

UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA  
FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO  
GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS  
CURSO 2019-2020

LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS  
CANARIAS:  
EL CASO DE LAS EXPORTACIONES.

THE INTERNATIONALIZATION OF CANARIAN  
COMPANIES:  
THE CASE OF EXPORTATIONS.

Autores:

Fernández Climent, Andrés.

Lorenzo Álvarez, Diego.

Tapia Moreno, Nahúm Jacob.

Tutora: Carmen Inés Ruíz de la Rosa.

Convocatoria: Junio 2020.

## **RESUMEN.**

En un mundo globalizado en el que gracias a la internacionalización empresarial cada vez existen menos barreras para lograr que productos y servicios lleguen desde cualquier parte del mundo, cobra especial relevancia estudiar cómo afecta este cambio a territorios más periféricos, como es el caso de Canarias. Por ello, mediante este trabajo se pretende estudiar la internacionalización de las empresas canarias que utilizan la estrategia de exportación. De esta forma, se han analizado los productos y destinos de exportación comparándolos con el caso de España, apreciando cierta similitud entre el territorio nacional y Canarias, destacando particularmente al continente africano y productos minerales en el caso insular. Además, se ha realizado un estudio de casos seleccionando una muestra de 13 empresas locales observando mayoritariamente que estas deciden exportar cuando se encuentran en auge económico y presentan un aumento en su volumen de inversión junto a una disminución de su liquidez.

**Palabras clave:** internacionalización, exportación, pymes, Canarias, España.

## **ABSTRACT.**

In a globalized world, thanks to business internationalization, there are fewer and fewer barriers to getting products and services from anywhere in the world. It is especially relevant to study how this change affects more peripheral territories, such as the Canary Islands. For this reason, this work aims to study this territory taking into account the export strategy. In this way, export products and destinations have been analyzed, comparing them with the national case, and appreciating certain similarities between territories, although specifically highlighting the African continent and mineral products in the insular case. In addition, it has carried out a case study selecting a sample of 13 local companies, mainly observing these export decisions when they are in an economic boom and present an increase in their investment volume together with a decrease in their liquidity.

**Key words:** internationalization, exportation, smes, Canary, Spain.

## ÍNDICE.

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1.INTRODUCCIÓN.....</b>   | <b>6</b>  |
| <b>2. CONTEXTUALIZACIÓN .....</b>  | <b>6</b>  |
| <b>2.1. EL CONCEPTO DE LA INTERNACIONALIZACIÓN.....</b>                          | <b>6</b>  |
| <b>2.2. INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES.....</b>                               | <b>8</b>  |
| <b>2.3. RASGOS DE LAS EMPRESAS INTERNACIONALIZADAS: EL CASO DE CANARIAS.....</b> | <b>9</b>  |
| <b>3. METODOLOGÍA .....</b>  | <b>11</b> |
| <b>4. RESULTADOS.....</b>  | <b>18</b> |
| <b>4.1. DATOS GENÉRICOS. ....</b>  | <b>18</b> |
| <b>4.2. DATOS ESPECÍFICOS.....</b>   | <b>21</b> |
| <b>4.2.1. Gran empresa.....</b>  | <b>21</b> |
| <b>4.2.2. Pequeña y Mediana Empresa.....</b>                                     | <b>22</b> |
| <b>4.2.3. Microempresa.....</b>  | <b>28</b> |
| <b>5. CONCLUSIONES.....</b>  | <b>30</b> |
| <b>6. LIMITACIONES.....</b>  | <b>31</b> |
| <b>7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>  | <b>33</b> |

## ÍNDICE DE GRÁFICOS.

|   |    |
|---|----|
| Ilustración 1. Desglose del comercio exterior por sectores económicos (2018).....   | 9  |
| Ilustración 2: Principales destinos de exportación española (2018).....             | 10 |
| Ilustración 3: Tipo de producto exportado España-Canarias (2018). ....              | 19 |
| Ilustración 4: Comparación exportaciones por continente España-Canarias (2018)..... | 20 |

## ÍNDICE DE TABLAS.

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1. Exportaciones Canarias por código TARIC (2018). ..... | 12 |
| Tabla 2. Exportaciones España por código TARIC (2018).....     | 13 |
| Tabla 3. Exportaciones por continentes (2018).....             | 14 |
| Tabla 4. Exportaciones por Países (2018). .....                | 15 |
| Tabla 5. Productos Exportados-Continentes.....                 | 16 |
| Tabla 6. Criterios dimensión de empresas.....                  | 18 |
| Tabla 7. Datos Servatur S.A. ....                              | 21 |
| Tabla 8. Datos Congelados Herbania S.A. ....                   | 23 |
| Tabla 9. Datos Aguas de Vilafior S.A. ....                     | 23 |
| Tabla 10. Datos Marcha S.A.....                                | 24 |
| Tabla 11. Datos Repuestos Uruguay S.A. ....                    | 24 |
| Tabla 12. Datos de Trasdisu S.L.....                           | 25 |
| Tabla 13. Datos de Repuestos Doral S.L.....                    | 26 |
| Tabla 14. Datos de Cash & Carry Food Broker S.L. ....          | 26 |
| Tabla 15. Datos de Codilamar S.L. ....                         | 27 |
| Tabla 16. Datos de Orthidal S.L.....                           | 28 |
| Tabla 17. Datos de Comercial Euluan S.A.....                   | 28 |
| Tabla 18. Datos de Superstore Fek S.A. ....                    | 29 |
| Tabla 19. Datos de Euroscrymo S.L. ....                        | 30 |

## **1.INTRODUCCIÓN.**

Tras la creciente importancia de la globalización en la que los intercambios comerciales entre países suponen una alternativa de expansión, surge la necesidad de adaptarse a esta nueva realidad para que las empresas crezcan más allá de sus fronteras. Este proceso de internacionalización y la capacidad creciente que tienen los países para exportar e importar les otorga a los mismos de una mayor posibilidad de mejora en competitividad, productividad y bienestar de la población. Se trata de un proceso que a pesar de ser universal no se ha desarrollado por igual geográficamente; y que no ha sido uniforme y homogéneo dentro de un mismo país. Es por ello por lo que esta necesidad de internacionalizarse se hace aún más notoria e interesante de observar en aquellos territorios con alta lejanía, poca dimensión e insularidad, como es el caso de Canarias, mercado de estudio de esta investigación.

Son varios los motivos que impulsan a las empresas a adoptar la internacionalización, dependiendo de si se pretenden aprovechar las oportunidades que presentan otros mercados o bien defenderse del mercado local. Existen a su vez distintas estrategias para llevar a cabo este proceso, ya sea estableciendo relaciones contractuales con el exterior, realizando inversiones o exportando. Esta última estrategia exportadora es la que se estudiará en profundidad debido a que representa la internacionalización gradual, principal forma de internacionalizarse en las pymes, dado que el territorio canario dispone de un 99,9% de empresas de esta dimensión.

Para la realización de este estudio se aplicarán dos tipos de enfoques que permitan explicar cuál es la estructura de las empresas exportadoras. Por un lado, se analizará de manera generalizada los principales destinos y tipos de productos exportados por las empresas canarias, y, por otro lado, de manera más específica, se observará un estudio de caso con una muestra de 13 empresas, de las que se analizarán sus principales características e indicadores económicos. Todo ello se someterá a una ligera comparación con el territorio nacional español en busca de similitudes y diferencias.

## **2. CONTEXTUALIZACIÓN.**

### **2.1. EL CONCEPTO DE LA INTERNACIONALIZACIÓN.**

La internacionalización empresarial es el proceso por el cual una empresa comienza a ser partícipe de la globalización, enfocando sus actividades totales o parciales hacia un entorno internacional que a su vez genere diversos flujos (comerciales, financieros o de conocimiento) entre los distintos países. Para ello, la nueva realidad a la que se enfrentan estas empresas llevará a replantearse las estrategias existentes considerando tanto los recursos y capacidades de la empresa como las oportunidades y amenazas del entorno ya que habrá que adaptarse al mercado internacional al que se dirija (Araya, 2009).

Según Canals (1994) existen diversos tipos de empresas internacionales, destacando principalmente la empresa exportadora; la empresa multinacional; la empresa global y la empresa transnacional. Respecto a la empresa exportadora, ésta se relaciona estrechamente con los primeros pasos que realizan las empresas de carácter familiar, las cuales comienzan con exportaciones puntuales hacia mercados exteriores manteniendo de igual forma la centralización de sus actividades en el país de origen. En cuanto a la empresa multinacional, se busca explotar

de forma interna aquella ventaja competitiva que impere en la empresa (un producto, una tecnología o un proceso) y tratar de implantarla en el extranjero mediante filiales. En relación a la empresa global, se caracteriza por su enorme peso en las operaciones internacionales dentro de la propia empresa, su alta concentración de actividades en el país de origen (centralización) y por implantar una estrategia corporativa común entre sus filiales, pero adaptándose a cada mercado y país. Por último, la empresa transnacional trata de ofrecer sus servicios a los mercados locales y ser capaz de informar a la organización aquellas experiencias que hayan surgido en cada uno de estos mercados para lograr la eficiencia máxima.

Existen numerosas razones por las que las empresas deciden aventurarse en la internacionalización, pero lo que está claro es que dependerá del riesgo que ésta decida asumir, los recursos que se planteen emplear y el control que quiera ejercer en el exterior. Tradicionalmente según la literatura, se han contemplados dos motivos principales por los que las empresas deciden adoptar las estrategias de internacionalización, siendo estos de carácter ofensivos y defensivos. Los motivos ofensivos son aquellos que surgen cuando una empresa tiene el interés de aprovechar sus fortalezas y oportunidades para abarcar nuevos mercados fuera de sus fronteras y de esta forma aumentar su cuota de mercado. Por otro lado, los motivos defensivos, surgen bajo la necesidad de “sobrevivir” a un mercado interno muy competitivo y a fuertes presiones internas (políticas, sociales, ...), pudiendo lograr así unos costes de producción más bajos o una estructura de productiva más eficiente (García y García, 2019).

En principio, existen tres estrategias para servir a los mercados internacionales (Medina, 2005): exportar, relación contractual con el exterior, realizar directamente inversiones propias.

En primer lugar, tenemos la exportación, la cual es la forma más común de internacionalización y la que menor inversión requiere en comparación con las otras. Se realiza de manera indirecta, donde los productos y/o servicios llegan al exterior por medio de una tercera empresa que es la que en realidad está exportando; o de manera directa, cuando la propia empresa que fabrica productos o presta el servicio asume la responsabilidad gestionar la exportación en su totalidad, tanto en el país de origen como el de destino (Medina, 2005).

Por otro lado, tenemos la relación contractual con el exterior en la cual se ceden determinados derechos a otra empresa, ubicada en otro país, quedando este obligado a las condiciones del contrato y a una retribución económica acordada. Para la realización de esta estrategia existen varias formas de expandirse dependiendo del grado de libertad concedido por parte de la empresa importadora y en la responsabilidad que asume la empresa situada en el país de destino. Se puede ver materializada de distintas formas, destacando, el uso de licencias en la cuales solo se podrán realizar las actividades acordadas en las mismas; o las franquicias, en las que el franquiciador se hace responsable de la marca u otros aspectos estratégicos de los productos o procesos que se han franquiciado (Medina, 2005).

Es interesante mencionar el creciente interés de obtener adquisiciones y filiales de plena propiedad como forma de internacionalizarse. No obstante, en los años de crisis financiera y económica, se ven aumentadas las concesiones administrativas y los acuerdos de cooperación en detrimento de las primeras (García, Guillén y Valdés, 2012).

Y por último la inversión externa, la cual implica la inversión de mucho dinero en el país de destino buscando internacionalizarse a largo plazo. Se puede realizar plantando una oficina de representación en el exterior, extendiendo la propia empresa en el mercado de destino para representar sus intereses en dicho país; por medio de un acuerdo de joint-venture en el exterior entre varias empresas; o adquiriendo (o creando) una nueva empresa en el país objetivo (Medina, 2005)

## **2.2. INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES.**

Aproximadamente el 99,9% de empresas que forman parte del tejido empresarial canario se trata de Pequeñas y Medianas Empresas (Secretaría General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa, 2018). Por esta razón, parece lógico hacer una mención acerca de la forma que tienen éstas de internacionalizarse y las barreras que se encuentran, puesto que en el estudio que realizaremos para analizar el cómo afecta la internacionalización a las empresas canarias, escogeremos principalmente empresas con esta dimensión.

Respecto a las formas de internacionalizarse, estas empresas eligen por norma general dos modos, o bien siguiendo un proceso de internacionalización gradual, o bien llevando una internacionalización acelerada. Debido a la forma en la que llevaremos a cabo la metodología (utilizando años anteriores a cuando se internacionalizó la empresa y años posteriores) cabe mencionar brevemente la internacionalización acelerada, la cual llevan a cabo las empresas que comienzan a exportar desde su creación o poco después mediante inversión externa (joint-ventures o born globals) lo que no nos permitiría ver la situación económica de la empresa antes de realizar esta apuesta por el exterior (Cancino, 2009).

Las empresas que se internacionalizan gradualmente son aquellas que tardan unos años entre su creación y su primera relación con el exterior, utilizando una estrategia de exportación, siendo ésta una de las formas más utilizadas por las pymes (Wolf y Pett, 2000). Lo que caracteriza a estas empresas es que primero deciden focalizarse en su mercado doméstico para aprender sobre sus características y operaciones de negocio y posteriormente una vez manejan sus recursos y capacidades deciden comenzar su actividad exportadora en mercados geográfica y culturalmente próximos, ya que son los que menos diferencias presentan respecto al mercado de origen, de forma que no tiene que asumir unos grandes costes de adaptación y de gestión en el exterior (Cancino, 2009).

En cuanto a las barreras de entrada diferenciaremos entre los obstáculos relacionados con las dimensiones de la empresa, en concreto las pymes, y las adversidades vinculadas con la situación geográfica e insular de Canarias.

En primer lugar, en relación a las barreras asociadas al tamaño de las pymes, podemos diferenciar dos aspectos causales. Por un lado, existen limitaciones de carácter financiero, ya que estas empresas se encuentran con dificultades para financiar su actividad productiva, además de poder dedicar menos esfuerzos de cara al desarrollo de su actividad internacional (materia promocional) y de disponer de menos recursos de financiación que ofrecer a sus clientes extranjeros para que éstos a su vez financien sus compras. Este aspecto se puede observar también en la prudencia que tienen las pymes en el envío de suministros a clientes extranjeros, donde no se analiza tan

detenidamente la seriedad de los clientes aumentando la probabilidad de morosidad, por la mayor necesidad que se tiene de aceptar la operación como consecuencia del tamaño económico financiero de las pymes. Por otro lado, existen obstáculos vinculados con los recursos humanos, donde una formación inadecuada del personal que gestiona las actividades internacionales puede producir una pérdida de clientes potenciales. Un ejemplo de ello puede ser la construcción de una página web en español traducida a otro idioma sin ser de elaboración propia y que no recoja los contenidos de forma comprensible para clientes extranjeros (Fanjul, 2014).

En segundo lugar, las barreras de canarias referidas a la región ultraperiféricas. Entre ellas se encuentra una lejanía extrema y una doble insularidad que limitan la accesibilidad geográfica siendo el obstáculo principal para la libre circulación de bienes, dando lugar a mayores costes de transporte, logística y almacenamiento entre otros (Solbes, 2011). Esta distancia origina problemas, como el respetar las unidades mínimas de carga en el transporte marítimo, provocando una mayor dificultad para las empresas más pequeñas que no llegan a cubrir con sus exportaciones estas medidas, llevándolas a unirse en asociaciones de pequeños empresarios para así reducir el coste de transporte (Cáceres *et al.* 2018). Estas circunstancias afectan particularmente a las islas menores, que además de asumir estos costes de transporte y carga se les suman unos gastos de transporte marítimo interinsular en su mayoría. Como bien menciona Cáceres *et al.* (2018) “En el caso del transporte en contenedores, la fruta procedente de Tenerife puede ir directamente a la Península, mientras que la cosechada en Fuerteventura pasa primero por Gran Canaria”.

Por otro lado, es cierto que no hay barreras arancelarias entre los países de la UE debido a que forman un territorio único a efectos aduaneros, pero evidentemente sí supone una barrera el arancel que los demás países le imponen al conjunto de la UE, a pesar de que es igual para el conjunto de estos, incluyendo a Canarias (Comisión Europea).

### 2.3. RASGOS DE LAS EMPRESAS INTERNACIONALIZADAS: EL CASO DE CANARIAS.

A lo largo de los años se ha producido un importante aumento de la internacionalización, en todos los países y todos los sectores, aunque sin lugar a duda el sector que mayor crecimiento ha tenido es el de servicios, especialmente los regulados (García, Guillén y Valdés, 2012).

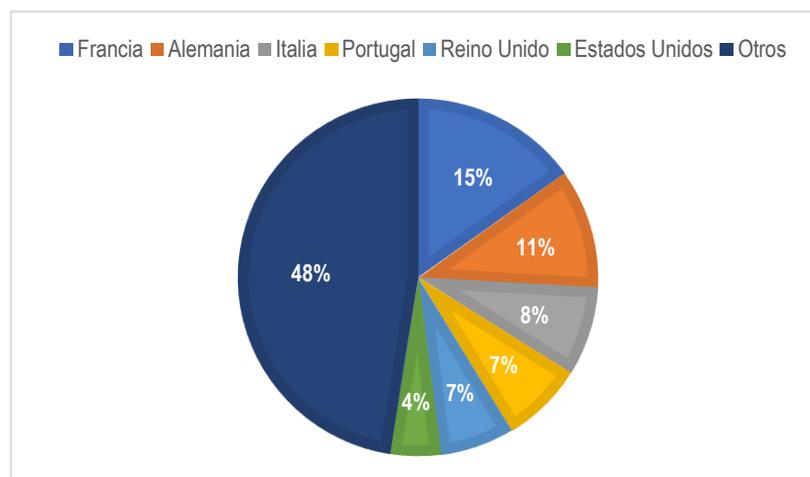
#### **Ilustración 1. Desglose del comercio exterior por sectores económicos (2018)**



**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos de la Secretaría de Estado de Comercio

Mediante la ilustración 1 se puede apreciar que, a nivel nacional vemos que los sectores con un mayor peso en las exportaciones son los bienes de equipo con un 20%; alimentación, bebidas y tabaco con un 16,1%; el sector de automóvil con un 15,6%; y productos químicos con un 14,3%. Los principales destinos de las exportaciones españolas son europeos, tratándose del 65.6% en el año 2018. Dentro de la Unión Europea destaca Francia (15,1%) y Alemania (10,8%). En el resto de los destinos (34,4%) encontramos que un 4,5% de las exportaciones se dirigen a Estados Unidos, un gran porcentaje si tenemos en cuenta la gran distancia entre ambos países. Del informe también podemos extraer que las ventas a África suponen el 6,5% del total, las exportaciones españolas a América del Norte (5,1% del total) y a Asia, excluyendo Oriente Medio (6,3% del total). Todos estos datos porcentuales están sacados sobre la base del valor en € de las exportaciones y se muestran en la ilustración 2 (Secretaría de Estado de Comercio, 2018).

**Ilustración 2: Principales destinos de exportación española (2018)**



**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos de la Secretaría de Estado de Comercio

La expansión de las empresas canarias fuera del archipiélago se ha producido a lo largo de todo el mundo, no obstante, el principal destino de estas es Europa, seguida de las regiones de África y de América, siendo los sectores económicos más exportadores los de productos energéticos y alimenticios (Martín, 2015).

A la vista de la revisión de la literatura que hemos realizado, observamos que existen una multitud de artículos que estudian la internacionalización empresarial. En concreto, se enfocan hacia el ámbito internacional, nacional e incluso insular, pero desde un punto de vista sectorial o parcial, no a nivel general. Por ejemplo, se han realizado varios artículos estudiando la expansión de las empresas canarias en alguna zona en concreto (Soto y Suárez, 2017) basando su estudio en la expansión de las empresas canarias hacia Cabo Verde, o se centran en análisis de sectores particulares (García y García, 2019), que basan su análisis en las empresas de base tecnológica.

A pesar de todos los artículos anteriormente referenciados y el resto de la literatura revisada, no se ha encontrado ningún estudio que se focalice en la realidad de las empresas canarias internacionalizadas. Por esta razón el objetivo de este trabajo será el de realizar un análisis de un conjunto de empresas canarias seleccionadas, estudiando los principales sectores y destinos a

los que van dirigidas las operaciones, concretamente las exportaciones; además de ver cómo afecta en determinados indicadores económicos dicha estrategia.

### 3. METODOLOGÍA

Con el objetivo de investigar la internacionalización de las empresas canarias se ha hecho uso de una metodología similar a la empleada por otros autores como Serrano J. *et al.* (2019), en la cual se estudia la situación económica-financiera de las empresas antes y después de afrontar el proceso de internacionalización. Sin embargo, lo que difiere entre ambos trabajos es el ámbito de aplicación, siendo el de dicho autor el territorio nacional español y no el insular canario como es el caso.

Para la realización de este estudio se ha tomado una muestra de empresas canarias que han iniciado un proceso de internacionalización por medio de la estrategia de exportación en los últimos años en base a los datos que figuran en la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España. Arteaga (2008) afirma que la estrategia más utilizada por las empresas canarias es la exportación, debido principalmente a que esta es la que permite entrar a los mercados con un menor esfuerzo y riesgo, aunque hay un bajo control de las operaciones y también un menor beneficio si se compara con las inversiones directas. Por ello, la base de datos utilizada es la ideal para acercarse a la realidad de las empresas internacionalizadas canarias, ya que los datos que ofrece son exclusivamente acerca de sus exportaciones.

Antes de continuar, es pertinente definir el concepto de empresa canaria para poder entender a qué se refiere el término en la metodología. Se considerará empresa canaria a aquellas que tengan su domicilio social en el archipiélago y esté inscrita en cualquiera de sus registros.

A partir de ahí se han seguido dos caminos para enfocar el estudio, teniendo en cuenta las carencias en la literatura, como se mencionaba anteriormente.

Por un lado, se han obtenido datos genéricos de todas las empresas canarias que han exportado en el año 2018, estudiando primero los principales sectores de exportación mediante la base de datos de DataComex, y después el destino de las exportaciones, utilizando la base de datos de la Cámara Oficial de Comercio (59 empresas).

A través de DataComex, se han obtenido el valor de las exportaciones de canarias en 2018 y los productos enviados según su capítulo de clasificación TARIC, como se observa en la Tabla 1. Para analizar mejor el total de los datos, se agruparon los distintos capítulos según las secciones establecidas en el Reglamento de Ejecución 2018/1602 de la Comisión Europea, obteniendo así el valor total de las 21 secciones. A continuación, se calculó el peso individual de cada una de estas secciones con respecto al peso total, expresando su valor en porcentaje, pudiendo ordenar así las secciones de mayor a menor peso.

**Tabla 1. Exportaciones Canarias por código TARIC (2018).**

|    | <b>EXPORTACIONES CANARIAS</b>  | <b>VALOR (MILES €)</b> | <b>%</b>       |
|----|--|------------------------|----------------|
| 1  | Animales vivos y productos del reino animal  | 49.275,71              | 1,69%          |
| 2  | Productos del reino vegetal  | 78.412,20              | 2,70%          |
| 3  | Grasas y aceites animales o vegetales; productos de su desdoblamiento; grasas alimenticias elaboradas; ceras de origen animal o vegetal  | 3.831,55               | 0,13%          |
| 4  | Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados   | 114.381,91             | 3,93%          |
| 5  | Productos minerales  | 1.225.574,60           | 42,16%         |
| 6  | Productos de las industrias químicas o de las industrias conexas   | 94.986,78              | 3,27%          |
| 7  | Plástico y sus manufacturas; caucho y sus manufacturas   | 11.386,39              | 0,39%          |
| 8  | Pieles, cueros, peletería y manufacturas de estas materias; artículos de talabartería o guarnicionería; artículos de viaje, bolsos de mano (carteras) y continentes similares; manufacturas de tripa   | 6.174,88               | 0,21%          |
| 9  | Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera; corcho y sus manufacturas; manufacturas de espartería o cestería  | 1.142,64               | 0,04%          |
| 10 | Pasta de madera o de las demás materias fibrosas celulósicas; papel o cartón para reciclar (desperdicios y desechos); papel o cartón y sus aplicaciones  | 31.789,03              | 1,09%          |
| 11 | Materias textiles y sus manufacturas   | 25.747,56              | 0,89%          |
| 12 | Calzado, sombreros y demás tocados, paraguas, quitasoles, bastones, látigos, fustas y sus partes; plumas preparadas y artículos de plumas; flores artificiales; manufacturas de cabello  | 4.664,49               | 0,16%          |
| 13 | Manufacturas de piedra, yeso fraguable, cemento, amianto (asbesto), mica o materias análogas; productos cerámicos; vidrio y sus manufacturas   | 16.698,18              | 0,57%          |
| 14 | Perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, chapados de metal precioso (plaqué) y manufacturas de estas materias; bisutería; monedas  | 4.632,98               | 0,16%          |
| 15 | Metales comunes y manufacturas de estos metales  | 42.505,56              | 1,46%          |
| 16 | Máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imágenes y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos                     | 209.595,38             | 7,21%          |
| 17 | Material de transporte   | 248.304,80             | 8,54%          |
| 18 | Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida, control o precisión; instrumentos y aparatos medicoquirúrgicos; aparatos de relojería; instrumentos musicales; partes y accesorios de estos instrumentos o aparatos | 28.479,42              | 0,98%          |
| 19 | Armas, municiones, y sus partes y accesorios   | 163,15                 | 0,01%          |
| 20 | Mercancías y productos diversos  | 7.265,66               | 0,25%          |
| 21 | Objetos de arte o colección y antigüedades   | 702.187,81             | 24,15%         |
|    | <b>TOTAL</b>   | <b>2.907.200,68</b>    | <b>100,00%</b> |

**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos de Datacomex (2018).

Este mismo proceso se realizó con los datos de exportación de España en su conjunto para su posterior análisis comparativo con la comunidad canaria, mostrados en la tabla 2. Esto se realizará para comprobar si Canarias sigue el patrón español o más bien se desvincula de este.

**Tabla 2. Exportaciones España por código TARIC (2018).**

|    | EXPORTACIONES ESPAÑA   | VALOR (MILES €)       | %             |
|----|--|-----------------------|---------------|
| 1  | Animales vivos y productos del reino animal  | 11.187.297,60         | 3,92%         |
| 2  | Productos del reino vegetal  | 17.277.726,63         | 6,06%         |
| 3  | Grasas y aceites animales o vegetales; productos de su desdoblamiento; grasas alimenticias elaboradas; ceras de origen animal o vegetal  | 4.349.772,84          | 1,52%         |
| 4  | Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados   | 14.756.081,63         | 5,17%         |
| 5  | Productos minerales  | 22.720.829,99         | 7,96%         |
| 6  | Productos de las industrias químicas o de las industrias conexas   | 29.665.096,20         | 10,40%        |
| 7  | Plástico y sus manufacturas; caucho y sus manufacturas   | 14.961.512,30         | 5,24%         |
| 8  | Pieles, cueros, peletería y manufacturas de estas materias; artículos de talabartería o guarnicionería; artículos de viaje, bolsos de mano (carteras) y continentes similares; manufacturas de tripa                                 | 1.945.580,51          | 0,68%         |
| 9  | Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera; corcho y sus manufacturas; manufacturas de espartería o cestería  | 1.870.398,17          | 0,66%         |
| 10 | Pasta de madera o de las demás materias fibrosas celulósicas; papel o cartón para reciclar (desperdicios y desechos); papel o cartón y sus aplicaciones  | 5.043.272,15          | 1,77%         |
| 11 | Materias textiles y sus manufacturas   | 16.221.891,66         | 5,69%         |
| 12 | Calzado, sombreros y demás tocados, paraguas, quitasoles, bastones, látigos, fustas y sus partes; plumas preparadas y artículos de plumas; flores artificiales; manufacturas de cabello  | 2.954.163,86          | 1,04%         |
| 13 | Manufacturas de piedra, yeso fraguable, cemento, amianto (asbesto), mica o materias análogas; productos cerámicos; vidrio y sus manufacturas   | 6.374.696,47          | 2,23%         |
| 14 | Perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, chapados de metal precioso (plaqué) y manufacturas de estas materias; bisutería; monedas  | 1.749.117,91          | 0,61%         |
| 15 | Metales comunes y manufacturas de estos metales  | 24.759.979,03         | 8,68%         |
| 16 | Máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imágenes y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos           | 37.278.317,13         | 13,07%        |
| 17 | Material de transporte   | 55.734.009,75         | 19,54%        |
| 18 | Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida, control o precisión; instrumentos y aparatos médicos; aparatos de relojería; instrumentos musicales; partes y accesorios de estos instrumentos o aparatos | 3.276.202,26          | 1,15%         |
| 19 | Armas, municiones, y sus partes y accesorios   | 510.528,27            | 0,18%         |
| 20 | Mercancías y productos diversos  | 5.621.049,84          | 1,97%         |
| 21 | Objetos de arte o colección y antigüedades   | 7.003.017,10          | 2,45%         |
|    | <b>TOTAL</b>   | <b>285.260.541,30</b> | <b>100,00</b> |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Datacomex (2018).

Los datos canarios de exportación obtenidos por el DataComex se han contrastado con los datos de exportación conjuntos de cada una de las 59 empresas exportadoras canarias en 2018 obtenidos en la Cámara Oficial de Comercio, para cerciorar que efectivamente tienen el mismo resultado.

Por medio de la Cámara Oficial de Comercio se obtendrán los datos relativos al destino de las exportaciones de las empresas canarias que quedan recogidos en la tabla 3. Se ha obviado los datos que no tenían un destino claro, y que se clasificaban en la Cámara Oficial de Comercio como “indeterminados”, es por ello que el valor en € del total de los sectores y el de destino no coinciden. Se han agrupado los destinos por continentes y se ha calculado su peso relativo en porcentaje en el conjunto.

Estos se clasificaban en tres unidades de medida diferentes: peso en miles de KG, valor en miles de € y número de operaciones. Aunque, en el estudio se le dará mayor importancia al valor en miles de €.

**Tabla 3. Exportaciones por continentes (2018).**

|                | VALOR<br>(MILES DE<br>€) | VALOR<br>(%) | PESO (MILES<br>DE KG) | PESO<br>(%) | NÚMERO DE<br>OPERACIONES | NÚMERO DE<br>OPERACIONES<br>(%) |
|----------------|--------------------------|--------------|-----------------------|-------------|--------------------------|---------------------------------|
| <b>Europa</b>  | 392.132,74               | 46,46%       | 206.111,25            | 30,62%      | 34.033                   | 43,59%                          |
| <b>África</b>  | 262.394,86               | 31,09%       | 411453,78             | 61,12%      | 23.765                   | 30,44%                          |
| <b>Asia</b>    | 61.914,10                | 7,34%        | 33.778,13             | 5,02%       | 7.425                    | 9,51%                           |
| <b>América</b> | 113.981,01               | 13,50%       | 21.022,24             | 3,12%       | 10.884                   | 13,94%                          |
| <b>Oceanía</b> | 13.641,01                | 1,62%        | 865,21                | 0,13%       | 1.971                    | 2,52%                           |
| <b>Total</b>   | 844.063,72               | 100          | 673.230,61            | 100         | 78.078                   | 100                             |

**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos de la Cámara Oficial de Comercio (2018).

Luego, se ha profundizado más en cada continente obteniendo los principales países a los que se exportan dentro de cada uno, reflejados en la tabla 4. Se han tomado los principales países a los que se exporta en valor de €, aunque también se han seleccionados aquellos que representan un gran porcentaje en el peso en KG o en el número de operaciones realizadas. Cabe mencionar que no se ha escogido ningún país ni de Asia ni de Oceanía debido al escaso peso que representan. El porcentaje de las distintas variables se ha obtenido sobre el total de las exportaciones, previa deducción de los valores procedentes de los países “indeterminados” antes mencionados.

**Tabla 4. Exportaciones por Países (2018).**

| CONTINENTES | PAÍSES                    | VALOR EN MILES DE € (%) | PESO EN MILES DE KG (%) | NÚMERO DE OPERACIONES (%) |
|-------------|---------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------------------|
| África      | Senegal                   | 12,22%                  | 27,30%                  | 1,46%                     |
|             | Cabo verde                | 3,33%                   | 1,09%                   | 12,06%                    |
| América,    | Groenlandia               | 6,05%                   | 0,64%                   | 0,00%                     |
|             | Estados Unidos de América | 4,16%                   | 0,33%                   | 6,76%                     |
| Europa,     | Noruega                   | 9,15%                   | 1,03%                   | 0,61%                     |
|             | Países Bajos              | 8,21%                   | 5,20%                   | 8,07%                     |
|             | Reino Unido               | 7,39%                   | 4,91%                   | 6,57%                     |
|             | Portugal                  | 3,32%                   | 15,07%                  | 2,09%                     |
|             | Alemania                  | 3,20%                   | 0,46%                   | 5,88%                     |
|             | Francia                   | 5,14%                   | 0,33%                   | 5,52%                     |
|             | Italia                    | 2,40%                   | 1,10%                   | 3,19%                     |

**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos de la Cámara Oficial de Comercio (2018).

Además de utilizar esta última base de datos para conocer el destino de las exportaciones canarias, también se ha utilizado para ver qué tipo de producto es el que se envía a cada continente. Para ello, se obtuvieron los datos del valor exportado, clasificados en capítulos TARIC, de cada uno de los continentes por separado. A continuación, se agruparon todos los datos en un solo documento, clasificando el total de las exportaciones a cada continente en capítulos, y luego en sus secciones TARIC, para así lograr observar y analizar el conjunto de datos mejor y conocer de una manera más sencilla qué es lo que se envía a cada destino, como se aprecia en la Tabla 5.

Tabla 5. Productos Exportados-Continentes.

| SECCIÓN | ÁFRICA                |             | AMÉRICA               |             | ASIA                 |             | EUROPA                |             | OCEANÍA              |             |
|---------|-----------------------|-------------|-----------------------|-------------|----------------------|-------------|-----------------------|-------------|----------------------|-------------|
|         | VALOR (€)             | %           | VALOR (€)             | %           | VALOR (€)            | %           | VALOR (€)             | %           | VALOR (€)            | %           |
| 1       | 9.678.641,41          | 3,69%       | 6.041.545,28          | 5,30%       | 10.733.019,36        | 17,34%      | 22.332.617,76         | 5,70%       | 6.078,39             | 0,04%       |
| 2       | 4.116.180,52          | 1,57%       | 8.107.490,21          | 7,11%       | 3.598.971,26         | 5,81%       | 62.398.197,66         | 15,91%      | 9.531,00             | 0,07%       |
| 3       | 265.065,85            | 0,10%       | 17.821,78             | 0,02%       | 96.102,18            | 0,16%       | 3.119.994,51          | 0,80%       | 0,00                 | 0,00%       |
| 4       | 19.368.459,96         | 7,38%       | 2.633.521,60          | 2,31%       | 2.781.962,91         | 4,49%       | 6.533.927,07          | 1,67%       | 22.089,80            | 0,16%       |
| 5       | 118.979.246,47        | 45,34%      | 755.038,70            | 0,66%       | 36.090,00            | 0,06%       | 779.925,16            | 0,20%       | 10.305,35            | 0,08%       |
| 6       | 4.259.765,31          | 1,62%       | 5.323.164,83          | 4,67%       | 11.007.394,39        | 17,78%      | 39.654.111,70         | 10,11%      | 14.233,80            | 0,10%       |
| 7       | 4.688.802,29          | 1,79%       | 928.965,99            | 0,82%       | 483.103,00           | 0,78%       | 1.666.093,71          | 0,42%       | 856,03               | 0,01%       |
| 8       | 100.536,64            | 0,04%       | 1.108.726,24          | 0,97%       | 2.255.606,39         | 3,64%       | 1.770.814,91          | 0,45%       | 76.508,45            | 0,56%       |
| 9       | 650.200,36            | 0,25%       | 8.185,18              | 0,01%       | 21.320,62            | 0,03%       | 113.802,38            | 0,03%       | 0,00                 | 0,00%       |
| 10      | 13.992.673,96         | 5,33%       | 4.419.436,72          | 3,88%       | 784.679,64           | 1,27%       | 11.826.734,49         | 3,02%       | 0,00                 | 0,00%       |
| 11      | 6.348.097,14          | 2,42%       | 1.963.741,79          | 1,72%       | 1.420.727,82         | 2,29%       | 5.302.238,21          | 1,35%       | 135.282,39           | 0,99%       |
| 12      | 770.211,68            | 0,29%       | 772.297,50            | 0,68%       | 730.983,67           | 1,18%       | 2.098.856,52          | 0,54%       | 70.750,63            | 0,52%       |
| 13      | 13.691.110,30         | 5,22%       | 412.416,42            | 0,36%       | 143.203,96           | 0,23%       | 1.637.557,42          | 0,42%       | 0,00                 | 0,00%       |
| 14      | 828,98                | 0,00%       | 20.471,82             | 0,02%       | 2.114.586,43         | 3,42%       | 2.119.619,91          | 0,54%       | 1.060,03             | 0,01%       |
| 15      | 5.280.949,49          | 2,01%       | 1.399.509,48          | 1,23%       | 1.813.687,31         | 2,93%       | 21.240.165,85         | 5,42%       | 12.560,77            | 0,09%       |
| 16      | 23.791.890,01         | 9,07%       | 20.510.672,92         | 17,99%      | 1.962.354,05         | 3,17%       | 53.321.233,96         | 13,60%      | 13.121.428,95        | 96,19%      |
| 17      | 33.411.891,17         | 12,73%      | 53.015.796,66         | 46,51%      | 18.647.696,77        | 30,12%      | 137.971.502,16        | 35,18%      | 34.409,42            | 0,25%       |
| 18      | 686.414,66            | 0,26%       | 4.134.136,43          | 3,63%       | 2.679.715,13         | 4,33%       | 12.080.596,37         | 3,08%       | 49.678,19            | 0,36%       |
| 19      | 0,00                  | 0,00%       | 0,00                  | 0,00%       | 0,00                 | 0,00%       | 163.150,34            | 0,04%       | 0,00                 | 0,00%       |
| 20      | 1.996.898,21          | 0,76%       | 826.679,18            | 0,73%       | 159.422,82           | 0,26%       | 2.437.477,80          | 0,62%       | 968,07               | 0,01%       |
| 21      | 316.995,32            | 0,12%       | 1.581.394,76          | 1,39%       | 443.470,46           | 0,72%       | 3.564.122,91          | 0,91%       | 75.264,04            | 0,55%       |
|         | <b>262.394.859,73</b> | <b>100%</b> | <b>113.981.013,49</b> | <b>100%</b> | <b>61.914.098,17</b> | <b>100%</b> | <b>392.132.740,80</b> | <b>100%</b> | <b>13.641.005,31</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Cámara Oficial de Comercio (2018).

Por otro lado, a partir de la Cámara Oficial de Comercio, se han conseguido datos más específicos para realizar un estudio de casos, seleccionando una muestra de 13 empresas canarias que en los años recientes han apostado por una estrategia de exportación.

Concretamente, se han seleccionado aquellas empresas que comenzaron a exportar entre los años 2012 y 2018, variando los años de inicio de la internacionalización de unas a otras. Tras la elección de la muestra, se ha obtenido información relativa al resultado del ejercicio, ingresos de explotación, volumen de inversión y otros indicadores económicos como el ratio de liquidez y rentabilidad económica, a partir de la base de datos del Sistema de Análisis de Balances Ibéricos (SABI). Para su posterior análisis, conviene definir cada uno de estos términos, así como las fórmulas utilizadas para su cálculo.

- Resultado del ejercicio. Se trata del excedente (ganancias o pérdidas) obtenido por diferencias entre los ingresos y los costes durante un determinado periodo de tiempo.
- Ingresos de explotación. Sumatorio de los precios por producto en función de la cantidad vendida de los mismos (únicamente los procedentes de la actividad ordinaria de la empresa)
- Volumen de inversión. Es la parte del gasto no incorporada al proceso productivo y que, por tanto, queda como remanente para ejercicios sucesivos; figura en el balance de final del ejercicio la parte no consumida. En este trabajo se considerará solamente la inversión en inmovilizado (material, inmaterial y otros activos fijos)
- Ratio de liquidez. Pretende representar si la empresa es capaz de hacer frente o no a sus deudas en el corto plazo, mediante su activo corriente.

$$\text{Liquidez a corto plazo} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

Los datos obtenidos de este ratio tendrán una interpretación en función del intervalo por el que oscile, pudiendo ser:

<1 → La empresa está en una situación de insolvencia

1-3 → La empresa posee liquidez, es capaz de hacer frente a sus obligaciones más inmediatas con su activo corriente.

>3 → La empresa tiene un exceso de recursos en derechos de cobro, tesorería o existencias. Es decir, dispone de “recursos ociosos”

- Rentabilidad económica. Indica la relación entre la inversión y el beneficio obtenido sin tener en cuenta el endeudamiento que ha sido necesario. Es decir, cuánto están ganando por cada euro invertido.

$$\text{R. E} = \frac{\text{Beneficio antes de impuestos} + \text{Gastos financieros}}{\text{Activo total}} \times 100$$

Teniendo en cuenta los indicadores nombrados, se han observado los tres años anteriores y los años posteriores disponibles, para así analizar el impacto que tiene este esfuerzo realizado en la cuenta de resultados, además de conocer las principales características de las empresas que deciden optar por internacionalizarse. Para ello, se han agrupado las empresas en función de su dimensión, diferenciando entre Gran empresa; Pequeña y Mediana Empresa (pyme); y Microempresa. El criterio utilizado para determinar si una empresa pertenece a una dimensión u otra es el cumplir al menos 2 de los límites mostrados en la Tabla 6.

**Tabla 6. Criterios dimensión de empresas.**

| Dimensión                 | Nº de trabajadores | Volumen de ventas | Balance general |
|---------------------------|--------------------|-------------------|-----------------|
| Microempresas             | Hasta 10           | < 2.000.000 €     | < 2.000.000 €   |
| Pequeña y Mediana Empresa | Hasta 250          | < 50.000.000 €    | < 43.000.000 €  |
| Gran empresa              | + 250              | + 50.000.000 €    | + 43.000.000 €  |

**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos del reglamento de la comisión de la UE.

Es importante conocer que no se han escogido empresas que comenzaran a exportar antes del 2012 ya que, a la hora de observar la información económico-financiera en base a los tres años anteriores de internacionalizarse, no sería representativo para el objetivo de esta investigación el que algunos de los datos fueran recogidos en los años de la crisis del 2008 por la incidencia que tuvo este hecho en el tejido empresarial. Este hecho podría limitar una interpretación fiable de los datos observados, ya que no se sabría si la recuperación o declive de las empresas viene influenciado por dicho periodo de inestabilidad.

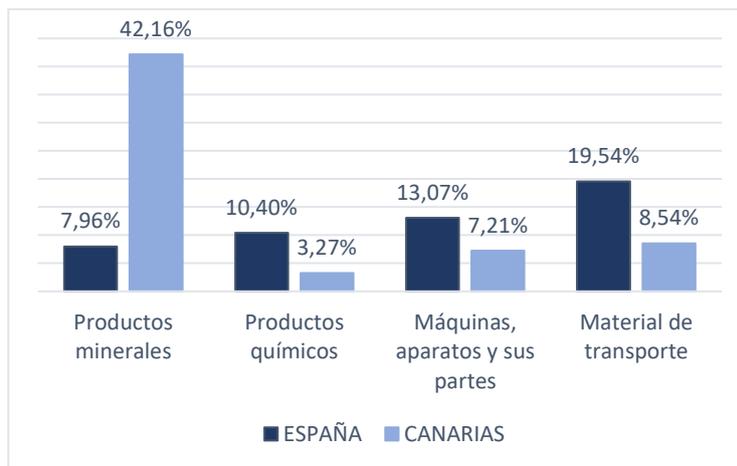
En base a ello, se ha obtenido finalmente la muestra de empresas canarias describiendo sus características más representativas, siendo estas: actividad principal, productos exportados, dimensión, destino de las exportaciones, años de fundación e inicio de internacionalización.

## 4. RESULTADOS.

### 4.1. DATOS GENÉRICOS.

Para empezar, se han analizado los datos referidos a las cuestiones generales ya comentadas relacionadas a los sectores y lugares de destino de las exportaciones con mayor influencia, comparando para ello los datos obtenidos en territorio nacional español con los datos de Canarias, conociendo de esta forma si las Islas actúan de una manera similar o totalmente diferente a la hora de internacionalizarse.

**Ilustración 3: Tipo de producto exportado España-Canarias (2018).**



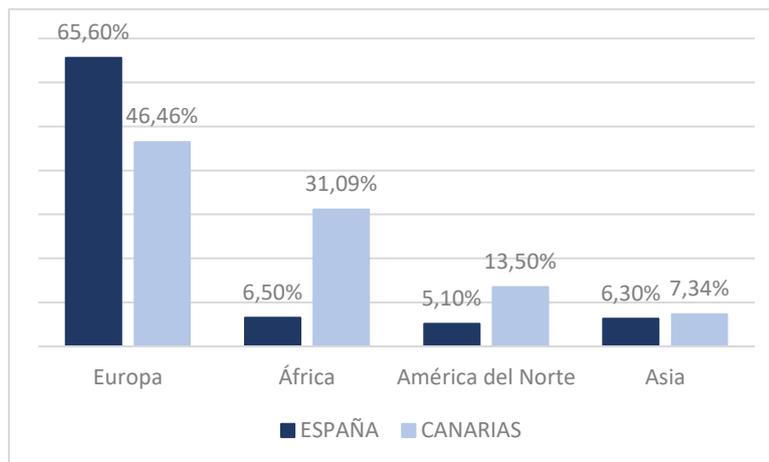
**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos de Datacomex

En primer lugar, analizando el peso de los sectores agrupados en capítulos TARIC se dan las evidencias de que la situación canaria tiene unas especificaciones diferentes al del territorio nacional, y por lo tanto los sectores que tienen mayor peso en el valor monetario son algo distintos entre ellas, tal y como se muestra en la ilustración 3. Por un lado, los productos que tienen una mayor distribución por parte de España son aquellos relacionados con los materiales de transporte (19,54%), las máquinas y aparatos, material eléctrico (13,07%) y otra serie de productos con un rango de entre 6% y 9% en la que se encuentran bienes químicos, minerales, metales, manufacturas y productos del reino vegetal. Por otro lado, las exportaciones que más destacan en Canarias son los productos minerales, con un 42,16% (dentro de este grupo casi la totalidad son combustibles y aceites vegetales) y siendo esta poco representativa en el territorio nacional. Si bien, a pesar de existir una gran diferencia entre los principales sectores exportados de ambos territorios, se puede encontrar una cierta similitud, debido a que aquellos sectores más importantes para España (materiales de transporte, las máquinas y aparatos, material eléctrico) tienen un peso relativamente alto en las exportaciones de las islas con unos valores cercanos al 8%.

Destacar que casi la totalidad de la exportación de combustibles y aceites vegetales se deben a la actividad de “bunkering”, la cual consiste en el suministro de combustibles y avituallamiento a buques y aviones en los puertos y aeropuertos canarios. El elevado peso de esta actividad podría explicar en gran parte el elevado valor que tienen los destinos “indeterminados”, ya que al realizar esta actividad no se exporta a ningún lugar en concreto.

En segundo lugar, se ha realizado una comparación entre los destinos españoles y los canarios para conocer de esta forma si existe una correlación entre ambos, representado en la ilustración 4.

**Ilustración 4: Comparación exportaciones por continente España-Canarias (2018).**



**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos de la Cámara de Comercios

En primera instancia, y como ya se ha mencionado en la contextualización, se puede concluir que los principales destinos del territorio nacional son los europeos (65,6%). Con respecto a los destinos fuera de Europa se encuentra África con un 6,5%; América del Norte 5,1%; y Asia 6,3%. En Canarias sucede una situación similar donde Europa sigue siendo el principal destino, pero con un menor peso (46,46%); sin embargo los destinos procedentes de África (31,09%) o América (13,5%) ganan mucho protagonismo.

En tercer lugar, se ha profundizado en los destinos canarios, para conocer cuáles son los países dentro de cada continente que recurren a importar un mayor número de productos canarios.

Con respecto al continente europeo se experimenta una reducción de las exportaciones de canarias a los principales destinos del continente con respecto a España. Los países que una mayor representación tienen en el ámbito nacional países vecinos como Francia o Portugal o potencias europeas como Alemania o Reino Unido. Mientras que en el ámbito insular estos quedan en un segundo lugar detrás de Noruega (9,15%) o los Países Bajos (8,21%). El tipo de producto que más se demanda desde Europa son los materiales de transporte (35,18%), seguido de productos del reino vegetal (15,91%) y las máquinas, material eléctrico y productos audiovisuales (13,60%).

Dentro de África destaca sin duda alguna Senegal, el cual representa el 12,22% de las exportaciones totales del archipiélago; y Cabo verde, que a pesar de ostentar un porcentaje reducido en valor de € (3,33%) tiene un gran peso en el número de operaciones siendo esta de un 12,06% sobre el total. El tipo de producto más exportado es el mineral (45,34%), aunque también destaca sobre el resto los materiales de transporte (12,73%) y las máquinas, material eléctrico y productos audiovisuales (9,07%).

En este sentido, no es nada extraña la relación entre Canarias y África, debido a la ventaja que supone la situación geoestratégica del archipiélago en el Atlántico Medio, convirtiéndose así en un punto de conexión logística clave entre el continente europeo y africano. Este aspecto se ve reflejado además en otras estrategias de internacionalización tales como las relaciones contractuales existentes en África, contabilizando alrededor de 200 empresas canarias instaladas

en el continente (Díaz, 2014). Concretamente, con Senegal, se alcanza un alto valor monetario en exportaciones debido fundamentalmente a la mejora que ha experimentado en los últimos años su economía, con un crecimiento del PIB interanual cifrado en una media de 7% según el Fondo Monetario Internacional, produciendo así un aumento de la demanda (La Provincia, 2018). El gran peso de operaciones que se realiza con Cabo Verde viene justificado por la similitud geográfica, al tratarse también de un Archipiélago, así como por la cercanía, existiendo una mayor facilidad para acceder a los recursos y mercados, ahorrando por tanto en mano de obra y otros costes vinculados. Por tanto, son operaciones de escaso valor monetario, pero de un enorme peso (Martín, 2014).

En cuanto al continente americano, se ha contrastado que el peso de Estados Unidos en canarias (4,16%) es muy similar al de España (4,5%). Aunque el destino que más destaca en toda América es Groenlandia, con un 6,05% del total de exportaciones canarias. No obstante, esto puede deberse a una exportación aislada, ya que se trata de una única operación, y esta es de "barcos y demás artefactos flotantes", productos con un gran valor económico; esto se ve también en que dicha operación no se ha realizado en años anteriores. Los principales productos que cruzan el Pacífico hacia tierras americanas son en primer lugar materiales de transporte (46,51%), en segundo lugar, se encuentran las máquinas, material eléctrico y productos audiovisuales (17,99%) y los productos del reino vegetal (7,11%).

Asia y Oceanía son los continentes a los que menos se exporta desde Canarias, representando un 7,34% y 1,62% respectivamente sobre el total de las exportaciones. Al continente asiático se envían principalmente material transporte (30,12%), productos de la industria química (17,18%) y animales vivos y productos del reino animal (17,34%); mientras que a Oceanía prácticamente solo se envían maquinaria, material eléctrico y productos audiovisuales (96,19%).

## **4.2. DATOS ESPECÍFICOS.**

Respecto a la parte específica, tras la obtención de la muestra de 13 empresas se ha decidido realizar un estudio de casos en función de sus respectivas dimensiones, quedando así 1 gran empresa, 9 pymes y 3 microempresas. Lo que se pretende es representar la estructura del tejido empresarial canario comprobando si existe algún tipo de relación entre los distintos indicadores económicos mencionados en la metodología y su tamaño.

### **4.2.1. Gran empresa.**

Servatur Sociedad Anónima es una empresa dedicada a la explotación de hoteles y apartamentos fundada en 1976 que decidió comenzar desde 2017 a exportar metales comunes además de máquinas, aparatos, material eléctrico y productos audiovisuales hacia Dinamarca, Finlandia y Reino Unido.

**Tabla 7. Datos Servatur S.A.**

| Indicadores<br>Años | Resultado del ejercicio | Volumen ingresos | Volumen inversión | Rentabilidad económica | Ratio de liquidez |
|---------------------|-------------------------|------------------|-------------------|------------------------|-------------------|
| <b>2014</b>         | 3.793.630               | 22.155.096       | 22.775.163        | 10,36                  | 1,05              |
| <b>2015</b>         | 3.777.030               | 23.708.289       | 30.980.497        | 7,29                   | 1,45              |
| <b>2016</b>         | 3.692.504               | 25.366.779       | 51.306.199        | 6,54                   | 0,74              |
| <b>2017</b>         | 3.995.142               | 34.882.935       | 79.088.766        | 5,4                    | 1,08              |
| <b>2018</b>         | 6.813.972               | 48.896.644       | 77.193.339        | 9,81                   | 0,8               |

**Fuente:** Elaboración propia mediante datos extraídos del SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos).

Mediante la tabla 7 podemos observar lo siguiente: antes de internacionalizarse la empresa asumió importantes costes en materia de inversión, lo cual se ve reflejado, principalmente, en el aumento de un 54,15% del inmovilizado en el año 2017 respecto al anterior. Siguiendo este patrón, el total del activo aumentó en un 68,41% afectando en cierta medida a la rentabilidad económica, pasando del 6,54% al 5,4%, logrando en el 2018 un mayor beneficio de su inversión, hasta alcanzar el 9,81%. Este esfuerzo se vio enormemente recompensado una vez comenzó el proceso de exportación, ya que solo dos años después de adoptar esta estrategia tanto su resultado del ejercicio como su volumen de ingresos experimentaron un gran incremento siendo este de un 84,54% y un 92,76% respectivamente.

#### **4.2.2. Pequeña y Mediana Empresa.**

Congelados Herbania es una sociedad anónima dedicada a la distribución al por mayor de productos congelados desde 1986. Comenzó a exportar máquinas, aparatos, material eléctrico y productos audiovisuales a partir de 2014 hacia destinos en Francia, Reino Unido y Bélgica.

Con la información recogida en la tabla 8 que se presenta a continuación se extrae que: tras analizar los distintos indicadores se puede apreciar cómo uno de los factores que podrían vincularse a la consecuencia de haber iniciado una estrategia de exportación, sería la correlación inversa entre el ratio de liquidez y el volumen de inversión. Un ejemplo de ello sería la inversión en activo fijo, la cual aumenta entorno al 3% de 2013 a 2014, año en el que comienza la internacionalización, y el ratio de liquidez que disminuye entorno a ese mismo porcentaje pudiéndose deber a un trasvase de fondos entre el activo fijo y circulante que también mantiene esta correlación. Además, se aprecia como el ratio de liquidez presenta una tendencia negativa a lo largo de los años (una reducción de un 4,35% entre los tres años antes de exportar), siendo esta más brusca desde que se comenzó a exportar (una reducción del 8,59% en los tres años siguientes), algo que podría dar lugar en los próximos años a una situación de insolvencia.

**Tabla 8. Datos Congelados Herbania S.A.**

| Indicadores<br>Años | Resultado del ejercicio | Volumen ingresos | Volumen inversión | Rentabilidad económica | Ratio de liquidez |
|---------------------|-------------------------|------------------|-------------------|------------------------|-------------------|
| <b>2011</b>         | 431.795                 | 31.739.753       | 14.714.615        | 1,7                    | 1,38              |
| <b>2012</b>         | 313.636                 | 30065225         | 14.808.864        | 1,07                   | 1,34              |
| <b>2013</b>         | 640.264                 | 30.048.744       | 14.880.558        | 2,51                   | 1,32              |
| <b>2014</b>         | 392.918                 | 31.327.093       | 15.377.082        | 1,68                   | 1,28              |
| <b>2015</b>         | 386.902                 | 27.915.220       | 15.134.037        | 1,55                   | 1,27              |
| <b>2016</b>         | 447.577                 | 30.459.392       | 17.001.636        | 1,55                   | 1,17              |
| <b>2017</b>         | 536.026                 | 31.642.315       | 17.164.399        | 1,18                   | 1,11              |
| <b>2018</b>         | 238.926                 | 30.243.382       | 17.204.318        | 0,7                    | 1,05              |

**Fuente:** Elaboración propia mediante datos extraídos del SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos).

Aguas de Vilaflor se fundó en 1973 y se dedica al envasado y preparación de agua mineral. Esta empresa inició su proceso de internacionalización en 2017, en el cual envía productos de las industrias químicas o industrias conexas a Francia, Italia o Alemania.

**Tabla 9. Datos Aguas de Vilaflor S.A.**

| Indicadores<br>Años | Resultado del ejercicio | Volumen ingresos | Volumen inversión | Rentabilidad económica | Ratio de liquidez |
|---------------------|-------------------------|------------------|-------------------|------------------------|-------------------|
| <b>2014</b>         | 8.890                   | 8.405.879        | 10.743.341        | 1,12                   | 1,48              |
| <b>2015</b>         | 318.584                 | 8.904.389        | 11.954.360        | 1,16                   | 1,08              |
| <b>2016</b>         | 605.123                 | 11.157.150       | 4.845.922         | 6,35                   | 1,16              |
| <b>2017</b>         | 562.146                 | 12.901.757       | 5.925.870         | 4,25                   | 1,14              |
| <b>2018</b>         | 357.147                 | 12.922.364       | 5.741.273         | 0,21                   | 1,22              |

**Fuente:** Elaboración propia mediante datos extraídos del SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos).

Esta empresa destaca al contradecir el patrón generalizado que se observa en las demás organizaciones que inician la internacionalización, presentando una clara disminución en su volumen de inversión en el año previo a exportar (-59%) y, aunque aumenta ligeramente en los años siguientes (18%), continua con una inversión baja en comparación a su comportamiento pasado. Es digno de destacar cómo sus ingresos aumentan al realizar esta desinversión en un

20% y continúa aumentando y estabilizándose (aproximadamente un 13%) a medida que exporta. Datos extraídos de la tabla 9.

Marcha Sociedad Anónima, cuya actividad económica es el comercio al por mayor de productos alimenticios, bebidas y tabaco, fue fundada en 1978. La empresa empezó a exportar en 2016 productos en la línea de máquinas, aparatos, material eléctrico y productos audiovisuales a Países Bajos y República Checa.

**Tabla 10. Datos Marcha S.A**

| Indicadores<br>Años | Resultado del ejercicio | Volumen ingresos | Volumen inversión | Rentabilidad económica | Ratio de liquidez |
|---------------------|-------------------------|------------------|-------------------|------------------------|-------------------|
| 2013                | 1.570.621               | 21.519.635       | 7.172.102         | 7,61                   | 2,01              |
| 2014                | 1.567.418               | 24.235.960       | 6.946.159         | 8                      | 2,21              |
| 2015                | 1.774.033               | 24.505.039       | 10.143.480        | 8,21                   | 1,88              |
| 2016                | 2.142.804               | 26.427.519       | 12.281.819        | 8,61                   | 1,64              |
| 2017                | 1.096.151               | 24.129.075       | 12.957.244        | 4,23                   | 1,4               |
| 2018                | 1.501.418               | 23.041.766       | 12.686.126        | 6,24                   | 1,58              |

**Fuente:** Elaboración propia mediante datos extraídos del SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos).

En este caso recogido en la tabla 10 la empresa continúa con el patrón generalizado de, al iniciar el proceso de internacionalización, aumentar el volumen de inversión significativamente: 31% en el año previo a exportar, creciendo un 17% y manteniéndose en los años en los que está exportando.

Repuestos Uruguay Sociedad Anónima, fundada en 1987, dedicada a gestionar y explotar su comercio de repuestos de vehículo de motor se inició en la exportación desde el año 2017 mediante máquinas, aparatos, material eléctrico y productos audiovisuales hacia Países Bajos.

**Tabla 11. Datos Repuestos Uruguay S.A.**

| Indicadores<br>Años | Resultado del ejercicio | Volumen ingresos | Volumen inversión | Rentabilidad económica | Ratio de liquidez |
|---------------------|-------------------------|------------------|-------------------|------------------------|-------------------|
| 2014                | 58.219                  | 4.533.252        | 2.193.566         | 1,2                    | 2,35              |
| 2015                | 83.743                  | 4.698.334        | 2.521.840         | 1,62                   | 2,3               |
| 2016                | 196.494                 | 5.124.560        | 2.337.064         | 3,37                   | 1,93              |
| 2017                | 129.594                 | 5.711.641        | 2.538.726         | 2,42                   | 1,72              |
| 2018                | 164.705                 | 5.687.908        | 2.606.716         | 3,44                   | 1,68              |

**Fuente:** Elaboración propia mediante datos extraídos del SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos).

Respecto al volumen de inversión, no existe un patrón creciente a lo largo de los años, ya que a pesar de aumentar un 7% el año que comienza a exportar, su valor suele oscilar en una media de

2.439.582€. Esto podría deberse a la estrecha relación existente entre la actividad a la que se dedica y los productos que exporta, lo cual produce en cierta medida una menor necesidad de realizar altas inversiones o esfuerzos en la estructura de la empresa para iniciarse en la internacionalización. En cuanto al volumen de ingresos, este sí experimenta una variación, aumentando en los años que se empieza a exportar, materializándose en un 11,4% mayor entre los años 2016 y 2017. Esto hace indicar que a pesar de no reflejarse en los resultados del ejercicio la empresa está consiguiendo ingresar una mayor cantidad de dinero. El ratio de liquidez de la empresa presenta una tendencia negativa, aunque no por ello sea preocupante para el correcto funcionamiento de la misma, ya que antes de internacionalizarse se estaba acercando al peligro de tener recursos ociosos. Información situada en la tabla 11

Trasdisu Sociedad Limitada, es una empresa que inició su actividad en 1992, cuya labor principal es el transporte de mercancías. En 2014 comenzó a exportar productos vegetales hacia Dinamarca, Reino Unido, Egipto, Mauritania.

**Tabla 12. Datos de Trasdisu S.L.**

| Indicadores<br>Años | Resultado<br>del ejercicio | Volumen<br>ingresos | Volumen<br>inversión | Rentabilidad<br>económica | Ratio de<br>liquidez |
|---------------------|----------------------------|---------------------|----------------------|---------------------------|----------------------|
| <b>2011</b>         | -24.303                    | 2.593.961           | 265.896              | -1,56                     | 1,49                 |
| <b>2012</b>         | -3.795                     | 2.952.424           | 475.107              | -0,21                     | 1,34                 |
| <b>2013</b>         | 28.278                     | 2.095.691           | 447.315              | 2,35                      | 1,77                 |
| <b>2014</b>         | 22.115                     | 2.287.571           | 418.812              | 2,07                      | 1,78                 |
| <b>2015</b>         | 12.566                     | 2.200.372           | 481.279              | 0,98                      | 1,61                 |
| <b>2016</b>         | 18.396                     | 2.080.115           | 436.217              | 1,6                       | 1,94                 |

**Fuente:** Elaboración propia mediante datos extraídos del SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos).

Por medio de la tabla 12 se puede observar que, tras experimentar un resultado del ejercicio negativo en los años 2011 y 2012, la empresa opta por invertir en sus activos fijos, en este último año, coincidiendo con la aparente recuperación económica experimentada en el resultado que se ve aumentado en un 84,38%. De esta forma se incrementa a su vez el volumen de inversión en un 78,68%, posiblemente por querer aumentar su rentabilidad económica, lo cual se evidencia en los dos siguientes años por encima del 2. En el año 2014 inicia su exportación y a pesar de no mejorar los resultados obtenidos en el año 2013 si le otorga a la empresa de una mayor estabilidad económica manteniendo un resultado positivo durante 4 años consecutivos.

Repuestos Doral Sociedad Limitada fue constituida en 1996 para dedicarse al comercio al por mayor y al por menor de accesorios de motor. En 2017 inició su proceso de internacionalización exportando productos minerales a Mauritania y Países Bajos.

**Tabla 13. Datos de Repuestos Doral S.L.**

| Indicadores<br>Años | Resultado<br>del ejercicio | Volumen<br>ingresos | Volumen<br>inversión | Rentabilidad<br>económica | Ratio de<br>liquidez |
|---------------------|----------------------------|---------------------|----------------------|---------------------------|----------------------|
| <b>2014</b>         | 49.593                     | 7.202.273           | 4.684.095            | 0,82                      | 2,63                 |
| <b>2015</b>         | 405.462                    | 8.932.408           | 5.625.992            | 3,3                       | 1,76                 |
| <b>2016</b>         | 105.208                    | 11.893.345          | 5.973.578            | 0,65                      | 1,63                 |
| <b>2017</b>         | 274.856                    | 11.303.615          | 5.945.471            | 2,16                      | 1,62                 |
| <b>2018</b>         | 263.687                    | 11.834.950          | 5.658.993            | 2,08                      | 1,88                 |

**Fuente:** Elaboración propia mediante datos extraídos del SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos).

Se repite el patrón del aumento destacable en los ingresos en el año previo a la exportación (33%) manteniéndose en los años de exportación. Lo destacable es que, su volumen de inversión y resultado de ejercicio, no tienen un crecimiento destacado en el año previo a exportar, sino en el anterior (dos años antes de exportar), aumentando un 20% y 717% respectivamente; luego tienen una disminución considerable del resultado (-74%), para luego en los años exportadores mantenerse en una media de 270.000€, por encima de la media no exportadora que se situaba en torno a los 67.000€. Datos observados en la tabla 13.

Cash & Carry Food Broker Sociedad Limitada dedicada a la venta al por mayor de productos alimenticios alemanes desde 1981, comenzó la actividad exportadora en 2017 a través de material textil junto a máquinas, aparatos, material eléctrico y productos audiovisuales hacia Alemania.

**Tabla 14. Datos de Cash & Carry Food Broker S.L.**

| Indicadores<br>Años | Resultado<br>del ejercicio | Volumen<br>ingresos | Volumen<br>inversión | Rentabilidad<br>económica | Ratio de<br>liquidez |
|---------------------|----------------------------|---------------------|----------------------|---------------------------|----------------------|
| <b>2014</b>         | 143.286                    | 4.143.159           | 3.524.641            | 1,89                      | 5,16                 |
| <b>2015</b>         | 169.016                    | 4.217.437           | 3.470.935            | 2,16                      | 4,4                  |
| <b>2016</b>         | 126.800                    | 4.351.243           | 3.647.067            | 1,45                      | 2,68                 |
| <b>2017</b>         | 58.475                     | 4.143.597           | 5.794.438            | 0,73                      | 2,27                 |
| <b>2018</b>         | 48.185                     | 2.341.185           | 5.501.984            | 0,62                      | 2,59                 |

**Fuente:** Elaboración propia mediante datos extraídos del SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos).

Esta compañía mostrada en la tabla 14 tras tres años consecutivos teniendo unos resultados económicos en torno a los 140.000 € decide expandir su negocio y en el año 2017 empezar a exportar. Para ello realizó un gran incremento en el inmovilizado de la empresa, algo que se refleja en el aumento de un 58,8% del volumen de inversión entre los años 2016 y 2017. Dicha estrategia puede estar motivada por la necesidad de reducir los recursos ociosos de la empresa, reduciendo su ratio de liquidez por debajo de 3, esto se consigue a partir del año 2016 y se mantiene para el

resto. No obstante, esta estrategia también tiene consecuencias negativas para la empresa que se evidencian en el resultado del ejercicio y en el desplome del ratio de rentabilidad económica.

Codilamar Sociedad Limitada, se fundó en 1998 siendo su principal actividad la importación y venta al por mayor de aparatos electrodomésticos. En 2016 decidió ampliar el negocio exportando metales comunes, mercancías y productos diversos, además de máquinas, aparatos, material eléctrico y productos audiovisuales. Todos estos productos con destino a Mauritania.

**Tabla 15. Datos de Codilamar S.L.**

| Indicadores<br>Años | Resultado<br>del ejercicio | Volumen<br>ingresos | Volumen<br>inversión | Rentabilidad<br>económica | Ratio de<br>liquidez |
|---------------------|----------------------------|---------------------|----------------------|---------------------------|----------------------|
| 2013                | 88.678                     | 4.187.027           | 782.003              | 3,81                      | 2,08                 |
| 2014                | 1.95.562                   | 5.104.328           | 1.406.764            | 6,49                      | 1,96                 |
| 2015                | 205.993                    | 5.257.965           | 1.357.128            | 6,79                      | 2,14                 |
| 2016                | 216.298                    | 5.061.415           | 1.309.743            | 6,92                      | 2,16                 |
| 2017                | 197.839                    | 4.896.721           | 1.283.601            | 6,43                      | 2,45                 |
| 2018                | 78.867                     | 53.13.681           | 1.230.999            | 2,68                      | 2,84                 |

**Fuente:** Elaboración propia mediante datos extraídos del SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos).

Mediante los indicadores recogidos de la tabla 15 se observa que, en el año 2014 la compañía decide hacer una gran inversión en activo fijo, produciéndose así un aumento de un 79,89% del volumen de inversión. A su vez el resultado del ejercicio se incrementa en un 120, 53%, este indicador permanece estable en el tiempo hasta que en 2018 se reduce a cotas similares a las del año 2013. El ratio de rentabilidad por su parte actúa de manera paralela al resultado del ejercicio. Asimismo, se puede apreciar que la internacionalización no tiene gran incidencia en los indicadores económicos de la empresa, ya que mantiene una estructura similar a lo largo de los años, exporte o no.

Orthidal Sociedad Limitada, fundada en 1994 y dedicada al comercio mayorista de productos alimenticios, se adentró en la exportación en el año 2012 comerciando con productos vegetales, así como aceites o grasas de este tipo o del tipo animal hacia Senegal.

La empresa comienza a exportar al año siguiente de conseguir el mayor volumen de ingresos, aunque el resultado del ejercicio no es tan elevado en comparación al 2009. Cabe mencionar el gran aumento del volumen de inversión del 219% en 2010 y que se mantiene en 2011. En su primer año de exportación tiene un resultado negativo importante, pero a medida que va exportando a lo largo de los años crece notablemente y se mantiene en una media de 520.000€. De estos años de exportación, destaca el 2016 con el mejor resultado de ejercicio, pero que en los años próximos vuelve a bajar, coincidiendo nuevamente con otro gran incremento del volumen de inversión, siendo este del 46%. Información sacada de la tabla 16.

**Tabla 16. Datos de Orthidal S.L.**

| Indicadores<br>Años | Resultado<br>del ejercicio | Volumen<br>ingresos | Volumen<br>inversión | Rentabilidad<br>económica | Ratio de<br>liquidez |
|---------------------|----------------------------|---------------------|----------------------|---------------------------|----------------------|
| 2009                | 673.330                    | 6.658.892           | 1.419.747            | 12,95                     | 2,17                 |
| 2010                | -188.804                   | 6.777.918           | 4.534.340            | -2,71                     | 0,86                 |
| 2011                | 283.117                    | 7.863.892           | 4.498.084            | 4,01                      | 1,43                 |
| 2012                | -603.010                   | 8.116.421           | 3.303.961            | -8,58                     | 1,52                 |
| 2013                | 561.975                    | 8.841.907           | 3.127.499            | 9,57                      | 1,72                 |
| 2014                | 475.955                    | 9.006.739           | 3.000.767            | 7,21                      | 1,97                 |
| 2015                | 516.238                    | 9.253.340           | 3.162.234            | 6,86                      | 1,95                 |
| 2016                | 784.209                    | 1.1717.666          | 4.159.573            | 8,2                       | 1,73                 |
| 2017                | 305.589                    | 14.179.392          | 6.078.115            | 2,72                      | 1,29                 |
| 2018                | 482.292                    | 16.960.158          | 6.767.534            | 3,51                      | 1,27                 |

**Fuente:** Elaboración propia mediante datos extraídos del SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos).

#### 4.2.3. Microempresa.

Comercial Euluan Sociedad Anónima, cuya actividad económica es la importación y comercialización de tabaco, fue constituida en 1986. En el año 2012 comenzó a exportar hacia Alemania pasta de madera o demás materias fibrosas celulósicas; papel o cartón reciclable y sus aplicaciones.

**Tabla 17. Datos de Comercial Euluan S.A.**

| Indicadores<br>Años | Resultado<br>del ejercicio | Volumen<br>ingresos | Volumen<br>inversión | Rentabilidad<br>económica | Ratio de<br>liquidez |
|---------------------|----------------------------|---------------------|----------------------|---------------------------|----------------------|
| 2009                | 46.461                     | 817.053             | 2.887.846            | 1,63                      | 8,55                 |
| 2010                | 180.704                    | 1.388.650           | 2.803.372            | 6,21                      | 5,92                 |
| 2011                | 238.609                    | 1.604.358           | 2.797.726            | 7,78                      | 6,22                 |
| 2012                | 256.033                    | 1.774.747           | 2.919.743            | 8,08                      | 3,85                 |
| 2013                | 178.302                    | 1.584.722           | 2.815.852            | 5,6                       | 3,52                 |
| 2014                | 174.571                    | 1.490.447           | 2.800.092            | 5,47                      | 5,91                 |
| 2015                | 137.291                    | 1.706.100           | 2.784.332            | 4,12                      | 5,6                  |
| 2016                | 215.723                    | 1.817.494           | 2.768.733            | 6,22                      | 7,11                 |
| 2017                | 236.639                    | 1.862.955           | 2.763.122            | 6,31                      | 6,34                 |
| 2018                | 288.695                    | 1.997.320           | 2.746.988            | 7,53                      | 10,61                |

**Fuente:** Elaboración propia mediante datos extraídos del SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos).

Los indicadores de la empresa indicada en la tabla 17 vienen presentando una evolución positiva del 2009 al 2012, año en el que decide empezar a exportar, probablemente debido a esta tendencia

favorable en la estructura económica, presentando un aumento del 451% en el resultado del ejercicio. Tras adentrarse en la internacionalización comienza un periodo cuya tendencia es inversa a los años previos de impulsar esta nueva estrategia, donde la rentabilidad económica se encuentra en un continuo descenso hasta el año 2015 (-26,42%), así como el resultado del ejercicio que disminuye en un 23%. Finalmente, comienza un proceso de recuperación hasta el 2018, donde el resultado aumenta en un 110,28% y la rentabilidad económica en un 82,77%. Sin embargo, el ratio de liquidez hace indicar que la empresa dispone de recursos ociosos encontrándose en unas cifras mayores a 3, triplicándose este valor.

Superstore Fek Sociedad Anónima, comenzó su actividad en 1995 a través del comercio mayorista y minorista por medio de mobiliario de jardín. En 2017 se decidió por comenzar a exportar máquinas, aparatos, material eléctrico y productos audiovisuales hacia Países Bajos.

**Tabla 18. Datos de Superstore Fek S.A.**

| Indicadores<br>Años | Resultado del ejercicio | Volumen ingresos | Volumen inversión | Rentabilidad económica | Ratio de liquidez |
|---------------------|-------------------------|------------------|-------------------|------------------------|-------------------|
| 2014                | -35.016                 | 1.232.025        | 851.992           | -2,74                  | 2,38              |
| 2015                | -53.923                 | 1.301.101        | 871.872           | -4,16                  | 1,95              |
| 2016                | 50.905                  | 1.369.388        | 831.057           | 3,45                   | 1,82              |
| 2017                | 5.267                   | 1.344.033        | 807.085           | 0,44                   | 2,27              |
| 2018                | -59.156                 | 1.122.575        | 801.216           | -4,57                  | 2,3               |

**Fuente:** Elaboración propia mediante datos extraídos del SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos).

Con la tabla 18 obtenemos la información siguiente: esta empresa tiene una estructura económica muy inestable, con grandes altibajos, donde destacan los resultados negativos. Esta variabilidad se representa, por un lado, en grandes aumentos de sus indicadores entre los años 2015 y 2016, en un 194,4% en el resultado del ejercicio y un 182,93% la rentabilidad económica. Por otro lado, se aprecian grandes disminuciones de estos indicadores del año 2017 al 2018, donde el resultado del ejercicio disminuye en 64.423€€ y la rentabilidad económica en 5 puntos porcentuales. Como muchas otras empresas comentadas su mejor resultado coincide con el año antes de enfrentarse a la internacionalización.

Euroscrymo Sociedad Limitada fue fundada en 1997 para dedicarse a la compraventa de máquinas eléctricas, reparación y mantenimiento. En 2017 decidió iniciar su proceso de internacionalización exportando máquinas, aparatos, material eléctrico y productos audiovisuales hacia Mauritania.

**Tabla 19. Datos de Euroscrymo S.L.**

| Indicadores<br>Años | Resultado<br>del ejercicio | Volumen<br>ingresos | Volumen<br>inversión | Rentabilidad<br>económica | Ratio de<br>liquidez |
|---------------------|----------------------------|---------------------|----------------------|---------------------------|----------------------|
| 2014                | -32.902                    | 244.729             | 65.850               | -11,58                    | 3,03                 |
| 2015                | -6.669                     | 294.687             | 60.615               | -2,62                     | 3                    |
| 2016                | 1.510                      | 392.316             | 10.599               | 2,04                      | 3,6                  |
| 2017                | 26.775                     | 428.702             | 7.666                | 13,53                     | 6,42                 |
| 2018                | 81.690                     | 498.754             | 24.399               | 25,81                     | 5,1                  |

**Fuente:** Elaboración propia mediante datos extraídos del SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos).

Todos los indicadores económicos mostrados en la tabla 19 aumentan progresiva y considerablemente, produciéndose un aumento más pronunciado en los que exporta. Sin embargo, la excepción a esta tendencia se produce en el volumen de inversión, apreciándose en una tendencia mayormente negativa, posiblemente debido a que la actividad principal y los productos que exportan guardan una estrecha relación sin exigir grandes esfuerzos de inversión en activo fijo.

## 5. CONCLUSIONES.

En relación con el tipo de producto exportado, a grandes rasgos, se podría concluir con que la estructura de los bienes exportados de España y Canarias dista mucho. No obstante, con un análisis más profundo se observa que la dicotomía existente entre ambas es escasa, apreciando que Canarias sigue las grandes tendencias exportadoras de España exceptuando el principal producto que se exporta en Canarias debido a la actividad bunkering. Es decir, obviando los productos minerales, las secciones TARIC que tienen un mayor peso en el tejido empresarial canario son los materiales de transporte seguido de máquinas, aparatos y material eléctrico, al igual que en España.

Los principales destinos hacia los que se dirigen las exportaciones canarias son los países pertenecientes a Europa, al igual que sucede con las exportaciones de origen español. Sin embargo, existe una gran diferencia entre ambas estructuras exportadoras que radica en la importancia del resto de continentes. Mientras para el territorio nacional los demás continentes representan un porcentaje reducido y poco destacable, para Canarias sí existe otro continente con un elevado protagonismo, África, que representa aproximadamente el 31% de las exportaciones. Asimismo, este hecho se comprueba en el estudio de casos, en el cual la muestra de empresas canarias solo exporta hacia dos continentes. El 76,92% de las empresas escogidas exportan hacia Europa, y el 38,46% a África, pudiendo ser una representación de la relevancia que tienen estos continentes respecto a Canarias.

En base a los distintos indicadores económicos observados para el estudio de caso, se puede concluir que, generalmente, las empresas canarias se deciden por impulsar una estrategia de internacionalización cuando se encuentran en una situación favorable o de auge económico,

observando como aproximadamente el 66% de las pymes estudiadas se encuentran con el mayor valor del resultado del ejercicio en el año previo a comenzar a exportar, siendo el total en las microempresas. Esto podría deberse a un objetivo de diversificar la actividad principal de la empresa y reducir consigo el riesgo de su negocio. Sin embargo, lo que se observa es que tan sólo el 33% de las pymes analizadas consiguen un resultado del ejercicio positivo en el corto plazo tras optar por esta estrategia.

En cuanto al esfuerzo económico que estas realizan, se aprecia como alrededor del 55% de las pymes aumentan su volumen de inversión y un 22% de las que mantienen o disminuyen este volumen (Repuestos Uruguay S.A y Aguas Vilaflor S.A.), se relacionan con aquellas empresas cuya actividad de explotación y de exportación coinciden, lo cual también se aprecia en el 66% de las Microempresas observadas (Superstore Fek S.L. y Euroscrymo S.L.). Esto, como se comentaba anteriormente, se puede deber a que se utilice el mismo inmovilizado para su actividad principal y de exportación.

El indicador de liquidez presenta una tendencia negativa en un 55% de las empresas estudiadas, lo que podría estar ligado al esfuerzo económico asumido por las mismas para exportar. Esta tendencia hace indicar que algunas empresas podrían optar por la estrategia de internacionalización como una alternativa para reducir su ratio de liquidez y evitar tener recursos ociosos.

## **6. LIMITACIONES.**

A la hora de realizar el trabajo se han encontrado una serie de limitaciones que en cierta medida han dificultado la correcta elaboración e interpretación del mismo.

Solo se han tenido en cuenta las empresas que basan su internacionalización en la exportación, debido a la dificultad de obtener datos del resto. Por lo tanto, se excluyen del análisis compañías que basan su internacionalización en la inversión directa o las relaciones contractuales.

Además, existe un reducido número de empresas que analizar, en gran parte debido a que no se pudieron escoger un gran número de empresas que comenzaran a exportar entre los años 2011 y 2013, ya que si se estudiaban los 3 años anteriores al comienzo de esta actividad coincidirían con años próximos a la recesión económica del 2008 y no se tendría una muestra equitativa en cuanto al marco temporal. Asimismo, tampoco se tuvieron en cuenta las empresas que empezaron en el 2018 debido a que en la Cámara Oficial de Comercio no constan datos de 2019 y por tanto solamente existiría un año de referencia para estudiar el cambio en los distintos indicadores reflejados como consecuencia del comienzo de la actividad exportadora.

Al utilizar la base de datos de la Cámara Oficial de Comercio existe la imposibilidad de obtener todos los destinos a los que se exporta, debido a que una gran parte de las exportaciones canarias se dirigen a destinos "indeterminados". Para la correcta interpretación de los resultados y obtención de los principales destinos se han eliminado los mismos en el cálculo total.

Debido al reducido número de empresas grandes y microempresas existentes en el tejido empresarial de Canarias y con objeto de representar de manera fiel esta estructura en la muestra de empresa, se aprecian muy pocas empresas de estas dimensiones, y por lo tanto las conclusiones sacadas de las mismas podrán no ser representativas del resto de empresas de esas características.

## 7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

Araya, A. (2009). El Proceso de Internacionalización de 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.

Cáceres-Hernández, J., Godenau, D., González-Gómez, J., Martín Rodríguez, G. y Ramos-Henríquez, J. (2018). *Tomate canario de exportación: una evaluación de costes*. Vol. 114 (3), 280-302.

Cámara de comercio. *Base de datos de comercio exterior*. Recuperado el 29 de marzo de 2020 en: <http://aduanas.camaras.org/index.php5?impexp=E&anno=18>.

Cámara de comercio. *Directorio de Empresas Exportadoras e Importadoras*. Recuperado el 29 de marzo de 2020 en: <http://directorio.camaras.org/>

Canals, J. (1994). *La internacionalización de la empresa*. Madrid: McGraw-Hill.

Cancino del Castillo, C. (2009). *Fundamentos y características de las empresas de rápida internacionalización: Estudios cuantitativos y cualitativos de las pymes para Chile y España*. Universidad Autónoma de Madrid.

Comisión Europea, Unión Aduanera de la UE, recuperado el 25 marzo de 2020 <https://trade.ec.europa.eu/tradehelp/es/union-aduanera-de-la-ue>

Díaz Hernández, R. (2014). *Análisis geográfico de las actuales relaciones comerciales entre Canarias y Marruecos*. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

Fanjul, E. (2014). *Ocho cuestiones clave para la internacionalización de la empresa*. Madrid: Real Instituto Elcano. Recuperado el 24 de marzo de 2020 en: [http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano\\_es/contenido?WCM\\_GLOBAL\\_CONTEXT=/elcano/elcano\\_es/zonas\\_es/ari61-2014-fanjul-ocho-cuestiones-clave-para-la-internacionalizacion-de-la-empresa](http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/ari61-2014-fanjul-ocho-cuestiones-clave-para-la-internacionalizacion-de-la-empresa)

García Cabrera, A, y García Soto, M. (2019). Motivos para la internacionalización y resultados de la empresa de base tecnológica. *TEC Empresarial*, 14 (1), 38-53.

García Canal, E; Guillén, M; y Valdés Llaneza. (2012). *La internacionalización de la empresa española. perspectivas empíricas\**. Universidad de Oviedo.

La Provincia (2018). *Canarias amplía a productos no agroalimentarios el estudio sobre exportaciones a Senegal*. Recuperado el 24 de marzo de 2020 en: <https://www.laprovincia.es/economia/2018/10/03/canarias-amplia-productos-agroalimentarios-estudio/1103362.html>

Martín González, P. (2015). *La internacionalización de las empresas. Una primera aproximación a las empresas canarias internacionalizadas*. Universidad de La Laguna.

Medina Giacomozzi, A. (2005). Causas de la internacionalización de la empresa. *Análisis Económico*, 20 (45), 49-62.

Reglamento (UE) n°651/2014 de la Comisión, de 17 de junio de 2014, por el que se declaran determinadas categorías de ayudas compatibles con el mercado interior en aplicación de los artículos 107 y 108 del Tratado Texto pertinente a efectos del EEE.

Reglamento de ejecución (UE) 2018/1602 de la comisión de 11 de octubre de 2018 por el que se modifica el anexo I del Reglamento (CEE) n.o 2658/87 del Consejo relativo a la nomenclatura arancelaria y estadística y al arancel aduanero común.

Secretaría de Estado de Comercio. (2019). *Informe Trimestral de Comercio Exterior Cuarto Trimestre 2019*. Recuperado el 24 de marzo de 2020 en: [www.comercio.gob.es/es-ES/comercio-exterior/estadisticas-informes/PDF/estadisticas-comercio-exterior/Comex%20Trimestrales%202019/Informe%20Comex%20Trimestral%20IV%20Trim%202019\\_web.pdf](http://www.comercio.gob.es/es-ES/comercio-exterior/estadisticas-informes/PDF/estadisticas-comercio-exterior/Comex%20Trimestrales%202019/Informe%20Comex%20Trimestral%20IV%20Trim%202019_web.pdf)

Secretaría de Estado de Comercio. *DataComex, Estadística del comercio exterior español*. Recuperado el 29 de marzo de 2020 en: [http://datacomex.comercio.es/principal\\_comex\\_es.aspx](http://datacomex.comercio.es/principal_comex_es.aspx)

Secretaría General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa. (2018). *Estadísticas Pyme: evolución e indicadores*. Recuperado el 24 de marzo de 2020 en: <http://www.ipyme.org/publicaciones/estadisticas-pyme-2017.pdf>

Serrano, J., y Myro Rafael (2018). From Domestic to Exporter, What Happens? Evidence for Spanish Manufacturing Firms. *Structural Change and Economic Dynamics*, 51, 380-392.

Sistema de Análisis de Balances Ibéricos (SABI). Recuperado el 27 de marzo de 2020 en: <https://sabi.bvdinfo.com/SSOLogin.serv?product=sabineo&loginpostback=true&ssotoken=1hSy%2bsELKKN2dsKQlyfU%2bg%3d%3d>

Solbes Mira, P. (2011). *Las regiones ultraperiféricas europeas en el mercado único: La proyección de la UE en el mundo*. Las RUP y el mercado único en 2011: una situación de contrastes. Gobierno de Canarias, pp. 20-28.

Soto Fontaine, M y Suárez Ortega, S. (2017). *La empresa en Canarias*. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

Wolff, J. y Pett, T. (2000). *Internationalization of small firms: An examination of export-strategy approach, firm size, and export performance*. *Journal of Small Business Management*, 38(2), pp. 34-47.