

06



LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA GALLEGA

6.1 Introducción

El presente informe expone y analiza los resultados de la Encuesta Ardán de Empresa Internacionalizada. Esta Encuesta es el resultado directo del contrato firmado por la Zona Franca de Vigo y la Universidad de Vigo con el objetivo de realizar un estudio de los principales aspectos relativos a la internacionalización para la elaboración y desarrollo de un Indicador Ardán de empresa internacionalizada.

Esta iniciativa trata de identificar a aquellas empresas que mejor desempeño están haciendo en lo que se refiere a su proceso de internacionalización. A partir de ahí y sobre la información proporcionada por ellas, elaborar el Indicador anteriormente señalado. Para ello se diseñó una encuesta específica realizada a un total de 457 empresas.

Con respecto a la muestra de referencia debe dejarse constancia, como limitación del presente estudio, que la mayor parte de los resultados y conclusiones obtenidas se refieren, inevitablemente, a las empresas incluidas en la encuesta. No obstante, ello no resta validez al indicador propuesto que sería de aplicación para cualquier tipo de universo muestral del que se dispusiera de la información requerida.

Encuesta Ardán de empresa internacionalizada 2012

| | |
|---------------------------------------|--|
| Diseño y realización | Zona Franca de Vigo - ARDÁN |
| Universo | Base de Datos Ardán: 1.153 empresas exportadoras |
| Tamaño de la muestra | 457 empresas |
| Fechas de realización | 1º trimestre 2012 |
| Muestreo | Aleatorio simple |
| Nivel de confianza | Nivel de confianza del 95% y error \pm 5% |
| Tipo de encuesta | Electrónica |
| Supervisión y procesamiento | Zona Franca de Vigo - ARDÁN |
| Resultados e informe | Universidad de Vigo |
| Dirección y coordinación del contrato | Santiago Lago Peñas |

Tabla 1 Ficha técnica de la encuesta

En este capítulo analizaremos los principales determinantes de la propensión exportadora de las empresas que permite, a la vista de los datos obtenidos, extraer una serie de conclusiones sobre qué variables tienen influencia directa sobre la internacionalización empresarial. El siguiente epígrafe está destinado a la presentación del Indicador ARDÁN de empresa internacionalizada, tanto en lo que se refiere a su diseño y configuración, como a los principales resultados que se obtienen de su aplicación. Finalmente, y a modo de conclusión, se incluye un análisis de la economía gallega y sus relaciones con el exterior que se realiza mediante un análisis de las principales variables macroeconómicas de nuestra economía como del propio cuestionario cumplimentado por las empresas.

6.2 La encuesta Ardán sobre empresa internacionalizada

La investigación diseñada para la elaboración del Indicador Ardán de empresa internacionalizada se basó en un cuestionario que pretendía cubrir aquellos aspectos más relevantes a la hora de definir el proceso de internacionalización de cualquier institución, en este caso referido al ámbito privado.

Con esta finalidad se preparó una estructura y diseño que permitiese la agrupación de las preguntas en dos bloques claramente diferenciados.

En el primer bloque se incorporan los datos específicos para la elaboración del Indicador Ardán que fueron, a su vez, divididos en cuatro subgrupos relativos a los siguientes aspectos de las empresas:

1. Datos generales
2. Presencia de la empresa en el extranjero
3. Comercio exterior y
4. Otras actividades relevantes de la empresa

El primer apartado recogía información sobre el tipo de empresa, su número de establecimientos, facturación y empleo (prestando especial atención al vinculado de manera específica a la internacionalización de la empresa y a su cualificación). A este apartado le precedía, además, la ficha de la empresa donde se daban los datos identificativos básicos tanto de la empresa como de la persona responsable de la cumplimentación de la encuesta¹.

La presencia de la empresa en el extranjero constituía el segundo apartado de este bloque. En este caso se centraba de manera concreta en el ámbito internacional de la empresa, abordando cuestiones como la localización geográfica de las empresas participadas, el año de apertura de su primer establecimiento y el número total de establecimientos. Finalmente, dentro de este epígrafe también se recogían los datos sobre la empresa participada, tanto de participación en capital como de actividad desarrollada.

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

El último apartado de cuestiones, denominado "otras actividades relevantes de la empresa" se centraba en la realización (o no) de dos actividades concretas. Por un lado, la investigación y

¹ La encuesta iba dirigida a la persona encargada o responsable de los procesos de internacionalización de la empresa.

desarrollo (I+D) por parte de la empresa y, por otra parte, la formación al personal trabajador de la empresa. Sobre ellas se cuestionó sobre su existencia, los recursos destinados y las ayudas recibidas, si fue el caso, para su desarrollo.

A continuación, en un segundo bloque, irían los datos para la proyección y la promoción de la empresa y sus productos y/o servicios a través del directorio específico de Ardán a través de internet (<http://www.ardan.es/exportacion/>) que se refleja en la Figura 1.



Figura 1 Directorio Ardán de empresas exportadoras gallegas
Fuente: <http://www.ardan.es/exportacion/>

Los datos por los que se preguntaba eran los relativos al año 2010, estableciéndose, por motivos operativos, alguna excepción que ampliaba dicho período.

Todo ello dio como resultado un cuestionario con un total de 30 preguntas repartidas de la siguiente manera:

| Número de preguntas de la encuesta | |
|--|-----------------|
| Apartado | Nº de preguntas |
| Ficha de la empresa | 3 |
| Datos generales | 9 |
| Presencia de la empresa en el extranjero | 6 |
| Comercio exterior | 9 |
| Otras actividades relevantes de la empresa | 3 |
| Total | 30 |

Tabla 2

6.3 La internacionalización en la empresa gallega: caracterización y particularidades

El primer resultado obtenido a partir de la Encuesta Ardán sobre empresa internacionalizada es un detalle de sus principales características y particularidades en función de los datos obtenidos por la muestra objeto de estudio.

6.3.1 Características principales

Con respecto a la primera parte del cuestionario (datos generales) la mayoría de las empresas encuestadas pertenecen al sector industrial (53,4%) seguido del sector servicios (35,5%). La presencia del sector primario y del energético es menor (4,2% y 3,3%, respectivamente).

Grupo CNAE de las empresas (%)

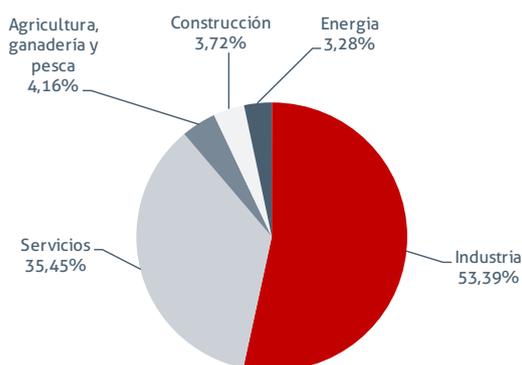


Figura 2

Empresas participadas por otra sociedad o grupo de sociedades (%)

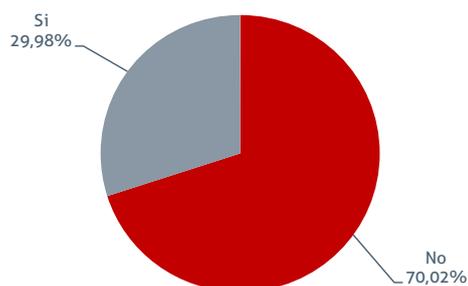


Figura 3

En segundo lugar, la casi totalidad de las empresas encuestadas no cotizan en bolsa (un 98,3%), al tiempo que la mayor parte de ellas son empresas no integradas en un grupo de sociedades ni participadas por otra sociedad o grupo de sociedades (70 y 71%, respectivamente).

A su vez, cinco de cada seis empresas cuentan con un único establecimiento ubicado en Galicia². El 84,7% con un volumen de facturación medio en el año 2010 de más de 20 millones de euros, como se recoge en la Tabla 3.

Promedio de facturación de las empresas (en euros)

| Año | Facturación media |
|------|-------------------|
| 2009 | 17.528.555 |
| 2010 | 22.014.931 |

Tabla 3

² A efectos de este estudio solo se consideraron los establecimientos de más de 10 trabajadores.

Por lo que se refiere al volumen de empleo que generan, se trata mayoritariamente de empresas que cuentan entre 10 y 50 empleados (casi las tres cuartas partes de las mismas), siguiéndole a considerable distancia las que emplean a más de 50 personas.

Volumen de empleo en las empresas encuestadas

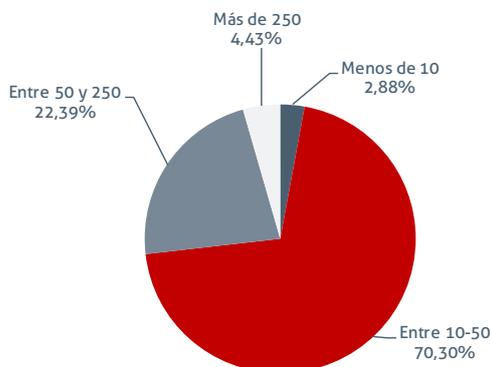


Figura 4

Sobre estos niveles de empleo, el vinculado directamente a las labores de internacionalización se reduce considerablemente. La mitad de las empresas (un 47,8%) tienen como mucho una persona dedicada a estas labores³. Si se considera el personal directivo, este porcentaje disminuye incluso más, puesto que en casi dos tercios de las empresas solo se cuenta con un directivo.

La presencia de la empresa en el extranjero tiene como uno de sus principales indicadores el número de establecimientos que se encuentran ubicados fuera de España⁴. Poco más de un 4% de las empresas encuestadas cuenta con un establecimiento en el exterior (Figura 5), lo que significa que la presencia física a través de establecimientos es muy minoritaria.

Establecimientos en el extranjero (%)

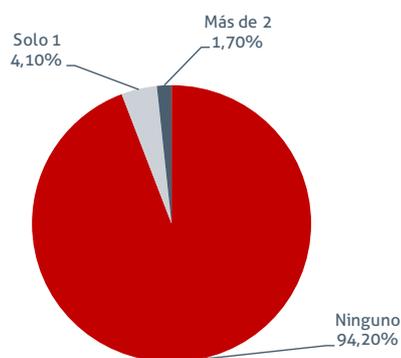


Figura 5

Participación en el capital social de empresas localizadas en el extranjero (%)

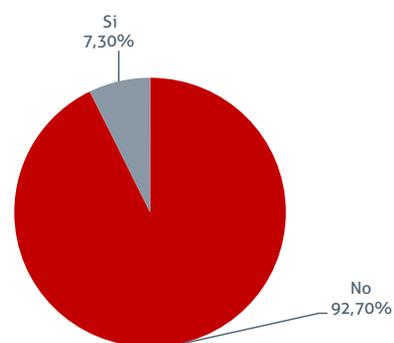


Figura 6

Con respecto a la actividad principal que desarrolla la empresa participada se observa que es mayoritariamente de comercialización y distribución y elaborando productos similares a los que su empresa fabrica en España, sin realizar actividades de adaptación y/o montaje de componentes suministrados desde la empresa española.

³ Nótese que a efectos de cómputo los empleados dedicados a otras labores y no solo la internacionalización computaban de manera parcial.

⁴ Igual que en el caso anterior solo se computan los establecimientos con más de 10 trabajadores.

Los datos relativos al comercio exterior reflejan un volumen promedio de exportaciones de las empresas en la campaña de 2010 superior a los 6 millones de euros (6.322.568 €) repartidos a una media de 6 países y 37 clientes extranjeros.

Nº de países a los que se exporta

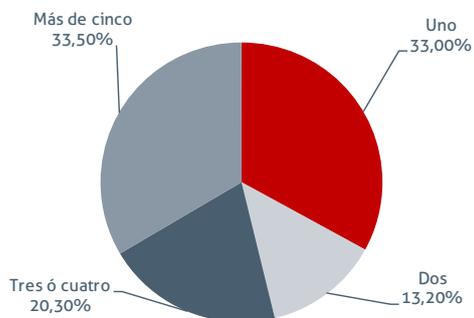


Figura 7

Nº de clientes extranjeros

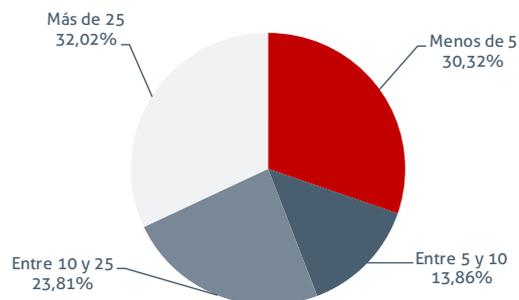


Figura 8

Exportaciones (euros)

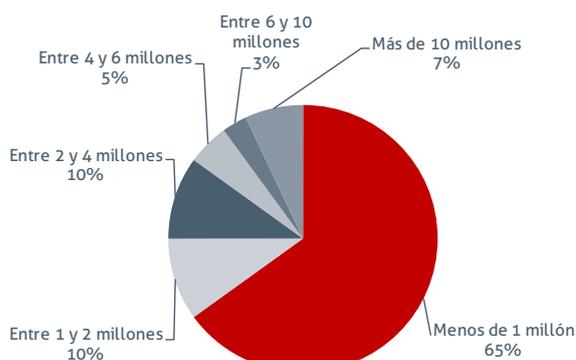


Figura 9

Obtención de recursos financieros para la promoción exterior (%)

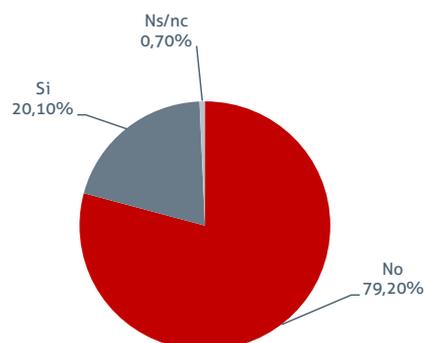


Figura 10

De esta cifra de exportaciones, cabe destacar que casi dos terceras partes de las empresas encuestadas no llegaban al millón de euros, mientras que solo una de cada diez (un 10%) superaba los seis millones, cifra que se reduce hasta el 7% si se toma como referencia el umbral de los diez millones de euros.

El reparto territorial de esas exportaciones se concentra mayoritariamente en la UE. Casi tres cuartas partes se dirigen a alguno de los veintisiete países miembros. En lo que se refiere a la principal vía de acceso a los mercados internacionales destacan de manera significativa los medios propios, que suponen más del 80% de los casos. Otras alternativas de acceso, como los intermediarios especializados o la utilización de la empresa matriz, son mucho menos utilizados (con porcentajes del 12% y 4%, respectivamente).

En cuanto a la obtención de recursos financieros para la promoción exterior por parte de las empresas, sólo la quinta parte de las empresas encuestadas contestaron en términos positivos como se comprueba en la Figura 10. Esto es, cuatro de cada cinco empresas no obtuvieron financiación para este cometido. Por su parte, de las que sí obtuvieron algún tipo de financiación destaca como organismo subvencionador la Comunidad Autónoma, seguida de la Administración Central y otros.

Organismo que financia la promoción exterior de las empresas

| Organismo | Empresas financiadas (%) |
|------------------------|--------------------------|
| Administración Central | 7,1 |
| Comunidad Autónoma | 16,0 |
| Otro organismo | 2,6 |

Tabla 4⁵

Los bajos niveles de presencia exterior de las empresas, puestos de manifiesto en los datos recogidos en la Figura 5, están motivados por la existencia de obstáculos en los mercados exteriores. Por ello, también esta cuestión fue incluida en el cuestionario, obteniendo como resultado que la principal limitación señalada por las empresas en este sentido es la falta de apoyo financiero (Tabla 5).

Principales obstáculos en los mercados exteriores

| Obstáculo | Empresas que lo padecen (%) |
|--|-----------------------------|
| Falta de apoyo financiero | 47,3 |
| Dificultad para competir | 36,1 |
| Estar centrados en el mercado local-regional | 27,8 |
| Ausencia de asesoría pública | 24,7 |

Tabla 5

Las nuevas tecnologías de la información y comunicación tampoco están presentes en todas las empresas. Aún quedan empresas que no disponen de página web. En concreto, un 11,6% de las encuestadas. Más significativo resulta el hecho de que cuatro de cada cinco empresas consideran que internet ha tenido ligera o nula influencia sobre las ventas de la empresa. Por el contrario, el porcentaje de empresas que considera que esta influencia ha sido fuerte no llega al 10%.

Influencia (directa o indirecta) de internet sobre las ventas de la empresa en el exterior

| Influencia | Empresas (%) |
|--------------|--------------|
| Ninguna | 46,0 |
| Ligera | 33,4 |
| Fuerte | 6,8 |
| No evaluable | 13,8 |
| Total | 100 |

Tabla 6

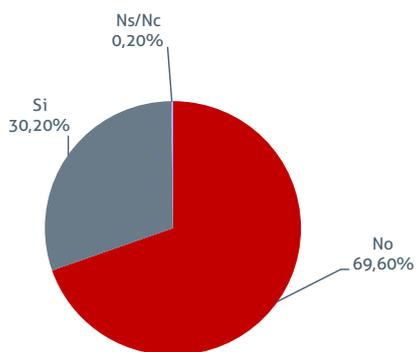
El último apartado del cuestionario estaba destinado a otros aspectos relevantes de las empresas entre los que destacan los gastos realizados en investigación y desarrollo, así como en formación del personal.

Con respecto al primer punto, más de dos tercios de las empresas encuestadas (un 69,6%) afirmaban que durante el ejercicio 2010 no llevaron a cabo este tipo de gasto (ni interna ni externamente). Por tanto, menos de la tercera parte de las empresas incurrieron en este tipo de gasto (Figura 11). Dentro de éstas destacan las que se

⁵ Debe dejarse constancia que no tienen porqué tratarse de organismos excluyentes, siendo posible, por tanto, la financiación pública a través de más de dos vías.

limitaron a ejecutar gastos de I+D solo internamente pero no en el exterior, mientras que las que lo contrataron externamente son muchas menos.

Realización de gastos de I+D (%)



Tipo de I+D llevado a cabo por las empresas

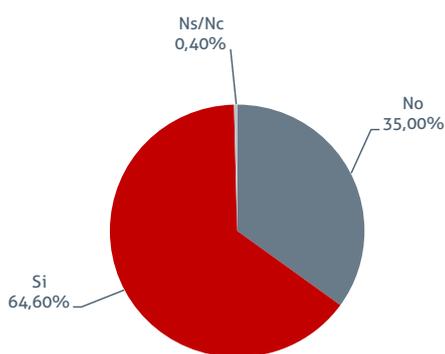
| I+D | Empresas (%) |
|---|--------------|
| Solo internamente pero no en el exterior (innovación interna) | 18,4 |
| Contratado externamente y realizado en la empresa | 2,2 |
| Contratado externamente, pero no realizado en la empresa | 11,9 |

Tabla 7

Figura 11

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 durante el año 2010. Destaca aquí la formación en ingeniería e informática y TICs (Tabla 8).

Formación de los trabajadores (%)



Formación del personal trabajador

| Formación | Empresas (%) |
|--------------------------------|--------------|
| Ingeniería y Formación técnica | 29,2 |
| Informática y TICs | 26,8 |
| Idiomas | 22,3 |
| Ventas y Marketing | 16,9 |
| Otros | 33,5 |

Tabla 8

Figura 12

6.3.2 Resultados detallados de la encuesta y particularidades de la internacionalización de la empresa gallega

Una vez presentados los resultados generales obtenidos de la encuesta, resulta de interés prestar atención a los datos más relevantes y que proporcionan información específica y detallada respecto al proceso de internacionalización de las empresas. Para ello, lo que se realiza es un análisis de determinados resultados, ya presentados en el apartado anterior, desglosando su influencia según dos variables de interés. La primera de ellas es el tamaño de la empresa en función de los resultados presentados en la Figura 4, mientras que la segunda referencia manejada es el sector de actividad al que pertenece la empresa según su clasificación CNAE (Figura 2).

El análisis desagregado del nivel de exportaciones arroja los siguientes resultados. En primer lugar, y atendiendo al número de empleados de la empresa, como cabía esperar a priori, el nivel de las exportaciones aumenta de manera considerable a medida que aumenta el tamaño de la empresa, esto es, las que más exportan son las

empresas grandes. Así, la media de exportaciones para las empresas de menos de 10 trabajadores no llega a los 300.000 euros mientras que para las empresas que cuentan en su plantilla con más de 250 trabajadores esta cifra alcanza casi los 70 millones de euros (Tabla 9).

Exportaciones según el tamaño de la empresa

| Nº de empleados | Nº de empresas | Exportaciones (euros) | |
|-----------------|----------------|-----------------------|-------------|
| Menos de 10 | 13 | Media | 284.758 |
| | | Desviación típica | 496.318 |
| | | Mínimo | 0 |
| | | Máximo | 1.801.400 |
| Entre 10-50 | 317 | Media | 1.435.254 |
| | | Desviación típica | 4.026.966 |
| | | Mínimo | 0 |
| | | Máximo | 46.037.173 |
| Entre 51-250 | 101 | Media | 9.994.883 |
| | | Desviación típica | 36.097.203 |
| | | Mínimo | 0 |
| | | Máximo | 312.317.923 |
| Más de 250 | 20 | Media | 69.730.627 |
| | | Desviación típica | 131.000.000 |
| | | Mínimo | 179.845 |
| | | Máximo | 509.920.088 |

Tabla 9

En cuanto a la simetría en la distribución de esta variable según el tamaño de las empresas, el diagrama de cajas (*box-plot*) de la Figura 13 refleja que las empresas de pequeño tamaño tienen un volumen de exportaciones relativamente homogéneo, presentando poca dispersión (sobre todo las empresas de menos de 10 trabajadores). Por el contrario, las empresas grandes no sólo presentan un nivel medio de exportaciones más elevado sino que su dispersión es considerablemente mayor.

Exportaciones según el tamaño de la empresa

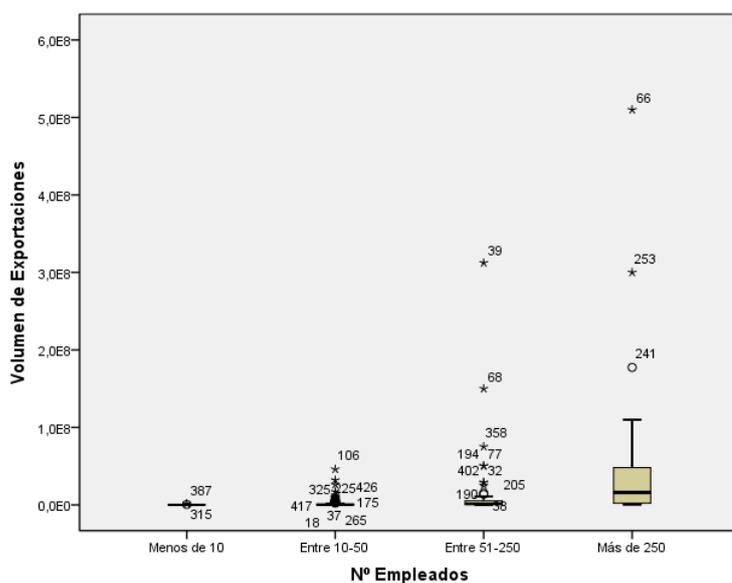


Figura 13

Por lo que se refiere al análisis en función de la actividad de las empresas, estableciendo como criterio de clasificación el CNAE, se observa en la Tabla 10 como la actividad con un mayor volumen exportador es la construcción, con una media superior a los 10 millones de euros. En el lado contrario, el menor valor medio es el ofrecido por el sector primario, al superar escasamente el millón y medio de euros.

Exportaciones según la actividad de la empresa

| Nº de empleados | Nº de empresas | Exportaciones (euros) | |
|--------------------------------|----------------|-----------------------|-------------|
| Agricultura, ganadería y pesca | 19 | Media | 1.583.948 |
| | | Desviación típica | 2.012.467 |
| | | Mínimo | 0 |
| | | Máximo | 5.972.185 |
| Energía | 15 | Media | 3.326.605 |
| | | Desviación típica | 5.157.111 |
| | | Mínimo | 0 |
| | | Máximo | 15.000.000 |
| Industria | 244 | Media | 8.561.267 |
| | | Desviación típica | 45.230.443 |
| | | Mínimo | 0 |
| | | Máximo | 509.920.088 |
| Construcción | 17 | Media | 10.720.311 |
| | | Desviación típica | 42.967.830 |
| | | Mínimo | 0 |
| | | Máximo | 177.443.630 |
| Servicios | 162 | Media | 3.158.953 |
| | | Desviación típica | 9.829.216 |
| | | Mínimo | 0 |
| | | Máximo | 75.200.000 |

Tabla 10

Exportaciones según la actividad de la empresa

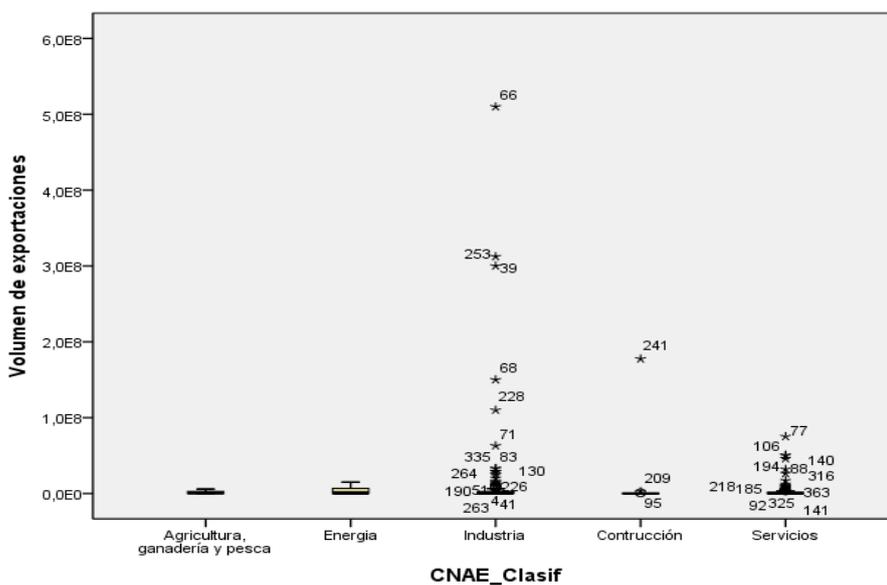


Figura 14

El análisis gráfico que se recoge en la figura siguiente permite comprobar que dos de los sectores, agricultura y energía, presentan una situación relativamente homogénea, frente a lo que ocurre en los otros tres sectores considerados (industria, construcción y servicios).

Realizando un análisis similar en lo relativo al número de países a los que se exporta se obtienen resultados análogos a los recogidos anteriormente puesto que el número de países aumenta a medida que el tamaño de la empresa aumenta. No obstante en este caso, la diferencia entre las empresas de más de 50 empleados y las de más de 250 no es tan significativa como en el caso precedente.

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

| Nº de empleados | Países (media) |
|-----------------|----------------|
| Menos de 10 | 3,1 |
| Entre 10-50 | 5,2 |
| Entre 51-250 | 9,0 |
| Más de 250 | 10,7 |

Tabla 11

Por otra parte, si se presta atención a la actividad de la empresa se observa una relativa homogeneidad por sector en cuanto al número de países a los que se exporta con la única excepción del sector industrial que sobresa considerablemente de la media.

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

| Sector de actividad | Países (media) |
|--------------------------------|----------------|
| Agricultura, ganadería y pesca | 3,8 |
| Energía | 4,2 |
| Industria | 7,9 |
| Construcción | 2,0 |
| Servicios | 4,5 |

Tabla 12

Finalmente se procede con un análisis del número de clientes extranjeros en función de los dos criterios que se vienen manejando (tamaño y actividad de la empresa). Con respecto al número de trabajadores de la empresa, igual que ocurría con el número de países, el umbral diferenciador se sitúa en los 50 empleados, puesto que la media para el grupo de empresas de 51 a 250 y de más de 250 es la misma, tal y como se observa en la Tabla 13.

Cientes extranjeros según el tamaño de la empresa

| Nº de empleados | Países (media) |
|-----------------|----------------|
| Menos de 10 | 2,1 |
| Entre 10-50 | 2,5 |
| Entre 51-250 | 2,8 |
| Más de 250 | 2,8 |

Tabla 13

Del mismo modo, como ocurría con los países destino de exportaciones, el sector de actividad se vislumbra como determinante y claramente diferenciado puesto que las diferencias casi se duplican entre actividades de la que posee menor media (construcción) hasta la que posee la mayor (energía): de 1,7 países de media a 2,9.

Cientes extranjeros según la actividad de la empresa

| Sector de actividad | Países (media) |
|--------------------------------|----------------|
| Agricultura, ganadería y pesca | 1,9 |
| Energía | 2,9 |
| Industria | 2,7 |
| Construcción | 1,7 |
| Servicios | 2,5 |

Tabla 14

6.4 Determinantes de la propensión exportadora de las empresas

En este apartado analizamos los determinantes de la propensión exportadora de una empresa, medida como el porcentaje que suponen las exportaciones sobre la facturación total. Las variables explicativas se dividen en tres bloques.

El primero lo componen variables de estructura. En concreto, variables de tamaño y sector de actividad. El tamaño lo utilizamos de forma alternativa por la cifra de facturación en millones de euros (FACTURACION) o el número de empleados (EMPLEO) en 2010 en ambos casos.

El motivo de no incluir simultáneamente las variables en la estimación es su elevada correlación lineal. Para introducir el sector en el modelo, definimos cuatro variables ficticias con valor binario 1/0. Las empresas se agrupan en 5 sectores: agricultura, ganadería y pesca (que se utiliza como categoría de referencia), energético (ENERGIA), construcción (CONSTRUCCION), industrial (INDUSTRIA) y servicios (SERVICIOS).

El segundo bloque se refiere a *inputs* que podrían generar un factor positivo sobre la competitividad y, por tanto, sobre su capacidad exportadora. En concreto, hemos seleccionado las siguientes 4 variables generadas por la encuesta:

- La variable I+D adopta valor 1 cuando la empresa ha realizado gastos contratando externamente actividades de I+D en 2010 y 0 en caso contrario.
- La variable FORMACION adopta valor 1 cuando la empresa ha incurrido en gastos externos para la formación de sus trabajadores en 2010 y 0 en caso contrario.
- La variable APOYO FINANCIERO adopta valor 1 cuando la empresa ha obtenido recursos para la promoción en mercados fuera de España en 2010 y 0 en caso contrario.
- La variable WEB adopta valor 1 cuando la empresa dispone de página web propia y 0 en caso contrario.

Finalmente, en el tercer bloque incluimos dos variables de estrategia de implantación en mercados extranjeros. La variable PRESENCIA EXTERIOR adopta valor 1 cuando la empresa, en diciembre de 2009, tenía participación en el capital social de otras empresas localizadas en el extranjero, y 0 en caso contrario. Y la variable EXPERIENCIA refleja el número de años transcurridos desde que la empresa consiguió su primer cliente fuera de España.

Para la estimación del modelo contamos con 407 observaciones útiles que nos proporciona la encuesta. En cuanto al método de estimación optamos por recurrir a un procedimiento de

estimación robusto por problemas derivados de la existencia de observaciones anómalas e influyentes⁶.

Los resultados de las estimaciones aparecen en la Tabla 15. En síntesis:

- El tamaño no importa. La propensión a exportar no es sistemáticamente mayor en las empresas más grandes por facturación o empleo. Este resultado se mantiene aún cuando incluimos adicionalmente en la regresión la variable empleo al cuadrado (para capturar una posible relación no lineal); cuando sustituimos la variable continua EMPLEO por una variable que clasifica a las empresas en 5 segmentos de tamaño; y cuando introducimos un *spline* en la especificación econométrica para las observaciones con EMPLEO>200.

Es importante señalar que este resultado es perfectamente compatible con el que vimos en la sección anterior. Las empresas grandes exportan un mayor volumen absoluto que las pequeñas, pero no un porcentaje superior de su facturación.

- El sector es relevante solo en el caso de que la empresa sea del sector de la construcción. En ese caso la propensión a exportar cae. También la propensión tiende a ser algo menor en el caso de las empresas de servicios, pero esa caída no es estadísticamente significativa⁷.
- Ni la formación, ni la I+D son palancas para internacionalizar automáticamente la actividad de las empresas. En cuanto a la página web, la correlación es negativa, aunque no es significativa a los niveles habituales.
- El haber recibido apoyo para la exportación sí es muy relevante. El porcentaje de exportaciones sobre facturación aumenta entre 5 y 6 puntos.
- El estar presente en el exterior a través de participaciones empresariales parece una estrategia complementaria y no sustitutiva de las exportaciones. Las empresas con participaciones fuera tienen, en promedio, entre 9 y 10 puntos más en su ratio de exportaciones sobre facturación. En la muestra con la que trabajamos eran 33 de 407 empresas, las que contaban con esas participaciones en entidades extranjeras.
- La experiencia importa. Desde el momento en el que se hace el primer cliente en el extranjero, el peso de las exportaciones tiende a crecer a razón de 1,5 puntos porcentuales cada 10 años.

⁶ Concretamente, usamos el comando de STATA "rreg". Este comando ejecuta una regresión robusta usando de forma reiterativa mínimos cuadrados ponderados; es decir, "rreg" asigna una ponderación a cada observación, siendo mayor la de aquéllas que se comportan mejor. De hecho, las observaciones claramente anómalas (*outliers*) son eliminadas.

⁷ De forma alternativa, probamos a utilizar una clasificación en 11 grupos: los 8 que aparecen en DATACOMEX, construcción, servicios y una categoría residual. No obstante, esta opción no ofrecían resultados mejores desde un punto de vista econométrico ni económico.

Determinantes de la propensión exportadora de una empresa

| | [1] | [2] |
|-------------------------|----------------------|----------------------|
| CONSTANTE | 18,7***(3,83) | 18,8***(3,92) |
| ENERGÍA | 0,8 (0,12) | 0,9 (0,13) |
| INDUSTRIA | -0,8 (-0,17) | -0,9 (-0,19) |
| CONSTRUCCIÓN | -11,8* (1,74) | -12,1* (1,78) |
| SERVICIOS | -4,8 (0,97) | -4,9 (0,99) |
| FACTURACION | 0,0010 (0,12) | |
| EMPLEO | | 0,0013 (0,49) |
| I+D | -1,0 (0,47) | -0,9 (0,43) |
| FORMACION | -1,1 (0,53) | -1,2 (0,57) |
| APOYO FINANCIERO | 5,61***(2,42) | 5,42***(2,33) |
| WEB | -4,6 (1,50) | -4,7 (1,52) |
| PRESENCIA EXTERIOR | 9,7***(2,61) | 9,0**(2,35) |
| EXPERIENCIA | 0,14**(1,97) | 0,14**(1,94) |
| Número de Observaciones | 407 | 407 |
| Estadístico-F (p-valor) | 3,20***(0,0004) | 3,17***(0,0004) |

Tabla 15 ⁸ Nota: Estimación robusta ejecutada con STATA 12 (comando rreg) ***, **, *. Significativo al 1%, 5% y 10%, respectivamente

6.5 Indicador Ardán de empresa internacionalizada

6.5.1 Indicadores de internacionalización: antecedentes

Cuando se habla de internacionalización de una empresa se pretende reflejar en qué medida este proceso forma parte de ella, midiéndose a través de diferentes variables y magnitudes, que sirven de base para la construcción de indicadores simples.

En la literatura, el primer aspecto considerado cuando se pretende analizar el grado de internacionalización es la intensidad exportadora, entendida ésta como la proporción que supone el total de exportaciones de la empresa con respecto a sus ventas totales. Este ratio (habitualmente se utiliza en términos porcentuales) también se denomina propensión exportadora y es el que hemos analizado en la sección anterior en lo que se refiere a sus determinantes. Autores como Ramaswamy et al. (1996) señalan que es un porcentaje que pone de manifiesto “el grado de compromiso y el nivel de internacionalización de una empresa exportadora”.

No obstante, de forma progresiva las empresas optan por fórmulas de internacionalización diferentes y más avanzadas que la simple exportación desde España. Nos referimos a la fabricación y venta en los propios mercados de destino. Estas son ventas exteriores que no pasan por aduanas ni quedan registradas como exportaciones pero que, sin duda, constituyen una fórmula propia de estadios de internacionalización empresarial avanzados. Por ello, si en vez de considerar las exportaciones en sentido estricto (incluyendo las

⁸ El sector construcción, muestra unas características particulares que hacen necesario distinguir entre la propensión exportadora de sus empresas y la media de las exportaciones (variable ésta cuya media es más sensible a la presencia de empresas con valores muy elevados) tal y como se comprueba en la Tabla 10.

“operaciones intracomunitarias”) se atiende a las ventas exteriores, se obtendría una medida similar a la anterior, que compararía en este caso las ventas exteriores con las ventas totales.

Otra variable relevante del grado de internacionalización son los beneficios asociados con la actividad exterior que dan buena idea de su importancia, así como la experiencia internacional de la propiedad y de la dirección. Igualmente, las escalas de conducta hacia la internacionalización constituyen un indicador muy útil de la internacionalización de una empresa, como señala Pla (2000).

Tomando como referente la empresa multinacional, se pueden considerar otras tres variables que proporcionan una idea fehaciente de su grado de internacionalización. En concreto:

- Proporción de activos exteriores.
- Proporción de actividades exteriores generadoras de valor.
- Proporción de empleados localizados en el exterior.

En todos los casos, lo que se realiza es una medición (recogida a modo de ratio) de un componente del grado de internacionalización de la empresa con respecto a una variable global de la empresa. De esta manera, cuanto mayor sea el grado de internacionalización de la empresa, mayor será la variable “exterior” de la empresa y, por tanto, mayor será el ratio que lo refleja.

Con la primera de las variables se pretende realizar una comparación de los activos con los que cuenta la empresa en el exterior con respecto a sus activos totales. Con ella se tiene conocimiento del tamaño (fundamentalmente en términos contables) del sector exterior en la estructura financiera de la empresa.

La proporción de actividades exteriores generadoras de valor se centra en una variable flujo como es la producción de la empresa, y concretamente, en la producción internacional. De este modo lo que compara es el volumen de producción internacional sobre el volumen total de producción de la empresa.

La tercera variable analizada es el empleo. De modo análogo a los dos casos anteriores, lo que contrasta es el número de empleados que están localizados en el exterior con respecto al número de empleados total de la empresa.

La perspectiva estática debe ser necesariamente completada con una visión dinámica y para ello se deben contemplar primeramente medidas que recojan lo que se puede considerar como “dinamismo exportador”. En este caso se está hablando de tasas de variación de determinadas magnitudes (básicamente variables “stock”) referentes al grado de internacionalización de la empresa. Entre ellas destacan las tres siguientes:

- Tasa de variación de las exportaciones.
- Tasa de variación de la intensidad o propensión exportadora (exportaciones/ventas totales).
- Tasa de variación de las exportaciones en relación con las ventas internas.

A continuación se puede atender a medidas de “rentabilidad exportadora” donde las variables de interés pasan a ser las económico-financieras. En concreto, nos referimos a los datos:

- Beneficio de las exportaciones.
- Rentabilidad de las exportaciones comparadas con las ventas internas.
- Rentabilidad percibida de exportaciones en relación con el mercado interior.

Toda la discusión presentada hasta aquí proporciona un número suficientemente amplio de variables que permiten establecer la posición de una empresa a lo largo de una dimensión o medida del grado de internacionalización. Porque cada una de estas variables supone un criterio para proceder a su medición (de manera unidimensional). En todo caso, lo habitual y más recomendable en estos casos es la utilización conjunta de varios indicadores o bien su agregación en un indicador multidimensional o sintético. De este modo cada escala de medida aporta un matiz diferenciado al atributo que pretende ser medido, incorporando cualidades que aportan calidad y calibran mejor su medición.

La utilización de este tipo de indicadores a partir de un conjunto variado de escalas de medida simples permite incorporar en un solo índice multidimensional la especificidad de cada indicador simple que ha sido ponderado para su cálculo.

En este sentido, el trabajo con índices multidimensionales para medir el grado de internacionalización supone una valiosa ayuda, al permitir superar algunos de los inconvenientes que plantea la utilización de un sólo índice simple (unidimensionalidad). Se trata, en definitiva, de enriquecer con este procedimiento la medición a realizar del grado de internacionalización de una empresa, al considerar múltiples indicadores simples mediante un único indicador agregado.

No existe consenso en la literatura especializada sobre cuál puede ser el mejor indicador agregado a emplear. Destacan por su utilidad los indicadores siguientes:

- Índice de Compromiso Internacional.
- Índice del Grado de Internacionalización de Sullivan.
- Índice del Grado de Internacionalización de Stewart.
- Índice de Transnacionalidad (ITN).

En la Tabla 16 se sintetiza el contenido fundamental de cada uno de ellos⁹.

Variables simples sobre las que se construyen los indicadores agregados

| Índice agregado | Variable simple utilizada |
|--|--|
| Índice de Compromiso Internacional | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Volumen de ventas en el extranjero ▪ Amplitud de gama internacional (número de productos diferentes vendidos en el extranjero) ▪ Nivel de estandarización de productos |
| Índice del Grado de Internacionalización de Sullivan | <p>a) atributo rendimiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Facturación internacional relativa (ventas exteriores / ventas totales) <p>b) atributos estructurales</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Proporción de activos exteriores (activos exteriores / activos totales) ▪ Proporción de implantaciones exteriores <p>c) atributo actitud</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Experiencia internacional de la alta dirección ▪ Dispersión física de las operaciones internacionales |
| Índice del Grado de Internacionalización de Stewart | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Intensidad exportadora (exportaciones / ventas totales) ▪ Número de mercados extranjeros atendidos ▪ Experiencia internacional de la alta dirección |
| Índice de Transnacionalidad (ITN) | <p>Media aritmética de tres ratios:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Proporción de Activos Exteriores (activos exteriores / activos totales) ▪ Facturación Internacional Relativa (ventas exteriores / ventas totales) ▪ Proporción de Empleados localizados en el Exterior (empleo exterior / empleo total) |

Tabla 16 Fuente: Villareal, O. (2005): "La internacionalización de la empresa y la empresa multinacional: una revisión conceptual contemporánea"

⁹ Para una mayor profundización en cada uno de estos índices, así como un resumen de sus principales limitaciones puede consultarse Villareal, O. (2005).

6.5.2 El indicador Ardán: descripción y contextualización

En función de lo expuesto anteriormente es necesario disponer de un indicador (o conjunto de indicadores) que permitan cuantificar el grado de internacionalización de una empresa. Para ello, en función de la información disponible a través de la encuesta ARDÁN de empresa internacionalizada es posible obtener de manera directa dos porcentajes o ratios que lo cuantifican. Éstos son los siguientes:

- Intensidad exportadora de la empresa
- Exportaciones vs. ventas internas

Ambos constituyen una medida adecuada de la internacionalización empresarial, si bien adolecen del problema de no contemplar otros aspectos que pueden ser relevantes en el análisis tales como los señalados en apartados precedentes como el tamaño, el número de clientes exteriores, la experiencia en mercados extranjeros, etc. Estas magnitudes que, constituyen por sí mismas también indicadores¹⁰ del grado de internacionalización de una empresa deberían, en la medida de lo posible, ser contempladas o incluidas en este análisis no limitándose a indicadores simples como los dos señalados.

Con esta finalidad surgen los indicadores sintéticos (o indicadores compuestos) que son, en definitiva, índices agregados de los indicadores simples. Para su obtención lo que se realiza es una ponderación de los indicadores simples con unos pesos que representan la importancia relativa que cada uno de ellos debe tener en el índice agregado.

Así pues, el propósito final consiste en realizar una agregación de una serie de conceptos multidimensionales (todos ellos con influencia directa en la internacionalización empresarial) para ofrecer una visión "conjunta" que en ningún otro caso podría ser realizado por los indicadores simples individualmente. Esta concepción multidimensional recoge de manera más adecuada la propia naturaleza de la internacionalización (puesto que atiende a más de un componente). Así mismo, esta concepción permite conocer la importancia de cada variable, al tiempo que al usar una serie de variables (y no un único indicador) para su construcción, se posibilita la reducción de errores que puedan haberse producido con el registro de alguno de ellos.

La construcción de indicadores sintéticos requiere ciertas cautelas en su procedimiento y, prueba de ello, es que no existe en la literatura especializada una metodología consensuada para la construcción de indicadores sintéticos. De hecho, Nardo et AL. (2005) señalan que "debe ser el analista quien decida el procedimiento a utilizar en función del análisis que necesite realizar". Esta decisión implica la adopción de una serie de consideraciones de carácter subjetivo tales como la elección de los indicadores de partida o la forma de ponderación de la información proporcionada y su posterior agregación.

Las posibilidades que son utilizadas con más frecuencia para la construcción de indicadores sintéticos son el análisis de componentes principales o el análisis de distancias (fundamentalmente la distancia DP2¹¹). No obstante, para este caso en particular se ha optado por utilizar como método para la construcción del indicador sintético una de las técnicas estadísticas multivariantes¹² más habituales como es el análisis discriminante.

Con carácter general cabe señalar que el análisis discriminante se emplea en aquellas situaciones en las que se dispone de un conjunto numeroso de variables (como es el caso que nos ocupa) proporcionando procedimientos de clasificación sistemática de nuevas observaciones de origen desconocido en grupos predeterminados con antelación. Además, aunque de forma no explícita, también permite analizar si existen diferencias entre grupos de individuos respecto a un conjunto de variables de los mismos y, en caso de que existan diferencias, pretende explicar en qué sentido se dan las mismas¹³.

¹⁰ De forma general pueden ser consideradas como "observaciones".

¹¹ Propuesta por Pena (1977) y, posteriormente, desarrollada por Zarzosa (2005).

¹² Las técnicas estadísticas multivariantes son aquellas que analizan simultáneamente más de una variable en cada individuo u objeto sobre el cual se investiga.

¹³ El procedimiento de este análisis consiste, según Cuadras (1981) en la reducción de las variables originales dependientes a unas nuevas variables canónicas. Estas variables canónicas son combinación lineal de las originales, expresándolas en la función discriminante o, para más de dos grupos, funciones discriminantes las cuales proporcionan la mejor discriminación entre grupos. La construcción de la función discriminante (o del conjunto de funciones discriminantes) se realiza a partir de una muestra de casos para los que se conoce la pertenencia al grupo, buscando la combinación lineal de las variables originales que hace máxima la separación entre grupos, lo que equivale a minimizar la variabilidad dentro de las clases.

En cuanto a la variable de agrupación hay que señalar que debe tener un número limitado de categorías¹⁴. Igualmente, otro requisito para su aplicación viene dado porque los casos sean independientes entre sí y, con respecto a las variables predictoras, éstas deben tener una distribución normal multivariada, al tiempo que las matrices de varianza-covarianza intra-grupos deben ser iguales en todos los grupos.

Por lo que se refiere a la pertenencia al grupo, ésta debe ser exclusiva a la vez que exhaustiva, es decir, ningún caso puede pertenecer a más de un grupo y todos los casos deben pertenecer a un grupo. Igualmente, hay que señalar que el procedimiento es más efectivo cuando la pertenencia al grupo sea una variable verdaderamente categórica, esto es, si la pertenencia al grupo se basa en valores de una variable continua resulta más adecuado el empleo de un modelo de regresión para aprovechar la información proporcionada por la misma. Una ventaja que es importante reseñar de este indicador radica en el hecho de que pueda tomar valores entre 0 y 100 (re-escala) lo que facilita el manejo e interpretación del mismo.

Sobre esta base, la aplicación del análisis discriminante se basa en los siguientes supuestos (Gil et al, 2001):

- normalidad multivariante
- homogeneidad de matrices varianzas-covarianzas
- linealidad
- ausencia de multicolinealidad y singularidad

De manera concreta para nuestro estudio y cálculo del Indicador ARDÁN, el primer paso consistió en ordenar las empresas que formaban la muestra en función de su internacionalización, utilizando para ello el indicador simple más inmediato que se disponía (la intensidad exportadora). El objetivo básico, por tanto, radicaba en identificar los grupos extremos de empresas cuyo grado de internacionalización no admitiese dudas, esto es, localizar a las empresas situadas en los extremos. Nótese, por tanto, que esta primera fase no tuvo como finalidad proporcionar un Índice de internacionalización en sentido estricto sino proceder con una identificación de modo simple de las empresas de la muestra que fue la que sirvió para la construcción del Indicador en la siguiente fase.

Será, pues, la segunda etapa la que se dedicó a la construcción del Indicador ARDÁN a partir del trabajo previo buscando un Indicador que fuese consistente con la clasificación precedente. Es en este punto donde se aplicó el análisis discriminante a la muestra, de tal modo que maximizando la varianza entre grupos y minimizando la variabilidad dentro del grupo se buscaba obtener una función discriminante que permitiese obtener la puntuación discriminante¹⁵ la cual fue usada como el Indicador buscado.

Con esta finalidad y en función de la información con la que se trabajó en apartados precedentes se utilizaron como indicadores simples de internacionalización de la empresa los siguientes:

- Exportaciones vs. ventas internas¹⁶
- Exportaciones fuera de la UE vs. Exportaciones totales
- % Países a los que se exporta¹⁷
- % Empleados dedicados a tareas de internacionalización¹⁸
- Clientes extranjeros vs. facturación¹⁹.

De esta manera mediante la "puntuación" obtenida a través de la función discriminante se obtiene una ordenación que se adecúa al propósito de este estudio al establecer una priorización de las empresas de la muestra. Esto es, señala de forma clara las organizaciones que se encuentran en mejor situación y las que se encuentran en peor situación con respecto a su grado de internacionalización atendiendo a las variables (indicadores simples) objeto de estudio.

Finalmente, es importante señalar que se realizaron pruebas alternativas para la construcción del indicador sintético o agregado (fundamentalmente a través del análisis de componente principales) obteniendo resultados

¹⁴ Las cuales son generalmente codificadas como enteros.

¹⁵ La puntuación discriminante para cada hogar representa la posición del mismo a lo largo del eje discriminante definido mediante la función discriminante.

¹⁶ Para las ventas internas se consideró solo el mercado gallego al ser éste el único del que se disponía de información.

¹⁷ Cálculo realizado sobre el total de países que, a día de hoy, forman parte de la ONU (193).

¹⁸ Incluyendo aquí todo tipo de personal, tanto directivo como destinado a otras funciones.

¹⁹ No fue posible obtener el dato porcentual del número de clientes extranjeros al no disponer de datos de clientes totales para las empresas.

análogos a los obtenidos como así lo demuestra la correlación existente entre los resultados obtenidos que era significativa a un nivel 0,01.

6.5.3 Resultados

Los principales resultados obtenidos en la elaboración del Indicador ARDÁN de empresa internacionalizada son los siguientes:

Más del 90% (un 94,2%) de los casos son agrupados correctamente por el análisis discriminante lo que da idea de la validez de la aplicación de este método y constituye, sin duda, un buen síntoma. Además, se puede apreciar cómo, para el grupo de las empresas menos internacionalizadas²⁰, la clasificación realizada alcanza un 100% de aciertos.

Resultados de la clasificación

| | | Grado internacionalización | Grupo de pertenencia pronosticado | | Total |
|----------|----------|----------------------------|-----------------------------------|------|-------|
| | | | 0 | 1 | |
| Original | Recuento | 0 | 40 | 0 | 40 |
| | | 1 | 3 | 9 | 12 |
| | | Casos desagrupados | 278 | 81 | 359 |
| % | | 0 | 100,0 | 0,0 | 100,0 |
| | | 1 | 25,0 | 75,0 | 100,0 |
| | | Casos desagrupados | 77,4 | 22,6 | 100,0 |

Tabla 17 Nota: Clasificados correctamente el 94,2% de los casos agrupados originales

Igualmente, los coeficientes discriminantes no estandarizados aportan valiosa información al determinar la influencia de cada variable a la hora de construir la función discriminante que será la que determine la puntuación discriminante y, por tanto, el Indicador ARDÁN de internacionalización de la empresa.

Estos coeficientes se interpretan de forma similar a como se hace en regresión, dependiendo tanto en su signo como en su magnitud de las otras variables incluidas en la función. Sin embargo (como también ocurre en regresión), su magnitud no se debe interpretar como un indicador de la importancia relativa de la variable en la función discriminante puesto que se ve afectado por la unidad de medición. Así, para conocer la importancia relativa de cada variable será preciso proceder a la estandarización de estos coeficientes. Ambos coeficientes para nuestro estudio particular se recogen en la tabla que sigue.

²⁰ Codificadas mediante "0".

Coeficientes de las funciones discriminantes canónicas

| | Función |
|--|----------------|
| Exportaciones fuera de la UE vs. Exportaciones totales | -0,069 |
| % Países a los que se exporta | 0,929 |
| % Empleados dedicados a tareas de internacionalización | -0,202 |
| Clientes extranjeros vs. Facturación | -0,86 |
| Exportaciones vs. ventas internas | 1,368 |

Tabla 18

La información proporcionada por los coeficientes discriminantes se completa con los coeficientes de estructura que sirven como indicadores de la importancia relativa de cada variable en la función discriminante. Su valor expresa la correlación de las variables con la función discriminante, de tal modo que cuanto mayor sea, mayor será la relación entre la variable y la función. Los resultados concretos para nuestro estudio son recogidos en la tabla siguiente:

Coeficientes de estructura

| | Función |
|--|----------------|
| % Países a los que se exporta | 0,619 |
| Exportaciones vs. ventas internas | 0,605 |
| Clientes extranjeros vs. Facturación | 0,451 |
| Exportaciones fuera de la UE vs. Exportaciones totales | 0,125 |
| % Empleados dedicados a tareas de internacionalización | 0,035 |

Tabla 19 ²¹

Estos coeficientes muestran como las magnitudes con mayor importancia relativa dentro de la función discriminante son: el porcentaje de países a los que exporta y las exportaciones vs. ventas internas. A cierta distancia se sitúa el indicador porcentaje de clientes extranjeros, mientras que de manera clara la variable menos relevante en este análisis es el porcentaje de empleados dedicados a tareas de internacionalización, con un coeficiente de estructura muy bajo.

En cuanto a la función discriminante obtenida resulta de interés recoger un resumen de sus principales características. Esto es realizado en la Tabla 20. No obstante, en este caso, dado que sólo hay una función discriminante no es necesario seleccionar un número de éstas.

Resumen de la función canónica discriminante

| Función | Autovalor | % de varianza | % acumulado | Correlación canónica |
|----------------|------------------|----------------------|--------------------|-----------------------------|
| 1 | 1,434 | 100,0 | 100,0 | 0,768 |

Tabla 20

Debe ser señalado que, para una mayor comodidad en su manejo, se realizó un reescalamiento del Indicador ARDÁN entre los valores "0" y "100", de tal manera que "0" se correspondiese con el menor de los valores y "100" con el mayor, esto es, con las empresas con mayor grado de internacionalización y las empresas con

²¹ Variables ordenadas por el tamaño de la correlación con la función.

menor. De esta forma, se consigue evitar trabajar con cifras negativas y la escala empleada resulta mucho más intuitiva y cómoda de operar.

Así pues, y bajo la cautela de que la información que se recoge está limitada exclusivamente a la muestra que fue objeto de estudio en la que finalmente fueron 328 las empresas incluidas en el análisis, las 20 empresas gallegas con mayor grado de internacionalización para el año 2010 según el Indicador ARDÁN de empresa internacionalizada se recoge en la Tabla 21.

Relación de las 20 empresas gallegas con mayor grado de internacionalización según el indicador ARDÁN 2010

| | Municipio | Indicador ARDÁN ²³ |
|--|----------------------|-------------------------------|
| Grupo Empresarial San Jose, S.A. | Pontevedra | 100 |
| Calvo Conservas, S.L.U. | Carballo | 85,3 |
| Extrusionados Galicia, S.A. | Valga | 72,4 |
| Compañía Española de Algas Marinas, S.A. | O Porriño | 47,5 |
| Marfrio, S.A. | Marín | 45,9 |
| Alumisel, S.A.U. | O Porriño | 41,9 |
| Zelnova, S.A. | O Porriño | 41,8 |
| Kauman, S.A.U. | Ponteareas | 40,7 |
| Facet Iberica, S.A. | Arteixo | 40,7 |
| Gefico Enterprise, S.L. | A Coruña | 40,4 |
| Actega Artística, S.A.U. | O Porriño | 39,2 |
| Auxiliar Conservera, S.A. | Vigo | 38,6 |
| Industrias Ferri, S.A. | Gondomar | 38,3 |
| Cupa Pizarras, S.A. | Carballeda | 38,2 |
| Ignacio Gonzalez Montes, S.A. | Ribeira | 37,4 |
| Marcelino Martinez, S.L. | O Porriño | 37,2 |
| Citic Hic Gandara Censa, S.A.U. | O Porriño | 37,2 |
| Componentes Aeronauticos Coasa, S.A. | San Cibrao das Viñas | 36,7 |
| Rodman Polyships, S.A.U. | Moaña | 36,6 |
| Desarrollo Tecnicas Ind. De Galicia, S.A | Valdoviño | 36,2 |

Tabla 21 ²²

²² Indicador re-escalado entre 0-100 para facilitar su interpretación.

6.6 La economía gallega y sus relaciones con el exterior: análisis macroeconómico y del cuestionario directo a empresas

6.6.1 El comercio exterior de la economía gallega

Partimos de un análisis macro desagregado por ramas de actividad y, al mismo tiempo, según tres tipos de destino: tanto hacia la UE y el Resto del Mundo como hacia el Resto de España²³. Para ello usamos las tablas input-output del año 2005, últimas elaboradas por el IGE. Para ese año el déficit total²⁴ de bienes y servicios de la economía gallega en relación al PIB se situaba en el -13,6 % con la siguiente estructura: casi un 5% de déficit con el resto de España y de un -8,6 % fuera de España.

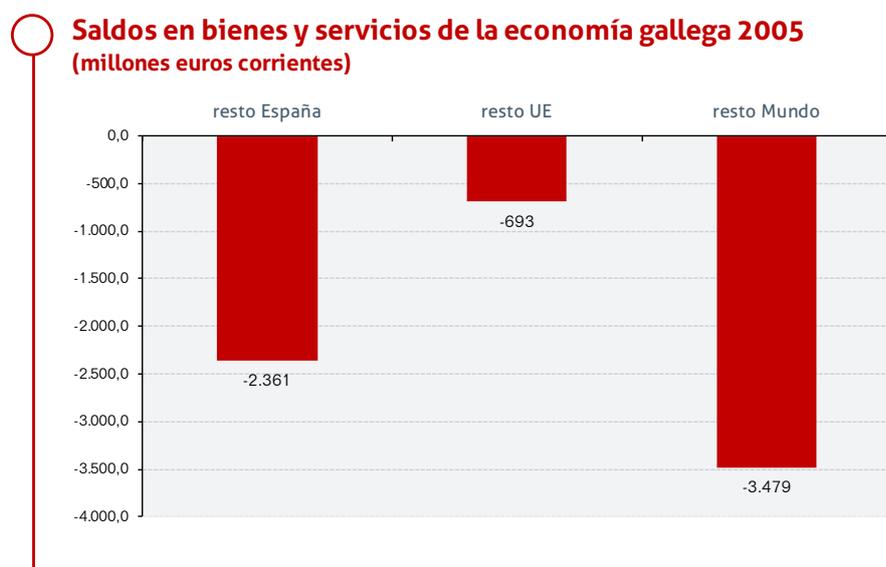


Figura 15 Fuente: IGE, Tablas Input-Output

No nos va a interesar tanto la cuantía y estructura del déficit exterior de la economía gallega sino el identificar las actividades comerciales que, o bien son responsables en mayor medida de tales déficits, o bien los reducen por detectar superávits. Para hacerlo nos serviremos de tres tablas donde recogemos actividades con superávit o déficit por encima de los cien millones de euros en aquel año 2005 con el Resto del Mundo, de la Unión Europea y de España (Tabla 22, Tabla 23 y Tabla 24).

²³ En un segundo momento limitaremos el análisis a las relaciones comerciales fuera de España que son las que centran el análisis del indicador de internacionalización. Dejaremos, en consecuencia, fuera los servicios y el mercado interior español.

²⁴ (IGE, 2010), por - 6.533 millones. Posteriormente en su Contabilidad Regional anual la estimación se situará en -6.260 millones (consultada en www.ige.es el 30 abril de 2012).

Actividades con superávit o déficit por encima de los cien millones de euros para el Resto del Mundo 2005

| Superávit | Millones € | Déficit | Millones € |
|---------------------|------------|----------------------|------------|
| Piezas de vehículos | 247 | Petróleo | 1.486 |
| | | Construcción naval | 226 |
| | | Prendas vestir | 200 |
| | | Material electrónico | 200 |
| | | Pescado congelado | 175 |
| | | Productos hierro | 170 |
| | | Maquinaria | 160 |
| | | Carbón | 143 |
| | | Madera | 136 |
| | | Equipos médicos | 131 |
| | | Minerales metálicos | 120 |
| | | Prod. farmacéuticos | 113 |

Tabla 22

Actividades con superávit o déficit por encima de los cien millones de euros para la Unión Europea 2005

| Superávit | Millones € | Déficit | Millones € |
|------------------|------------|----------------------|------------|
| Vehículos motor | 2.019 | Piezas de vehículos | 1.296 |
| Prendas vestir | 517 | Maquinaria | 600 |
| Piedra | 262 | Productos hierro | 383 |
| Conservas | 248 | Productos farmacia | 345 |
| Mariscos | 176 | Textiles | 184 |
| Pasta de papel | 133 | Equipos médicos | 182 |
| Productos madera | 112 | Maquinaria eléctrica | 170 |
| | | Maquinaria oficina | 168 |
| | | Material electrónico | 159 |

Tabla 23

A la vista de estos datos nuestras debilidades competitivas más claras, y más difícilmente reversibles, se encuentran en ciertas manufacturas que incorporan un alto grado de innovación (material electrónico, eléctrico, equipos médicos, maquinaria de oficina, productos químicos, farmacéuticos, ...) o en servicios de alta cualificación (publicidad, consultoría, informática, intermediación financiera). Estas debilidades se comprueban respecto a todas las áreas de mercado analizadas. Otras regiones de España habrían ocupado el papel de *interface* (con IDE recibida) respecto al conjunto del mercado español en estos sectores.

Actividades con superávit o déficit por encima de los cien millones de euros para el Resto de España 2005

| Superávit | Millones € | Déficit | Millones € |
|-----------------------------|------------|---------------------------|------------|
| Electricidad | 877 | Productos metálicos | 1.085 |
| Conservas pescado | 849 | Maquinaria | 636 |
| Vehículos motor | 545 | Textiles | 578 |
| Prendas vestir | 601 | Productos alimenticios | 503 |
| Construcción naval | 485 | Gas y agua | 416 |
| Productos madera | 470 | Edición | 402 |
| Productos ganaderos | 409 | Publicidad | 401 |
| Metálicos para construcción | 412 | Químicos | 352 |
| Piezas de vehículos | 386 | Informática | 297 |
| Leche | 415 | Intermediación financiera | 295 |
| Productos forestales | 287 | Consultoría | 282 |
| Marisco | 266 | Cerámica | 273 |
| Minerales no metálicos | 182 | Caucho e plástico | 253 |
| Productos hierro | 156 | Artículos papel | 230 |
| Madera serrada | 143 | Cárnicos | 213 |
| Marisco | 105 | Agrícolas | 206 |

Tabla 24

Caso aparte es nuestra dependencia de recursos fósiles (petróleo o gas) procedentes de fuera de la UE ya que si bien no es posible disponer de recursos autóctonos, sí lo es mejorar la eficiencia y la mayor utilización de electricidad elaborada con nuestras fuentes renovables (hidráulica, eólica, biomasa, mareomotriz, etc...).

En cuanto a nuestras fortalezas más acusadas en primer lugar, y en relación a la reflexión del párrafo anterior, destacar las de electricidad hacia el resto de España, vehículos de motor, conservas y mariscos, confección o productos de madera. En este último caso, así como en los -también con saldos positivos- de carnes y leche, cabe destacar cómo las fases de mayor valor añadido potencial (papel, edición, productos cárnicos, otros productos alimenticios...) se realizan en otras partes de España y se transforman en saldos negativos en tales transformaciones para Galicia.

Se detecta aquí una importante tarea estratégica pendiente. No es razonable que un país con las potencialidades agroalimentarias de Galicia anote una balanza comercial tan negativa con el resto de España.

En todos esos casos se trataría de ampliar con ellos la única actividad (piezas de vehículos) que podíamos en 2005 encuadrar como superavitaria con el resto del mundo fuera de la UE. Se trataría de incorporar a esa zona del primer recuadro: vehículos de motor, prendas de vestir, conservas, mariscos (congelado o fresco), naval...

Sin duda otras importantes partidas deficitarias deben ser asumidas como necesarias para nuestras fortalezas competitivas²⁵. Son los casos de productos textiles del resto de España y de la UE o piezas de vehículos a motor de la UE -sobre todo Francia- aunque suceda al contrario respecto al resto de España y hacia fuera de la UE.

Como quiera que en el análisis que aquí se realiza nos limitamos a la internacionalización que tiene lugar fuera de España, y básicamente para empresas manufactureras productoras de bienes, en segundo lugar actualizaremos desde 2005 a 2011 este diagnóstico limitándonos a los mercados de fuera de España (y a la

²⁵ El caso de construcción naval es, en este sentido, singular. El IGE en las TIOGA informa de un fuerte saldo negativo con el resto del Mundo (fuera de la UE) lo que sugiere entradas de componentes intensivas en mano de obra y un notable saldo positivo con el resto de España (presumiblemente de buques terminados). En cualquier caso para este sector lo más aconsejable es manejar datos plurianuales para así evitar los sesgos estadísticos inherentes a un producto cuya elaboración se dilata a lo largo de varios ejercicios.

balanza comercial) con la información que nos brinda anualmente el Ministerio de Economía en su base de datos sobre el particular²⁶.

Para el año base de 2005 que estamos utilizando mientras el saldo total en bienes y servicios alcanzaba en Galicia los 6.260 millones de euros corrientes según el IGE, Datacomex cuantificaba el saldo comercial fuera de España de Galicia en -1.627 millones²⁷.

Uno y otro recogen el signo (total o parcial) de la demanda externa que tiene un efecto directo y decisivo, más si la demanda doméstica está en recesión, sobre el crecimiento del PIB y del empleo. Obsérvese como ejemplo reciente el gráfico siguiente para Galicia; pues en 2011 se estarían registrando crecimientos notables de las exportaciones y una caída de las importaciones.

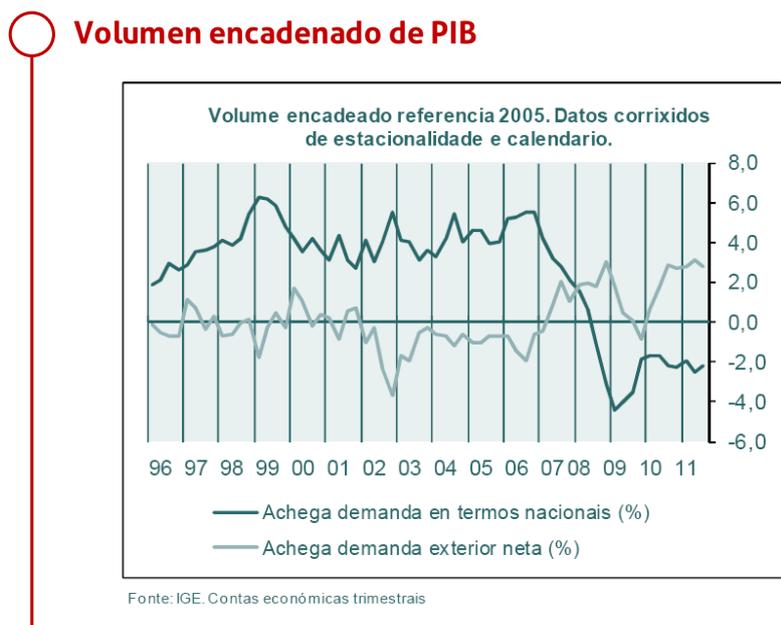


Figura 16

Será esta última (el saldo comercial fuera de España) serie estadística la que utilizaremos de contexto para el año 2010 en el que se centró el trabajo de campo de nuestro cuestionario. Para ese año mientras el IGE estima un saldo (total en bienes y servicios) de -5.349 millones, Datacomex estima un saldo (sólo fuera de España y para mercancías) de 1.212 millones²⁸.

El saldo comercial fuera de España de la economía gallega habría así pasado de negativo en 2005 a positivo en 2011, mientras el conjunto de España se mueve a lo largo de todo el período en cifras negativas aunque reduciendo su cuantía²⁹. Se observa un estrecho paralelismo entre las dos economías, tendencia que, a raíz de la crisis, se habría visto impulsada por el declive de las importaciones.

²⁶ http://datacomex.comercio.es/principa_lcomex_es.aspx.

²⁷ Lo que supone un -3,5% del PIB de ese año, como recogeremos a continuación en un gráfico.

²⁸ Cifra que supone un superavit del 2,1% del PIB gallego.

²⁹ Mientras el IGE en las TIOGA estima un déficit de bienes y servicios en 2005 de -4.172 millones de euros fuera de España, Datacomex lo reduce para la balanza comercial a -1.627 millones (un -3,5% del PIB).

Saldo comercial total fuera de España como % del PIB

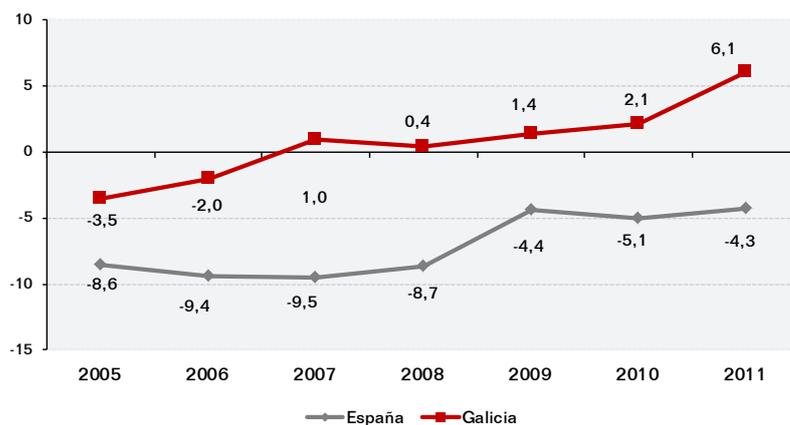


Figura 17 Fuente: elaboración propia con datos del INE y Datacomex

Como podría suceder que las importaciones (y exportaciones) relacionadas con la energía (sobre todo petróleo, carbón, combustibles, etc.) tuviesen un comportamiento singular (dada la alta dependencia en precios y suministros y su relativa inelasticidad en el consumo), parece conveniente precisar si el "saldo comercial subyacente" (sin productos energéticos) presenta un perfil semejante o no al del saldo total.

Saldo comercial no energético fuera de España como % del PIB

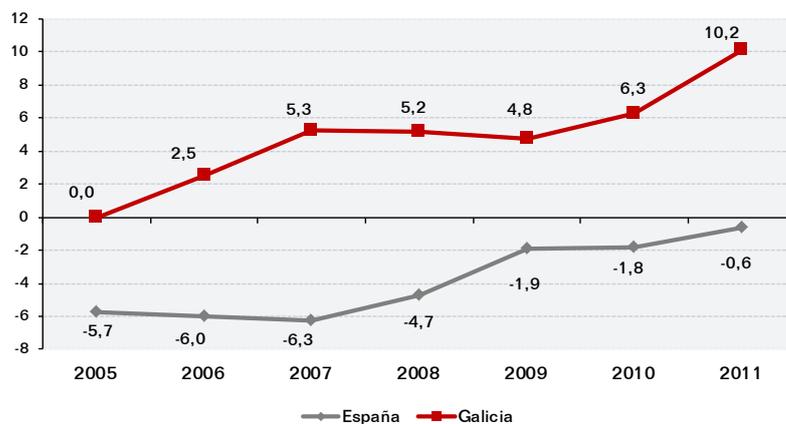


Figura 18 Fuente: elaboración propia con datos del INE y Datacomex

Ahora el saldo comercial mejora, en Galicia se hace positivo para todo el período y en el conjunto de España llega a ser positivo al final del mismo, pero la tendencia y la brecha relativa permanecen constantes.

Podemos decir, por tanto, que un análisis del saldo comercial, y de la internacionalización de nuestras empresas, centrado en los productos y mercancías no energéticas recogerá con precisión la tendencia global de nuestra balanza comercial. La componente energética genera un déficit estructural de un 4% del PIB aproximadamente. Recogemos para Galicia ambas series para el mismo período en un nuevo gráfico.

Saldo comercial fuera de España como % del PIB

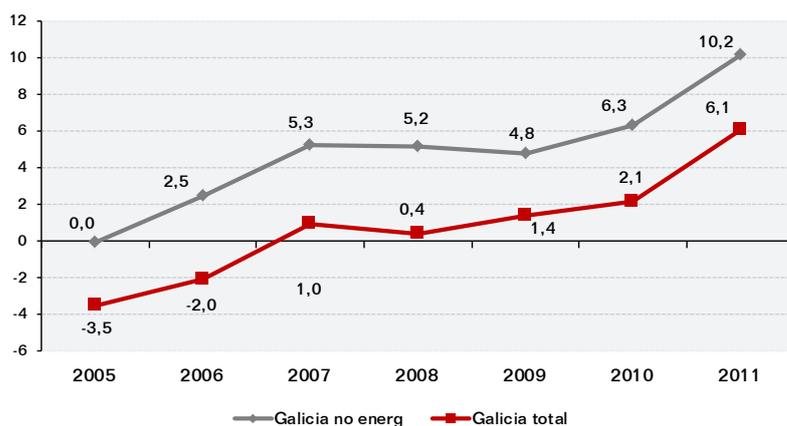


Figura 19 Fuente: elaboración propia con datos del INE y Datacomex

Para el año de referencia en este informe (2010) mientras el saldo total ascendía a un superávit de 1.212 millones de euros³⁰ el saldo no energético se situaba en positivo en los 3.569 millones.

Una perspectiva desagregada por actividades para este año 2010 se presenta en el siguiente resumen sectorial tanto del volumen monetario y su cuantía, como de las variaciones respecto al ejercicio anterior. Obsérvese que el saldo resultante es por aquellos 1.212 millones y que, como ya se señaló, el comportamiento de las exportaciones -aún en recesión económica- fue de un crecimiento nominal del 6,8%, mientras que las importaciones lo hacían al 4,1%.

Como asimetrías más destacadas entre ambos flujos señalemos que mientras que productos energéticos tiene una elevada presencia en el total importado, tiene una importancia secundaria en lo exportado fuera de España. No ocurre lo mismo en el sector del automóvil que tiene una alta importancia tanto en un caso como en el otro.

Intercambios comerciales fuera de España

| | Exportaciones 2009 | Exportaciones 2010 | tvi 09/10 | % en 2010 |
|------------------------------|----------------------|----------------------|------------|--------------|
| 1 ALIMENTOS | 1.666.732,18 | 1.910.317,57 | 14,6 | 12,8 |
| 2 PRODUCTOS ENERGETICOS | 420.063,93 | 804.642,81 | 91,6 | 5,4 |
| 3 MATERIAS PRIMAS | 493.003,00 | 608.723,39 | 23,5 | 4,1 |
| 4 SEMIMANUFACTURAS | 1.526.664,63 | 1.686.631,38 | 10,5 | 11,3 |
| 5 BIENES DE EQUIPO | 1.923.030,95 | 2.585.662,46 | 34,5 | 17,3 |
| 6 SECTOR AUTOMOVIL | 4.301.726,44 | 3.818.227,24 | -11,2 | 25,6 |
| 7 BIENES DE CONSUMO DURADERO | 86.258,87 | 89.841,50 | 4,2 | 0,6 |
| 8 MANUFACTURAS DE CONSUMO | 3.132.544,74 | 3.244.275,28 | 3,6 | 21,8 |
| 9 OTRAS MERCANCIAS | 407.293,12 | 163.596,29 | -59,8 | 1,1 |
| TOTAL | 13.957.317,87 | 14.911.917,91 | 6,8 | 100,0 |

³⁰ Reiteramos por última vez que el saldo cuando incluimos el resto de España y los servicios se hace en 2010 negativo por -5.349 millones según el IGE. Pero son flujos que aquí no se van a tener en cuenta.

Intercambios comerciales fuera de España

| | Importaciones 2009 | Importaciones 2010 | tvi 09/10 | % en 2010 |
|------------------------------|----------------------|----------------------|------------|--------------|
| 1 ALIMENTOS | 1.817.414,86 | 2.055.710,80 | 13,1 | 15,0 |
| 2 PRODUCTOS ENERGETICOS | 2.313.040,38 | 3.161.489,16 | 36,7 | 23,1 |
| 3 MATERIAS PRIMAS | 433.095,61 | 548.011,64 | 26,5 | 4,0 |
| 4 SEMIMANUFACTURAS | 2.206.232,89 | 2.353.843,04 | 6,7 | 17,2 |
| 5 BIENES DE EQUIPO | 1.620.832,94 | 1.015.336,10 | -37,4 | 7,4 |
| 6 SECTOR AUTOMOVIL | 2.757.084,25 | 2.278.979,56 | -17,3 | 16,6 |
| 7 BIENES DE CONSUMO DURADERO | 204.967,87 | 185.394,88 | -9,5 | 1,4 |
| 8 MANUFACTURAS DE CONSUMO | 1.797.874,22 | 1.917.379,77 | 6,6 | 14,0 |
| 9 OTRAS MERCANCIAS | 13.705,78 | 183.551,23 | 1.239,2 | 1,3 |
| TOTAL | 13.164.248,79 | 13.699.696,18 | 4,1 | 100,0 |

Tabla 25 Fuente: Elaboración propia con Datacomex

6.6.2 Las exportaciones fuera de España de la economía gallega

Ya que nuestro informe sobre internacionalización de las empresas se centra en las exportaciones fuera de España, es conveniente resumir gráficamente su distribución por actividades y comentar la coyuntura del año 2010.

Distribución de las exportaciones gallegas en 2010

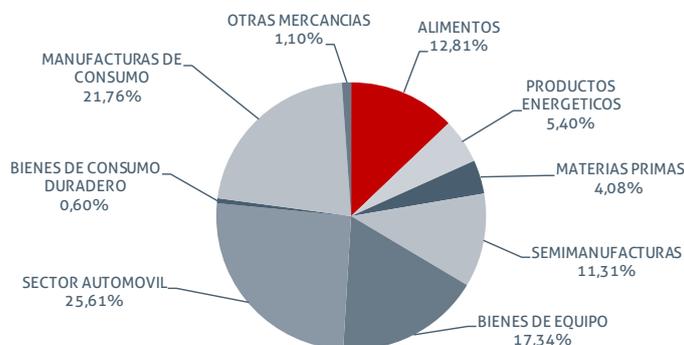


Figura 20 Fuente: elaboración propia con Datacomex

En primer lugar se sitúa el sector del automóvil (25,6%), sector que estaría pasando por un ejercicio claramente desfavorable en sus exportaciones. En segundo lugar se sitúan las manufacturas de consumo (21,8%) que presentaban un crecimiento inferior a la media en ese ejercicio, en este caso la mayor parte se compone de productos del sector textil y de la confección. En tercer lugar están los bienes de equipo (17,3%) con un crecimiento espectacular ese ejercicio, aunque en este capítulo se incluye la construcción naval, el mayor crecimiento (y el mayor peso en el total) lo anotan los vehículos de transporte para uso comercial y/o industrial que duplican el año 2010 sus exportaciones. En cuarto lugar los productos de la industria agroalimentaria (12,8%) y con un crecimiento que duplica la media de las exportaciones, sin duda los derivados de la pesca son

aquí –en términos absolutos³¹ y en su dinamismo- los determinantes. Ya en quinto lugar tenemos las semimanufacturas (11,3%) y con un crecimiento exportador netamente superior a la media, son en buena medida actividades (hierro, materiales de construcción, etc.) vinculadas a la obra civil y a la obra pública.

Una evaluación comparativa con la estructura exportadora media de la economía española presenta las siguientes notas características, a la vista de la representación gráfica que acompañamos: de nuevo automoción y confección marcan la diferencia en la especialización de Galicia en detrimento de las semimanufacturas.

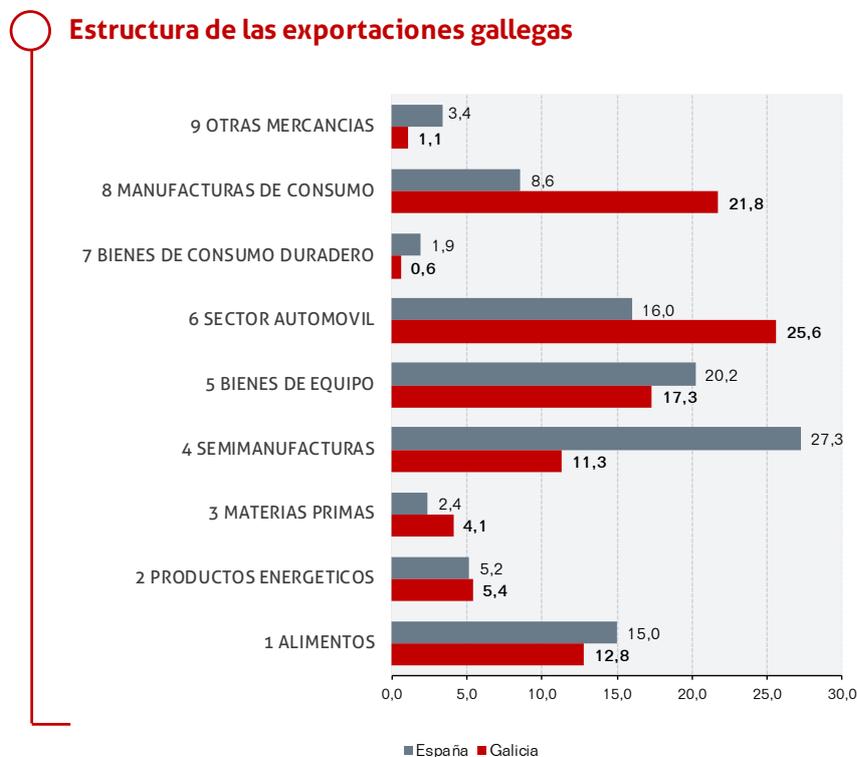


Figura 21 Fuente: elaboración propia con datos Datacomex

Tal estructura porcentual de las exportaciones no debiera oscurecer el hecho de que la apertura exportadora de la economía gallega (% de exportaciones fuera de España sobre el PIB) es muy superior al conjunto de la de la economía española: un 26,3% frente a un 17,7% en 2010. De manera que en su conjunto las exportaciones que realiza Galicia fuera de España nos caracterizan como una economía de notable intensidad exportadora, ya que nuestro peso o cuota en el total español se sitúa muy por encima de nuestro peso en el PIB español que solo es algo superior al 5%.

Cuota de exportaciones de Galicia en el conjunto de las españolas

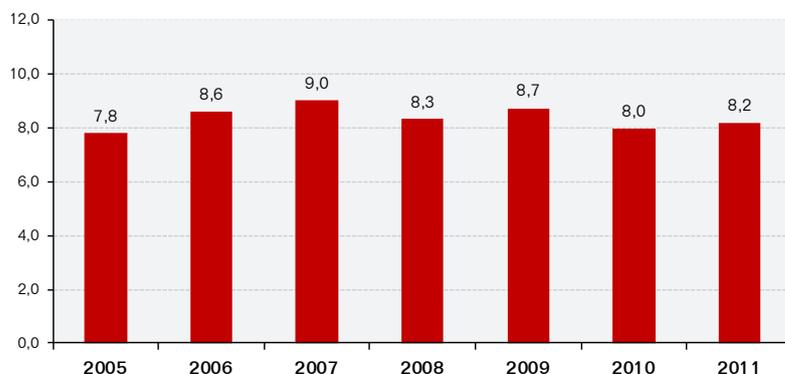


Figura 22 Apertura exportadora gallega. Fuente: Elaboración propia con datos Datacomex

³¹ Con el 71% del total alimentario exportado desde Galicia.

El año 2010 es casi el peor de los considerados pero, aún así, supera en tres puntos el peso de nuestra economía en el conjunto de la española. Si nos fijamos en el destino hacia los mercados emergentes las cosas cambian radicalmente puesto que ahora el peso de las exportaciones de Galicia cae a niveles que, en general, se sitúan por debajo de nuestro PIB. El año 2010 supone de nuevo una excepción aunque ahora en sentido inverso (y muy positivo) puesto que casi llega al 7% del total español.

Cuota de exportación de Galicia hacia los BICS en el conjunto de las españolas

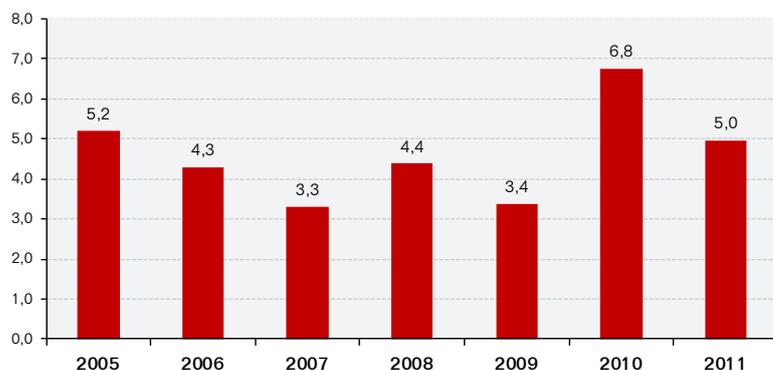


Figura 23 Apertura exportadora gallega. Fuente: Elaboración propia con datos Datacomex

Otra posible partición del destino de nuestras exportaciones es aquella que las divide en las que hacemos dentro de la UE y las que se dirigen a mercados fuera de la UE. En este caso nuestra especialización es superior a la española en las destinadas al interior del mercado europeo. Con un 75,8% en 2010 superamos también la media europea (65,3%) y el perfil de un país como Alemania (60,4%). Es esta una debilidad y una amenaza en lo relativo a nuestra competitividad.

Destino de las exportaciones en 2010

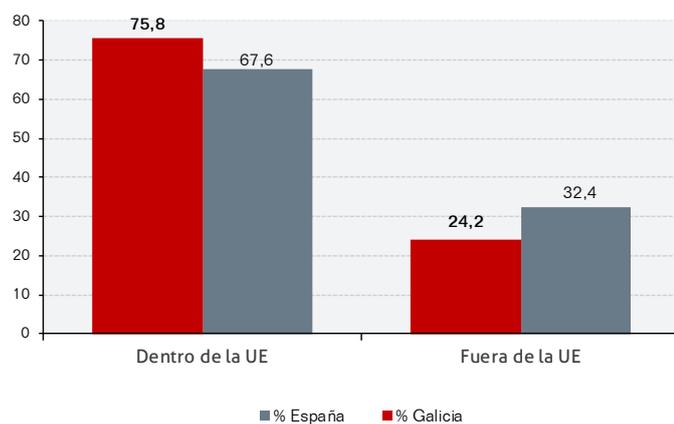


Figura 24 Fuente: Elaboración propia con datos Datacomex

Ya por último, combinando el peso o cuota en el total exportador español y la clasificación de actividades más importantes revisada más arriba, no debe extrañar la bien definida especialización exportadora de Galicia en el conjunto de la economía española.

Cuota de Galicia en las exportaciones españolas (% en 2010)

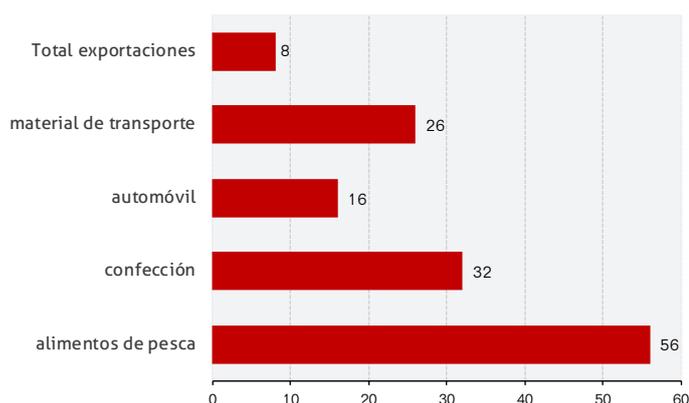


Figura 25 Fuente: elaboración propia con datos de Datacomex

6.6.3 Exportaciones de Galicia fuera de España: estimaciones macroeconómicas y trabajo de campo directo

En el contexto de esta elevada y particular especialización exportadora de Galicia en el conjunto de España es necesario que fundamentemos la representatividad de la muestra de empresas que hemos utilizado en relación al conjunto de la población empresarial de Galicia.

Para ello, y dado que nuestra muestra de 457 empresas (de más de diez trabajadores) debe inscribirse en la población empresarial de la base de datos ARDÁN, es necesario que valoremos la representatividad de ésta en relación al DIRCE del INE para el año 2010 de referencia.

Presentamos en un gráfico la distribución por tamaños de empresa (en función del número de trabajadores) en ambas fuentes: población total según DIRCE y base de datos ARDÁN.

Población empresarial en Galicia y base de datos Ardán (tamaño en número de empleados)

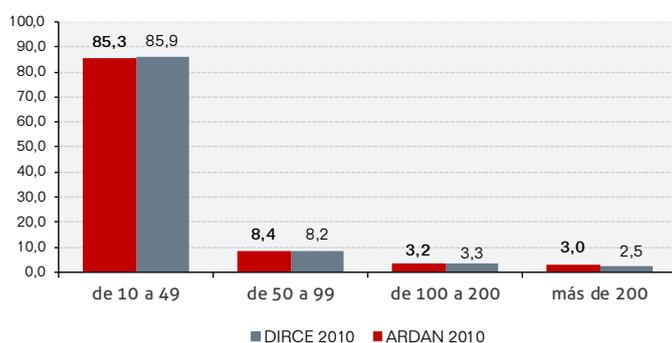


Figura 26 Distribución por tamaños. Fuente: elaboración propia con datos INE y ARDÁN

Como bien se observa el ajuste entre ambas es altamente satisfactorio. Sobre esa base podremos hacer algunos comentarios del perfil exportador de las 5.709 empresas con más de diez empleados incluidas³² en la base de

³² Serán 457 de éstas las que compondrán nuestra muestra para el trabajo directo de campo que aquí se presenta (muestra encajada en la base de datos ARDAN de 5.709 empresas con más de 10 trabajadores).

datos ARDÁN que tan bien se ajustan a la población total de empresas existentes en Galicia (que son, con más de diez trabajadores, 9.053 según DIRCE-INE).

Estos comentarios preliminares se centrarán en su distribución relativa entre las que son o no exportadoras.

Distribución empresas base de datos Ardán 2010

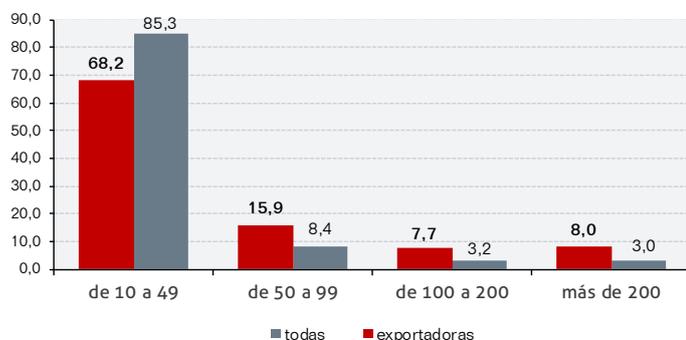


Figura 27 Distribución por tamaños. Fuente: elaboración propia con datos de ARDÁN

Se observa con meridiana claridad que la presencia de empresas exportadoras aumenta en función del tamaño, pues se duplica entre las de 50 a 200 trabajadores, para casi triplicarse en las de mayor tamaño considerado.

Actividad exportadora por tamaños 2010

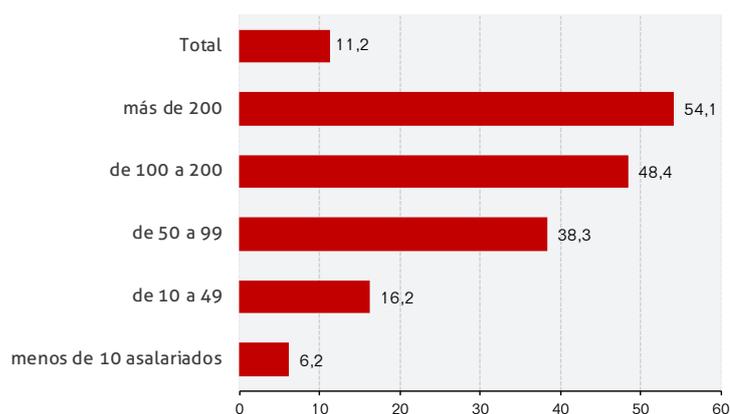


Figura 28 Fuente: elaboración propia con datos de ARDÁN

Una forma alternativa de visualizar esta creciente vocación exportadora en función del tamaño de las empresas es observar la distribución del porcentaje de las que son exportadoras dentro de cada intervalo de tamaño³³. Como se observa, frente a un 16% de empresas exportadoras entre las de 10 a 49 empleados, la intensidad crece hasta un 54% en las de más de 200 trabajadores³⁴.

Con lo que podemos concluir dos cosas: que la base de datos ARDÁN es una muestra representativa de la población empresarial total de Galicia en cuanto a la distribución de la misma por tamaños medidos por el empleo y, segunda, que son las empresas de esta base de datos de más de diez trabajadores las que concentran de forma creciente la mayor actividad exportadora del conjunto de las empresas. Y, por tanto, de la economía de Galicia.

³³ Hasta ahora la distribución era sobre el total de las empresas consideradas para todos los tamaños: 5.709 empresas en total de más de 10 empleados en la base de datos, de las que 1.153 eran exportadoras en 2010.

³⁴ Obsérvese que en las de menos de diez trabajadores (que no incluiremos en nuestra muestra de trabajo) este porcentaje cae hasta el 6,2%. La intensidad se refiere a sí se exporta o no, la propensión (de la que se hablará más adelante) se refiere al porcentaje de exportaciones sobre ventas.

Porcentaje de exportadoras en base de datos Ardán manufacturas 2010

| | % empresas exportadoras |
|--|-------------------------|
| 1 Agricultura, ganadería, caza y servicios relacionados | 10,5 |
| 2 Silvicultura y explotación forestal | 6,1 |
| 3 Pesca y acuicultura | 14,7 |
| 7 Extracción de minerales metálicos | 25,0 |
| 8 Otras industrias extractivas | 23,2 |
| 10 Industria de la alimentación | 26,5 |
| 11 Fabricación de bebidas | 53,5 |
| 13 Industria textil | 32,1 |
| 14 Confección de prendas de vestir | 34,7 |
| 15 Industria del cuero y del calzado | 54,5 |
| 16 Ind. de la madera y corcho, excepto muebles, cestería y esparto | 22,9 |
| 17 Industria del papel | 40,9 |
| 18 Artes gráficas y reproducción de soportes grabados | 7,6 |
| 20 Industria química | 47,7 |
| 21 Fabricación de productos farmacéuticos | 66,7 |
| 22 Fabricación de productos de caucho y plásticos | 42,9 |
| 23 Fabricación de otros productos minerales no metálicos | 14,1 |
| 24 Metalurgia; fabricación de productos de hierro, acero y hierro | 45,2 |
| 25 Fabricación de productos metálicos, excepto maquinaria y equipo | 16,8 |
| 26 Fabricación de productos informáticos, electrónicos y ópticos | 30,0 |
| 27 Fabricación de material y equipo eléctrico | 31,4 |
| 28 Fabricación de maquinaria y equipo n.c.o.p. | 46,4 |
| 29 Fabricación de vehículos de motor, remolques y semirremolques | 50,0 |
| 30 Fabricación de otro material de transporte | 34,5 |
| 31 Fabricación de muebles | 17,7 |
| 32 Otras industrias manufactureras | 21,9 |
| 33 Reparación e instalación de maquinaria y equipo | 14,6 |
| 35 Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado | 7,6 |
| 36 Captación, depuración y distribución de agua | 77,8 |
| 38 Recogida, tratamiento y eliminación de residuos; valorización | 7,1 |
| 41 Construcción de edificios | 2,8 |

Tabla 26 Porcentaje de exportadoras en Base Datos Ardán

Respecto al porcentaje medio de empresas exportadoras en el conjunto de la base de datos ARDAN para 2010, (que se sitúa como se dijo en un 11%) es útil identificar en qué manufacturas dicha presencia de empresas exportadoras es más o menos elevado³⁵. Se presentan los datos en la Tabla 26.

Caracterizada así la intensidad exportadora y la representatividad de la base de datos ARDÁN para estudiar la actividad exportadora de la economía gallega, pasamos ahora a justificar el encaje de nuestra muestra de 457 empresas en el contexto de las 1.153 empresas exportadoras que anota en el año 2010 la base de datos ARDÁN (en ambos casos con más de diez trabajadores) y del conjunto de las empresas gallegas de más de diez trabajadores. También evaluaremos su encaje con los resultados derivados de una muestra semejante para el conjunto de las españolas disponible en otro trabajo de campo realizado con semejantes objetivos. A tal efecto usaremos el informe anual elaborado por la Fundación SEPI también circunscrito a las empresas de más de diez trabajadores.

En relación al conjunto de las empresas gallegas de más de diez trabajadores la distribución por tamaños de las empresas de nuestra muestra presenta la siguiente caracterización:

³⁵ No se presentan los datos de los CNAE de servicios que son, lógicamente, las que más hacen caer el porcentaje medio, ya que en ellas la intensidad (porcentaje de empresas que exportan) es muy inferior a la media y son, al mismo tiempo muy numerosas.

Distribución de empresas en población y muestra 2010

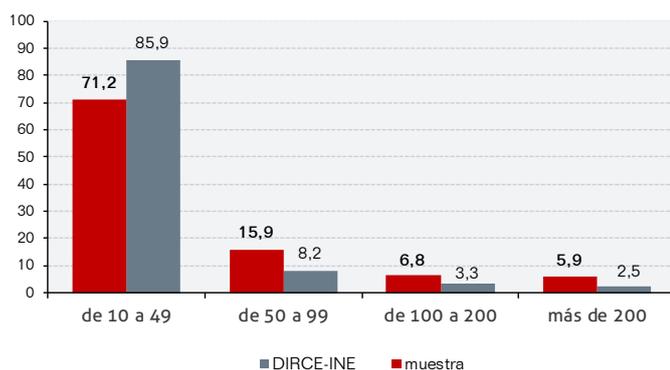


Figura 29 Fuente: elaboración con datos INE y muestra ARDÁN

Como bien se observa en nuestra muestra estarían infrarepresentadas las empresas de 10-49 trabajadores a favor del resto de los tramos. Dada la caracterización previa sobre la intensidad exportadora según tamaño de empresas este sesgo de la muestra vendría dado por la exclusión de las que no son exportadoras que, como sabemos, son más frecuentes cuanto menor es el tamaño de la empresa. En cualquier caso se mantendrían las graduaciones relativas –y descendentes– entre la distribución de la población y de la muestra.

Podría suponerse que este sesgo daría en nuestra muestra un peso excesivo a las grandes empresas. Para dilucidarlo nos parece conveniente una evaluación comparativa con la muestra que viene usando la Fundación SEPI para el conjunto de las empresas y exportaciones españolas³⁶.

Distribución de empresas exportadoras 2010

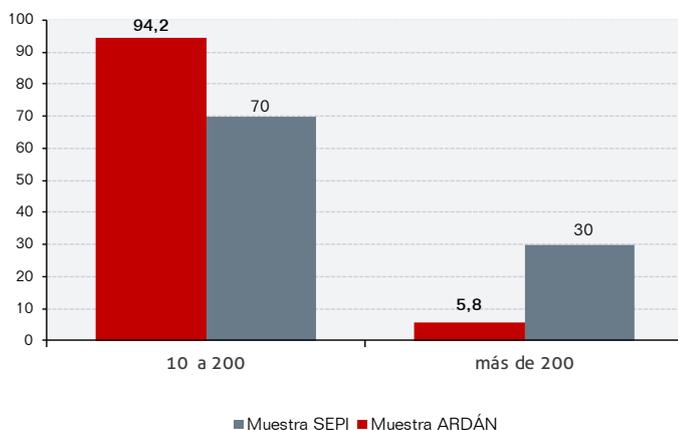


Figura 30 Fuente: elaboración propia con datos de Fundación SEPI y muestra ARDÁN

A la vista de ambas distribuciones (ahora los dos intervalos vienen definidos por los que usa la Fundación SEPI) no puede decirse que nuestra muestra tenga un sesgo hacia las más grandes empresas. Un resultado que, por otro lado, no debiera extrañar si se repara en el menor tamaño medio de las empresas gallegas en relación al conjunto de las españolas³⁷. Factor éste que justificaría la mayor presencia en nuestra muestra de las empresas de menos de 200 trabajadores.

No obstante estas consideraciones los resultados relativos a la propensión exportadora para ambas muestras en los dos grupos de empresas considerados son coherentes con la hipótesis de que la propensión crece con el tamaño.

³⁶ Esa muestra tiene 1.731 empresas de las que solo 1.095 realizan exportaciones (es de estas de las que evaluamos su distribución en más o menos de 200 trabajadores).

³⁷ Más si se tiene en cuenta que la muestra Ardán utilizada no incluye a Citroën e Inditex.

Propensión de las empresas exportadoras 2010

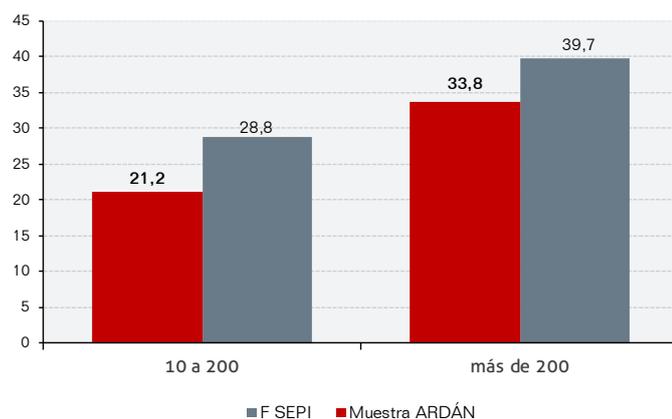


Figura 31 Fuente: elaboración propia con datos Fundación SEPI y muestra ARDÁN

Por último parece conveniente contrastar la representatividad de la muestra utilizada, evaluando no tanto sus características según el número y tamaño de las empresas en relación a la población total, o a otras muestras diseñadas con objetivos semejantes, sino en función de cómo se ajusta o no, a los datos macroeconómicos que estima el Ministerio de Economía en su base de datos Datacomex.

En lo relativo a la estructura por destino de las exportaciones presentamos la distribución que se deriva de nuestra muestra y la revelada por aquella base de datos. Estos últimos ya habían sido comentados más atrás en relación al conjunto de España deduciéndose un menor peso de nuestros mercados exportadores extraeuropeos.

Distribución según destino de las exportaciones 2010

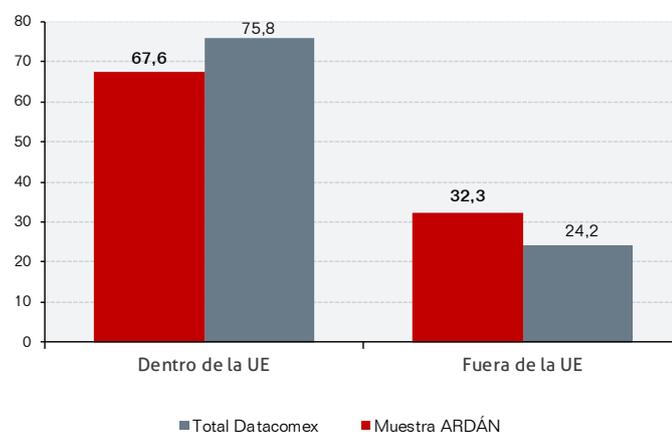


Figura 32 Fuente: elaboración propia con datos Datacomex y muestra ARDÁN

La representatividad de nuestra muestra parece sólida en cuanto otorga semejante nivel y especialización intraeuropea a nuestra actividad exportadora, si bien, eleva ligeramente la cuota fuera de la UE.

6.7 Las empresas con indicador de empresa internacionalizada en Galicia

Un total de 165 empresas han alcanzado el indicador Ardán empresa internacionalizada. Todas ellas han superado el P₅₀ o mediana del indicador Ardán, valor que se sitúa en el 27,2. A continuación aparecen ordenadas alfabéticamente e incluimos la actividad que desarrollan, además de la variable propensión exportadora.

Empresa internacionalizada

| Empresa | Sector | Indicador Ardán | Propensión exportadora |
|--|---|-----------------|------------------------|
| 1 A. PRIETO, S.A. | 5139 CALZADOS | 27,45 | 17% |
| 2 ABN PIPE SISTEMAS, S.L.U. | 3041 CORREAS, MANGUERAS Y TUBER. DE GOMA Y PLAST. | 27,75 | 11% |
| 3 AC PACK, S.L. | 2751 IMPRENTAS COMERCIALES-TEXTOS (TIPOGRAFIA) | 27,49 | 2% |
| 4 ACEITES ABRIL, S.L. | 2079 ACEITES MESA, MARGAR., PROD. GRASOS Y OLEIC. COMES | 33,21 | 30% |
| 5 ACTEGA ARTISTICA, S.A.U. | 2851 PINTURAS, BARNICES, LACAS Y ESMALTES | 39,20 | 92% |
| 6 AGRUPACION FABRICANT. ACEITES MARINOS,SA | 2077 GRASAS Y ACEITES ANIMALES | 31,82 | 30% |
| 7 AGUAS DE MONDARIZ FUENTE DEL VAL, S.L. | 2086 BEBIDAS REFRESC. NO ALCOH. Y AGUAS MINERALES | 35,32 | 5% |
| 8 ALTRANS FAST CARGO, S.A. | 4789 OTROS SERVICIOS ANEXOS PARA EL TRANSPORTE SC | 29,50 | 42% |
| 9 ALUMISEL, S.A.U. | 5093 DESPERDICIOS Y CHATARRAS | 41,90 | 53% |
| 10 ARCHIVO 2000, S.A. | 3079 ARTICULOS PLASTICOS DIVERSOS SC | 30,76 | 25% |
| 11 AUXILIAR CONSERVERA, S.A. | 4222 ALMACENES FRIGORIFICOS DE DEPOSITO | 38,60 | 60% |
| 12 BENTELER AUTOMOTIVE VIGO, S.L. | 3714 RECAMBIOS Y PIEZAS DE MOTOR | 35,63 | 40% |
| 13 BLUSENS TECHNOLOGY, S.L. | 5065 EQUIPOS Y SUMINISTROS ELECTRONICOS | 28,48 | 16% |
| 14 BODEGAS AS LAXAS, S.A. | 2084 VINOS Y BRANDY | 30,89 | 20% |
| 15 BODEGAS LA VAL, S.L. | 2084 VINOS Y BRANDY | 31,28 | 42% |
| 16 BODEGAS MARQUES DE VIZHOJA, S.A. | 2084 VINOS Y BRANDY | 28,12 | 3% |
| 17 BODEGAS VIÑA NORA, S.L. | 2084 VINOS Y BRANDY | 27,54 | 18% |
| 18 BRIGAL, S.A. | 2893 TINTAS PARA ARTES GRAFICAS | 27,58 | 26% |
| 19 BRISIÑA, S.L. | 5146 PESCADOS Y MARISCOS | 28,45 | 31% |
| 20 C.A. GRAFICA, S.A. | 2751 IMPRENTAS COMERCIALES-TEXTOS (TIPOGRAFIA) | 27,49 | 2% |
| 21 CABOMAR CONGELADOS, S.A. | 5146 PESCADOS Y MARISCOS | 30,07 | 43% |
| 22 CALVO CONSERVAS, S.L.U. | 2091 CONSERVAS DE PESCADO Y FRUTOS DE MAR | 85,30 | 42% |
| 23 CAOLINES DE VIMIANZO, S.A.U. | 1455 CAOLIN | 28,59 | 26% |
| 24 CARMEN MELERO COSTUME, S.L. | 2399 PRODUCTOS FABRICADOS DE TEXTILES SC | 27,99 | 20% |
| 25 CASTROTECO, S.A. | 3523 MAQUINARIA Y EQUIPO PARA LA AGRICULTURA | 27,30 | 8% |
| 26 CENTRO TECNOLÓGICO DE GRUPO COPO, S.L.U | 3471 GALVANOPLASTIA | 27,50 | 18% |

Empresa internacionalizada

| Empresa | Sector | Indicador Ardán | Propensión exportadora |
|---|---|-----------------|------------------------|
| 27 CERAMICA VEREA, S.A. | 3251 LADRILLOS Y TEJAS ESTRUCTURALES | 29,59 | 8% |
| 28 CITIC HIC GANDARA CENSA, S.A. | 3443 FABRICADOS DE PLANCHAS METAL (CALDERERIA) | 37,20 | 95% |
| 29 CODEOR, S.L. | 3149 CALZADOS DE CUERO SC | 29,41 | 9% |
| 30 COMERCIAL MALASA, S.L. | 5031 MADERAS Y CHAPAS | 28,63 | 25% |
| 31 COMERCIAL PERNAS, S.L. | 5146 PESCADOS Y MARISCOS | 30,37 | 2% |
| 32 COMPAÑIA ESPAÑOLA DE ALGAS MARINAS, S.A. | 2099 PREPARADOS ALIMENTICIOS SC | 47,50 | 84% |
| 33 COMPONENTES AERONAUTICOS COASA, S.A. | 3728 ACCESORIOS PARA MOTORES DE AVION | 36,70 | 100% |
| 34 CONGELADOS CORBELA, S.L. | 5146 PESCADOS Y MARISCOS | 36,02 | 82% |
| 35 CONGELADOS NORIBERICA, S.A. | 5146 PESCADOS Y MARISCOS | 27,25 | 9% |
| 36 CONSERVAS ANTONIO ALONSO, S.A. | 2091 CONSERVAS DE PESCADO Y FRUTOS DE MAR | 35,05 | 10% |
| 37 CONSERVAS CERQUEIRA, S.A. | 2091 CONSERVAS DE PESCADO Y FRUTOS DE MAR | 30,12 | 13% |
| 38 CONSERVAS DEL NOROESTE, S.A. | 2091 CONSERVAS DE PESCADO Y FRUTOS DE MAR | 34,94 | 87% |
| 39 CONSTRUCCIONES PORLAN, S.L. | 1799 CONTRATISTAS ESPECIALIZADOS SC | 27,35 | 14% |
| 40 CONTEGAL, S.A. | 4231 TERMINALES Y SERVICIOS DE TRANSPORTE DE MERCANCIAS | 29,17 | 4% |
| 41 COTERENA, S.L.U. | 3731 CONSTRUCCION Y REPARACION DE BUQUES | 29,39 | 60% |
| 42 CUEROS NOROESTE, S.A. | 5133 TEJIDOS | 29,39 | 90% |
| 43 CUEVAS Y COMPAÑIA, S.A. | 2065 DULCES, CAMELOS Y CONFITERIA | 33,04 | 13% |
| 44 CUPA PIZARRAS, S.A. | 5039 MATERIALES PARA LA CONSTRUCCION SC | 38,20 | 99% |
| 45 CURTIDOS GALAICOS, S.L. | 3149 CALZADOS DE CUERO SC | 28,45 | 19% |
| 46 DAYFER, S.L. | 3731 CONSTRUCCION Y REPARACION DE BUQUES | 34,09 | 73% |
| 47 DESARROLLO TECNICAS IND. DE GALICIA, S.A | 3569 MAQUINARIA Y EQUIPO INDUSTRIAL SC | 36,20 | 50% |
| 48 DIELECTRO INDUSTRIAL, S.A. | 5063 MATERIAL ELECTRICO | 27,31 | 1% |
| 49 DISPOSITIVOS GALLEGOS DE PRECISION, S.L. | 3559 MAQUINARIA SC | 28,34 | 37% |
| 50 DON CAMARON, S.L.U. | 5146 PESCADOS Y MARISCOS | 27,22 | 7% |
| 51 EDITORIAL GALAXIA, S.A. | 2731 EDICION DE LIBROS Y FOLLETOS | 28,07 | 0% |
| 52 EGATEL, S.L. | 3662 EQUIPO DE RADIO Y TV PARA TELECOMUNICACIONES | 29,02 | 1% |
| 53 ELECTROMECHANICA DEL NOROESTE, S.A. | 3534 ASCENSORES Y ESCALERAS AUTOMATICAS | 28,29 | 12% |
| 54 EQUIPOS LAGOS, S.A. | 3569 MAQUINARIA Y EQUIPO INDUSTRIAL SC | 32,94 | 41% |
| 55 ESTAÑOS Y SOLDADURAS SENRA, S.L.U. | 3341 FUNDICION SECUND. DE METALES Y ALEAC. NO FERRICAS | 29,64 | 15% |
| 56 EXTRUSIONADOS GALICIA, S.A. | 3355 LAMINADO Y EXTRUSIONADO DE ALUMINIO SC | 72,40 | 47% |
| 57 FABRICACIONES PARMA, S.L. | 3731 CONSTRUCCION Y REPARACION DE BUQUES | 27,46 | 10% |
| 58 FACET IBERICA, S.A. | 3569 MAQUINARIA Y EQUIPO INDUSTRIAL SC | 40,70 | 53% |
| 59 FLUIDMECANICA, S.A.U. | 3561 BOMBAS Y EQUIPOS DE BOMBEO | 32,77 | 59% |
| 60 FORESA INDUSTR. QUIMICAS DEL NOROESTE,SA | 2821 MATERIALES PLASTICOS, RESINAS SINTETICAS | 29,24 | 13% |

Empresa internacionalizada

| Empresa | Sector | Indicador Ardán | Propensión exportadora |
|---|---|-----------------|------------------------|
| 61 FRANCISCO CARDAMA, S.A. | 3731 CONSTRUCCION Y REPARACION DE BUQUES | 34,05 | 81% |
| 62 FRESNO NOROESTE, S.L. | 2511 MUEBLES DE MADERA | 28,48 | 74% |
| 63 FRIGORIFICOS DE GALICIA, S.A. | 4222 ALMACENES FRIGORIFICOS DE DEPOSITO | 30,07 | 15% |
| 64 FRIGORIFICOS FLORINDO E HIJOS, S.L. | 5142 ALIMENTOS CONGELADOS | 28,15 | 25% |
| 65 FRIGORIFICOS ROSA DE LOS VIENTOS, S.L. | 2091 CONSERVAS DE PESCADO Y FRUTOS DE MAR | 27,57 | 21% |
| 66 FUTURA LINEA MODA, S.L. | 2399 PRODUCTOS FABRICADOS DE TEXTILES SC | 28,05 | 10% |
| 67 GALFRIO, S.A. | 5146 PESCADOS Y MARISCOS | 34,41 | 61% |
| 68 GALPARQUET, S.A. | 2431 CARPINTERIA MECANICA | 29,18 | 43% |
| 69 GARCIA SANTOS, S.A. | 7699 TALLERES DE REPARACIONES SC | 27,45 | 2% |
| 70 GAYPASA, S.L. | 1799 CONTRATISTAS ESPECIALIZADOS SC | 27,58 | 39% |
| 71 GEFICO ENTERPRISE, S.L. | 3561 BOMBAS Y EQUIPOS DE BOMBEO | 40,40 | 60% |
| 72 GRAFICAS DEL NOROESTE, S.A. | 2751 IMPRENTAS COMERCIALES-TEXTOS (TIPOGRAFIA) | 27,79 | 28% |
| 73 GRANITOS CABALEIRO, S.A. | 3281 PIEDRA TRABAJADA, MARMOL | 28,27 | 52% |
| 74 GRUPO EMPRESARIAL SAN JOSE, S.A. | 1542 CONTRATISTAS GENERALES | 100,00 | 21% |
| 75 GUIAUTO, S.A. | 5013 RECAMBIOS Y ACCESORIOS PARA AUTOMOVILES | 27,20 | 2% |
| 76 HERLAYCA, S.L. | 7699 TALLERES DE REPARACIONES SC | 27,41 | 33% |
| 77 HERMANOS GANDON, S.A. | 912 PESCADOS | 29,05 | 46% |
| 78 HERMANOS RODRIGUEZ GOMEZ, S.A. | 3551 MAQUINARIA PARA LA INDUSTRIA ALIMENTARIA | 29,23 | 86% |
| 79 HERMANOS RODRIGUEZ GOMEZ, S.L. | 3551 MAQUINARIA PARA LA INDUSTRIA ALIMENTARIA | 29,15 | 29% |
| 80 IBER-COMERCIO E INDUSTRIA, S.A. | 3559 MAQUINARIA SC | 33,25 | 57% |
| 81 IGALIA, S.L. | 7372 PROGRAMACION DE ORDENADORES | 28,00 | 70% |
| 82 IGNACIO GONZALEZ MONTES, S.A. | 2091 CONSERVAS DE PESCADO Y FRUTOS DE MAR | 37,40 | 63% |
| 83 IMERYS KILN FURNITURE ESPAÑA, S.A. | 3297 REFRACTARIOS EXCEPTO DE ARCILLA | 30,49 | 78% |
| 84 INDUSTRIA GALLEGA DEL PAN, S.L. | 2051 PAN Y PRODUCTOS DE PASTELERIA EXCEPTO GALLETAS | 30,38 | 7% |
| 85 INDUSTRIAS FERRI, S.A. | 3569 MAQUINARIA Y EQUIPO INDUSTRIAL SC | 38,30 | 33% |
| 86 INDUSTRIAS TECNICAS DE GALICIA, S.A. | 3443 FABRICADOS DE PLANCHAS METAL (CALDERERIA) | 29,74 | 80% |
| 87 INGENIERIA DE PROYECTOS MARINOS, S.A. | 7699 TALLERES DE REPARACIONES SC | 29,39 | 32% |
| 88 INGENIERIA Y MONTAJES RIAS BAJAS, S.A. | 8911 OFICINAS TECNICAS DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA | 27,28 | 6% |
| 89 ISOWAT MADE, S.L.U. | 8911 OFICINAS TECNICAS DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA | 30,44 | 3% |
| 90 J.J. CHICOLINO, S.L.U. | 2298 CORDELERIA Y REDES | 31,64 | 40% |
| 91 JIM SPORTS TECHNOLOGY, S.L. | 5041 ARTICULOS PARA DEPORTE Y RECREO | 33,56 | 8% |
| 92 JOAQUIN REBOLLEDO, S.A. | 2084 VINOS Y BRANDY | 27,48 | 1% |
| 93 JOSE LUIS CORREA KESSLER, S.L. | 5146 PESCADOS Y MARISCOS | 27,43 | 6% |
| 94 JULIO & LUIS CARRAL, S.L. | 3559 MAQUINARIA SC | 29,76 | 42% |

Empresa internacionalizada

| Empresa | Sector | Indicador Ardán | Propensión exportadora |
|---|---|-----------------|------------------------|
| 95 KAUMAN, S.A.U. | 3069 ARTICULOS FABRICADOS DE CAUCHO | 40,70 | 51% |
| 96 LAMINADOS VILLAPOL, S.A. | 2439 ESTRUCTURAS DE MADERA SC | 27,74 | 77% |
| 97 LEAL Y SOARES ESPAÑA, S.L. | 2873 FERTILIZANTES NITROGENADOS | 27,35 | 42% |
| 98 LEYMA CENTRAL LECHERA, S.A. | 2026 LECHE LIQUIDA Y YOGURES | 29,24 | 7% |
| 99 LISARDO GONZALEZ, S.L. | 2439 ESTRUCTURAS DE MADERA SC | 28,67 | 26% |
| 100 LUIS ESCURIS BATALLA, S.L. | 2091 CONSERVAS DE PESCADO Y FRUTOS DE MAR | 29,12 | 3% |
| 101 MACRAUT INGENIEROS, S.L. | 8911 OFICINAS TECNICAS DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA | 27,35 | 27% |
| 102 MADERAS GOIRIZ, S.L. | 2421 ASERRADEROS DE MADERA | 28,74 | 33% |
| 103 MAGNESITAS DE RUBIAN, S.A. | 1099 MINERALES SC | 33,45 | 81% |
| 104 MAIER FERROPLAST, S.L. | 3079 ARTICULOS PLASTICOS DIVERSOS SC | 31,12 | 25% |
| 105 MAKARI, S.A. | 5133 TEJIDOS | 27,26 | 6% |
| 106 MARCELINO MARTINEZ, S.L. | 1423 PIEDRA GRANITO | 37,20 | 62% |
| 107 MARFRIO, S.A. | 5146 PESCADOS Y MARISCOS | 45,90 | 73% |
| 108 MARINE INSTRUMENTS, S.A. | 3829 APARATOS DE MEDICION Y CONTROL SC | 30,25 | 18% |
| 109 MARISCOS GILMAR, S.L. | 5146 PESCADOS Y MARISCOS | 29,37 | 200% |
| 110 MECANIZADOS RODRIGUEZ FERNANDEZ, S.L. | 3466 CIERRES DE METAL Y TAMPONES CORONA | 33,82 | 62% |
| 111 MOBLEGAL, S.L. | 2519 MUEBLES DOMESTICOS SC | 28,19 | 19% |
| 112 MODESTO CARRODEGUAS, S.L. | 2091 CONSERVAS DE PESCADO Y FRUTOS DE MAR | 34,78 | 14% |
| 113 MONLI, S.A. | 2512 MUEBLES DE MADERA TAPIZADOS | 30,81 | 7% |
| 114 ORBE, S.A. | 2091 CONSERVAS DE PESCADO Y FRUTOS DE MAR | 31,38 | 35% |
| 115 ORVILUX ELECTRICIDAD, S.L. | 5063 MATERIAL ELECTRICO | 28,81 | 29% |
| 116 OSMOS SISTEMAS ELECTRICOS, S.L. | 1731 INSTALACIONES ELECTRICAS | 29,43 | 14% |
| 117 PANELES PASEIRO, S.A. | 3399 PRODUCTOS DE METALURGIA SC | 27,33 | 7% |
| 118 PANELFA, S.L. | 3442 PUERTAS, MARCOS, BASTIDORES Y MOLDURAS | 28,25 | 11% |
| 119 PAQUITO, S.L. | 2092 PESCADOS Y PTO DEL MAR FRESCOS Y CONGELADOS | 30,03 | 61% |
| 120 PAZO DE SEÑORANS, S.L. | 2084 VINOS Y BRANDY | 29,85 | 30% |
| 121 PESCADOS HERMANOS LIJO, S.L. | 5146 PESCADOS Y MARISCOS | 29,61 | 10% |
| 122 PESCADOS RUBEN, S.L. | 5146 PESCADOS Y MARISCOS | 31,30 | 20% |
| 123 PESCAIRA, S.L. | 5084 MAQUINARIA Y EQUIPO INDUSTRIAL | 27,72 | 16% |
| 124 PESCIRO, S.L. | 5149 COMESTIBLES Y PRODUCTOS RELACIONADOS SC | 27,64 | 15% |
| 125 PESQUERAS DE BON, S.A. | 912 PESCADOS | 33,23 | 63% |
| 126 PIPEWORKS, S.L. | 3498 TUBERIAS METALICAS | 31,45 | 8% |
| 127 POSTMOBEL, S.L. | 2511 MUEBLES DE MADERA | 27,27 | 10% |
| 128 PROFESIONALES PESQUEROS, S.A. | 912 PESCADOS | 28,40 | 64% |

Empresa internacionalizada

| Empresa | Sector | Indicador Ardán | Propensión exportadora |
|--|---|-----------------|------------------------|
| 129 PROMENS IBERIA, S.A. | 3079 ARTICULOS PLASTICOS DIVERSOS SC | 28,21 | 60% |
| 130 R.C. FIL DISTRIBUCIONES, S.L. | 2399 PRODUCTOS FABRICADOS DE TEXTILES SC | 27,62 | 11% |
| 131 RECAMBIOS QUASAR, S.L. | 5013 RECAMBIOS Y ACCESORIOS PARA AUTOMOVILES | 28,77 | 275% |
| 132 RECICLAJES AVI, S.L. | 4953 RECOGIDA Y TRATAMIENTO DE BASURA | 28,02 | 22% |
| 133 REPARACIONES NAVALES Y LIMPIEZAS DIAZ,SL | 3731 CONSTRUCCION Y REPARACION DE BUQUES | 29,14 | 26% |
| 134 ROCAS EUROPEAS DE CONSTRUCCION, S.A. | 3281 PIEDRA TRABAJADA, MARMOL | 30,22 | 33% |
| 135 RODAMIENTOS VIGO, S.A. | 5085 SUMINISTROS INDUSTRIALES | 31,02 | 7% |
| 136 RODMAN POLYSHIPS, S.A.U. | 3731 CONSTRUCCION Y REPARACION DE BUQUES | 36,60 | 65% |
| 137 ROEIRASA, S.A. | 5013 RECAMBIOS Y ACCESORIOS PARA AUTOMOVILES | 29,08 | 20% |
| 138 RONAUTICA, S.A. | 5551 EMBARCACIONES | 28,81 | 14% |
| 139 SANTOS EQUIPAMIENTO DE INTERIORES, S.L. | 5021 MUEBLES | 32,80 | 21% |
| 140 SELMARK, S.L.U. | 2342 CORSETERIA | 33,50 | 30% |
| 141 SILICONAS Y MASILLAS, S.L. | 5039 MATERIALES PARA LA CONSTRUCCION SC | 29,25 | 1% |
| 142 SISTEMAS TEC. ACCESORIO Y COMPONENTES,SL | 3429 ARTICULOS DE FERRETERIA SC | 27,66 | 15% |
| 143 SOCIEDAD GALLEGA DE CARRETILLAS, S.A. | 5084 MAQUINARIA Y EQUIPO INDUSTRIAL | 27,20 | 8% |
| 144 SUMINISTROS INDUSTRIA DEL AUTOMOVIL, S.A | 5013 RECAMBIOS Y ACCESORIOS PARA AUTOMOVILES | 27,21 | 0% |
| 145 SUTEGA MOBILIARIO, S.L. | 5712 MUEBLES | 30,49 | 43% |
| 146 T.B. BROKERS, S.L. | 4231 TERMINALES Y SERVICIOS DE TRANSPORTE DE MERCANCIAS | 27,43 | 12% |
| 147 TALGRUTRANS, S.L.U. | 1797 ALQUILER DE MAQUINARIA PARA LA CONSTRUCCION | 29,78 | 67% |
| 148 TALLERES JOSMAR, S.L. | 3569 MAQUINARIA Y EQUIPO INDUSTRIAL SC | 27,90 | 30% |
| 149 TECNICAS ELECTRONICAS APLICADAS XULIO,SA | 5084 MAQUINARIA Y EQUIPO INDUSTRIAL | 27,92 | 5% |
| 150 TERMOJET, S.A. | 3448 ELEMENTOS DE METAL PREFABRICADOS | 27,63 | 8% |
| 151 THENAISIE-PROVOTE, S.A. | 2091 CONSERVAS DE PESCADO Y FRUTOS DE MAR | 33,07 | 13% |
| 152 TORCULO ARTES GRAFICAS, S.A. | 2751 IMPRENTAS COMERCIALES-TEXTOS (TIPOGRAFIA) | 27,70 | 65% |
| 153 TORRE DE NUÑEZ DE CONTURIZ, S.L. | 2011 CARNE EMPAQ. Y EMBUTIDOS, MATADERO EXC. AVICOLA | 28,73 | 5% |
| 154 TRAFEMA, S.L. | 4213 TRANSPORTE POR CARRETERA | 28,06 | 37% |
| 155 TUBERIA Y CALDERERIA, S.L. | 3585 EQUIPO DE AIRE ACONDICIONADO Y CALEFACCION | 29,09 | 14% |
| 156 TUNALIMENT, S.A. | 2047 ALIMENTOS PARA ANIMALES DOMESTICOS | 28,99 | 100% |
| 157 TYM GANAIN, S.L. | 3443 FABRICADOS DE PLANCHAS METAL (CALDERERIA) | 29,63 | 73% |
| 158 UNIDAD DE VEHICULOS INDUSTRIALES, S.A. | 3713 CARROCERIAS PARA CAMIONES Y AUTOBUSES | 33,44 | 60% |
| 159 VINICOLA DE CHANTADA, S.A. | 5182 VINOS Y BEBIDAS ALCOHOLICAS | 27,26 | 32% |
| 160 VIP GALICIA, S.A. | 5511 CONCESIONARIOS DE AUTOMOVILES NUEVOS Y USADOS | 28,63 | 1% |
| 161 VIVEIROS RIO TOLLO, S.L. | 181 FLORICULTURA ORNAMENTAL | 29,05 | 51% |
| 162 VIVEROS NILO, S.L. | 5199 PRODUCTOS DIVERSOS PERECEDEROS SC | 27,51 | 40% |

Empresa internacionalizada

| Empresa | Sector | Indicador Ardán | Propensión exportadora |
|-----------------------------|---|-----------------|------------------------|
| 163 VIZA AUTOMOCION, S.A.U. | 3714 RECAMBIOS Y PIEZAS DE MOTOR | 32,06 | 21% |
| 164 ZELNOVA, S.A. | 2879 PESTICIDAS PRODUCTOS QUIMICOS-AGRICOLAS SC | 41,80 | 18% |
| 165 ZUBIRI, S.L. | 2499 PRODUCTOS DE MADERA Y CORCHO SC | 30,59 | 85% |

Santiago Lago Peñas
Albino Prada Blanco
Patricio Sánchez Fernández
Universidade de Vigo