

Calidad del entorno e internacionalización de la PYME: un análisis regional en España

Antonia Mercedes García-Cabrera ^{a,1}, María Gracia García-Soto ^a

^a Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España

doi: 10.20420/eni.2016.123

Resumen

¿Está su empresa localizada en una región española con elevados niveles de comercio internacional? ¿Qué ventajas puede aportar a su empresa la comunidad autónoma escogida para operar en España? ¿Es su entorno cualitativamente valioso para apoyarse en el mismo y afrontar la expansión internacional? Para responder a estos interrogantes en este trabajo se estudia la calidad del entorno en cada región española a través de elementos que pueden condicionar la internacionalización de las empresas. En concreto, se estudian las leyes vigentes, los valores culturales de la población y el conocimiento disponible en ámbitos de relevancia para la internacionalización empresarial.

Palabras clave: Instituciones, Internacionalización, diferencias intra-país, Pymes.

Clasificación JEL: B52, F23, M16

Agradecimientos: Los autores agradecen el apoyo financiero proporcionado por el Ministerio de Economía y competitividad (Proyecto: ECO2013-41762-P)

Fuente de referencia: García Cabrera, A.M., & García Soto, M.G. (2016). Instituciones: ¿qué son y por qué condicionan la internacionalización de la empresa española? En Lopez-Duarte, C. Vidal-Suárez, M.M. y González-Mieres, C. (Eds). Estrategias de internacionalización de la empresa. Casos prácticos (pp. 15-39). Septem Ediciones: Oviedo, España.

1 Introducción

¿Está su empresa localizada en una región española con elevados niveles de comercio internacional? ¿Qué ventajas puede aportar a su empresa la comunidad autónoma escogida para operar en España? En nuestro país se contabilizan 49.047 empresas exportadoras en 2014 (ICEX, 2015), así como numerosas empresas con posiciones inversoras en el extranjero que globalmente cuentan con 4.760 filiales y 603.235 empleados (ICEX, 2013). La distribución territorial de estas cifras denota la existencia de importantes diferencias entre comunidades autónomas (Figura 1). El desigual tamaño de estas unidades territoriales puede justificar tales diferencias, pero lo cierto es que aun comparando cifras relativas los contrastes persisten ¿Por qué se producen estas diferencias?

El presente artículo ofrece algunas claves que lo justifican.

2 ¿Por qué se internacionalizan más las empresas localizadas en unas regiones que en otras?

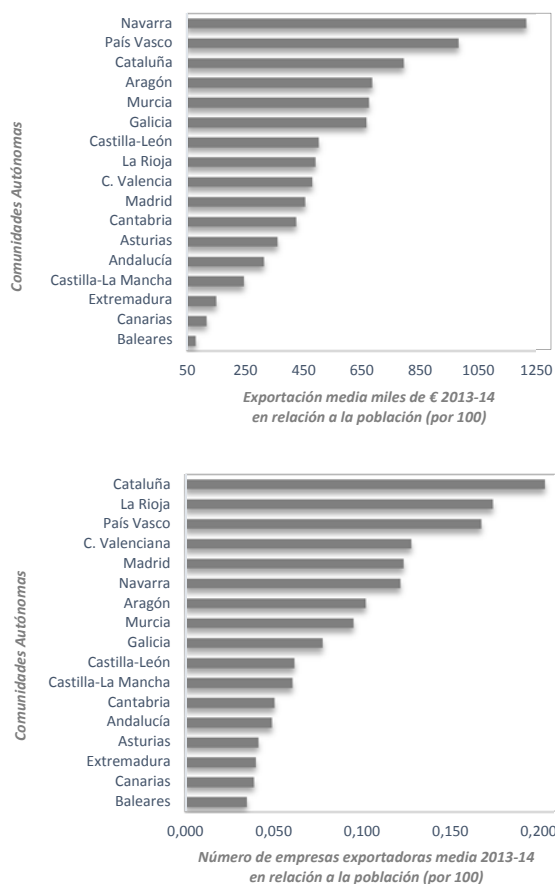
Las empresas localizadas en unas áreas territoriales en el seno de un país se internacionalizan más que las ubicadas en otras áreas debido, entre otros factores, a la existencia de diferencias entre tales territorios. Por ejemplo, se han identificado como factores condicionantes de la internacionalización empresarial los recursos geográficos básicos existentes en cada localidad –ej., recursos naturales, clima, localización– (Gilmore *et al.*, 2003), su nivel de apertura económica –ej., inversión directa extranjera entrante, importaciones (Luo & Tung, 2007)–, o las instituciones y su nivel de desarrollo (Demirbag, Tatoglu, & Glaister,

¹Autor de correspondencia: antonia.garcia@ulpgc.es

2009). De entre estas tres categorías de factores, cada vez más se reconoce el papel clave que desempeñan las instituciones en los procesos de internacionalización (Cheng & Yu, 2008).

Figura 1. Evolución de la exportación por Comunidades Autónomas españolas

Fuente: ICEX (2015)



Bajo la perspectiva institucional se explica cómo y por qué las políticas aplicadas en el nivel autonómico, los valores sociales arraigados en el lugar y el conocimiento acumulado en cada región (tanto en la población residente como en las propias empresas como consecuencia de la propia práctica empresarial recurrentemente utilizada) influyen en la motivación empresarial y en las decisiones de directivos y empresarios (North, 1990). Bajo esta perspectiva, y según Scott (1995) son tres los factores institucionales que distinguen a los territorios y condicionan la internacionalización de sus empresas: las instituciones regulativas (o leyes), las

instituciones normativas (o valores culturales) y las instituciones cognitivas (o conocimiento acumulado).

Bajo esta perspectiva, en aquellos casos en que estos factores institucionales son adecuados y están convenientemente desarrollados, ofrecen a la empresa un escenario idóneo para que ésta adquiera e incremente sus recursos y, a la postre, facilitan la expansión internacional de éstas (Cheng & Yu, 2008). Por ello, aunque es cierto que compete al directivo de cualquier empresa la decisión de internacionalización, las circunstancias que facilitan que tal decisión se adopte y se implante con éxito están en buena parte ligadas al entorno de origen en el que la empresa nace y se desarrolla.

CADA PAÍS Y CADA
REGIÓN EN EL SENO DE UN
PAÍS AFRONTA EL RETO DE
GENERAR UN CONTEXTO
INSTITUCIONAL QUE
FACILITE LA EXPANSIÓN
EXTERIOR DE SUS EMPRESAS

3 Elementos institucionales que favorecen la internacionalización empresarial: ¿existen diferencias entre regiones en España?

Para realizar una caracterización de las comunidades autónomas españolas desde el punto de vista institucional, se han utilizado múltiples indicadores institucionales extraídos de diferentes fuentes de datos (e.g., ICEX, Instituto Nacional de Estadística, Ministerio de Economía y Competitividad, etc.). Una vez recabada la información, se ha identificado cómo se agrupan las comunidades autónomas en función de sus instituciones regulativas, normativas y cognitivas de apoyo a la internacionalización de las empresas.

Las comunidades de Aragón, Cataluña, Madrid, Navarra y País Vasco cuentan con unos factores institucionales más favorables para la internacionalización empresarial. En lo que afecta a la legislación y a las políticas apoyadas

por los gobiernos, destacan por ser las que en mayor medida poseen agentes del sistema nacional de innovación, número de universidades públicas y privadas, o presupuesto aportado por las cámaras de comercio para apoyar la internacionalización. En cuanto a los valores sociales, estas comunidades destacan por poseer aquellos que apoyan de forma fuerte el emprendimiento empresarial y el espíritu emprendedor. Finalmente, y en lo que afecta al conocimiento y práctica empresarial, estas comunidades acogen a una mayor población con estudios técnicos y con doctorado, poseen importantes niveles de población con formación universitaria, así como experiencia en creación de empresas motivadas por la búsqueda de oportunidades. Como resultado, estas comunidades son las que ocupan los puestos más altos en los rankings de internacionalización de sus empresas.

Tabla 1. Apoyo institucional a la internacionalización empresarial por CCAA

Comunidad autónoma	Dimensión institucional			
	Leyes	Valores culturales	Formación población	Práctica empresarial
Andalucía	Débil	Débil	Intermedio	Débil
Aragón	Fuerte	---	Fuerte	Fuerte
Asturias	Débil	Débil	Intermedio	Débil
Baleares	Débil	---	Débil	Débil
Canarias	Débil	Intermedio	Fuerte	Débil
Cantabria	Fuerte	---	Intermedio	Débil
Castilla-La Mancha	Débil	Intermedio	Intermedio	Débil
Castilla y León	Fuerte	Débil	Intermedio	Débil
Cataluña	Débil	Fuerte	Fuerte	Fuerte
Comunidad Valenciana	Débil	Intermedio	Fuerte	Débil
Extremadura	Fuerte	Débil	Intermedio	Débil
Galicia	Débil	Intermedio	Intermedio	Débil
La Rioja	Fuerte	---	Débil	Débil
Madrid	Fuerte	Intermedio	Fuerte	Fuerte
Murcia	Débil	Fuerte	Débil	Débil
Navarra	Fuerte	Fuerte	Fuerte	Fuerte
País Vasco	Fuerte	Intermedio	Intermedio	Fuerte

En el lado opuesto, las comunidades de Andalucía, Asturias, Baleares y Castilla-La Mancha cuentan con los factores institucionales menos favorables a la internacionalización, al estar caracterizadas no sólo por la debilidad con la que con carácter general sus instituciones apoyan la expansión exterior de las empresas, sino porque ninguno de los restantes factores institucionales garantiza un fuerte apoyo a tal

expansión. Como resultado, estas comunidades ocupan posiciones bajas en los rankings de internacionalización nacionales.

Mención especial merecen las comunidades de Canarias y Extremadura pues, a pesar de poseer algún/os factor/es institucionales que aspiran a fomentar la internacionalización, ocupan conjuntamente con las comunidades anteriores las posiciones más bajas del ranking de internacionalización. Canarias y Extremadura comparten además la circunstancia de que el conocimiento y la práctica empresarial acumulados en sus territorios son notoriamente débiles en su capacidad para apoyar la internacionalización empresarial. Este grupo de seis comunidades que ocupan la parte baja del ranking (Asturias, Baleares, Castilla-La Mancha, Canarias y Extremadura) hace frente a retos relevantes si desean mejorar el entorno para favorecer la internacionalización de sus empresas.

Finalmente, las comunidades de Cantabria, Castilla-León, Comunidad Valenciana, Galicia, La Rioja y Murcia poseen diferentes niveles de cada factor institucional pero que, en su conjunto, logran que estos territorios se sitúen en un nivel intermedio de apoyo a la internacionalización empresarial (si bien Murcia en menor medida). En concordancia, este grupo de comunidades ocupa posiciones intermedias en los rankings de variables relacionadas con la internacionalización.

4 Conclusión

Sobre la base de los resultados de este trabajo puede afirmarse que corresponde a autoridades y organismos tanto públicos como privados asumir un mayor protagonismo en el desarrollo de entornos institucionales competitivos que apoyen la actividad internacional de las empresas españolas y que se hallen sustentados en marcos normativos estables y facilitadores de la actividad en el exterior, capital humano desarrollado para diseñar y acometer con éxito

estos proyectos, una praxis empresarial que ofrezca modelos de éxito a imitar y una cultura propicia al desarrollo empresarial en el exterior. Población y empresas no están exentos de responsabilidad en esta tarea, de forma que deben ser conscientes del papel que han de desempeñar para que, cada uno desde su ámbito, contribuya a modificar el curso institucional al objeto de construir aquél que pueda facilitar la internacionalización empresarial en cada territorio. La relevancia de lo que aquí se propone viene avalada por los beneficios asociados a la internacionalización, entre otros, la menor dependencia de las empresas de los vaivenes del mercado interior o la generación de empleo y riqueza en el territorio.

5 Referencias

- Cheng, H.L., & Yu, C.M.J. (2008). Institutional pressures and initiation of internationalization: Evidence from Taiwanese small and medium-sized enterprises. *International Business Review*, 17, 331–348.
- Demirbag, M., Tatoglu, E., & Glaister, K.W. (2009). Equity-based entry modes of emerging country multinational. *Journal of World Business*, 44, 445–462.
- Gilmore, A., O'Donnell, A., Carson, D., & Cummins, D. (2003). Factors influencing foreign direct investment and international joint ventures – A comparative study of Northern Ireland and Bahrain. *International Marketing Review*, 20(2), 195–215.
- ICEX (2015). Informe del perfil de los exportadores españoles. [Fecha de consulta: 21 de octubre de 2015]. Disponible en <http://www.icex.es/>.
- ICEX [en línea]. DataInvex estadísticas de exportaciones. [Fecha de consulta: 22 de octubre de 2015]. Disponible en <http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/exportadores-habituales/index.html>.
- ICEX [en línea]. DataInvex estadísticas de inversión española en el exterior. [Fecha de consulta: 22 de octubre de 2015]. Disponible en <http://datainvex.comercio.es/>.
- Luo, Y., & Tung, R.L. (2007). International expansion of emerging market enterprises: A springboard perspective. *Journal of International Business Studies*, 38(4), 481–498.
- North, D.C. (1990). *Institutions, institutional change, and economic performance*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Scott, W.R. (1995). *Institutions and organizations*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Quality of the environment and SME's internationalisation: A regional analysis in Spain

Antonia Mercedes García-Cabrera ^{a,1}, María Gracia García-Soto ^a

^a Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Spain

Abstract

Is your company located in a Spanish region with high levels of international trade? What advantages do the autonomous community chosen to operate in Spain offer to your company? Is your environment qualitatively valuable to support your firm in the face of the international expansion? To answer these questions this work studies the quality of the environment in each Spanish region through elements that can condition the firms' internationalization. Specifically, the laws, the cultural values and the knowledge available in areas of relevance for business internationalization are studied.

Keywords: Institutions, Internationalisation, sub-national differences, SMEs.

JEL classification: B52, F23, M16

Acknowledgements: Financial support from the Spanish Ministry of Economy and Competitiveness (Project: ECO2013-41762-P) is gratefully acknowledged.

Reference source: García Cabrera, A.M., & García Soto, M.G. (2016). Instituciones: ¿qué son y por qué condicionan la internacionalización de la empresa española? In López-Duarte, C. Vidal-Suárez, M.M. y González-Mieres, C. (Eds). Estrategias de internacionalización de la empresa. Casos prácticos (pp. 15-39). Septem Ediciones: Oviedo, Spain.

1 Introduction

Is your company located in a Spanish region with high levels of international trade? What advantages can the autonomous community in Spain in which you have chosen to operate offer your company? In our country, 49.047 exporters were registered in 2014 (ICEX, 2015), as well as numerous companies with investment positions abroad, which have 4,760 subsidiaries and 603,235 employees globally (ICEX, 2013). The territorial distribution of these figures indicates the existence of relevant differences between autonomous communities (Figure 1). The unequal size of these territorial units may justify such differences, but the truth is that even when comparing relative figures, the contrasts persist. Why do these differences occur? This article offers some clues that explain them.

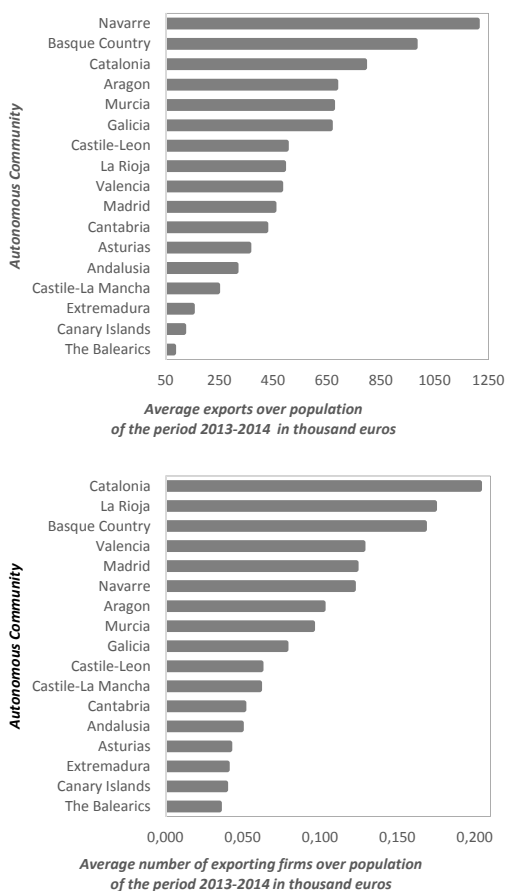
2 Why are companies located in some regions more internationalised than in others?

Companies located in some territorial areas within a country are more internationalised than those located in others due to, among other factors, the existence of differences between such territories. For example, the basic geographical resources in each locality –e.g., natural resources, climate, location– have been identified as conditioning factors of business internationalisation (Gilmore *et al.*, 2003), as well as their level of economic openness –direct foreign investment, imports (Luo & Tung, 2007) –, their institutions (Demirbag, Tatoglu, & Glaister, 2009). Among these three categories of factors, the key role played by institutions in internationalisation processes is increasingly recognised (Cheng & Yu, 2008).

¹Corresponding author: antonia.garcia@ulpgc.es

Figure 1. Evolution of exports by Spanish Autonomous Communities

Source: ICEX (2015)



The institutional perspective explains how and why the policies applied at the regional level, the social values rooted in the place, and the knowledge accumulated in each region (both among the resident population and the companies themselves as a result of widely used business practices) influence business motivation and the decisions of managers and entrepreneurs (North, 1990). According to Scott (1995), there are three institutional factors that distinguish territories and condition the internationalisation of their enterprises: regulative institutions (or laws), normative institutions (or cultural values) and cognitive institutions (or accumulated knowledge).

From this perspective, in those cases where these institutional factors are adequate and well developed, they offer the company an ideal

scenario for acquiring and increasing resources, and, in the end, facilitate international expansion (Cheng & Yu, 2008). Therefore, although it is true that the CEO of any company is responsible for the decision to internationalise, the circumstances that facilitate the adoption and successful implementation of such a decision are largely linked to the institutions that exist in the location in which the company is founded and develops.

EACH COUNTRY AND EACH REGION WITHIN A COUNTRY FACE THE CHALLENGE OF GENERATING AN INSTITUTIONAL ENVIRONMENT THAT BOOST FIRMS' INTERNATIONALISATION

3 Institutional elements that favour business internationalisation: are there differences between regions in Spain?

In order to carry out a characterisation of the autonomous communities in Spain from the institutional point of view, multiple institutional indicators have been used, extracted from numerous data sources (*e.g.*, ICEX, National Institute of Statistics, Ministry of Economy and Competitiveness, etc.). Once the information was gathered, it was possible to identify how the autonomous communities are grouped according to the regulative, normative and cognitive institutions that support the internationalisation of companies.

The communities of Aragon, Catalonia, Madrid, Navarre and the Basque Country have the institutional factors that are most favourable to business internationalisation. In terms of legislation and government-supported policies, they stand out as being the ones that have the most effective agencies for innovation, the largest number of public and private universities, and the biggest budgets provided by chambers of

commerce to support internationalisation. In terms of social values, these communities are notable for having those that strongly support entrepreneurship. Finally, as far as knowledge and business practice are concerned, these communities are home to larger populations with technical studies and doctorates, in addition to having significant portions of the population with a university education, as well as experience in creating companies motivated by the search for opportunities. As a result, these communities occupy the highest positions in the internationalisation rankings for their companies.

Table 1. Institutional support for internationalisation by Autonomous Communities

Autonomous Communities	Institutional dimension			
	Laws	Cultural values	Knowledge	Business practice
Andalusia	Weak	Weak	Intermediate	Weak
Aragon	Strong	---	Strong	Strong
Asturias	Weak	Weak	Intermediate	Weak
The Balearics	Weak	---	Weak	Weak
Canary Islands	Weak	Intermediate	Strong	Weak
Cantabria	Strong	---	Intermediate	Weak
Castile-La Mancha	Weak	Intermediate	Intermediate	Weak
Castile-Leon	Strong	Weak	Intermediate	Weak
Catalonia	Weak	Strong	Strong	Strong
Valencia	Weak	Intermediate	Strong	Weak
Extremadura	Strong	Weak	Intermediate	Weak
Galicia	Weak	Intermediate	Intermediate	Weak
La Rioja	Strong	---	Weak	Weak
Madrid	Strong	Intermediate	Strong	Strong
Murcia	Weak	Strong	Weak	Weak
Navarre	Strong	Strong	Strong	Strong
Basque Country	Strong	Intermediate	Intermediate	Strong

At the other end of the scale, the communities of Andalusia, Asturias, The Balearics, and Castile-La Mancha have the institutional factors least favourable to internationalisation, being characterised not only by the weakness with which, in general, their institutions support external expansion, but also by the way in which none of the other institutional factors guarantee strong support for such expansion. As a result, these communities occupy low positions in the national internationalisation rankings.

Special mention should be made of the communities of the Canary Islands and Extremadura because, despite having some institutional factors that aspire to promote

internationalisation, they occupy, together with the aforementioned communities, the lowest ranking positions in the internationalisation rankings. The Canary Islands and Extremadura also share with the others the unfortunate circumstance that the knowledge and business practices accumulated in their territories are notoriously weak in their ability to support business internationalisation. This group of six communities that occupy the lower end of the rankings (Asturias, The Balearics, Castile-La Mancha, Canary Islands and Extremadura) face significant challenges if they wish to improve the environment which favours the internationalisation of their companies.

Finally, the communities of Cantabria, Castile-Leon, Valencia, Galicia, La Rioja and Murcia have different levels of each institutional factor but, as a whole, these territories have achieved an intermediate level of support for the internationalisation of businesses (Although Murcia to a lesser extent). Accordingly, this group of communities occupies intermediate positions in the rankings of variables related to internationalisation.

4 Conclusion

Based on the results of this work, it can be asserted that it is the responsibility of both public and private authorities and organisations to assume a greater role in the development of competitive institutional environments that support the international activity of Spanish companies, based on stable regulative frameworks which facilitate overseas activities, human capital developed to design and successfully undertake these projects, a business praxis that offers models of success to imitate, and a culture conducive to business development abroad. Populations and companies are not exempt from responsibility in this task, and therefore must be aware of the role they must play so that each, according to their scope, contributes towards modifying the institutional

environment in order to create the one that can best facilitate business internationalisation in each territory. The relevance of what is proposed here is supported by the benefits associated with internationalisation: among others, less dependency of companies on the fluctuations of the internal market and the generation of employment and wealth in the territory.

5 References

- Cheng, H.L., & Yu, C.M.J. (2008). Institutional pressures and initiation of internationalization: Evidence from Taiwanese small and medium-sized enterprises. *International Business Review*, 17, 331–348.
- Demirbag, M., Tatoglu, E., & Glaister, K.W. (2009). Equity-based entry modes of emerging country multinational. *Journal of World Business*, 44, 445–462.
- Gilmore, A., O'Donnell, A., Carson, D., & Cummins, D. (2003). Factors influencing foreign direct investment and international joint ventures – A comparative study of Northern Ireland and Bahrain. *International Marketing Review*, 20(2), 195–215.
- ICEX (2015). Informe del perfil de los exportadores españoles. [Fecha de consulta: 21 de octubre de 2015]. Available in <http://www.icex.es/>.
- ICEX [en línea]. DataInvex estadísticas de exportaciones. [Fecha de consulta: 22 de octubre de 2015]. Available in <http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/exportadores-habituales/index.html>.
- ICEX [en línea]. DataInvex estadísticas de inversión española en el exterior. [Fecha de consulta: 22 de octubre de 2015]. Available in <http://datainvex.comercio.es/>.
- Luo, Y., & Tung, R.L. (2007). International expansion of emerging market enterprises: A springboard perspective. *Journal of International Business Studies*, 38(4), 481–498.
- North, D.C. (1990). *Institutions, institutional change, and economic performance*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Scott, W.R. (1995). *Institutions and organizations*. Thousand Oaks, CA: Sage.