

NOVELES DESTACADOS

OUTSTANDING EARLY-STAGE RESEARCHERS

La internacionalización de las empresas asturianas

Covadonga González-García¹, Celina González-Mieres

Universidad de Oviedo, España

doi: 10.20420/eni.2018.219

Resumen

La internacionalización constituye un pilar muy importante que condiciona el futuro de las empresas y, más aún, el de aquellas ubicadas en regiones con poca expectativa de crecimiento económico y donde la demanda de producto es insuficiente para su supervivencia. En el caso de Asturias, es una de las regiones que se sitúa en un puesto desfavorable con respecto a otras comunidades autónomas de nuestro país. El principal objetivo de este trabajo ha sido el de concienciar a las empresas de que la internacionalización es algo fundamental en los tiempos que vivimos.

Palabras clave: internacionalización, supervivencia empresarial, desarrollo económico.

Clasificación JEL: F23, M21.

Fuente de referencia: Covadonga González-García (2017). Crecimiento internacional de la economía y las empresas asturianas. Premio ASTUREX al mejor Trabajo fin de Grado, dirigido por Celina González-Mieres y presentado en la Universidad de Oviedo, España.

La internacionalización constituye un pilar muy importante que condiciona el futuro de las empresas y, más aún, el de aquellas ubicadas en regiones con poca expectativa de crecimiento económico y donde la demanda de producto es insuficiente para su supervivencia. En el caso de Asturias, es una de las regiones que se sitúa en un puesto desfavorable con respecto a otras comunidades autónomas de nuestro país. De tal manera y según un estudio realizado por la Federación Asturiana de Empresarios en 2016, se sabe que sólo 493 empresas asturianas se definen como exportadoras habituales, de un total de aproximadamente 67.000 empresas dentro de la región, lo que a su vez supone un 2,09% de los más de 3 millones de empresas que existen a nivel nacional. Además, el 99,9% de las empresas registradas en Asturias se trata de pequeñas y medianas empresas, lo que dificulta

en mayor medida el éxito en el exterior. Gracias a los datos recogidos por el Diario Económico La Expansión, la aportación de las exportaciones respecto al PIB han sido de 18,39% en 2017, encontrándose dentro de las comunidades que menos exportan. A pesar de las desventajas que presenta Asturias, muchas de las empresas asturianas han visto la internacionalización como una vía de escape a estos obstáculos y les permitió seguir adelante, sobre todo, cuando la crisis azotó España.

Ahora bien, la internacionalización no debe ser vista como una solución a determinados problemas, sino que debe percibirse por parte de las empresas como una estrategia que implica resultados muy positivos, como puede ser la diversificación del riesgo, las ventajas en costes operativos o el aprovechamiento de las

¹Autor de correspondencia: celinaguniovi@gmail.com

economías de escala.

Llevar a cabo una política de internacionalización no es algo fácil y por ello tanto las empresas como instituciones públicas y organismos nacionales ponen todo su esfuerzo para conseguir una mayor presencia internacional y superar determinadas barreras que, en cierta manera, impiden dar ese paso hacia adelante.

El principal objetivo de este trabajo ha sido el de concienciar a las empresas de que la internacionalización es algo fundamental en los tiempos que vivimos. Como resultado de la globalización, las fronteras se han abierto para el comercio exterior con otros países, lo que nos permite disfrutar de una gran variedad de productos y servicios.

A través de un estudio teórico sobre el concepto de internacionalización, las principales razones que llevan a decidirse por ella y las barreras encontradas, así como la situación actual de las empresas exportadoras españolas se ha podido conocer cuál es el marco general para después estudiar más a fondo la realidad de las empresas asturianas. Adicionalmente, la propia experiencia que han aportado diferentes negocios de esta región ha permitido sacar algunas conclusiones que servirán de ejemplo para el resto.

Las empresas objeto de estudio han sido seis, todas ellas fundadas en Asturias, pero diferentes en cuanto a su tamaño y características propias del sector al que pertenecen. A través de entrevistas en profundidad, se ha conocido de primera mano cómo ha sido el proceso de internacionalización de cada una de ellas. El principal objetivo de este estudio exploratorio ha sido el de comprender cómo dependiendo de las características y de la estrategia de la empresa, la salida al exterior se produce de una manera u otra. Tras este análisis, se ha podido realizar una

valoración de lo que está ocurriendo en esta región para mejorar aquellos aspectos en los que todavía no se es demasiado competitivo.

En primer lugar, todas las empresas analizadas coincidieron en que la internacionalización es un proceso complicado que requiere mucho tiempo y esfuerzo. Por esta razón, es necesario contar con personal preparado y fundamentalmente paciente porque los resultados se dejan ver paulatinamente. Insisten en que es muy importante la existencia de programas y cursos que impartan tanto el conocimiento teórico como práctico para llevar a cabo estrategias de internacionalización y, por tanto, poder enfrentarse a los mercados internacionales sin miedo y, sobre todo, sin tanta incertidumbre.

En segundo lugar, la asistencia a ferias comerciales supone para todas ellas un punto crítico que les permite darse a conocer a un gran número de personas y empresas a un coste bajo en comparación con otras estrategias comerciales. Cabe destacar que, gracias a estas ferias, son los clientes los que contactan con la empresa y es la propia empresa la que se adapta a las necesidades de éstos.

Un aspecto que se ha revelado como importante es el papel que desempeñan las instituciones públicas y organismos nacionales y regionales que fomentan de manera significativa la salida a nuevos mercados, ofreciendo programas de apoyo y totalmente adaptados a cada situación específica de la empresa.

Otra cuestión relevante es la visión global de las empresas que depende fundamentalmente del año de fundación de estas. Así, las empresas más recientes apuestan fuertemente por la internacionalización, mientras que las más tradicionales confían en dicha estrategia una vez consolidadas en el mercado nacional.

Uno de los grandes retos a superar es el de conseguir una mayor facturación internacional, que todavía representa una parte mínima de su facturación total. Esto se debe principalmente a que las empresas no siguen una estrategia definida y no apuestan por mercados en concreto, sino que se ajustan a las oportunidades y los clientes que les llegan.

Por otro lado, en lo que a la forma de acceder al mercado internacional se refiere, es bastante común que la venta a los mercados exteriores se realice a través de importadores-distribuidores que se encargan de todo en el mercado de destino y simplifica bastante la operación de la empresa exportadora. Esta última cuestión puede ser vista como una desventaja, ya que la falta de experiencia y personal hace que las exportaciones no tengan un carácter constante y dilatado en el tiempo y, por tanto, la presencia en el exterior no esté consolidada. Además, el tejido asturiano está formado principalmente por pequeñas empresas, lo que hace todavía más difícil su salida al exterior.

Sin embargo, es una gran ventaja que las empresas estén buscando otros mercados donde vender sus productos fuera de lo que es el ámbito europeo. Cada vez es más habitual la entrada en los mercados asiáticos que ofrecen un gran

potencial de crecimiento.

En resumen, son muchas las desventajas a las que se enfrentan las empresas, sobre todo por el reducido tamaño de éstas, ya mencionado anteriormente, contando con recursos más bien limitados y donde los procesos de internacionalización no tienen una continuidad en el tiempo. Además, carecen de productos con alto valor añadido y la oportunidad de destacar en el mercado exterior es escasa.

Sin embargo, las ganas de las empresas por salir al exterior y el apoyo de las instituciones públicas constituyen un factor clave que han permitido de manera significativa la salida a mercados internacionales. Se habla, por tanto, de un proceso de internacionalización lento y difícil, pero creciente. Además, creen en el éxito de la exportación para el futuro de la empresa y a base de esfuerzo han ido mejorando su situación en este campo.

La realidad de las empresas exportadoras asturianas es un claro reflejo de lo que sucede a nivel nacional, donde la crisis mermó considerablemente las exportaciones pero que, tras un período de recuperación, las cifras han ido aumentando e incluso son más altas que las obtenidas en los años anteriores a la crisis.

Internationalization of Asturian companies

Covadonga González-García¹, Celina González-Mieres

Universidad de Oviedo, Spain

Abstract

Internationalization is an important pillar that determines the future of the company, even more, if these ones are placed in regions where growth economic development is low, and the demand of the product is insufficient for its survival. In the case of Asturias, it is one of the regions that is in an unfavourable position in comparison with some other autonomous communities of our country. The main objective of this work has been to make companies aware that internationalization is essential nowadays.

Keywords: Internationalization, business survival, economic development.

Clasificación JEL: F23, M21.

Fuente de referencia: Covadonga González-García (2017). Crecimiento internacional de la economía y las empresas asturianas. Premio ASTUREX al mejor Trabajo fin de Grado, dirigido por Celina González-Mieres y presentado en la Universidad de Oviedo, España.

Internationalization is an important pillar that determines the future of the companies, even more, if these ones are placed in regions where growth economic development is low, and the demand of the product is insufficient for their survival. In the case of Asturias, it is one of the regions that is in an unfavourable position in comparison with some other autonomous communities of our country. According to a study carried by FADE (Asturian Federation of Entrepreneurs), it is known that only 493 companies are defined as habitual exporters, out of a total of 67,000 companies within the region, which in fact, represents 2.09% of more than 3 million companies at national level. In addition, 99.9% of the Asturian companies are medium and small companies, which makes it more difficult to succeed abroad. Thanks to the data collected by Economic Diary La Expansión, the contribution of exports regarding GDP was 18.39% in 2017, being Asturias among the communities that exports the least. Despite the disadvantages that this region presents, many of the Asturian companies have seen

internationalization as an escape route to these obstacles and it has allowed them to go ahead, especially when crisis hit Spain.

However, internationalization should not be seen as a solution to some problems and it should be perceived by companies as a strategy which implies several positive results such as risk diversification, advantages in operating costs or taking advantage of economies of scale.

Carrying out an internationalization policy is not easy and for this reason, companies, public institutions and national organisms put all their efforts to achieve a higher international presence and to overcome some barriers that, in some way, do not allow to keep going.

The main objective of this work has been to make companies aware that internationalization is essential nowadays. Because of globalization, borders have been opened for international commerce with other countries, which has allowed us to enjoy a wide variety of products

¹Autor de correspondencia: celinaguniovi@gmail.com

and services.

Through a theoretical study about the concept of “internationalization”, the main reasons that have led companies to decide it, all the barriers that difficult the process and the current situation of exporting Spanish companies have made it possible to know which the general framework is and, therefore, it has been useful to study the reality of Asturian companies in detail. Moreover, the own experience that companies from this region have provided, has made it possible to draw some conclusions that will be an example for the rest.

The companies studied were six, all of them founded in Asturias but different about their size and characteristics, depending on the sector to which they belong. Through in-depth interviews, it has been known how internationalization process has been. The main objective of this exploratory study has been to understand how characteristics and the strategy of the company have determined their exit to foreign markets. After this analysis, it has been possible to make an assessment of what is happening in Asturian region to improve all those aspects in which we are not competitive yet.

Firstly, all the companies that were analysed agreed that internationalization is a complicated process that needs lot of time and effort. For this reason, it is necessary to have professionals working in this area and, especially, patient people because results are gradually visible. They insist that it is very important the existence of some programs and courses that teach both theoretical and practical knowledge to carry on internationalization strategies and, therefore, to face international markets without fear and without so much uncertainty.

Secondly, attendance to trade fairs is a critical point that allows companies to know many people and companies at a low cost in

comparison with other commercial strategies. It should be noted that, thanks to these fairs, customers are the ones who contact with the company and it is the one which adapts its strategy depending on the necessities of the clients.

Other aspect that has been regarded as an important one is the role played by the public institutions and national or regional organisms that encourage the exit to foreign markets, offering support programs and fully adapted to each specific company situation.

One more relevant issue is the global vision that companies have depending on their foundation year. In this way, the most recent companies are strongly committed to internationalization while the most traditional companies rely on the internationalization strategy once they are consolidated in the national market.

One of the greatest challenges is to achieve greater international invoicing, that still represents a minimum part of its total billing. This is due to the companies that do not follow a defined strategy and do not go for specific markets as they adapt to the opportunities and customers that come to the company.

Concerning the way of accessing the international markets, it is quite common that sales to foreign markets are made through importers-distributors that are responsible for the management in the destination country and at the same time, it simplifies the operation of the exporting company a lot. This last issue can be seen as a disadvantage, because the lack of experience and staff means that exports do not have a regular and extensive character over time. Additionally, the industrial Asturian fabric is formed basically by SMEs, which makes their exit to international markets even more difficult.

However, it is a huge advantage that companies are looking for other markets outside European countries, which in fact makes it easier to sell in through the European Union, but Asiatic countries are the ones who are offering growth development potential.

In fact, there are many disadvantages that companies are facing, basically due to their small size that led to limited resources and internationalization processes do not have a continuity over time. Moreover, there is a lack of high added value products and the opportunity of standing out is really tight.

However, the strong companies desire of going abroad and the support of public institutions are a key factor that has significantly helped the exit to international markets. It is said that there is a slow and difficult, but growing internationalization process. Furthermore, companies rely on the exporting success for their future that based on a continuous effort have been improving their situation.

The reality of the exporting Asturian companies is a clear reflection of what is happening at national level, where the crisis significantly reduced exports, but after this negative economic period, figures have been recovered, and they are now even higher than before the crisis.