

## **MEMORIA DEL TRABAJO FIN DE GRADO**

La internacionalización de las empresas. Una primera aproximación a las empresas internacionalizadas en Canarias.

(The internationalization of companies. A first approach to internationalized companies in the Canary Islands.)

Autor/a: D<sup>a</sup>. Patricia Martín González

Tutor/a: D<sup>a</sup>. Concepción María A. Pérez Hernández

Grado en Administración y Dirección de Empresas  
FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO  
Curso Académico 14 / 15

San Cristóbal de La Laguna, 27 de julio de 2015

D./Dña. **Concepción M.A. Pérez Hernández** del Departamento de **Dirección de Empresas e Historia Económica.**

CERTIFICA:

Que la presente Memoria de Trabajo Fin de Grado en Administración y Dirección de Empresas titulada **La internacionalización de las empresas. Una primera aproximación a las empresas canarias internacionalizadas** y presentada por la alumna **Patricia Martín González.**

realizada bajo mi dirección, reúne las condiciones exigidas por la Guía Académica de la asignatura para su defensa

Para que así conste y surta los efectos oportunos, firmo la presente en

La Laguna a **24 de Julio** .de dos mil quince

El/La tutor/a o Los/as tutores/as

Fdo. **Concepción M.A. Pérez Hernández.**



## ÍNDICE

<b>RESUMEN (ABSTRACT).....</b>	<b>3</b>
<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>4</b>
<b>2. LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS DESDE UNA PERPECTIVA TEÓRICA.....</b>	<b>4</b>
<b>3. LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS.....</b>	<b>7</b>
<b>4. CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS INTERNACIONALES ESPAÑOLAS.....</b>	<b>9</b>
<b>4.1. Perfil de la empresa española internacional.....</b>	<b>9</b>
<b>4.2. Características generales de las operaciones internacionales.....</b>	<b>11</b>
<b>5. LA INTERNACIONALIZACION DE LAS EMPRESAS CANARIAS.....</b>	<b>12</b>
<b>5.1. Las exportaciones en Canarias.....</b>	<b>14</b>
<b>5.2. Las inversiones canarias en el exterior.....</b>	<b>18</b>
<b>5.3. Empresas canarias en África.....</b>	<b>20</b>
<b>6. CONCLUSIONES.....</b>	<b>23</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>24</b>
<b>ANEXO.....</b>	<b>27</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

### Cuadros

- Cuadro 1. Propensión a exportar de la economía canaria. Precios de mercado (miles de euros) .....14
- Cuadro 2. Antigüedad de las empresas canarias establecidas en África.....23

### Gráficos

- Gráfico 1. Número de empresas exportadoras canarias.....15
- Gráfico 2. Exportaciones por sectores y años.....16
- Gráfico 3. Distribución geográfica de las exportaciones canarias (2000-2014).....17
- Gráfico 4. Flujos de inversiones en el exterior de canarias, 2000-2014.....18
- Gráfico 5. Distribución geográfica de las inversiones canarias (2000-2014).....19
- Gráfico 6. Número de empresas canarias en África según destino.....21
- Gráfico 7. Número de empresas isleñas en África según sectores.....21
- Gráfico 8. Número de empresas canarias en África según tamaño.....22

### Tablas

- Tabla 1. Exportaciones media por empresas según Comunidad Autónoma y años.....27
- Tabla 2. Número de empresas exportadoras entre el nº de empresas totales según Comunidad Autónoma y años.....28
- Tabla 3. Exportaciones canarias en millones de euros según sectores (2000-2014).....29
- Tabla 4. Exportaciones canarias en miles de euros según destino (2000-2014).....29
- Tabla 5. Inversión bruta hacia el exterior de Canarias en miles de euros según sectores.....30
- Tabla 6. Inversión bruta hacia el exterior de Canarias en miles de euros según destino.....30
- Tabla 7. Empresas canarias en África.....31

## RESUMEN

El presente trabajo tiene por objeto realizar un primer análisis de las empresas canarias internacionalizadas. Nos introducimos en el tema planteando el marco teórico de los procesos de internacionalización y de sus factores determinantes; luego, repasamos las etapas en la internacionalización de las empresas españolas y sus características para poder contrastar el contexto y el caso de las empresas canarias.

Analizamos con mayor profundidad los últimos quince años, observando la evolución y representatividad de las empresas exportadoras isleñas en el tejido empresarial y la evolución de la inversión canaria en el exterior. Además, se ha caracterizado una muestra de aquellas empresas canarias que han optado por introducirse en el mercado africano, en un intento por acercarnos más a la tipología de las empresas que se internacionalizan, y entender los factores que determinan su estrategia. Teniendo en cuenta la actividad que desarrollan, los mercados en los que se introduce, la antigüedad, el momento de su instalación en el mercado internacional, el tipo de sociedad y el tamaño de la empresa.

**Palabras claves:** internacionalización, exportación, inversión directa, empresas canarias.

## ABSTRACT

This paper aims to make a first analysis of the internationalized local businesses. We delve into the issue considering the theoretical framework of the internationalization and its determinants; Then, we review the steps in the internationalization of Spanish companies and their characteristics in order to contrast the context and the case of local businesses.

We analyze in greater depth the last fifteen years, to monitor developments and representativeness of the island exporting companies in the business sector and the evolution of the Canarian investment abroad. It has also characterized a sample of those local businesses that have chosen to enter the African market, in an attempt to get closer to the type of companies that are internationalized, and understand the factors that determine its strategy. Given the activities performed, the markets in which is entered, the old, the time of its installation in the international market, the type of society and the size of the company.

**Key words:** internationalization, exports, direct investment, local businesses.

## **1. INTRODUCCIÓN**

El concepto de internacionalización de la empresa alude al proceso por el cual una empresa se implica y participa en los mercados internacionales, es decir, la forma en cómo una empresa desarrolla sus actividades, total o parcialmente, fuera de los mercados que componen su entorno geográfico natural.

La literatura económica que estudia la internacionalización de las empresas es extensa. Los primeros estudios que se elaboraron sobre esta temática datan de la década de 1950, cuando las empresas norteamericanas se erigían como el modelo de empresa multinacional en Europa y en el mundo. Sin embargo, la diversidad en la casuística de la empresa internacionalizada se reconoce hoy mucho más amplia y las teorías que explican su existencia y expansión no llegan a tener una validez general. Es preciso ampliar los espacios económicos objeto de estudio y distinguir las etapas históricas, además de considerar una más variada relación de tipos y tamaños de empresas para acercarnos a una teoría general.

El proceso de internacionalización de las empresas españolas que arrancó en los años 80 del siglo pasado, ha despertado el interés de los investigadores en España por la cuestión; en los últimos años son varias las revistas y congresos que han dedicado su atención a la internacionalización de las empresas. Pero también el tema ha alcanzado la dimensión política, por cuanto, los gobiernos nacionales y regionales de distinto signo, han prestado atención al fomento de la internacionalización de las empresas; desde la *Ley de Economía Sostenible* de 2011 del gobierno español hasta el acuerdo para *Una acción integral de impulso a la internacionalización de la economía canaria* adoptado por el Parlamento de Canarias en 2013<sup>1</sup>. Una de sus premisas de partida es que internacionalización y competitividad son dos términos inseparables; de modo que no puede darse un proceso de internacionalización sin que las empresas sean más competitivas, ni las empresas pueden ser competitivas sin estar internacionalizadas. En esa visión de que lo bueno para las empresas es bueno para la sociedad, el proceso de internacionalización se concibe como algo beneficioso para el conjunto de la economía y para el bienestar de la sociedad. Si bien, no es tarea de este trabajo entrar en este debate ni demostrar la veracidad o no de ese planteamiento.

En este repasaremos alguna de las explicaciones teóricas que se dan al proceso de internacionalización de las empresas contemporáneas y a la forma en cómo se produce. Comentaremos cuáles son las características del proceso de internacionalización de las empresas españolas de las últimas décadas y trataremos de entender ese mismo proceso en el caso de las empresas canarias, trabajando las bases de datos del Ministerio de Economía y Competitividad, del INE y de la plataforma de negocios con África, AfricaInfomarket. Y por último, se presentan las principales conclusiones.

## **2. LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS DESDE UNA PERSPECTIVA TEÓRICA**

Existen diferentes enfoques teóricos que explican el proceso de internacionalización de las empresas, pero profundizaremos más en el modelo de Uppsala para nuestro posterior estudio. Galán, Galende y González-Benito (2000) citan desde las teorías clásicas del

---

<sup>1</sup> Boletín Oficial del Parlamento de Canarias N°117/2013.

comercio internacional y las ventajas comparativas hasta aquellas otras que tratan de explicar la inversión directa en el exterior o la multinacionalización<sup>2</sup>.

Pla y Cobos (2002) señalan que el proceso de expansión internacional de las empresas ha sido explicado tradicionalmente por la existencia de una sucesión de etapas que son iniciadas por las empresas de manera gradual y lenta. Este modelo de internacionalización fue planteado en la década de 1970 por Johanson, Wiedersheim-Paul y Valhne de la escuela escandinava de Uppsala. El proceso se definió como una secuencia que dependía de la acumulación creciente de conocimientos sobre los mercados externos y sus operaciones, y de un compromiso progresivo de recursos hacia esos mercados. Dada la falta de información sobre los países foráneos y el deseo de reducir incertidumbres, las empresas comienzan a exportar a países cercanos o aquellos conocidos en los que las operaciones comerciales se asemejan a los del lugar de origen (Guillén, 2004).

El proceso es secuencial porque se empieza con estrategias que exigen un menor compromiso de recursos en otros mercados. Si bien a medida que las empresas tienen mayor experiencia sobre el funcionamiento de los mercados extranjeros y mayor disponibilidad de recursos van incrementando su presencia en ellos. Después, con la obtención de nueva información desarrollan gradualmente estrategias que requieren un mayor nivel de compromiso de recursos, pero al mismo tiempo, que aportan un mayor control sobre los elementos que pueden determinar la demanda para la empresa en el país de destino. En definitiva, las empresas adquieren conocimientos sobre los mercados foráneos antes de entrar y competir en ellos.

A partir de un determinado tamaño empresarial, hay un incremento gradual del compromiso internacional de la empresa, tanto el manejo del conocimiento como el uso de tecnología, hacen viable la aproximación al exterior. Así que las empresas comienzan su proceso de internacionalización, exportando, cuando están bien situadas en sus mercados locales y estos se han saturado. Pero, también, cuando el tamaño es adecuado a tales fines. Asimismo, las compañías progresarán paulatina y cautelosamente por etapas en su proceso de expansión internacional. Primero la empresa se desarrolla en su mercado doméstico con la venta directa, segundo se dedicarán a la exportación llevándola a cabo ocasionalmente y más adelante regularmente, después se emplean agentes independientes y luego, se implantan filiales comerciales, y una vez eliminada la posibilidad de conceder licencias y demás, por último se plantearán poner en marcha filiales de producción y con ello, la posibilidad de establecerse definitivamente en ese mercado (Calderón-García y otros, 2007).

De acuerdo con la teoría evolutiva de la empresa en el exterior, resulta razonable que la existencia de exportaciones previas sea uno de los factores más relevantes para una posterior inversión directa. Aquellas empresas que no tienen el conocimiento y experiencia suficiente acuden primero a la exportación. A medida que estas empresas van adquiriendo experiencia sobre la gestión internacional y conocimiento local, se van encontrando predispuestas a efectuar inversiones que implican un mayor compromiso y nivel de riesgo y control.

---

<sup>2</sup>Teoría del ciclo del producto de Vernon, Teoría ecléctica de Dunning, Teoría Clásica, Paradigma de Porter, Teoría Estratégica, Teoría de la internalización.

Araya (2009) señala que tanto la exportación como la inversión directa, pueden llevarse a cabo por la propia empresa o en alianza con otra, cada una de estas maneras de entrada en mercados foráneos implica un compromiso de recursos diferentes y, por tanto, una intensidad de internacionalización distinta.

Según el modelo adaptativo de Lam y White (1999), el avance gradual en el proceso de internacionalización empresarial se produce a medida que el directivo va solucionando los dilemas o conflictos que se le presentan y todo gracias a ese mayor conocimiento obtenido de los mercados exteriores.

El enfoque secuencial se cumple con mayor regularidad en aquellas empresas con escasa o nula experiencia en el ámbito internacional, como suelen ser las pequeñas y medianas empresas (Arteaga, 2008).

Este modelo de la Escuela de Uppsala ha sido expuesto a críticas, porque no es capaz de explicar el comportamiento de las empresas denominadas *International New Venture o* “Nuevas empresas internacionales”, que desde el inicio de sus actividades empresariales actúan fuera de las fronteras domésticas de sus mercados, o el caso de aquellas empresas que presentan eventos de acelerada internacionalización o fases de regresión con reorientación a los mercados locales después de verse afectadas por eventualidades. Cada vez son más estas nuevas empresas internacionales (NEI) debido a las nuevas condiciones de los mercados, asociado a la globalización; los avances tecnológicos en las áreas de producción, transporte y comunicación; y finalmente, unas mayores capacidades de los fundadores y emprendedores (Pla y Cobos, 2002; Sigala y Mirabal, 2011). En el estudio empírico sobre las empresas canarias, veremos algunos casos de NEI.

Estos fenómenos demuestran que la internacionalización no siempre es un proceso lineal, gradual y unidireccional, como las primeras teorías dicen, sino que dicho proceso es, a menudo, irregular y no necesariamente implica un orden continuo de las etapas, ya que las empresas pueden estar años enfocadas en los mercados domésticos y luego internacionalizarse rápidamente, o también puede ocurrir que las empresas se desinternacionalicen y se orienten a los mercados domésticos después de la ocurrencia de determinados sucesos (Sigala y Mirabal, 2011).

Es por ello que nos preguntamos qué otros factores, además de los señalados por la teoría tradicional, son determinantes en el proceso de internacionalización e, incluso, en la elección de los mercados exteriores, de modo que así podemos contrastar la casuística de las empresas internacionalizadas españolas y de las canarias en particular.

A continuación, de acuerdo con Durán y Úbeda (1997), Galán, Galende y González-Benito (2000) y Guillén (2004), trataremos de diferenciar los factores determinantes de la expansión internacional por la vía del comercio exterior, de los factores determinantes de la inversión directa o multinacionalización.

Los factores determinantes que llevan a una empresa a plantearse la exportación de sus productos, son los siguientes:

- La ampliación de su mercado ante la saturación del propio y/o ante el deseo de alcanzar un tamaño mínimo eficiente en la empresa.



- La extracción de mayores economías de escala en la explotación de sus recursos, especialmente de los intangibles tales como marca, imagen, reputación, capacidad tecnológica y organizativa, el potencial humano, la experiencia acumulada y la actitud emprendedora de la dirección.
- Los incentivos gubernamentales.

Además, los factores que condicionan la elección del país de destino de las exportaciones son:

- El potencial del mercado receptor.
- La búsqueda de mercados menos competitivos, donde resulta conveniente exportar porque aún el producto no es conocido.
- La cercanía física, que quede reflejada en unos menores costes de transporte.
- El conocimiento del idioma o la afinidad cultural.

En el caso de la inversión directa al exterior (IDE), los factores determinantes que llevan a una empresa a plantearse invertir en activos fijos son:

- El aprovechamiento de los recursos intangibles en otros mercados, siendo estos las capacidades tecnológicas y organizativas, marcas, reputación e imagen, su potencial humano, la experiencia acumulada y la vocación internacional de sus directivos.
- El acceso a la materia prima y la garantía de no interrumpir su suministro.
- El asegurar la venta y distribución de los bienes y servicios en el lugar de destino.
- La adaptación de la producción a una demanda específica en el país de destino.
- La minoración o eliminación de incertidumbres sobre el mercado.
- La especificidad de los activos, que hacen que la empresa invierta fuera para garantizar la inimitabilidad de estos, protegiéndose de los competidores.
- El aprovechamiento y control de los activos estratégicos, como la calidad del capital humano o unos proveedores fiables que permitan la cooperación a largo plazo.
- La superación de las barreras proteccionistas a la importación.
- Las desfavorables oscilaciones del tipo de cambio.
- Los elevados costes de transporte en la exportación.
- La diversificación del riesgo de operar en un mismo mercado.
- La señalización de la competencia que aporta información sobre una pauta de comportamiento específica.
- La búsqueda de unos menores costes de fabricación, eludiendo normativas más estrictas desde el punto de vista laboral o medioambiental.
- La mayor productividad de los factores de producción.

### **3. LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS**

Indicar que la internacionalización de las empresas españolas arrancó en la década de 1980 es un tópico en la bibliografía sobre el tema. Sin embargo, debemos matizar esta afirmación por cuanto la historia económica ofrece múltiples ejemplos de empresas españolas que, con anterioridad a esa fecha, realizaron importantes operaciones en los

mercados internacionales, y que incluso, aunque en menor medida, contaron con activos relevantes en el extranjero para el desarrollo de su estrategia empresarial<sup>3</sup>.

Según Durán (2006) en la reciente historia española se distinguen tres etapas en el proceso de internacionalización de las empresas; una primera, de multinacionalización ocasional (1960-1986), una segunda, con un proceso de multinacionalización continuado y creciente (1987-1997) y otra etapa, que se mantiene abierta, de auge y consolidación del proceso que se inicia a partir de 1998.

Primera etapa. El fin de la política autárquica franquista comienza en 1959, al establecerse el Plan de Estabilización, y de liberalización del sector exterior de la economía española. Esta reforma económica favoreció la llegada de divisas fuertes y la transferencia de tecnología. Además, se produjeron cambios en el régimen proteccionista, reemplazando los excesivos aranceles por barreras comerciales no arancelarias. Asimismo, se implantó un sistema impositivo que, al castigar las importaciones de consumo y bienes industriales, incentivó la inversión extranjera directa a un mercado español con un potencial de crecimiento importante (Guillén, 2004).

Para las empresas locales, habituadas a un mercado sin competencia, este hecho supuso un reto, muchas de ellas prefirieron cerrar o asociarse con grupos extranjeros, o vender a éstos, pero otras se arriesgaron y decidieron competir e internacionalizarse.

En esta primera etapa (1960-1986), podemos indicar que la evolución de los flujos inversores, satisface fundamentalmente a proyectos puntuales, por eso se le puede considerar esporádica. Desde la perspectiva de análisis realizada sobre los flujos de inversión y el grado de desarrollo de los países, España podría considerarse en esta etapa como un país menos desarrollado, y por tanto, receptor neto de inversión extranjera. Para al final de la misma, encontrarse como un país emergente con fuerte potencial de crecimiento.

En este periodo, se aprecia una estructura sectorial de escasa intensidad tecnológica y escaso crecimiento. En el destino de la inversión, hay proximidad geográfica y cultural como es Iberoamérica y Europa, y la fuente de ventaja competitiva está en entornos cercanos y con cierto parecido cultural e institucional basada en una capacidad directiva y comercial eficaz. Y los sectores más destacados de esta etapa, son el sector manufacturero, seguido del sector comercio y servicios financieros (Durán, 2006).

Segunda etapa. Comienza una nueva etapa de crecimiento sostenido en 1986 con la incorporación de España en la Comunidad Económica Europea, hoy denominada Unión Europea, impulsándose de forma extraordinaria la inversión directa extranjera, tanto la recibida como realizada, pero siendo mayor la recibida y, en consecuencia, la creciente competencia internacional en el mercado interior (Guillén, 2004).

---

<sup>3</sup> Véanse solo algunos ejemplos de ese proceso, en ocasiones anterior a la década de 1940, en el ámbito del seguro, la construcción, las editoriales, la química, el petróleo, el naval, la agricultura, la minería, la perfumería, el armamento o la maquinaria,... en las monografías publicadas en 2009 y 2010 por la *Revista de Historia Industrial* —números 40 y 42—; en 2009 por *Información Comercial Española* —número 849—; o en 2014 por la *Revista de historia de la economía y la empresa* —número 8—.

En estos años ochenta, América Latina pierde importancia como destino de la inversión directa. Dentro de Europa, países como Francia, Países Bajos y Portugal se convirtieron en destinos cada vez más destacables entre las empresas españolas. En África, Marruecos se convierte también en un lugar de atracción de las inversiones para las empresas manufactureras españolas (Guillén, 2004).

En la etapa comprendida entre 1986 a 1997, se da un proceso continuado de multinacionalización de la empresa española. Se pueden mencionar los esfuerzos realizados por las empresas en infraestructuras y modernización, ganancias de tamaño y desarrollo de un marco de competencia en el sector financiero (Durán, 2006).

Tercera etapa. Al igual que en la etapa previa los flujos de inversión directa en el extranjero entre 1998-2014 se han disparado y concentrado en Europa y América Latina y recientemente, Estados Unidos. Se ha producido un cambio sectorial en esta etapa, siendo los sectores más destacados en la IDE, el de las telecomunicaciones, servicios públicos y financieros.

Campa y Guillén (1996) remarcan como factores distintivos de las empresas españolas de los noventa que realizan inversiones al exterior, sus activos intangibles. Las empresas tratan de explotar las ventajas exclusivas y disminuir sus costes de transacción. Las empresas van buscando diferentes tipos de objetivos según los países de destino, por ejemplo, inversiones comerciales en países con buenas relaciones comerciales, inversiones productivas en países con abundantes recursos naturales, e inversiones de activos estratégicos en los países más desarrollados.

#### **4. CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS INTERNACIONALES ESPAÑOLAS**

En la actualidad hay más de 2.800 empresas en España que podemos considerar como empresas multinacionales, ya sea porque han adquirido una empresa externa, porque han establecido plantas de producción y filiales de venta o porque realizan buena parte de sus operaciones fuera de sus fronteras nacionales (García-Canal, Guillén y Valdés-Llaneza, 2012).

En este apartado se describirán las características generales de las empresas españolas que realizan actividades en el exterior y también sobre sus operaciones internacionales.

##### **4.1. Perfil de la empresa española internacional**

Los estudios referentes a la internacionalización destacan el elevado grado de concentración empresarial, debido al número reducido de empresas que realizan la mayor parte de las operaciones en el exterior, siendo las empresas exportadoras totales solo el 6% del total de empresas españolas (García-Canal, Guillén y García-Canal, 2012). No obstante, su número ha ido aumentando entre 2005 y 2014, ya que todos los años son varias empresas y también grupos empresariales los que efectúan su primera operación internacional (véase Tabla 2 del Anexo).

En el tejido empresarial español predominan las pequeñas y medianas empresas, por esta razón, la mayoría de las empresas internacionalizadas son pymes, pero son las empresas con un tamaño considerable las que más han salido al mercado exterior. Si

bien se han internacionalizado tanto pymes como grandes empresas, son varios los trabajos que han detectado una relación positiva entre el tamaño y el porcentaje de empresas que realizan exportaciones e inversiones directas en el extranjero (Galán, Galande y González-Benito, 2000). Tanto las pymes como las grandes empresas realizan más exportaciones que inversiones, pero cabe señalar que solamente un número limitado de grandes empresas cuentan con un elevado número de subsidiarias en el exterior.

Según Laborda y Salas (2010) el efecto positivo del tamaño de la empresa sobre la expansión internacional se debe a la productividad, y objetan que las empresas más pequeñas debido a su nivel de productividad, no crecen exportando, por lo tanto, la internacionalización no sería rentable. Dicha correlación se constata en la medida en que parece que las mayores estructuras empresariales permiten aguantar mejor el compromiso de recursos y los riesgos que conlleva el desarrollo de la actividad en el exterior.

Pero tal y como se mantiene en parte de la literatura (Guillén, 2004), raramente son las grandes compañías líderes de cada sector las primeras y las de mayor éxito a la hora de triunfar en el extranjero. Si bien el tamaño de la empresa, no es un factor totalmente determinante del proceso de internacionalización, en el sentido de que éste no es únicamente un privilegio de la gran empresa sino que constituye una estrategia que la pyme puede y debe utilizar para permanecer en un mercado globalizado como el actual.

También el tamaño parece determinar las características con las que el proceso de internacionalización se presenta. Según Guillén (2004) se distinguen tres tipos de empresas multinacionales: las grandes compañías oligopolísticas, que se internacionalizaron a medida que el mercado nacional se saturó y porque la pertenencia a la UE las convirtió en vulnerables reduciendo sus márgenes de beneficio; las pequeñas y medianas empresas que buscan nuevos mercados apoyándose en sus recursos intangibles (patente, tecnología, etc.) o que pretenden asegurarse el suministro de materias primas, canales de distribución o menores costes de producción; y, por último, las cooperativas, que se han internacionalizado por motivos parecidos a las pymes.

En la medida en que la internacionalización parece exigir una estructura mínima empresarial, las microempresas parecen menos propensas a internacionalizarse que las empresas de mayor tamaño. Por otro lado, se destaca el que las empresas familiares, por ciertas características, tales como la falta de recursos, la concentración de riesgos y la oposición al cambio de los líderes familiares, han tenido una internacionalización más tardía y lenta. De esta manera, encuentran que el carácter familiar incurre negativamente en la intensidad exportadora. Pero se ha conseguido evidencia empírica del efecto positivo que la presencia de directivos externos a la familia ejerce sobre el empleo de formas de entrada con un mayor compromiso de recursos (García-Canal, Guillén y Valdés-Llaneza, 2012).

En relación con la procedencia de las empresas españolas internacionales, se detecta que proceden de todas las comunidades autónomas y de una gran diversidad de sectores. Si atendemos a la ratio empresas exportadoras sobre el total de empresas son las empresas del País Vasco las que mayor presencia tienen fuera de las fronteras nacionales, continuadas de Cataluña, Comunidad de Madrid, La Rioja y Comunidad Valenciana, estando Canarias en la novena posición (véase Tabla 2 del Anexo). Es en general en el sector servicios en el que se espera un mayor porcentaje de internacionalización con relación a su volumen de facturación o número de empresas dado a lo que se

internacionaliza. Esto es, un bien intangible que se consume en el momento en el que se produce y que constantemente obliga al vendedor a producirlo donde el comprador lo consume. Pero se realizará más adelante el análisis sectorial, debido a que no existen grandes diferencias entre el sector de origen y el de destino de la operación internacional.

Con relación a la forma jurídica, la tasa de internacionalización de las sociedades limitadas es más baja que la de las sociedades anónimas y la de las cooperativas. La sociedad anónima y la cooperativa, están habitualmente asociadas a tamaños de empresa más grandes y con sistemas de gestión y estrategias de negocio, por lo que resultan más propensas hacia la internacionalización (García-Canal, Guillén y Valdés-Llaneza, 2012).

#### **4.2. Características generales de las operaciones internacionales**

Tras examinar el perfil de las empresas españolas internacionalizadas, a continuación, se observan las pautas temporales, los destinos geográficos, la composición sectorial, según el tipo de la operación y en función de la presencia de socios en las operaciones internacionales.

Las empresas españolas han realizado operaciones en más de 150 países y regiones. Como tienen en cuenta Guillén y García-Canal (2007) algunas operaciones no solo abarcan un mercado sino varios, porque una empresa puede hacer una alianza con otra del exterior que tiene como ámbito de actuación diversos mercados.

Los estudios realizados coinciden en destacar que las actividades en el exterior de las empresas españolas se han dirigido principalmente a dos grandes zonas geográficas, la Unión Europea y Latinoamérica. En las últimas décadas se observa que la UE de 15 miembros ha sido el destino más frecuente y con mayor concentración de operaciones, seguida de América Latina, Asia (excluyendo Oriente Medio, Rusia y Asia Central) y Estados Unidos. No obstante, los países de la ampliación de la UE, Rusia y el resto de Europa del Este van presentando una mayor importancia aunque esta todavía no es relevante. También los países del Sur y Este de Asia están alcanzando un mayor peso. Esta evolución confirma una de los planteamientos del modelo de Uppsala, esto es, que las empresas eligen primero países similares en cultura, idioma y por cercanía como es Europa y América Latina, y una vez se consolida su posición, emprenden la actividad internacional en zonas culturalmente más alejadas como es el Suroeste de Asia (García-Canal, Guillén y Valdés-Llaneza 2012).

Con respecto al sector destino de las operaciones internacionales de las empresas españolas, lo más destacable es que en todos y cada uno de los sectores se han producido operaciones internacionales, lo que demuestra que la internacionalización de la empresa española es un proceso en que ninguno de los sectores de actividad ha estado al margen. Pero los sectores a los que se ha dirigido un mayor número de operaciones en el exterior han sido, la construcción, servicios a empresas, comercio, agua/electricidad/gas, otros servicios, servicios financieros, transportes y comunicaciones, siendo el de mayor peso, el sector servicios. Por otro lado, hay que destacar el gran dinamismo que presenta desde el 2006, el subsector de servicios de empresa. Y dentro del sector servicios, el turístico es muy significativo en nuestro país (García-Canal, Guillén y Valdés-Llaneza 2012).

Pero hay que destacar que los sectores con más fuerza cambian con el tiempo, debido a que la actividad internacional de las empresas de sectores regulados (financiero,

energía, telecomunicaciones, petróleo) depende en gran medida de la existencia de procesos de privatización y liberalización, como sucedió en estos sectores en Latinoamérica en la década de 1990.

Las empresas españolas han utilizado todo tipo de modalidades para establecerse en el extranjero. Se recoge una gran diversidad de operaciones internacionales, incluyendo no solamente operaciones de inversión directa, sino también *joint ventures*, participación en concursos y licitaciones, e incluso concesiones administrativas, y alianzas.

Los modos de entrada más utilizados en estas últimas décadas según la base de datos han sido las adquisiciones y concesiones administrativas, continuadas del establecimiento de un acuerdo o alianza, la creación de filiales de plena propiedad y *joint ventures*. Y algo más de la mitad de las adquisiciones son parciales y el resto totales y compartidas.

La tendencia general más relevante que se observó hasta 2006, fue el aumento en el número de adquisiciones y el abandono de modos de entrada cooperativos como adquisiciones compartidas, *joint ventures* y alianzas. Esto tiene que ver no solamente con factores financieros sino también con el propio proceso de aprendizaje de la empresa, que a medida que adquiere experiencia y competitividad internacional se siente en mejores circunstancias de emplear modos de entrada más complicados.

No obstante, a partir de 2007, con la crisis económica-financiera, se quebrantó esta tendencia, reduciéndose la preferencia a acoger las modalidades de adquisiciones y filiales. Sin duda, la crisis que estamos pasando ha favorecido cada vez más a los concursos y alianzas sin participación accionarial.

La empresa española también ha tenido que decidir sobre la participación de socios en sus operaciones de expansión al exterior. La tendencia de las últimas décadas es muy clara, la empresa española ha aumentado su preferencia por realizar operaciones en solitario y, en el caso de colaborar con otras empresas, a ser el socio mayoritario (García-Canal, Guillén y Valdés- Llaneza, 2012).

## **5. LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS CANARIAS**

Hasta la Gran Depresión (a principios de la década de 1930), la economía canaria estaba inserta en el mercado atlántico, era una economía articulada con los mercados internacionales y por tanto, buena parte de sus empresas operaban con cierta naturalidad en los mismos. Esa acción en los mercados internacionales estuvo condicionada por las instituciones que regularon su actividad con el exterior, y en particular, y desde 1852, por contar con la franquicia de sus puertos. Esto les permitía operar en un régimen de librecambio dentro de una España tradicionalmente proteccionista (Macías y Pérez, 2006).

Pero también ese carácter internacional se lo daba su situación geoestratégica y la adopción de un modelo económico que tenía sus pilares en el sector agroexportador y en el sector servicios. Unos servicios que se prestaban fundamentalmente a las economías foráneas (portuarios, intermediación comercial, turismo...). En esta línea la internacionalización no ha sido algo ajeno a la trayectoria de la historia empresarial isleña. Indiscutiblemente, esa trayectoria se interrumpió con el proteccionismo de los

años 30 y con el franquismo. Es cierto que buena parte de estas empresas contaban antes de 1930 con presencia extranjera, pero los estudios realizados por Carnero y Nuez. (2006) ya mostraron que fue limitada y que, en muchas ocasiones, la colaboración con el capital local fue estrecha. Hoy en día, se dice que las empresas canarias participan poco en los mercados internacionales, es por eso que debemos de preguntarnos cuál es la razón.

Antes de entrar en ello, debemos reparar en algunas cuestiones de carácter metodológico que tienen que ver con el propio concepto de empresa canaria que hemos de considerar. En principio, si atendemos a un criterio general entendemos por tal a aquella empresa cuyo domicilio social radica en las islas y que, por tanto, está inscrita en alguno de sus registros. Esta perspectiva tiene sus inconvenientes porque aparecerán como empresas canarias algunas cuyo capital es totalmente foráneo, u otras que son filiales de empresas, cuya matriz está localizada en otra región o país. De otra parte, quedan fuera, las que teniendo la mayoría de sus activos y de su actividad productiva en las islas, tienen su sede social en otra región.

No obstante, debemos asumir este concepto porque es el punto de partida de las bases de datos que hemos trabajado. DataComex considera como empresas exportadoras las radicadas en cada región (independientemente de que sean o no la filial de una empresa matriz nacional o multinacional), y además distingue las que realizan actividades de exportación de forma regular (esto es, de forma continua al menos durante 4 años). De otro lado, el DataInvex registra las inversiones directas en el exterior realizadas tanto por empresas como por particulares.

Los rasgos históricos característicos del tejido empresarial isleño muestran el predominio de las empresas de pequeño tamaño y de la gestión familiar con un reducido número de socios o colaboradores.

Todavía a finales de los años 50, las empresas dominantes eran las del sector agrario, comercial y, en menor medida, el turístico. De acuerdo con el predominio del sector servicios y el reducido tamaño, la responsabilidad limitada fue la forma jurídica más frecuente, debido a que no requerían de grandes inversiones de capital y de empleo, y también por el favorable trato legislativo de estas. Esto explica al tiempo la menor presencia de sociedades anónimas. En la actualidad, Canarias, sigue teniendo un tejido empresarial parecido, diferenciándose del peninsular, ya que en este último predomina la sociedad anónima y el sector industrial. Pero el nivel de proporción de pymes y grandes empresas en Canarias es semejante al conjunto de España (Arteaga Ortiz 2008).

**Cuadro 1. Propensión a exportar de la economía canaria. Precios de mercado (miles de euros).**

AÑO	EXPORT	PIB	RATIO
2000	873.597	25.962.458	3%
2001	830.455	28.278.218	3%
2002	745.302	30.245.930	2%
2003	725.006	32.434.415	2%
2004	768.314	34.305.219	2%
2005	833.701	36.767.517	2%
2006	1.274.892	39.248.086	3%
2007	1.799.205	41.656.214	4%
2008	2.215.120	42.582.341	5%
2009	1.542.721	40.694.618	4%
2010	1.970.306	41.248.693	5%
2011	2.460.967	41.301.663	6%
2012	2.564.839	40.572.152	6%
2013	2.619.270	40.717.114	6%
2014	2.368.695	41.522.964	6%

**Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE)**

El crecimiento económico en Canarias ha mostrado en los quince últimos años cierta debilidad que, en gran medida, ha estado condicionada por una crisis de ámbito internacional y una política económica austera favorecedora al sector exportador. La propensión a exportar de la economía isleña se ha duplicado pasando del 3% al 6%.(Cuadro 1). La economía isleña parece que se abre en mayor medida al exterior, aun cuando dentro del conjunto de España su peso todavía sea escaso<sup>4</sup>.

Las Administraciones Públicas con la colaboración de las Cámaras de Comercio y las organizaciones empresariales (ICEX, PROEXCA y Africainfomarket) siguen apoyando a través de programas e instrumentos a las empresas canarias para que inicien y desarrollen un proceso de internacionalización e innovación, animando la presencia de las empresas en el exterior y que estas lo perciban como un factor de competitividad y sostenibilidad. Son diversas las instituciones, tanto públicas como privadas, interesadas en destacar a Canarias como una gran plataforma atlántica, cultural, social, económica y política, para las relaciones comerciales entre América, Europa y África, siendo una referencia para su entorno. El Archipiélago cuenta con unas ventajas comparativas, que la hace un referente atlántico del conocimiento y de la cooperación internacional para el progreso hacia el continente africano (Carnero, 2011).

### **5.1. Las exportaciones en Canarias**

Si tomamos como referencia la ratio exportaciones sobre PIB el resultado es que Canarias aparece como una economía con poca presencia en los mercados internacionales, sin embargo, no debemos olvidar que la base de la economía isleña actual no es la producción de mercancías sino la prestación de servicios y que el Archipiélago, con su oferta, compite en los mercados internacionales, siendo hoy una de las primeras regiones receptoras de turismo en España.

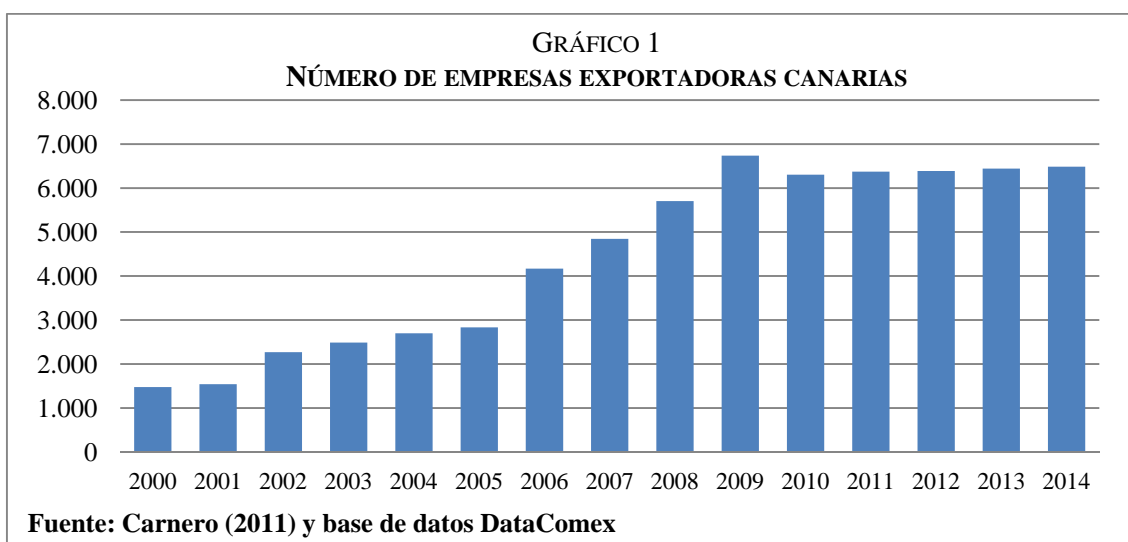
<sup>4</sup> Las ventas al exterior de España representan el 23,07% en 2014. *Expansión*, [www.datosmacro.com](http://www.datosmacro.com).



No obstante, el propio Gobierno de Canarias reconoce que el sector exportador cuenta con algunas debilidades como la falta de créditos a la exportación, la volatilidad de los tipos de cambio, el difícil acceso a compradores en el extranjero, la falta de conocimiento de la forma de actuar, gustos, costumbres e idiomas en el mercado de destino, los elevados costes de los transportes dependiendo de la lejanía del destino y las barreras arancelarias (SIECAN, 2015).

En Canarias, el crecimiento del sector turístico crea necesidades que influyen en el crecimiento de otros sectores. Pero esto puede ser una ventaja y a la vez un riesgo, pues hay una excesiva dependencia al turismo y la economía canaria es más vulnerable a una crisis del mismo.

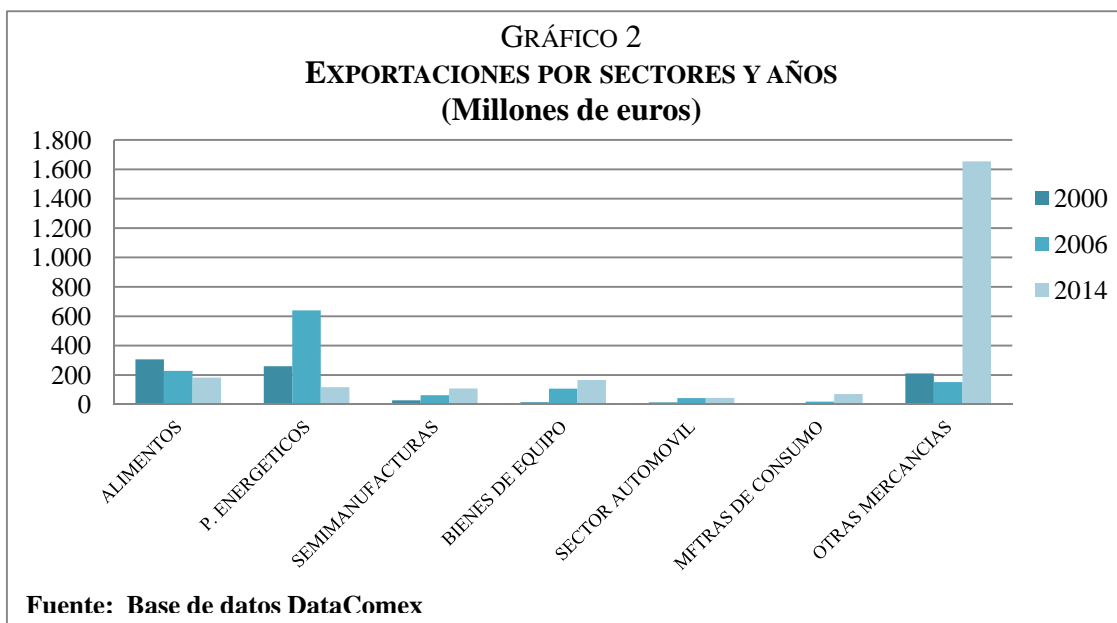
En general, la exportación es el modo de entrada a los mercados que comporta menor esfuerzo y riesgo, pero hay un bajo control de las operaciones y también un menor beneficio en comparación con las inversiones directas, pero sin embargo, es el modo más utilizado por las empresas canarias (Arteaga, 2008).



De acuerdo con la información disponible de las bases de datos del Ministerio de Economía y Competitividad (Datacomex), observamos que a lo largo de la primera década del siglo XXI, el número de empresas canarias exportadoras ha ido aumentando de manera continuada y a partir de 2008, cuando comienza la actual recesión económica, se produce un estancamiento (Gráfico 1). Este suceso se debe, tal vez, a la caída del consumo y, con ello, la disminución de la productividad de las empresas, que se han visto afectadas económicamente. A diferencia con el caso español, en el que el número de empresas exportadoras en números absolutos si ha ido aumentando significativamente estos últimos quince años. En la actual coyuntura de recesión, la búsqueda de mercados exteriores, es una alternativa cuando la demanda interna se ralentiza significativamente.

Haciendo una comparativa por comunidades, a lo largo de los últimos diez años, Canarias ha ido creciendo con respecto a las exportaciones media por empresas (véase Tabla 1 del Anexo). En referencia al porcentaje de empresas exportadoras sobre el total de empresas de cada comunidad autónoma, Canarias se encuentra en el ranking entre las once primeras regiones. Y ha ido aumentando el porcentaje de empresas exportadoras pasando de un 2% en 2005 a un 5% en 2014, aproximándose a la media española (véase

Tabla 2 del Anexo). Esto es, que a pesar de haberse estancado el número de empresas exportadoras, su proporción sobre el total ha aumentado, en la medida que las exportadoras han sabido resistir mejor la crisis que el resto de empresas (ABC.es, Economía, 2014).



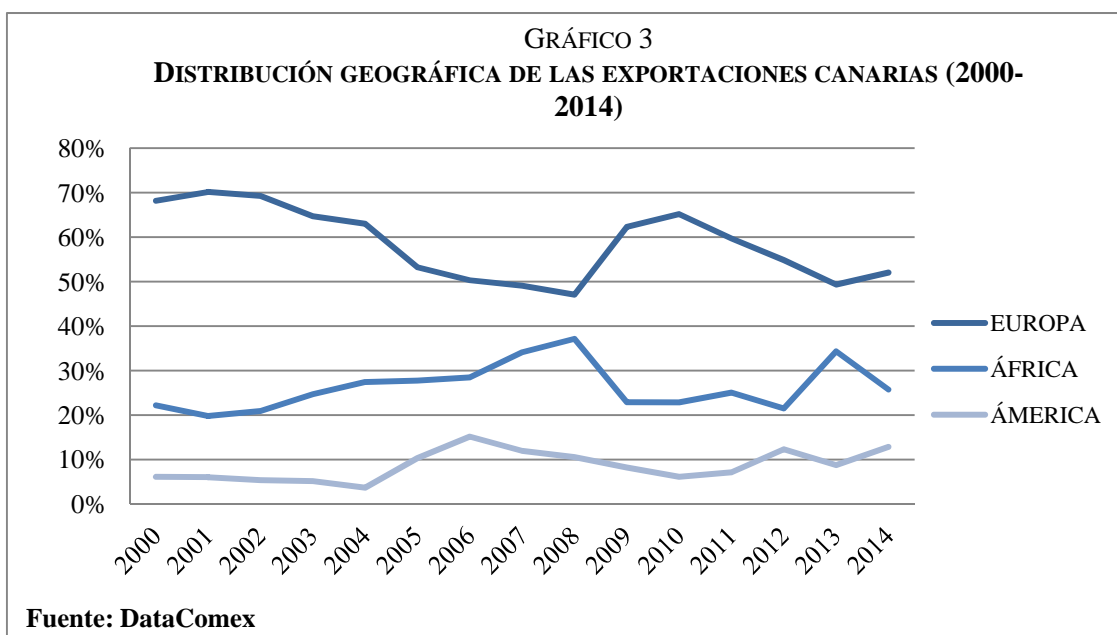
Durante el período 2000-2014, los sectores económicos más exportadores, medido en millones de euros, han sido los de productos energéticos y de otras mercancías, seguidos de los alimentos y las de manufacturas como los bienes de equipo. Siendo menos relevantes, las exportaciones de las semimanufacturas, del sector automovilístico y de las manufacturas de consumo (Gráfico 2).

La proporción de productos energéticos en el total de las exportaciones aumentó hasta 2008 hasta sobrepasar las exportaciones de alimentos, pero la crisis cambió la tendencia reduciéndose drásticamente las cifras. La importancia inicial de los productos energéticos en las exportaciones isleñas es consecuencia de la presencia de la refinería de Cepsa, que desde la década de 1930 exportó derivados petrolíferos, sobre todo, al África occidental. Pero en estos tres últimos años, la refinería ha ido disminuyendo su producción, casi quedando inactiva, ocasionando la pérdida de peso en las exportaciones de las ventas de derivados del petróleo.

El otro sector relevante en las exportaciones canarias ha sido el de los bienes calificados como “otras mercancías”, aunque desconocemos su composición y por tanto la razón de su crecimiento en los últimos cinco años.

Con respecto al sector de alimentos, en los primeros años de la década del siglo XXI disminuye, manteniéndose casi constante, siendo destacable su disminución a partir de 2011, volviendo a incrementarse en 2014, debido esto, a la importancia en el Archipiélago de la pesca, tabaco, bebidas alcohólicas, frutas y hortalizas, aunque la exportación de tomate haya disminuido en los últimos cinco años, ha sabido soportar los efectos de la crisis.

Otro sector destacable en la exportación, es el de bienes de equipo, que durante casi todo el período de 2000-2014 ha aumentado. En la mayoría de estos sectores, los mercados se encuentran ya muy maduros (véase Tabla 3 del Anexo).



En cuanto a la distribución geográfica de las exportaciones canarias en el período estudiado, presentan un alto grado de concentración, como podemos observar, el destino principal es Europa, seguido sucesivamente de África y América, y por último, Asia y Oceanía (Gráfico 3).

Con diferencia, los países europeos son los preferidos por las islas para comercializar, esto se debe a la baja fiscalidad de estos países, por sus zonas francas, que pertenecen a la Unión Europea y que comparten la misma moneda (Iglesias, 2014). Aunque con respecto a la evolución en el tiempo, desde el 2011 empieza haber un descenso cada vez mayor de las exportaciones isleñas a este continente europeo. Por primera vez después de la crisis, ocasionado esto por la disminución de las ventas de productos hortofrutícolas como los tomates, pepinos y flores, debido a la competencia de productos de otros lugares (véase Tabla 4 del Anexo). Los países europeos más destacados por las exportaciones canarias en el periodo analizado son Países Bajos, Reino Unido y Alemania.

Resulta interesante el volumen de exportaciones que se realizan con el continente africano, debido a que Canarias ve en este mercado emergente una gran oportunidad de expansión y en el que pueden ser muy competitivas. Las ventas de las islas al continente vecino, tienden a aumentar, con una disminución importante en 2009 y también en 2014 que bajaron prácticamente un 8% con respecto a 2013, posiblemente por el descenso de los derivados del petróleo que se refinan en el Archipiélago y se envían a dicho continente. En el periodo estudiado, los países africanos donde más se ha exportado han sido Marruecos, Mauritania y Nigeria.

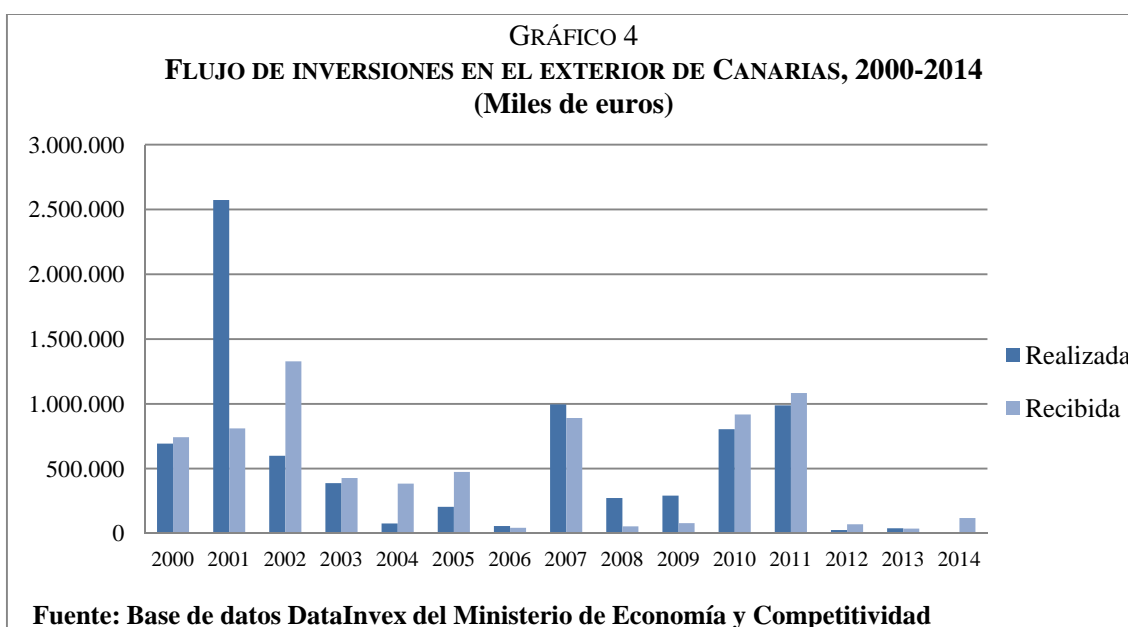
En el caso de América, en el periodo analizado, se producen altibajos, pero observamos que las exportaciones a partir de 2011 se mantienen constantes, menos en 2012 que aumenta, registrando el mayor volumen de exportaciones entre 2000-2014. Sobre todo,

para las empresas canarias de servicios es el destino prioritario para expandirse, y también por la venta de los bienes calificados como “otras mercancías” y de alimentos, por la similitud en cultura e idioma de las islas con América Latina. Los principales países americanos receptores de las exportaciones canarias a lo largo de estos últimos quince años han sido Estados Unidos, Cuba y Panamá.

## 5.2. Las inversiones canarias en el exterior

Hemos analizado las relaciones comerciales de Canarias con otros continentes, pero también las empresas isleñas tienen presencia directa en el extranjero, a continuación vamos a estudiar los flujos de inversiones exteriores del Archipiélago.

Como habíamos comentado anteriormente, Canarias se convirtió en una plataforma tricontinental para las relaciones económicas en el Atlántico, y con ello, se consiguió llamar la atención de muchos inversores extranjero, y también se incrementaron las inversiones directas canarias.



De acuerdo con la información recabada de la base de datos DataInvex del Ministerio de Economía y Competitividad, en los últimos quince años, el Archipiélago ha destacado tanto como receptor de inversiones foráneas como de inversor en el extranjero, en ambos aspectos, el mayor volumen de flujos se concentró al principio del siglo XXI. Pero la inversión de Canarias en el exterior ha sido menor en comparación con la inversión extranjera, siendo mayor la inversión realizada, en sólo cuatro años de los estudiados, y en la mayoría de los años, la recibida. En los tres últimos años, se ha reducido tanto la inversión realizada como la que reciben. Se trata de la mayor caída desde que comenzó la crisis en 2008 (Gráfico 4).

Las cifras evidencian, pues, que la comunidad autónoma ha perdido atractivo para el inversor extranjero, y por diversos obstáculos impuestos por los gobiernos extranjeros, las islas no están invirtiendo mucho en el exterior, pudiendo ser estos inconvenientes; los controles a la propiedad de la empresa, limitaciones para el retorno de los beneficios, la obligación de contratar empleados del país y producir productos adaptados al

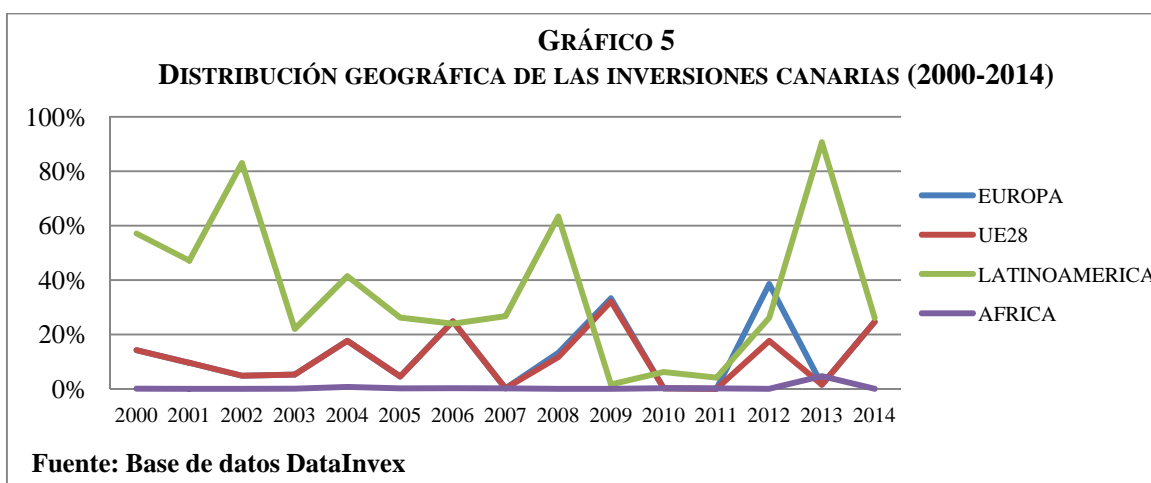
mercado local, y restringir la mano de obra de fuera. Las inversiones conllevan un elevado coste y también riesgo, que debido a la prolongada crisis, muchas empresas se han visto bastante afectadas, no pudiendo amortiguar los efectos de la misma, tal vez por eso, se deba la disminución de la inversión (SIECAN, 2015). Otro motivo podría ser, como señaló Arteaga (2008), la actitud del directivo, su aversión al riesgo y a los cambios, y la preferencia estratégica por el mercado local.

Pero las empresas isleñas que han decidido invertir en mercados foráneos lo han hecho por varios motivos; para ampliar cuota de mercado, por la excesiva competencia en el mercado interno, por la posesión de un recurso intangible que la hace competitiva y poder acceder a un mercado más grande y así competir donde otras empresas obtienen economías de escala, y también para diversificar el riesgo de operar en un solo mercado, y preferir producir y vender la misma empresa en el mercado de destino, para asegurar que el producto llegue al consumidor en las condiciones esperadas (SIECAN, 2015).

Como en el caso español, los sectores económicos que han protagonizado las inversiones de mayor cuantía fueron los relacionados con el sector servicios, coincidiendo únicamente en este sector, el de origen con el de inversión. Con respecto al sector de inversión, dentro de servicios, destacaron los financieros y las actividades de programación y consultoría.

Otro sector importante es el de industria, que se orientó en la fabricación de productos de hierro y acero, y de bebidas, y al suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire. La agricultura fue otra actividad de interés en las inversiones canarias, sobre todo, por el cultivo del tabaco y café. También tiene alguna importancia las actividades comerciales, sobresaliendo la venta y reparación de vehículos de motor. A diferencia con las exportaciones canarias, que los sectores relevantes eran el de “otras mercancías” y los productos energéticos.

En general, todos los sectores han disminuido estos últimos años con respecto al flujo de inversiones exteriores de Canarias, solo el sector servicios, ha aumentado en 2014, debido, a la importancia de este sector en las islas, que es el motor de su economía, en específico, el turismo (véase Tabla 5 del Anexo).



Con referencia a la distribución geográfica de las inversiones exteriores del Archipiélago canario en el período comprendido entre el 2000-2014, podemos observar que América Latina y del Norte es el continente preferido de los empresarios isleños para sus inversiones, otro destino prioritario es Europa, seguido de Asia y Oceanía, y

ocupando el último lugar África (Gráfico 5). Aunque el continente africano sea el que menos reciba inversiones, es la única área que ha aumentado estos últimos años, por este motivo, posteriormente, estudiaremos las empresas canarias en África. En el resto de lugares, ha disminuido la inversión exterior de Canarias, debido a los motivos anteriormente mencionados (véase Tabla 6 del Anexo). Como en el caso español, los destinos principales son Europa y Latinoamérica, diferenciándose las exportaciones canarias, en que uno de sus principales destinos es África.

Las diversas instituciones, tanto públicas como privadas, están tomando las medidas necesarias para detener la caída de la inversión, e intentar conseguir una mayor internacionalización de las empresas canarias. Y esto se puede conseguir con una mayor competitividad del tejido empresarial isleño, promoviendo el incremento de la productividad e innovación de las empresas, para que tengan mayor éxito en el exterior.

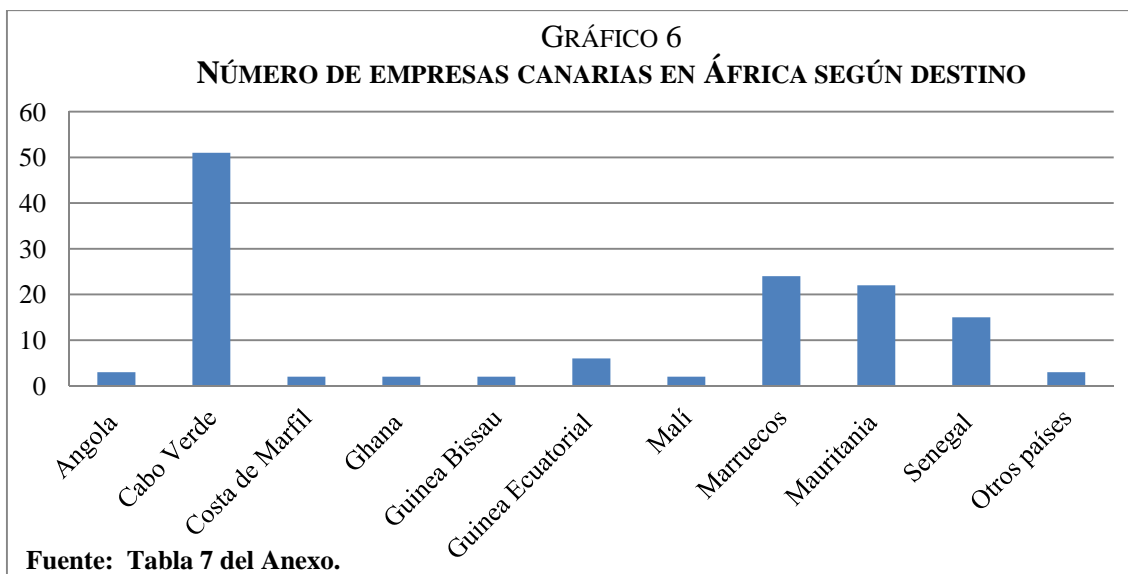
### **5. 3. Empresas canarias en África**

En este epígrafe intentamos acercarnos más a la tipología de las empresas que se internacionalizan, y comprender los factores que determinan su estrategia.

Hemos caracterizado una muestra de 100 empresas canarias que han optado por operar en el mercado africano. Tendremos en cuenta la actividad que desarrollan, los países africanos en los que se introduce, la antigüedad, el tamaño de la empresa, el tipo de sociedad, donde se ubica la sede central y el momento de su introducción en el mercado internacional.

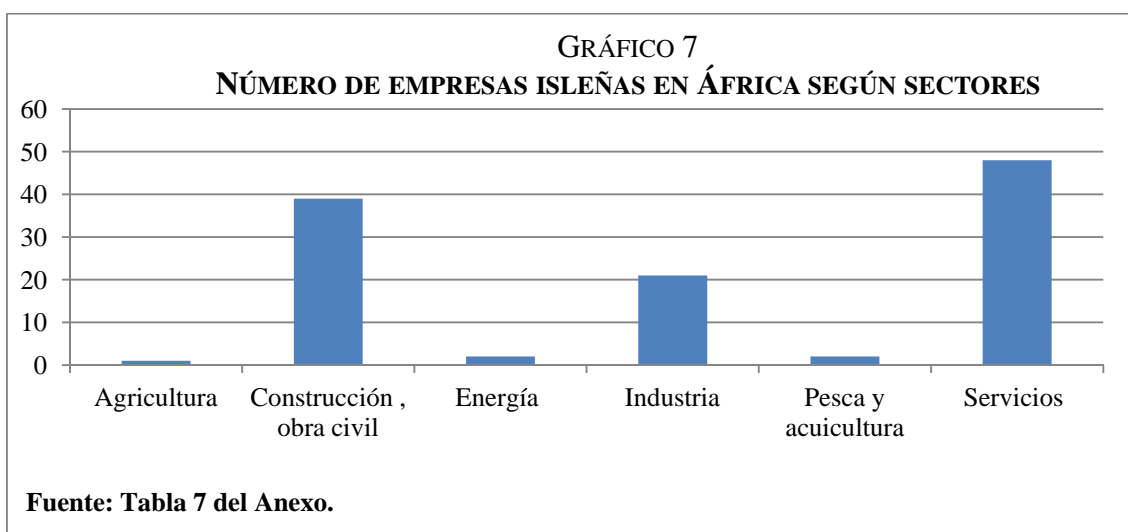
A través del portal web de Africainfomarket, especializado en la economía de los mercados africanos, hemos extraído la información necesaria y también de las páginas web de las empresas y de la base de datos SABI. Aunque, hemos tenido algunas limitaciones a la hora de recabar la información, faltando datos necesarios de algunas empresas, como el año de constitución e instalación y tamaño de la empresa. Y, además, hemos tomado algunas decisiones como son la de eliminar del análisis a las empresas cuya sede no está en Canarias sino en la Península. También hay que tener en cuenta que algunas empresas que han sido consideradas como empresas nuevas, en realidad no lo son, simplemente se trata de filiales de otras ya consolidadas en el mercado canario como es el caso de Vas Cabo Verde, que en realidad es una filial de la ya consolidada empresa canaria Domingo Alonso.

Estas 100 empresas isleñas aparte de exportar a los mercados africanos, se encuentran también localizadas en ellos. Siendo Cabo Verde el lugar preferido por los empresarios canarios para ejercer su actividad. Debido esto a su parecido con las Islas Canarias al ser también un archipiélago, su cercanía geográfica y también porque es un lugar emergente y poco explotado, aprovechando los empresarios canarios su experiencia y, sobre todo, los del sector de la construcción, donde en Canarias está muy explotado, por ejemplo empresas como Construcan, S.L. y Volconsa Atlantic, S.A.



Otros mercados decisivos para el Archipiélago son Marruecos, Mauritania y Senegal, sobre todo, por la cercanía, y también con estas zonas existen relaciones de tipo histórico, recibimos de estos flujos migratorios, y en los últimos años, se han incrementado los intercambios comerciales e inversiones (Gráfico 6).

Otros países emergentes en los que se localizan las empresas canarias aunque su presencia es reducida, son Guinea Ecuatorial, Angola, Costa Marfil, Ghana, Malí y Guinea Bissau.



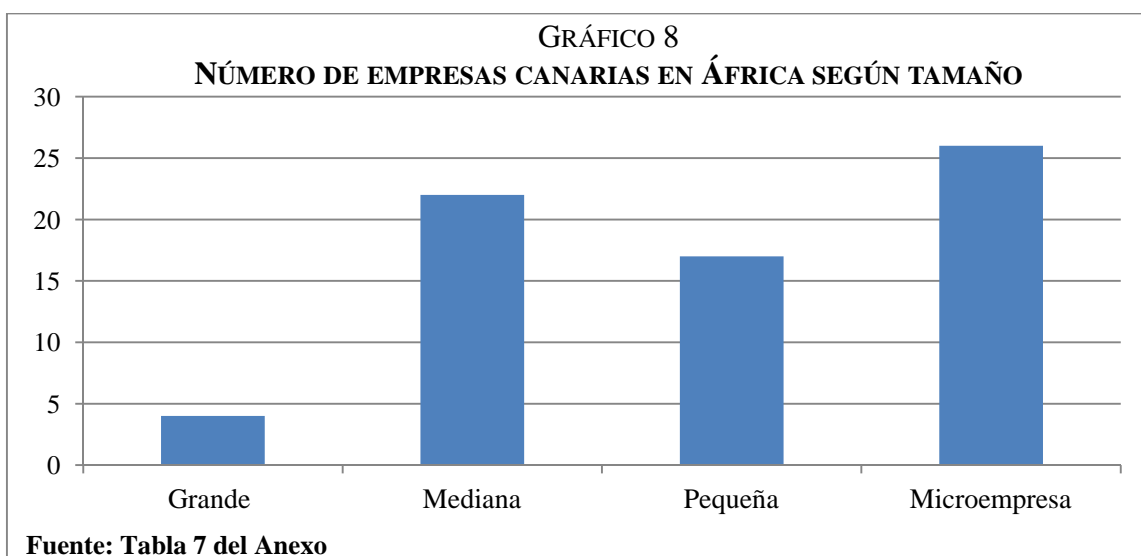
Con respecto a la distribución por sectores, el sector servicios es el más desarrollado por las empresas canarias en África, dentro de este, tenemos el turismo, hostelería y restauración, consultoría y asistencia técnica, y transporte, y otros sectores destacables son la construcción y la industria.

En cuanto al sector servicios, es muy importante en el Archipiélago, sustentándose la economía canaria en el sector turismo, siendo Canarias el tercer destino turístico de España, y dicho sector genera la mayoría de los servicios (hostelería, restauración, consultoría, transporte) y también ha propiciado el desarrollo de la construcción, y esto se refleja en sus actividades desarrolladas en África (Gráfico 7).

Dentro de la construcción, destaca las infraestructuras educativas y sanitarias básicas, edificaciones, obras dirigidas al tratamiento de aguas residuales, debido a la inexistencia de empresas especializadas y a las necesidades básicas de estos países africanos, las empresas isleñas se han comprometido a participar en el desarrollo y a brindar los servicios sociales básicos.

Otro sector de actividad notable, es el de industria, dentro de este tenemos la de alimentación y bebidas, tabaco, maquinaria, bienes de equipos y productos industriales. Dentro de este sector industrial, destaca la fabricación de bebidas, tabaco y papel, los derivados del petróleo y conservas de pescado, aunque los dos últimos cada vez menos (véase Tabla 7 del Anexo).

En referencia a la sede principal de estas empresas isleñas que operan en el continente africano, la mayoría están ubicadas en Las Palmas de Gran Canaria, como por ejemplo, Navieras Armas, S.A. y Palmcolor, S.L. Llamamos la atención de algunas empresas consideradas por la base de datos de Africainfomarket como empresas canarias y que tienen su sede principal en la Península y en las Islas Baleares, esto es debido a su pertenencia a grupos empresariales mayores, como son el caso de Vicente Alonso, S.L. y Sampol, S.A. La diferencia es significativa entre las localizadas en la provincia de Las Palmas y Santa Cruz de Tenerife, tal vez pueda explicarlo la mayor tradición histórica de la provincia oriental en las relaciones con África, el mayor tamaño y la competitividad de su puerto, o el volumen de negocios con respecto a S/C de Tenerife.



En cuanto a los aspectos que caracterizan a las empresas canarias instaladas en los países africanos, teniendo en cuenta el tamaño, medido con el número de empleados, son mayoría las microempresas y también las pequeñas y medianas empresas. Siendo minoría las grandes, como es el caso de Tirma, S.A. y Grupo Numero Uno, S.A. (Gráfico 8).

Con respecto a la forma jurídica, predominan las empresas de responsabilidad limitada. Como habíamos dicho anteriormente, esto se debe a la especialización de las Islas en sectores terciarios que requieren una menor inversión de capital y también porque predominan las microempresas, como por ejemplo, entre muchas, Plan B Group, S.L. y El Rincón canario, S.L. Y son menos las de sociedad anónima porque requieren una mayor inversión en capital fijo (véase Tabla 7 del Anexo).



Y con la información que hemos podido recabar, faltando algunos datos sobre las empresas, podemos llegar a concluir, que la mayor parte de las empresas canarias internacionalizadas encajan en el modelo de internacionalización que propone la escuela de Uppsala, es decir, son mayoritariamente empresas consolidadas y no tanto start-up, aunque se va notando cada vez más la presencia de estas, por el auge del comercio online, por ejemplo, la empresa C&G, S.L. Y a lo que respecta a la antigüedad de estas empresas, la mayoría tienen entre 10 y 25 años, y seguida de estas las de entre 25 y 50 años, no son empresas canarias jóvenes sino veteranas en su actividad, las que deciden salir fuera de su entorno geográfico natural (Cuadro 2).

**Cuadro 2. Antigüedad de las empresas canarias establecidas en África.**

Antigüedad	Nº empresas
< 3 años	2
(3-10]	16
(10-25]	27
(25-50]	23
> 50 años	9
Sin datos	23

**Fuente: Tabla 7 del Anexo.**

Los empresarios canarios han tomado la decisión de establecerse en los países africanos, porque son mercados emergentes en el que pueden llegar hacer muy competitivos, por la demanda latente de productos, también por la proximidad al continente, y como habíamos comentado anteriormente, el interés de Canarias en participar en el desarrollo, siendo una ventaja la posición y la capacidad de dar solución a la demanda de los países africanos vecinos, aprovechando la experiencia y conocimiento adquiridos en nuestras limitadas relaciones con estos países.

## **6. CONCLUSIONES.**

En este trabajo se ha analizado la internacionalización de las empresas canarias partiendo de trabajos realizados por otros autores y aprovechando la información disponible de diferentes bases de datos. Los aspectos que se han estudiado han sido las exportaciones e inversiones exteriores de Canarias, y las características de las empresas canarias establecidas en África.

La internacionalización de las empresas no es un fenómeno reciente sino de muchos años atrás, pero es a partir del año 1986 con la incorporación de España en la Unión Europea, cuando empieza a ser relevante, produciéndose un rápido crecimiento internacional de las empresas españolas.

Las razones que mueven a las empresas a iniciar un proceso de internacionalización suelen ser la posesión de recursos intangibles que los hace más competitivos, cuando el mercado nacional se satura, para diversificar el riesgo de operar en un único lugar, para acceder fácilmente a avances tecnológicos y materias primas, por la búsqueda de mercados más amplios sobre los que aprovechar las economías de escala, para seguir a un cliente o proveedor potencial o por vocación internacional de los directivos.

Con respecto a las exportaciones de las empresas canarias, el destino principal es Europa, seguido de África y América, siendo los sectores económicos más exportadores, los de productos energéticos y alimentos. El número de empresas exportadoras ha ido aumentando levemente en los últimos cinco años.

En cuanto a las inversiones exteriores de Canarias, la realizada ha sido menor en comparación con la inversión extranjera recibida. En los tres últimos años, se ha reducido ambas inversiones. El lugar prioritario de las inversiones canarias es América, seguido de Europa, y a diferencia con las exportaciones, en última posición África. El sector económico en el que más se ha invertido ha sido el de servicios, seguido de la industria y la agricultura.

De la muestra utilizada de 100 empresas isleñas instaladas en el continente africano, hemos llegado a concluir que la mayoría son microempresas o pymes con sede central en Las Palmas y en menor medida en Tenerife, el tipo de sociedad es de responsabilidad limitada y suelen ser empresas consolidadas y veteranas. Se localizan, mayoritariamente, en Cabo Verde, Marruecos, Mauritania y Senegal, y siendo el sector servicios el más desarrollado por las empresas canarias en África, seguido de la construcción y la industria.

Canarias ve en este mercado emergente una gran oportunidad de expansión y en el que pueden llegar a ser muy competitivas. También se debe su decisión por la proximidad geográfica, a la oportunidad de negocio que supone la cooperación al desarrollo y el empeño de las Administraciones Públicas en apoyar a las empresas en su internacionalización a través de diversos programas de ayudas, y en el intento de convertir a las Islas en centro atlántico de referencia para las relaciones económicas entre Europa, América y África.

La internacionalización de las empresas tiene sus ventajas como pueden ser; que estas sean más competitivas y obtengan un mayor volumen de negocios. Las empresas que se internacionalizan, a medio y largo plazo, se hacen más grandes que las que no lo hacen. Pueden resistir mejor a las crisis, en la medida que buscan oportunidades en mercados con mayor potencial de crecimiento y aprovechan economías de escala, mejora la motivación del trabajador y afianzan la marca.

Pero también tiene sus inconvenientes, tendrán más gastos generales, mayor capital circulante, nuevos riesgos, diferentes culturas, en algunos casos, controles a la propiedad de la empresa, restricciones para el retorno de los beneficios, obligación de fabricar productos adaptados a los consumidores locales y también de contratar a mano de obra del país y limitar el número de empleados extranjeros, repercutiendo en el empleo del país de origen. Estos inconvenientes confirman que la empresa está continuamente enfrentando cambios y retos de competitividad que hace que deba estar preparada y prevenida.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Araya Leandro, A. (2009). El proceso de internacionalización de las empresas. *TEC Empresarial*, 3(3), 18-25.
- Arteaga Ortiz, J., (2008). La internacionalización y la competitividad: Evidencias sobre las empresas canarias. En E. Parra López y D. Medina Muñoz (eds.), *Análisis de la*

- competitividad e innovación en la empresa en Canarias* (pp. 169-201). Santa Cruz de Tenerife: Fundación FYDE-CajaCanarias.
- Calderón-García, H., Cervera-Taulet, A., Turbillejas-András, B., y Fayos-Gardó, T. (2007). Selección del modo de entrada en un mercado internacional: Valoración de las capacidades empresariales, la estrategia empresarial y la percepción de los problemas de la internacionalización. *Información Comercial Española*, 839, 143-162.
- Campa, J.M., y Guillén, M. F. (1996). Evolución y determinantes de la inversión directa en el extranjero por empresas españolas. *Papeles de Economía Española*, 66, 235-247.
- Carnero, F., y Nuez, J.S. (2006). Las bases de la economía canaria contemporánea. Una aproximación empírica. En Lorenzo, R. y Vázquez, F. (coords.), *V Seminario de Economía Canaria* (pp. 445-474). La Laguna: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de La Laguna.
- Carnero Lorenzo, F. (2011). Historia reciente de las relaciones económicas Canarias-África. *Boletín económico de ICE, Información Comercial Española*, 3018, 39-56.
- Durán-Herrera, J. J. (2006). El auge de la empresa multinacional española. *Boletín económico de ICE*, 2881, 13-33.
- Durán, J. J., y Úbeda, F. (1997). Experiencia internacional e intención de inversión directa de la empresa española en el sudeste asiático. *Información Comercial Española*, 761, 109-124.
- Durán-Herrera, J. J., & Úbeda, F. (2005). The Investment Development Path of newly developed countries. *International Journal of the Economics of Business*, 12(1), 123-137.
- Expansión/ Datosmacro.com. España-Exportaciones de mercancías. Recuperado de: <http://www.datosmacro.com/comercio/exportaciones/espana>
- Galán, J.I., Galende, J., y González-Benito J. (2000). Factores determinantes del proceso de internacionalización. El caso de Castilla y León comparado con la evidencia empírica. *Revista Economía Industrial*, 333, 33-48.
- García-Canal, E., Guillén, M. F., y Valdés-Llaneza, A. (2012). *La internacionalización de la empresa española. Perspectivas empíricas*. Papeles de economía española, N° 132. "La empresa en España", pp. 64-81.
- Guillén, M. F. (2004). La internacionalización de las empresas españolas. *Información Comercial Española, ICE: Revista de economía*, 812, 211-224.
- Guillén, M. F., y García Canal, E. (2007). La expansión internacional de la empresa española: una nueva base de datos sistemática. *Información Comercial Española, ICE: Revista de economía*, 839, 23-34.
- Iglesias Prada, C. (2014). *Relaciones comerciales de Canarias con Reino Unido*. Proexca. Gobierno de Canarias.
- Laborda-Pemán, M., y Salas-Fumás, V. (2010). ¿Qué nos dice el tamaño y la internacionalización de las empresas sobre los factores de desarrollo empresarial? *Economía Industrial*, 375, 41-51.
- Lam L. W., y White, L. P. (1999). An Adaptive Choice Model of the Internationalization Process. *International Journal of Organizational Analysis*, 7 (2): 105-134.

- Macías Hernández, A. M., y Pérez Hernández, C.M.A. (2006). La empresa en Canarias: espacio insular, dimensión atlántica. En J.L. García Ruiz, y C. Manera(eds.), *Historia empresarial de España. Una perspectiva regional* (pp. 483-493). Madrid: Ed. LID empresarial.
- Pla Barber, J., y Cobos Caballero, A. (2002). La aceleración del proceso de internacionalización de la empresa: el caso de las International New Ventures españolas. *Información Comercial Española, ICE: Revista de economía*, 802, 9-22.
- S.E. (8 de febrero de 2014). ABC. es. Economía. Recuperado de: <http://www.abc.es/economia/20140208/abci-internacionalizacion-empresas-decalogo-201402071911.html>
- SIECAN (Sistema de Información Empresarial de Canarias) del Gobierno de Canarias. *Internacionalización*. Recuperado de: [http://www.siecan.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=360%3Ainternacionalizacion&catid=67%3Ainternacionalizacion&Itemid=120&lang=es](http://www.siecan.org/index.php?option=com_content&view=article&id=360%3Ainternacionalizacion&catid=67%3Ainternacionalizacion&Itemid=120&lang=es)
- Sigala, Luis, y Mirabal Martínez, Alberto (2011). Velocidad en el proceso de internacionalización de las empresas: revisión de teorías divergentes. *Revista de investigación científica*, 26, 61-80.
- Universidad a Distancia de Madrid (2009). *Internacionalización de la empresa*. Recuperado de: [http://www.adeudima.com/?page\\_id=637](http://www.adeudima.com/?page_id=637)

## ANEXO

**Tabla 1. Exportaciones media por empresas según Comunidad Autónoma y años.**

Elemento	2005			2010			2014		
	Empresas exp.	Millones Euros	Exp. media por empresas	Empresas exp.	Millones Euros	Exp. media por empresas	Empresas exp.	Millones Euros	Exp. media por empresas
Andalucía	13.185	14.197	1,08	14.088	18.772	1,33	19.061	26.512	1,39
Aragón	2.825	7.118	2,52	3.397	8.435	2,48	4.525	9.391	2,08
Asturias, Principado de	1.006	2.425	2,41	1.378	3.369	2,44	2.034	3.825	1,88
Baleares, Illes	1.639	1.021	0,62	1.783	874	0,49	2.413	952	0,39
<b>Canarias</b>	2.834	834	0,29	6.306	1.970	0,31	6.488	2.369	0,37
Cantabria	695	1.785	2,57	818	2.284	2,79	1.137	2.538	2,23
Castilla y León	3.133	8.950	2,86	4.070	10.401	2,56	5.187	12.777	2,46
Castilla-La Mancha	2.484	2.723	1,10	3.616	3.373	0,93	4.990	5.340	1,07
Cataluña	33.058	42.361	1,28	39.682	48.866	1,23	47.586	60.195	1,26
Ceuta	13	115	8,86	—	—	—	54	8	0,15
Comunitat Valenciana	14.876	16.957	1,14	16.369	18.732	1,14	22.490	24.853	1,11
Extremadura	967	1.014	1,05	1.216	1.257	1,03	1.672	1.650	0,99
Galicia	4.299	12.125	2,82	5.011	14.912	2,98	6.235	17.825	2,86
Madrid, Comunidad de	20.983	16.874	0,80	20.268	21.332	1,05	40.258	27.999	0,70
Melilla	22	1	0,06	21	4	0,17	115	30	0,26
Murcia, Región de	2.736	3.974	1,45	3.675	4.995	1,36	4.860	10.377	2,14
Navarra, Comunidad Foral de	1.684	4.888	2,90	2.105	7.402	3,52	2.599	8.100	3,12
País Vasco	5.921	14.126	2,39	7.479	17.875	2,39	13.932	22.241	1,60
Rioja, La	1.021	967	0,95	1.175	1.300	1,11	1.665	1.628	0,98

\*Nota: Medidas: 'Número de Empresas, Millones Euros'.

\*\* Nota: Con el fin de cumplir con el secreto estadístico, se advierte que en el resultado pueden aparecer celdas cuyo valor se ha ocultado con un guión. Los valores ocultos han sido calculados con los datos de 5 o menos empresas.

**Fuente: Datacomex**

**Tabla 2. Número de empresas exportadoras entre el nº de empresas totales según Comunidad Autónoma y años.**

Elemento	2005			2010			2014		
	Empresas exportadoras	Empresas totales	Empresas exp/Emp totales	Empresas exportadoras	Empresas totales	Empresas exp/Emp totales	Empresas exportadoras	Empresas totales	Empresas exp/Emp totales
Andalucía	13.185	464.179	3%	14.088	498.579	3%	19.061	468.930	4%
Aragón	2.825	90.005	3%	3.397	92.205	4%	4.525	88.114	5%
Asturias, Principado de	1.006	68.175	1%	1.378	70.362	2%	2.034	66.342	3%
Balears, Illes	1.639	87.024	2%	1.783	89.562	2%	2.413	84.270	3%
<b>Canarias</b>	2.834	128.020	2%	6.306	135.954	5%	6.488	128.518	5%
Cantabria	695	36.561	2%	818	39.024	2%	1.137	36.698	3%
Castilla y León	3.133	159.196	2%	4.070	168.972	2%	5.187	159.473	3%
Castilla-La Mancha	2.484	118.396	2%	3.616	131.836	3%	4.990	123.095	4%
Cataluña	33.058	567.019	6%	39.682	609.670	7%	47.586	576.565	8%
Ceuta	13	3.724	0%	—	3.615	—	54	3.590	2%
Comunitat Valenciana	14.876	329.334	5%	16.369	352.366	5%	22.490	330.855	7%
Extremadura	967	61.898	2%	1.216	65.573	2%	1.672	62.929	3%
Galicia	4.299	185.722	2%	5.011	198.874	3%	6.235	191.745	3%
Madrid, Comunidad de	20.983	456.175	5%	20.268	503.501	4%	40.258	494.509	8%
Melilla	22	3.724	1%	21	3.655	1%	115	3.754	3%
Murcia, Región de	2.736	85.110	3%	3.675	92.196	4%	4.860	86.782	6%
Navarra, Comunidad Foral de	1.684	40.730	4%	2.105	42.347	5%	2.599	41.582	6%
País Vasco	5.921	157.539	4%	7.479	169.782	4%	13.932	149.245	9%
Rioja, La	1.021	21.598	5%	1.175	23.190	5%	1.665	22.314	7%

**Fuente: Datacomex**

**Tabla 3. Exportaciones canarias en millones de euros según sectores (2000-2014)**

AÑOS	ALIMENTOS	PRODUCTOS ENERGÉTICOS	MATERIAS PRIMAS	SEMIMANUFACTURAS	BIENES DE EQUIPO	SECTOR AUTOMÓVIL	BIENES DE CONSUMO DURADERO	MANUFACTURAS DE CONSUMO	OTRAS MERCANCIAS	TOTAL
2000	306,50	260,02	33,98	27,76	14,71	13,17	0,96	6,32	210,19	873,60
2001	294,30	254,79	33,64	38,13	21,80	13,62	0,77	5,47	167,94	830,46
2002	246,59	211,79	33,22	29,44	30,58	12,44	0,97	8,00	170,85	743,88
2003	231,20	213,56	32,04	24,13	39,98	6,91	1,14	8,55	169,64	727,15
2004	235,70	265,76	31,60	25,12	43,24	9,31	0,59	9,93	147,07	768,31
2005	228,13	350,20	27,35	25,93	24,04	5,19	0,97	8,48	163,41	833,70
2006	227,53	639,75	23,21	62,57	107,41	42,43	1,98	18,26	151,76	1.274,89
2007	229,52	933,72	24,18	89,16	126,19	68,56	2,47	22,42	302,99	1.799,21
2008	230,78	1.205,6	20,70	94,71	172,48	97,07	3,04	23,94	366,80	2.215,12
2009	227,45	631,77	15,45	83,30	180,19	92,81	2,66	29,14	279,95	1.542,72
2010	196,44	738,11	28,95	98,04	185,13	79,98	5,97	35,44	602,25	1.970,31
2011	216,98	1.030,6	76,33	117,56	202,16	95,91	4,71	40,81	675,87	2.460,97
2012	189,90	714,10	82,11	132,72	168,57	51,63	6,62	56,36	1.162,8	2.564,84
2013	161,32	445,05	23,49	136,39	191,08	35,45	9,16	84,08	1.533,2	2.619,27
2014	182,22	116,46	24,00	108,38	165,69	44,13	4,12	69,68	1.654,0	2.368,70
Total	3.404,56	8.011	510	1.093,35	1.673,2	668,61	46,11	426,87	7.758,8	

Fuente: Datacomex

**Tabla 4. Exportaciones canarias en miles de euros según destino (2000-2014)**

Elemento	EUROPA	ÁFRICA	ÁMERICA	ASIA	OCEANÍA	TOTAL
2000	356.168	115.904	31.830	18.303	146	522.353
2001	349.114	98.474	29.988	19.888	79	497.545
2002	303.209	91.506	23.563	19.416	87	437.782
2003	273.137	104.286	21.694	22.986	134	422.238
2004	297.043	129.287	17.291	27.535	148	471.306
2005	252.579	131.670	49.042	37.030	4.207	474.530
2006	355.344	201.148	106.964	42.049	738	706.245
2007	398.709	276.986	97.030	38.475	967	812.169
2008	425.116	335.428	95.105	44.563	2.645	902.859
2009	467.862	171.879	61.705	46.291	3.454	751.192
2010	571.076	200.333	53.722	48.623	2.295	876.051
2011	613.175	257.355	73.261	68.731	14.655	1.027.179
2012	514.876	201.677	115.550	105.074	1.901	939.079
2013	405.482	282.196	71.863	61.182	1.116	821.841
2014	287.696	142.178	71.032	51.253	541	552.702

Fuente: DataComex

**Tabla 5. Inversión bruta hacia el exterior de Canarias en miles de euros según sectores.**

AÑOS	AGRICULTURA	INDUSTRIA	CONSTRUCCION	COMERCIO	TRANSPORTE	SERVICIOS	TOTAL
2000	0	159.723	0	3.664	3.868	525.468	692.724
2001	0	1.402.645	0	67.605	0	1.102.433	2.572.684
2002	0	488.634	0	774	12.976	97.491	599.877
2003	83.619	263.034	0	10.160	0	30.857	387.700
2004	47.394	123	703	878	22	28.105	77.227
2005	2	191.205	1.854	818	0	11.917	205.797
2006	19.493	1.540	35	738	2.220	32.984	57.013
2007	17.065	927.530	0	26	1.667	49.686	995.976
2008	40.551	179.086	15	810	7.440	45.413	273.318
2009	319	249.802	45	2.695	7.075	31.488	291.426
2010	16.136	747.938	1	3.432	0	36.965	804.473
2011	35.929	945.713	99	1.514	29	4.712	987.998
2012	0	2.303	0	0	8.418	15.340	26.062
2013	4.196	31.810	0	532	10	2.375	39.833
2014	0	0	0	3.420	0	2.250	5.670
<b>TOTAL</b>	<b>264.708</b>	<b>5.591.092</b>	<b>2.754</b>	<b>97.071</b>	<b>43.729</b>	<b>2.017.491</b>	

Nota: Se incluyen dentro de los flujos de inversión tanto las operaciones de entidades de tenencia de valores (ETVE) como las no ETVE.

Fuente: DataInvex

**Tabla 6. Inversión bruta hacia el exterior de Canarias en miles de euros según destino.**

AÑOS	EUROPA	UE28	AMERICA NORTE	LATINO AMERICA	RESTO AMERICA	ASIA Y OCEANIA	AFRICA	TOTAL
2000	137.277	137.277		552.398	2.581		467	967.279
2001	305.313	305.313		1.500.954	35.954	730.462	0	3.183.312
2002	31.930	31.930		551.125	16.820	0	2	663.738
2003	22.640	22.640	269.182	95.387		280	210	432.982
2004	21.098	21.098	2.328	49.468		3.500	832	119.425
2005	10.264	10.264	135.766	59.331			435	226.326
2006	28.074	28.074	1.540	27.114			285	113.162
2007	1.607	1.607	725.696	267.108		0	1.564	999.189
2008	47.263	41.610	0	226.007	0	0	48	356.540
2009	271.328	261.589	0	13.142	6.843	0	112	814.574
2010	1.597	1.568	751.074	49.937	0	0	1.864	807.611
2011	89	89	945.709	40.581	0	0	1.617	988.169
2012	15.538	7.120	0	10.523	0	0	0	40.302
2013	638	638	0	37.284	0		1.910	41.111
2014	2.755	2.755		2.914				11.182
<b>TOTAL</b>	<b>897.418</b>	<b>873.579</b>	<b>2.831.297</b>	<b>3.483.279,6</b>	<b>62.198</b>	<b>734.243</b>	<b>9.349</b>	

Nota: Se incluyen dentro de los flujos de inversión tanto las operaciones de entidades de tenencia de valores (ETVE) como las no ETVE.

Fuente: DataInvex



**Tabla 7. Empresas canarias en África.**

Nombre	Sector	Número países instaladas	Fecha constitución	Fecha instalación	Tamaño
Africatour, S.L.	68	1	2014		Pequeña
Agadir internationale service, S.L.	55, 56	1			
Aguas e energia de Boavista, S.A.	35	1	1949		Mediana
Alucan Sarl, S.A.	41	2	1984	2011	Mediana
Aluvidros	41	1	1988	2005	
AM Commerce et Logistique, S.L.	50	1	1995		
Aparthotel PraiaBaixo	55, 56	1			
Asmande CV Jardinería, LDA. (S.L)	41	1	1995	2009	
Aster Sistemas, S.L.	42	1	1998		Pequeña
Batibaro Construction, S.L.	41	1			
BMG África	70	2		2015	
Boluda Lines, S.A.	50	4	1915		
Bucan, S.L.	55, 56,41	1	2004	2006	Micro
C&G, S.L.	70	1	1999	1999	Micro
Cabo Verde Atlantic Segur, S.L.	84	1	2006	2008	Micro
Caboten, S.L.	13, 15	1	2004	2015	Mediana
Canáfrica consorcio exportador, S.L.	41	1	2006		Mediana
Canary Feeder, S.L.	50	2	1971	2011	Micro
Canary Fly/Top Fly, S.L.	51	1	2009		Mediana
Canplástica (Filial de Canarias de plásticos, S.A.)	32	9	1979		Pequeña
Capital Country, S.L.	41	1	2011		Micro
Cetecal (Filial de Grupo Harinalia), S.L.	10,11,12	3	1946	2007	Mediana
CEU	55, 56,41	1	1935	2006	Mediana
CF-Cabrera Febles, Arquitectura, Paisaje Urbanismo S.L.P.	42	3	2008		Micro
Comercial Cofricave, LDA. (S.L.)	41	1	2001	2002	Micro
Consfal CV, S.L.	41	1	1988		Pequeña
Construcan, S.L.	41	1	2004	2004	Micro
Construcciones Carolina, S.L.	41	1	1990	2007	Mediana
Cororasa, S.A.	41	1	1985	1985	Mediana
Cosecan (Commerce Senegal Canaries), S.L.	10, 11,12	1	1997	2000	Pequeña
CVEA Cabo Verde Automoveis,LDA.	45	1	1935	2009	
CVTEC, S.L.	28	1	2011		Micro
Dataconf, S.L.	61	1	2000	2008	Micro
Distribución Albatros, S.A.	41	1	1987	2008	Mediana
El Bou Ragh (Filial de Transvimar), S.A.	49	1	1978		Micro
El Rincón Canario, S.L.	55, 56	1	1992		Micro
Electrica Maspalomas, S.A.	35, 41	1	1971	2008	Mediana
EMV Project Management	70, 42	1		2012	Pequeña
Eurosantana, S.L.	32, 46	1	2010	2015	

Expodigital, S.A.	58	1	1997	2015	Micro
Fitecan Sarl (Filial Palets Arinaga S.L)	32	1	2005	2013	Micro
Formed, S.A.	86	1		2009	
Frislaspalmas Maroc, S.L.	55, 56	1	1984	2008	Micro
Geoscala Consultores	42	4	2012		Micro
Gestion Alimentaire du Maroc, S.A.	10,11, 12	1	1995		
Gestión Massa	55, 56,41	1		2007	
Global Mauritanie, S.L.	49	1	2000	2008	Pequeña
Gold construction synergies, S.L.	41	1			
Golfinhos Yate, S.L.	55, 56	1	2001	2015	Micro
Grupo Gesfunana	55, 56	1		1995	
Grupo Numero uno, S.A.	13, 15	1	1975	2010	Grande
HV-Máquinas de juego y deportivas	55, 56	1		2009	
IMDIS CV, S.A,	46	1		2008	
Interfruit, S.L.	10, 11,12	1	1990	2009	Micro
Investimentos Atlántico, S.L.	41	1	2007		
ISBS (FOCAN), S.L.	85	1	1997	2008	Pequeña
Iscomar, S.A.	50	1	1979	2015	Mediana
IVC Inavacor	41, 28	1			
JET-SKI Club, S.L.	55, 56	1		2000	Micro
Kattekymas, S.A.	68	1	1993	2006	Micro
Khodari Peche, S.L.	03	1		2002	
Looking for development, S.L.	70	1	2008		Micro
Majorera Promociones, S.L.	41	1	2005	2007	Micro
Mária Mengual	70	1	2011		Pequeña
Maryvent	55, 56	1			Mediana
MMI Media Monitor Internacional	61, 70	1	1992	2008	Pequeña
Montecara (Filial de Clínica San Roque), S.A.	86	1	2000	2009	Mediana
Naviera Armas, S.A.	50	1	1966	2003	Grande
New Vending, S.L.	28	1	2006	2015	
Noroed, S.L.	41	1			
Novos Hotéis, SARL	41	1	1998		Pequeña
Panificadora de Tenerife, S.A.(Filial de Paybo)	10, 11,12	1	1985	2011	Mediana
Pedro Luis Darias, S.L.	41	1	1980	1994	Pequeña
Piedras Ornamentales Hergha, S.L.	37, 41	1	2008		Micro
Pinturas Banaka Mauritanie, S.A.	20	1	1996		
Plan B Group, S.L.	70, 85	3	2006		Micro
PROEXCA Sociedad Canaria de Fomento Economico, S.A.	70	1	2008		Mediana
Promogil, S.A.	55, 56,41	1	1989	2005	Mediana
Promotora Padron, S.L.	49, 45,41	1	2003		Pequeña
Promotora Santamar, S.A.	41	1		2007	
Proyectran, S.L.	70	2			
R&LB Engineering Consulting, S.L.	70	5		1997	Pequeña

Reco Cabo Verde, LDA. (S.L.)	61,62, 38	1		2008	
Refrimar, S.L.	28	1	1992	1993	Micro
Regie Immobiliere Mugnier & Cie	68	1	1959		Pequeña
Sampol, S.A.	35, 28	1	1934	1990	Mediana
Scuba Caribe Water Sport, S.L.	55, 56	1			Micro
Senegal Bajamar SARL	41	1	1980	2011	
Socoma, S.A.	41	1	1994		
Sopecasen (Societe de Peche canario-Senegalaise), S.A.	46	1	1974		Mediana
Sumipesca, S.A	03	1	1985	2008	Pequeña
Super Peintures (Filial de Palmcolor), S.L.	20, 41	1	1952	1994	Pequeña
Tataroust (Filial de Hotel Timoulay), S.L.	55, 56	1	1993	2001	Mediana
Tirma, S.A.	10, 11,12	9	1941	1990	Grande
Vas Cabo Verde, S.A. (Filial Domingo Alonso)(S.L.)	45	1		2003	
VH Agadir, S.L.	41	1			
Vicente Alonso, S.L.	55, 56,41	1	1966		Mediana
Volconsa Atlantic, S.A.	41	3	1974		Grande
Wasser, S.A.	70, 37	2	1984	1999	
Yara, S.A.	01	1	1989	1999	Mediana

\*Nota: Sectores económicos: Agricultura (01); Pesca y acuicultura (03); Industria de alimentación (10); Fabricación de bebidas (11); Industria del tabaco (12); Industria textil (13); Industria del cuero y calzado (15); Industria química (20); Maquinaria, bienes de equipo y productos industriales (28); Industria (32); Energía (incl. energías renovables) (35); Tratamiento de aguas y saneamiento (37); Tratamientos de residuos (38); Construcción y obra civil, infraestructuras (41); Arquitectura e ingeniería (42); Automoción (45); Comercialización (46); Transporte terrestre (49); Transporte marítimo (50); Transporte aéreo (51); Turismo (55), Hostelería y restauración (56); Material impreso, edición, artes gráficas y reprografía (58); NTIC (61); Equipamiento informático, electrónico y eléctrico (62); Servicios inmobiliarios (68); Consultoría, asistencia técnica (70); Defensa y seguridad (84); Formación y educación (12); Equipamiento médico y hospitalario, material sanitario (11). Se ha codificado conforme con el CNAE 2009.

\*\*Nota: Algunas de estas empresas mercantiles registradas pertenecen a un grupo empresarial mayor.

**Fuente: Elaboración propia a partir de Africainfomarket y la base de datos SABI**