información de esta tabla se visualiza con el análisis gráfico de la Figura 21 que permite comprobar una gran heterogeneidad de los sectores productivos gallegos en lo referido a su propensión exportadora.

► Propensión exportadora según la actividad de la empres

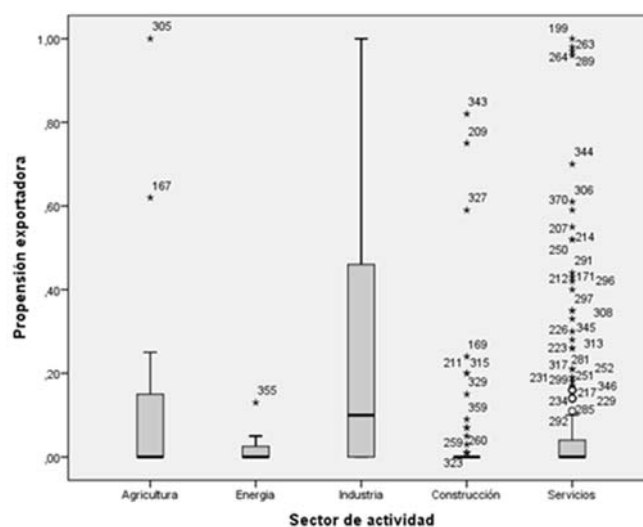


Figura 21. Fuente: Elaboración propia

La diversidad empresarial anteriormente señalada hace aconsejable proceder con un mayor desglose dentro los distintos sectores productivos para lo cual se utilizan los códigos CNAE. De este modo, en la Tabla 20 se puede comprobar que cuatro subsectores (2 dígitos CNAE) tienen en promedio una propensión exportadora superior al 50%. Se trata, en concreto, del sector de actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión, grabación de sonido y edición musical (CNAE 59), la silvicultura y explotación forestal (CNAE 2), los servicios de comidas y bebidas (CNAE 56) y las actividades relacionadas con el empleo (CNAE 78), con propensiones exportadoras medias de 75,50, 69,00, 62,00 y 51,00%, respectivamente.

► Propensión exportadora de sectores productivos (Año 2019)

CNAE	ACTIVIDAD	Propensión exportadora
1	Agricultura, ganadería, caza y servicios relacionados con las misma	11,50%
2	Selvicultura, explotación forestal.	69,00%
8	Otras industrias extractivas.	4,00%
9	Actividades de apoyo a las industrias extractivas.	1,63%
10	Industria de alimentación	0,63%
11	Fabricación de bebidas	5,46%
12	Industria del tabaco	3,47%
13	Industria textil.	23,23%
14	Confección de prendas de vestir.	4,50%
15	Industria del cuero y del calzado.	14,00%
16	Industria de la madera y del corcho, excepto muebles; cestería y espartería.	8,75%
17	Industria del papel	4,00%
18	Artes gráficas y reproducción de soportes grabados	1,63%
19	Coquerías y refino de petróleo	1,33%
20	Industria química	11,56%
21	Fabricación de productos farmacéuticos	7,40%
22	Fabricación de productos de caucho y plásticos	7,00%
24	Metalurgia: fabricación de productos de hierro, acero y ferroaleaciones	7,14%
25	Fabricación de productos metálicos, excepto maquinaria y equipo	15,00%
26	Fabricación de productos informáticos, electrónicos y ópticos	22,00%

► Propensión exportadora de sectores productivos (Año 2019)

CNAE	ACTIVIDAD	Propensión exportadora
27	Fabricación de material y equipo eléctrico	4,00%
28	Fabricación de maquinaria y equipo n.c.o.p.	8,00%
29	Fabricación de vehículos de motor, remolques y semirremolques	11,75%
30	Fabricación de otro material de transporte	15,09%
32	Otras industrias manufactureras	20,40%
33	Reparación e instalación de maquinaria y equipo	2,19%
34	Reparación de productos metálicos, maquinaria y equipo	32,67%
35	Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado	16,50%
36	Captación, depuración y distribución de agua	4,67%
38	Recogida, tratamiento y eliminación de residuos; valorización	30,50%
39	Actividades de descontaminación y otros servicios de gestión de residuos	1,67%
41	Construcción de edificios	3,80%
44	Actividades de construcción especializada	11,00%
47	Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas	17,14%
49	Transporte terrestre y por tubería	42,00%
50	Transporte marítimo y por vías navegables interiores	1,75%
53	Actividades postales y de correos	1,50%
55	Servicios de alojamiento	10,67%
56	Servicios de comidas y bebidas	62,00%
59	Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión, grabación de sonido y edición musi	76,50%
62	Programación, consultoría y otras actividades relacionadas con la informática	27,50%
65	Seguros, reaseguros y fondos de pensiones, excepto Seguridad Social obligatoria	1,00%
74	Otras actividades profesionales, científicas y técnicas	36,00%
75	Actividades veterinarias	27,00%
78	Actividades relacionadas con el empleo	51,00%
90	Actividades de creación, artísticas y espectáculos	19,67%

Tabla 19. Fuente: Elaboración propia

Al igual que en anteriores ediciones del Informe, como complemento del análisis de la propensión exportadora resulta de interés prestar atención a otras variables con clara incidencia en el comportamiento exportador de las empresas como son el número de países a los que exporta la empresa y el número de clientes extranjeros que posee.

Por lo que respecta a la variable del número de países que son destino de exportaciones de la empresa (Tabla 20), esta magnitud aumenta a medida que el tamaño de la empresa crece (medido éste en número de empleados). Así mismo, este incremento de la media de países a medida que se incrementa el tamaño de la empresa evidencia la influencia del umbral de los 50 trabajadores también en términos de cómputo de países que son destino de las exportaciones de la empresa como se recoge en la Figura 22.

► Países a los que se exporta según el tamaño de la empresa

Nº de empleados	Nº países (media)
Menos de 10	0,9
Entre 10-50	3,9
Entre 51-250	9,6
Más de 250	9,9

Tabla 20. Fuente: Elaboración propia

► Países a los que se exporta según el tamaño de la empresa

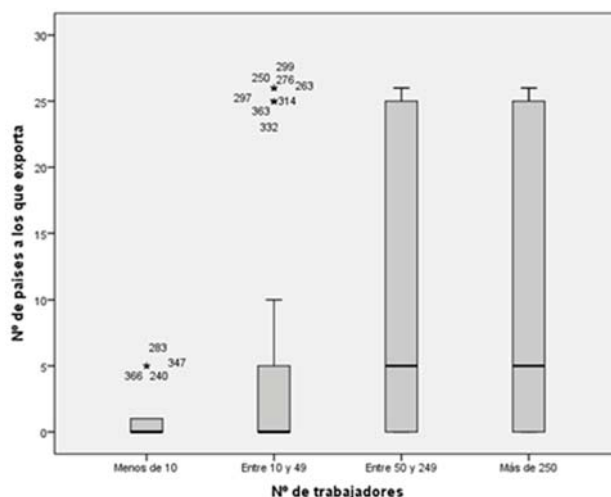


Figura 22. Fuente: Elaboración propia

Al considerar el sector empresarial en vez del número de empleados, se observa que claramente el sector industrial es el que está presente en un mayor número de países. En concreto, como se comprueba en la Tabla 21, el sector industrial sobresale del resto al tener un valor medio próximo a los diez países de media (9,0). En segundo lugar, se posiciona el sector terciario que cuenta con casi cinco países de media (4,3). Por lo que se refiere a los otros sectores su alcance territorial es mucho más limitado, destacando el caso del sector de la construcción que se sitúa con poco más de dos países de media (2,1 países).

Al igual que ocurría con el tamaño empresarial, la dispersión de esta variable es notablemente superior en aquellas actividades con mayores medias, esto es, sector industrial y terciario.

► Países a los que se exporta según la actividad de la empresa

Sector económico	Nº países (media)
Agricultura	1,4
Energía	0,7
Industria	9,0
Construcción	2,1
Servicios	4,3

Tabla 21. Fuente: Elaboración propia

► Países a los que se exporta según el sector económico

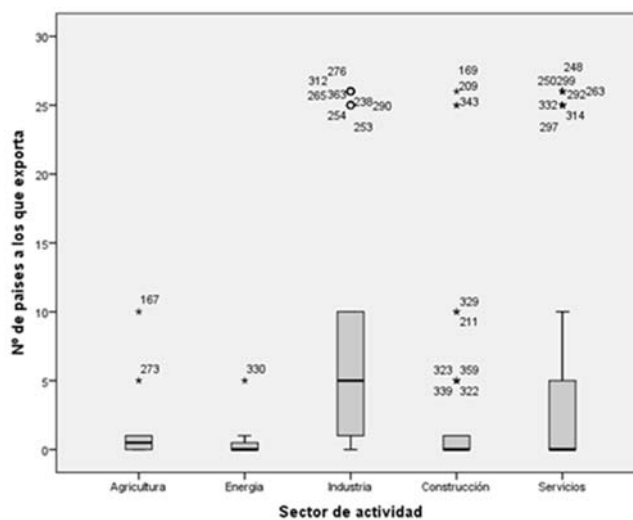


Figura 23. Fuente: Elaboración propia

Finalmente, se profundiza en la descripción del grado de internacionalización de la empresa gallega tomando como magnitud de referencia el número de clientes extranjeros de cada empresa. Nuevamente, dicha variable es analizada en relación con los dos criterios de tamaño y actividad de la empresa.

Con respecto al número de trabajadores de la empresa se observa que el tamaño, pese a lo que se podía pensar a priori, no constituye un factor determinante en lo que se refiere al número de clientes, como se desprende de la información recogida en la Tabla 22 y Figura 24. Así se observa que son las empresas de tamaño medio (entre 51 y 250 trabajadores) las que tienen un mayor número de clientes. Por otra parte, las empresas más grandes (de más de 250 empleados) y las medianas (entre 10 y 50) presentan valores medios del número de clientes extranjeros semejantes (1,6 y 1,9, respectivamente).

► Clientes extranjeros según el tamaño de la empresa

Nº de empleados	Clientes (media)
Menos de 10	1,1
Entre 10-50	1,6
Entre 51-250	2,4
Más de 250	1,9

Tabla 22. Fuente: Elaboración propia

► Clientes extranjeros según el tamaño de la empresa

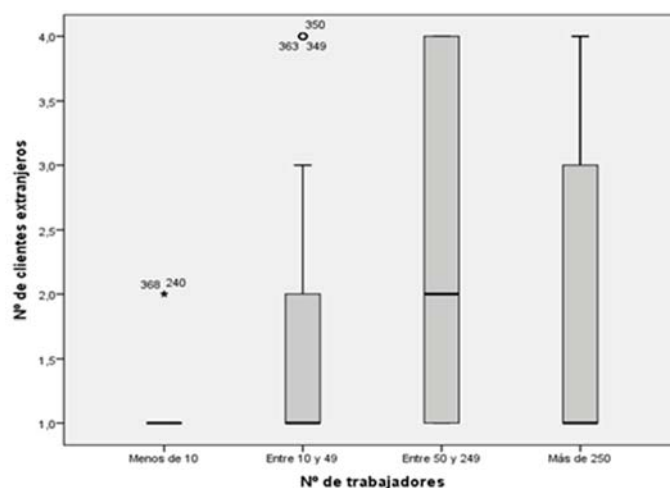


Figura 24. Fuente: Elaboración propia

La Tabla 23 y Figura 25 muestran que el sector de actividad tiene una incidencia bastante notable sobre el número de clientes extranjeros apreciándose diferencias según la rama que se trate. El caso más destacado lo constituye el sector servicios que cuenta con una media de clientes extranjeros muy superior a la del resto de sectores. En sentido contrario, la media de clientes del sector primario es muy reducida en términos comparativos con el resto de sectores.

► Clientes extranjeros según la actividad de la empresa

Sector económico ¹⁹	Clientes (media)
Energía	1,2
Industria	2,3
Construcción	1,3
Servicios	1,7

Tabla 23. Fuente: Elaboración propia

¹⁹ Se omite el valor del sector primario por ser constante.

► Clientes extranjeros según la actividad de la empresa

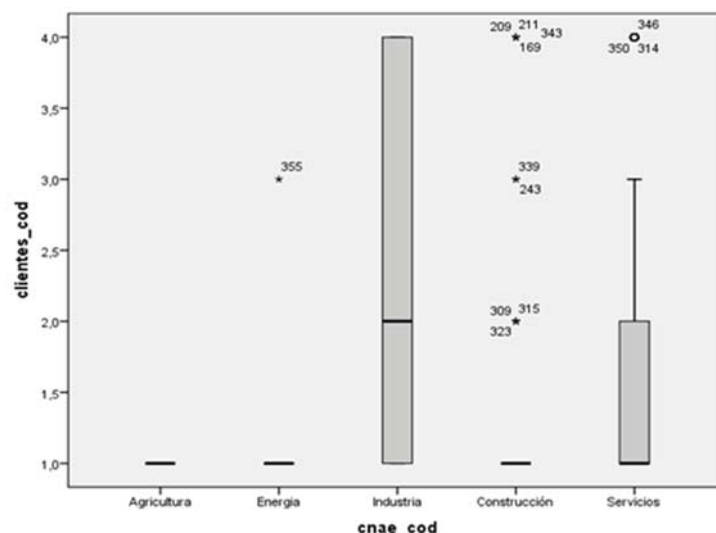


Figura 25. Fuente: Elaboración propia

Finalmente, resulta de interés saber si las diferencias existentes entre empresas de diferentes tamaños y las existentes entre diferentes sectores vistas son significativas desde un punto de vista estadístico. Esto es, se trata de dar respuesta justificada a la pregunta de si el tamaño y el sector influye en el grado de internacionalización de las empresas. Para ello se procede con una técnica estadística no paramétrica habitual en este tipo de trabajos: la H de Kruskal-Wallis. Esta prueba constituye el análogo no paramétrico del análisis de varianza de un factor, detectando las diferencias en la localización de las distribuciones suponiendo que no existe una ordenación a priori de las poblaciones k de las cuales se extraen las muestras.

Los resultados de este test muestran resultados diferentes según se considere la influencia del tamaño o bien del sector. Así, como se aprecia en la Tabla 24, para un nivel de significación del 5%²⁰, se puede concluir que el tamaño no tiene influencia en el grado de internacionalización al tiempo que el sector de actividad de la empresa sí la tiene.

► Prueba de Kruskal Wallis. Propensión exportadora según tamaño y sector empresarial

	Variable de agrupación	
	Tamaño	Sector
Chi-cuadrado	0,525	0,825
Sig. asintótica	59	30

Tabla 25. Fuente: Elaboración propia

10.4. Indicador ARDÁN de Empresa Global

El Indicador ARDÁN de empresa global proporciona una medida completa y exhaustiva de la internacionalización de las empresas gallegas. Este indicador sintético ha sido desarrollado como herramienta de apoyo fundamental para el presente trabajo de cara a la consecución de los objetivos establecidos. Con esta finalidad emplea información obtenida mediante la realización de un módulo ad-hoc dirigido a las empresas que forman parte del directorio ARDÁN.

²⁰ Nivel de significación habitual en este tipo de estudios.

El diseño del Indicador sigue las pautas establecidas por Nardo et al. (2005)²¹ y Pérez (2008)²² en lo referente a las elecciones subjetivas de "elección de los indicadores de partida, forma de agrupación, uso o no de un método de normalización de los datos, elección de dicho método, procedimiento de ponderación de la información proporcionada por cada indicador y forma de agregación de dicha información". El diseño del indicador ARDÁN se mantiene estable desde su profunda reformulación.

Este tipo de indicadores suponen la incorporación de manera agregada y en un único indicador de datos parciales de un determinado componente de la magnitud que se quiere medir (en este caso el grado de internacionalización). Obtenido un indicador de síntesis se dispone de una clasificación de las empresas que forman parte del análisis. Esta clasificación permite avanzar en la descripción de la situación de las empresas gallegas en materia de internacionalización realizada en los epígrafes anteriores. El Indicador facilita otra serie de aspectos que tienen importancia a efectos de nuestro análisis. En primer lugar, destaca el hecho de que están incorporando al análisis magnitudes relevantes del proceso de internacionalización empresarial que, de otra manera, no serían incluidas y no formarían parte del análisis. Ya solo esta mejora que se produce en la cuantificación se justificaría la realización de esfuerzos en este sentido al ampliar la concepción del fenómeno a medir.

Mediante la incorporación de más variables, se consigue otro efecto beneficioso más allá de su consideración (no alcanzada en la visión unidimensional). En concreto, se obtiene información sobre la importancia de cada variable empleada dentro del agregado total. Quiere esto decir que se puede identificar cuánto de relevante es cada una de las variables para el cómputo final. Este aspecto resulta de crucial importancia puesto que, a través de la ponderación de cada componente individual, es posible identificar de manera más adecuada la propia naturaleza del proceso de internacionalización. Finalmente, otra ventaja de la utilización de indicadores sintéticos descansa en que su aplicación garantiza la eliminación o, cuando menos, la reducción de errores estadísticos. Esto viene fundamentado en que el empleo colectivo de un conjunto amplio de datos mitiga errores que se producen cuando los estudios se limitan a análisis unidimensionales, al no ceñir el estudio a una única variable.

En resumen, el Indicador ARDÁN de empresa global pretende aglutinar y sintetizar toda la información disponible con respecto al grado de internacionalización de las empresas de Galicia proporcionando una información complementaria a los indicadores simples de internacionalización (fundamentalmente la más empleada en la literatura al uso: la propensión exportadora) a través de una perspectiva multidimensional.

Su configuración se concreta en tres etapas secuenciales de manera semejante a cualquier indicador sintético empleado en el ámbito de las ciencias sociales.

La primera etapa consistió en un trabajo preliminar de identificación y selección de las variables de interés a efectos de que pudieran ser incluidas en el indicador a elaborar. La segunda etapa se dedicó al cálculo del valor del indicador para cada una de las empresas incluidas en la muestra. Finalmente, la tercera etapa tuvo como finalidad la ordenación y clasificación de las empresas en función del resultado.

La identificación y selección de variables comprendió todas las labores previas de tratamiento de información y datos previos al propio estudio. Sobre este particular hay que señalar que se partió de una concepción lo más flexible posible en cuanto a su configuración dada la naturaleza del trabajo a realizar. Por ello, el propósito final consistía en incluir el mayor número de variables empresariales que estuvieran relacionadas con cualquier proceso de apertura al exterior de las empresas. Esta flexibilidad tuvo como resultado el mantenimiento de la totalidad de las variables empleadas en ediciones anteriores.

Establecida esta premisa previa, dos actuaciones centraron el trabajo a realizar. En primer lugar, se homogeneizaron las variables para así facilitar el tratamiento posterior de los datos. Esta homogeneización se llevó a cabo mediante la relativización de las variables, de tal modo que no se contase al final, con ninguna variable absoluta. De esta manera se posibilitaba su expresión en términos porcentuales lo que garantizaba la homogeneización pretendida.

La segunda etapa identificó las variables que eran susceptibles de ser integradas dentro del indicador sintético. Aquí, bajo la premisa de flexibilidad señalada anteriormente, se incluyeron todas las que podían guardar algún tipo de relación y que contaban con un grado de actualización y disponibilidad de las mismas. Finalmente, y tras una serie de ensayos previos, el resultado final dio un total de 18 las variables identificadas como de interés (Tabla 26).

21 Nardo, M., Saisana, M., Saltelli, A. Y Tarantola, S. (2005). "Handbook on Constructing Composite Indicators: Methodology and User Guide". OECD publishing.
22 Pérez, F., Blancas, F. J., González, M., Guerrero, F. M., Lozano, M., & Ruiz, M. (2008). Análisis, diseño y comparación de indicadores sintéticos. XVI Jornadas ASEPUMA-IV Encuentro Internacional.

► Variables de interés incluidas en el cuestionario

		Descripción / unidad
VARIABLES	Intensidad exportadora	% Exportaciones / ventas
	Exportaciones fuera de la UE	% Exportaciones fuera UE / total exportaciones
	Establecimientos en el exterior	Número
	Países a los que se exporta	Número
	Continentes a los que exporta	Número
	Empleados dedicados a tareas de internacionalización	Número
	Empleados de dirección dedicados a tareas de internacionalización	Número
	Clientes extranjeros	Número
	Partidas arancelarias en las que se exporta	Número
	Antigüedad exportadora	Tiempo (años) que se lleva realizando actividades de exportación
	IDE	% Capital extranjero / Capital social
	Participación en empresas exteriores	% Participación en capital social de empresas extranjeras
	Actividades formativas	Número
	Mecanismos acceso a mercados internacionales	Número
	Financiación actividades internacionalización	% Financiación ajena / Financiación propia
	Influencia de internet en la actividad exportadora	Valoración realizada por la empresa de la influencia de internet en su proceso de internacionalización.
	Influencia de I+D en la actividad exportadora	Valoración realizada por la empresa de la influencia de las actividades de I+D en su proceso de internacionalización.
	Influencia de formación en la actividad exportadora	Valoración realizada por la empresa de la influencia de las actividades formativas en su proceso de internacionalización.

Tabla 25. Fuente: Elaboración propia

Para la selección final de las variables incluidas se siguió el criterio de aplicación de la técnica estadística del análisis discriminante. Esta técnica multivariante es empleada en aquellas situaciones en las que se dispone de un conjunto de variables amplias (como es el caso aquí descrito), proporcionando procedimientos de clasificación sistemática de nuevas observaciones de origen desconocido en grupos predeterminados con antelación. Este análisis precisa para su aplicación que los casos sean independientes entre sí y, con respecto a las variables predictoras (independientes), éstas deben tener una distribución normal multivariada, al tiempo que las matrices de varianza-covarianza intra-grupos deben ser iguales en todos los grupos²³. Todas estas condiciones se cumplieron en este caso lo que garantizaba la aplicación de esta técnica.

Garantizado el cumplimiento de los requisitos para su aplicación, el siguiente paso con respecto a las variables consistía en seleccionar la variable categórica dependiente cuyas categorías permiten definir los posibles grupos de pertenencia de los individuos. Esta variable, denominada "de agrupación", constituye un pilar fundamental sobre el que se sustenta todo el proceso y, por tanto, la elección de la misma resulta especialmente relevante. Una vez repasadas y valoradas todas las magnitudes de las que se disponía información sobre el proceso de internacionalización de la empresa, la variable seleccionada para operar como variable de agrupación fue la propensión exportadora de las empresas, la cual aglutina un conjunto de ventajas que justifican su elección.

Seleccionada la variable de agrupación, se realizó una ordenación de las empresas que formaban la muestra atendiendo a su grado de internacionalización, esto es, en función de su propensión exportadora. Se trataba de esta manera de conseguir la identificación del grupo de empresas más destacadas (tanto positiva como negativamente) en cuanto a su grado de internacionalización. Finalmente, el último paso consistió en aplicar el análisis discriminante sobre el total de empresas que formaban parte de la muestra. De este modo, maximizando la varianza entre grupos y minimizando la variabilidad dentro del grupo, el objetivo final venía dado por la consecución de una función discriminante que permitiese obtener la puntuación discriminante²⁴.

El resultado final de aplicación de este proceso tuvo como resultado la selección de seis variables finalmente incluidas en el indicador sintético. Dichas variables, reflejadas en la Tabla 26, complementan la propensión exportadora que constituyó la base sobre la que se sustentó este paso en la construcción del indicador. De este

²³ Para una mayor profundización sobre este particular puede consultarse Cuadras (2012), así como el Informe del año 2017 donde se realiza una revisión más pormenorizada del procedimiento multivariante.

²⁴ La puntuación discriminante para cada empresa representa la posición de ésta a lo largo del eje discriminante definido mediante la función discriminante.

modo es posible identificar siete variables incorporadas en el indicador con su correspondiente separación en dos fases diferenciadas.

► Variables incluidas

Fase incorporación		
Variables	Propensión exportadora	Inicial
	Clientes extranjeros	Posterior
	Países a los que se exporta	
	Exportaciones fuera de la UE	
	Establecimientos en el exterior	
	Empleados dedicados a tareas de internacionalización	
	Antigüedad exportadora	

Tabla 26. Fuente: Elaboración propia

Una vez se dispone del conjunto de variables que se incorporan al indicador sintético, la siguiente decisión a tomar consiste en asignar sus ponderaciones. Probablemente esta sea la decisión más crítica que haya que tomar en todo el proceso, puesto que condiciona todo el desarrollo posterior.

Como en anteriores ediciones, se trataba de decidir entre dos alternativas. La primera opción descansaba en otorgar a cada una de ellas exactamente el valor del "coeficiente de estructura" obtenido tras la aplicación del análisis discriminante. Sin embargo, esta opción fue descartada puesto que dichos valores están condicionados por la información contenida en la muestra de tal modo que si se incorporasen más elementos a la muestra los valores se verían modificados.

La segunda de las opciones (finalmente escogida) sigue la recomendación de los autores Pereira, Molina & Vázquez²⁵ de establecer rangos en las ponderaciones. Esta alternativa presenta dos ventajas frente a la primera alternativa. En primer lugar, y como característica destacada, no modifica ni la ordenación de las ponderaciones de las variables ni tampoco su intensidad que es un objetivo que se adecúa muy bien para los propósitos perseguidos. En segundo lugar, permite seguir con el criterio de ponderación seleccionado en ediciones anteriores del Informe lo cual confiere homogeneidad con estudio precedentes.

Una vez seleccionada la segunda opción, los rangos de las variables finalmente se cuantifican en cuatro. Estos son recogidos en la Tabla 27.

► Rangos de variables

Variables		
Rango	1º	Clientes extranjeros
	2º	Países a los que se exporta
		Exportaciones fuera de la UE
	3º	Establecimientos en exterior
	4º	Empleados dedicados a tareas de internacionalización
		Antigüedad exportadora

Tabla 27. Fuente: Elaboración propia

En esta etapa aún restaba una acción más: la asignación de la ponderación de la propensión exportadora (variable introducida inicialmente). La opción elegida fue proceder con un tratamiento diferenciado de las variables. De este modo, se incluyeron las seis variables y cuatro rangos diferenciados en una primera ponderación de las variables en

²⁵ Pereira, J.P.; Molina, A.; Vázquez, J. E. (2014). "Caracterización y condiciones del proceso de internacionalización de las empresas del subsector fabricación de productos de plástico". Equidad y Desarrollo, (22).

el indicador (proporcional a peso en el coeficiente de estructura). A continuación, se empleó como valor de reponderación la propensión exportadora empleando para ello su transformación logarítmica para evitar efectos distorsionadores causados por su amplitud.

Por tanto, la segunda etapa (asignación de ponderación a las variables) fue realizada en dos fases (inicial y de reponderación) finalizadas las cuales se estaba ya en condiciones de proceder con el cálculo del indicador para cada una de las empresas incluidas en la muestra. Dicho indicador toma valores entre 0 y 100, valorándose en sentido creciente. Esto es, cuanto mayor sea el valor del indicador para una empresa, mejor será su comportamiento y valoración.

Con respecto al indicador obtenido es importante recordar una serie de cuestiones referentes a su diseño, implementación y posterior trabajo con la información obtenida del mismo. En primer lugar, hay que hacer hincapié en que el diseño muestral implica que la medida del grado de internacionalización de la empresa se está realizando con respecto a las empresas que ya exportan. Quiere esto decir que no forman parte del estudio las empresas que no han realizado ninguna venta ni prestación de servicios al exterior.

Así mismo conviene incidir sobre el hecho de la calificación como "empresa global" proporciona un criterio de identificación que permite calificar a las empresas que mejor desarrollo muestran en este ámbito. Por tanto, de esta manera se está reflejando su capacidad de adaptación al proceso de globalización e internacionalización sobresale del conjunto de la media.

Así pues, se da cuenta de las 68 empresas que, según el valor del indicador ARDÁN de empresa global obtienen dicha distinción entre el total de las 193 empresas analizadas y clasificadas. En concreto, estas empresas se recogen en la Tabla 28.

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



Empresa	Municipio	Sistema Productivo Sectorial
1 HERMASA CANNING TECHNOLOGY, S.A.	VIGO	Maquinaria y equipo
2 ACTEGA ARTISTICA, S.A.U.	O PORRIÑO	Productos químicos y derivados
3 SHOWA DENKO CARBON SPAIN, S.A.	A CORUÑA	Construcción
4 RODICUT INDUSTRY, S.A.	MOS	Productos químicos y derivados
5 MESTRELAB RESEARCH, S.L.	SANTIAGO	Información y conocimiento
6 CITIC HIC GANDARA CENSA, S.A.U.	O PORRIÑO	Industria auxiliar
7 REGANOSA SERVICIOS, S.L.	MUGARDOS	Servicios profesionales
8 ELICE ENTREPOT, S.A.	VIGO	Agroalimentario
9 COMPAÑÍA ESPAÑOLA DE ALGAS MARINAS, S.A.	O PORRIÑO	Agroalimentario
10 LONZA BIOLOGICS PORRIÑO, S.L.U.	O PORRIÑO	Productos químicos y derivados
11 GEFICO ENTERPRISE, S.L.	CERCEDA	Maquinaria y equipo
12 PESQUERA SAN MAURO, S.L.	CANGAS	Pesca
13 INDUSTRIAS FERRI, S.A.	GONDOMAR	Maquinaria y equipo
14 IGALIA, S.L.	A CORUÑA	Información y conocimiento
15 GABADI, S.L.	NARON	Naval
16 ASTILLERO BLASCAR-A GRAÑA, S.L.	FERROL	Reparación y mantenimiento naval

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



Empresa	Municipio	Sistema Productivo Sectorial
17 KAUMAN, S.A.	PONTEAREAS	Productos químicos y derivados
18 MANUFACTURAS BRAUX, S.L.	VIGO	Maquinaria y equipo
19 COVERWIND SOLUTIONS, S.L.	PONTEVEDRA	Construcción
20 CASTAÑO BASCOY, S.L.	PADRON	Construcción
21 GRANITOS CABALEIRO, S.A.	O PORRIÑO	Rocas y minerales
22 FESBA, S.L.	DODRO	Pesca
23 ICEACSA CONSULTORES, S.L.U.	A CORUÑA	Servicios profesionales
24 FRIO MARITIMO TERRESTRE, S.A.	CAMBRE	Construcción
25 MECANIZADOS RODRIGUEZ FERNANDEZ, S.L.	PEREIRO DE AGUIAR	Automoción y equipo para transporte
26 MARINE INSTRUMENTS, S.A.	NIGRAN	Maquinaria y equipo
27 TEXAS CONTROLS, S.L.	BERGONDO	Maquinaria y equipo
28 CONSTRUCCIONES METALICAS LUSOMAR, S.L.	CANGAS	Construcción
29 SUFLENORSA TRANSITARIOS, S.L.	VIGO	Logística y transporte
30 EXLA PACKAGING SOLUTIONS, S.L.	MOS	Productos químicos y derivados
31 CARPINTERIA METALICA ALUMAN, S.L.	ARTEIXO	Construcción
32 NEUMATICAS DE VIGO, S.A.	MOAÑA	Naval
33 NODOSA, S.L.	BUEU	Naval
34 TEJAS VERA, S.A.	MESIA	Construcción
35 COOP VITIVINICOLA AROUSANA, S.C.G.	MEAÑO	Elaboración de vinos
36 CENTUM RESEARCH & TECHNOLOGY, S.L.	VIGO	Servicios profesionales
37 MONTAJ. MECANIC. Y PUESTA EN MARCHA J.R.	AS PONTES	Maquinaria y equipo
38 ALIBOS GALICIA, S.L.	MONTERROSO	Agroalimentario
39 ALUMISEL, S.A.U.	O PORRIÑO	Industria auxiliar
40 RODAMIENTOS VIGO, S.A.	MOS	Maquinaria y equipo
41 BOLTON FOOD ESPAÑA, S.L.	O GROVE	Pesca
42 POLIRROS, S.L.	O ROSAL	Productos químicos y derivados
43 SELMARK, S.L.U.	VIGO	Textil, confección y moda
44 BALTAR ABOGADOS Y ASESORES TRIBUTARIOS	VIGO	Servicios profesionales
45 TORRE DE NUÑEZ DE CONTURIZ, S.L.U.	LUGO	Agroalimentario
46 TECNICAS EN INSTALACIONES RENOVABLES	VILALBA	Maquinaria y equipo

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



Empresa	Municipio	Sistema Productivo Sectorial
47 CONGELADOS VIDEMAR, S.L.	MARIN	Pesca
48 FRESHCUT, S.L.	VIGO	Agroalimentario
49 PESQUERAS DE BON, S.A.	MARIN	Pesca
50 PESQUERA ESTEVEZ LINO, S.A.	PONTEVEDRA	Pesca
51 REDEGAL, S.L.	OURENSE	Información y conocimiento
52 KALANDRAKA EDITORA, S.L.	PONTEVEDRA	Información y conocimiento
53 EGATEL, S.L.	SAN CIBRAO DAS VIÑAS	Maquinaria y equipo
54 CORUNET, S.L.	A CORUÑA	Información y conocimiento
55 GENESAL ENERGY IB, S.A.	BERGONDO	Industria auxiliar
56 BODEGAS TERRAS GAUDA, S.A.	O ROSAL	Agroalimentario
57 ELABORADOS METALICOS DE GALICIA, S.L.	VIGO	Naval
58 DAIRYLAC, S.L.	MELIDE	Agroalimentario
59 RODABELL, S.A.	CERVO	Automoción y equipo para transporte
60 PROGECO VIGO, S.A.	VIGO	Logística y transporte
61 KINARCA, S.A.U.	VIGO	Construcción
62 INPROAFE, S.L.	FENE	Construcción
63 CORPORACION RADIO TELEVISION DE GALICIA	SANTIAGO	Información y conocimiento
64 VINIGALICIA, S.L.	CHANTADA	Agroalimentario
65 MARPORT SPAIN, S.L.	VIGO	Información y conocimiento
66 DIGAFER, S.A.	O PORRIÑO	Maquinaria y equipo
67 GARAYSA MONTAJES ELECTRICOS, S.L.	CARBALLO	Construcción
68 IMATIA INNOVATION, S.L.	VIGO	Información y conocimiento

Tabla 28. Fuente: Elaboración propia

Finalmente, a efectos de validación del resultado obtenido y del propio diseño del Indicador ARDÁN de empresa global, resulta conveniente analizar su grado de correlación con la propensión exportadora (principal indicador simple de internacionalización).

La información recogida en la Tabla 29 permiten afirmar que los resultados en este sentido son satisfactorios al obtener una correlación positiva superior a 0,9 y que es significativa al 1%. De este modo se constata la estrecha relación existente entre los dos indicadores que se han manejado para cuantificar el grado de internacionalización de la empresa: el Indicador ARDÁN de empresa global y la propensión exportadora.

► Correlación entre la propensión exportadora y el Indicador ARDÁN de empresa global

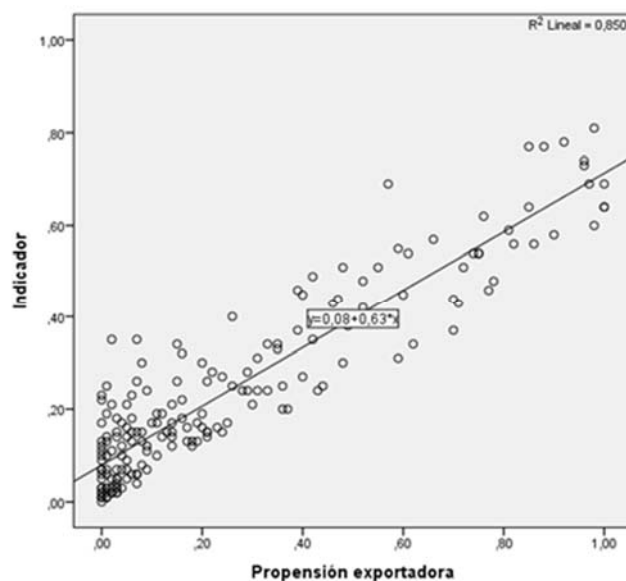


Figura 26. Fuente: Elaboración propia

► Correlación entre Indicador ARDÁN y propensión exportadora

Propensión exportadora	Indicador ARDÁN
Correlación de Pearson	0,922**
Sig. (bilateral)	0,000
N	190

Nota: ** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Tabla 29. Fuente: Elaboración propia

Patricio Sánchez Fernández
 José Francisco Armesto Pina
 Inés Pumar Delgado
 Jesyca Salgado Barandela
 Santiago Lago Peñas

Grupo de Investigación GEN (Universidade de Vigo)

CÁTEDRA ARDÁN
 Consorcio de la Zona Franca de Vigo-Universidade de Vigo