

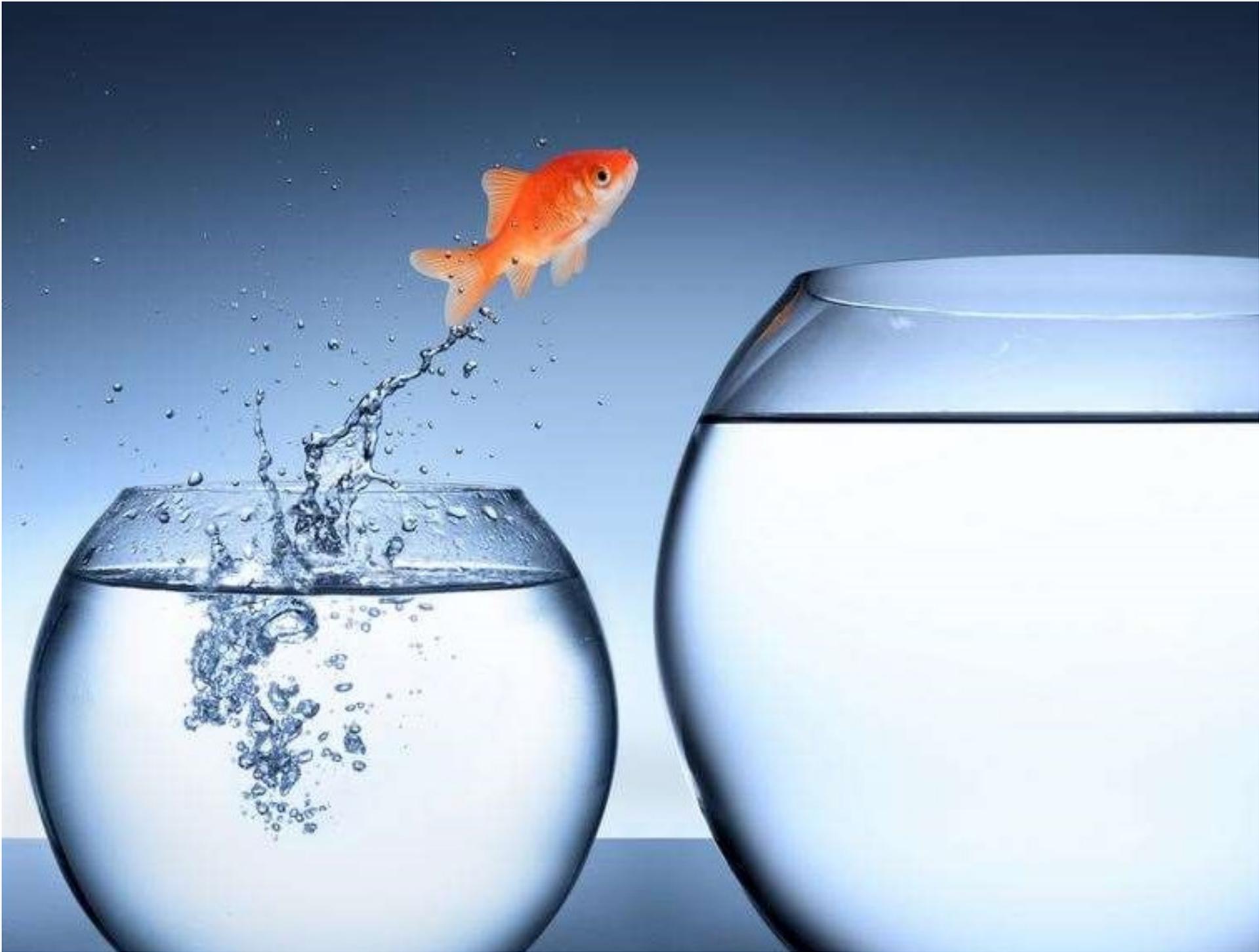
La influencia del entorno institucional en la internacionalización de la empresa



La internacionalización de las pequeñas y medianas empresas



Salir de la zona
de confort



El fenómeno de las nuevas empresas internacionales

¿Qué sabemos?

BORN
global

- ▶ Mercado local pequeño
- ▶ Aparición de nichos de mercado globales
- ▶ Desarrollos tecnológicos en comunicaciones
- ▶ Nuevas y flexibles tecnologías de producción
- ▶ Crecimiento de las alianzas y redes globales
- ▶ Capacidades de la empresa

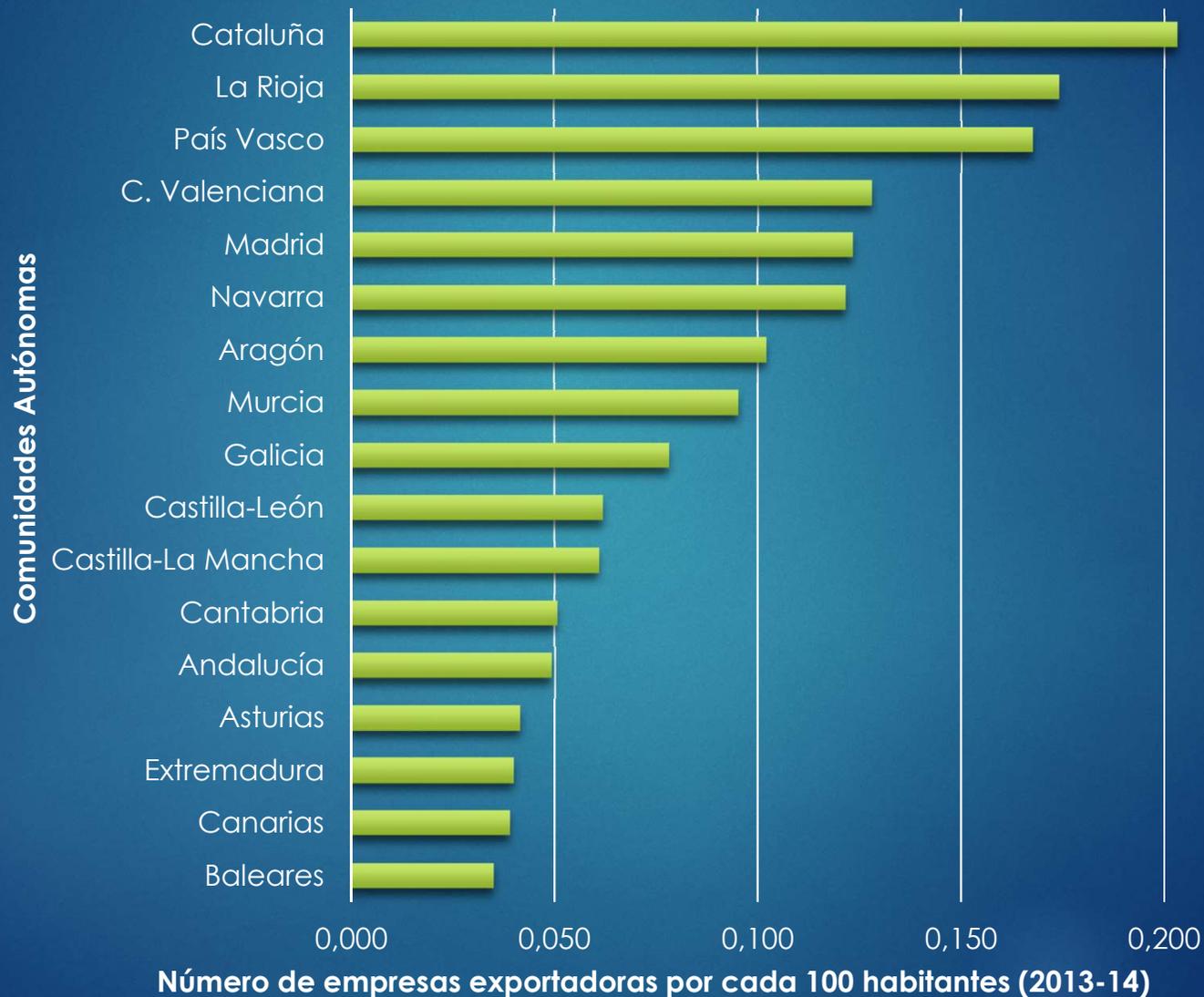




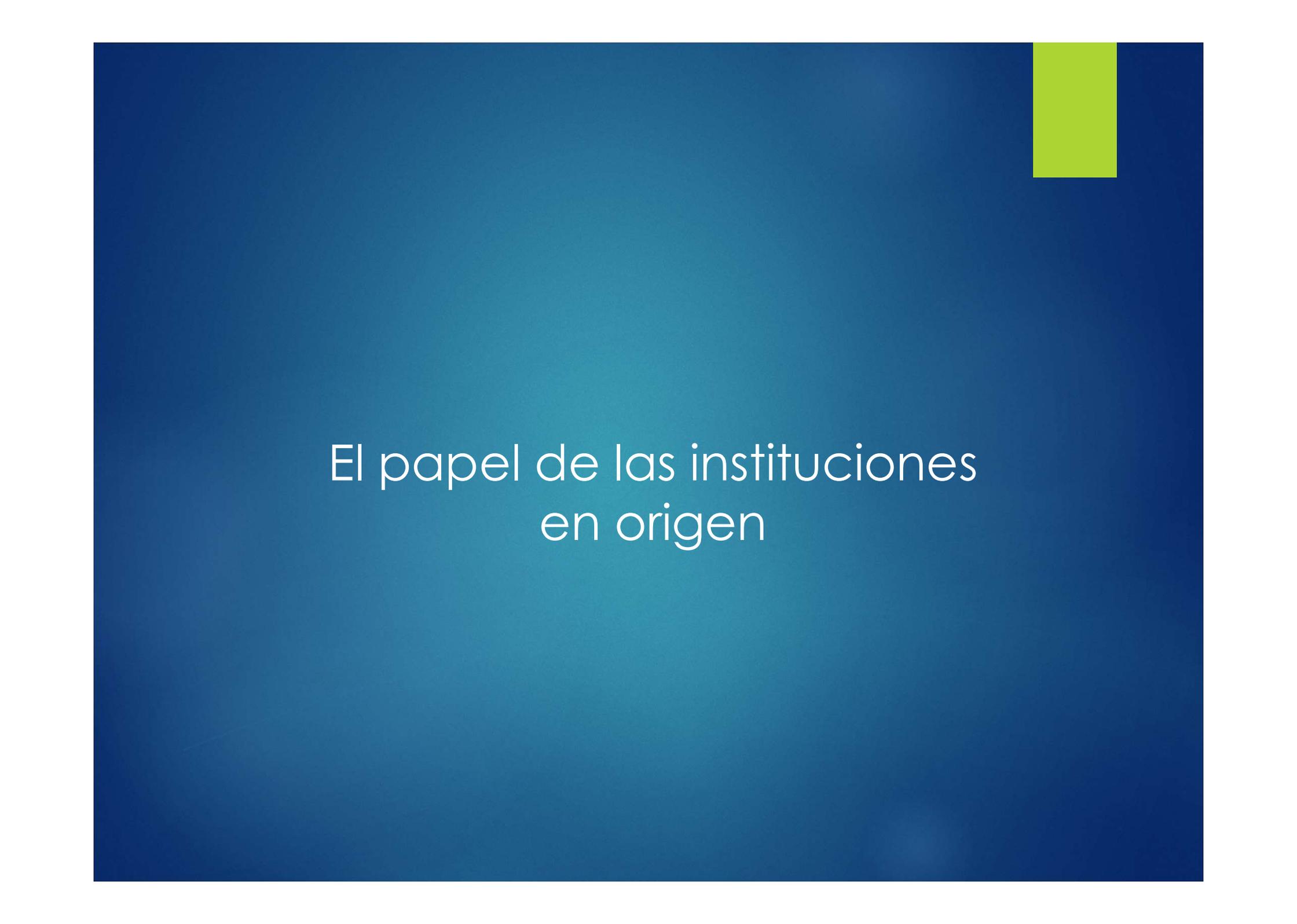
¿Qué explica que una empresa se internacionalice y qué explica que una empresa sea born global?

- ▶ Recursos y capacidades de la propia empresa
- ▶ Factores facilitadores del entorno en el que compite la empresa

Número de empresas exportadoras por CCAA



Fuente: ICEX (2015)



El papel de las instituciones en origen

Estudio 1: Las instituciones en origen y la internacionalización

¿Qué son las instituciones y cómo afectan a la internacionalización de las empresas españolas?

Estudio 1: Las instituciones en origen y la internacionalización

▶ Instituciones regulativas



▶ Instituciones normativas



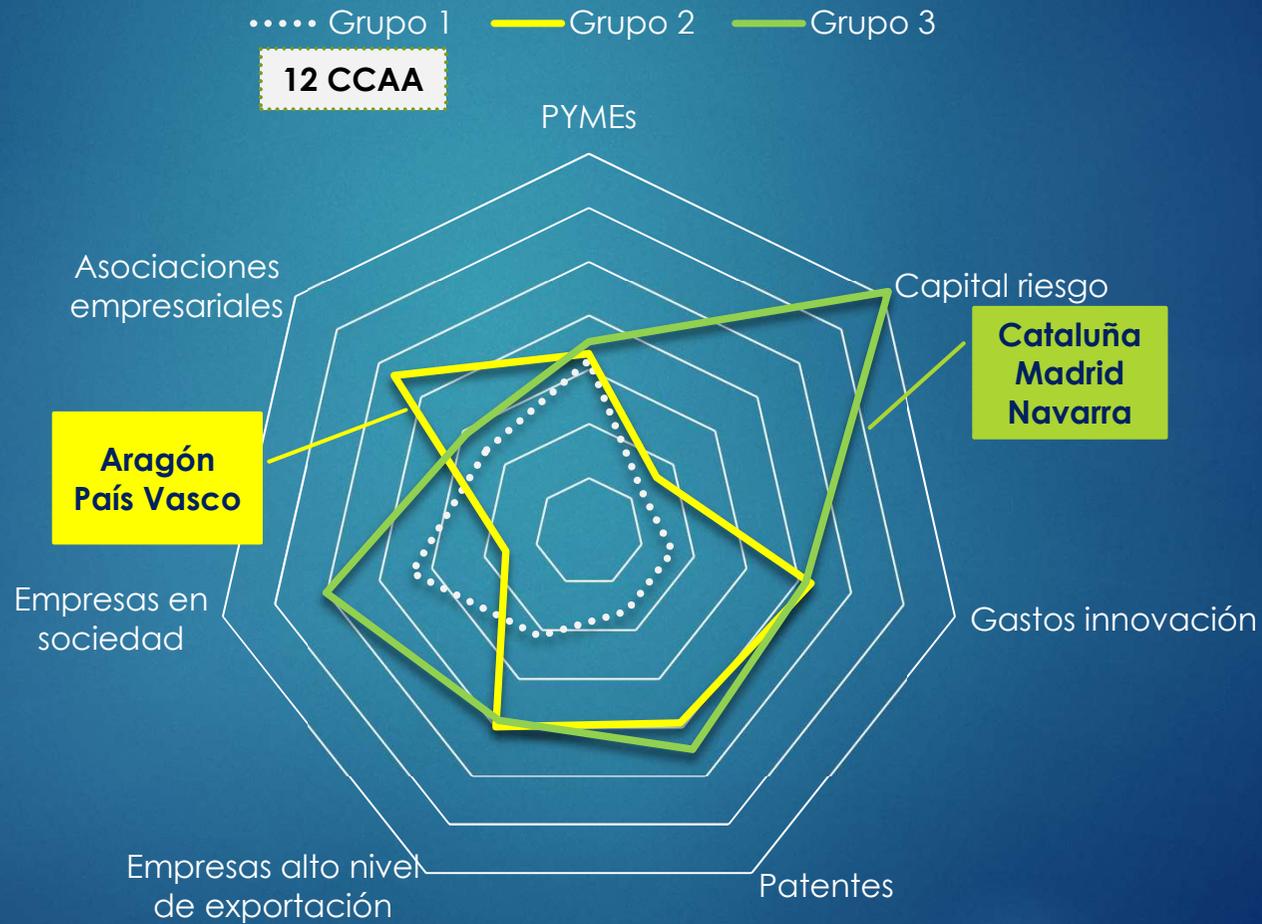
▶ Instituciones cognitivas



Indicadores institucionales

Dimensiones institucionales	Indicadores institucionales	Variables de medición
Regulativas	Apoyo a la formación superior	<ul style="list-style-type: none"> • Número de universidades
	Apoyo financiero a la internacionalización	<ul style="list-style-type: none"> • Presupuesto destinado a la internacionalización de las agencias de promoción autonómicas • Presupuesto destinado a la internacionalización de las cámaras de comercio
	Apoyo tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Centros universitarios técnicos • Parques tecnológicos • Agentes del sistema nacional de innovación
Normativas	Valores culturales	<ul style="list-style-type: none"> • Espíritu emprendedor de la población • Apoyo social al emprendimiento
Cognitivas	Nivel formativo	<ul style="list-style-type: none"> • Población con estudios Universitarios • Población con doctorado • Alumnos universitarios matriculados en estudios técnicos
	Experiencia laboral	<ul style="list-style-type: none"> • Población ocupada • Población extranjera ocupada
	Conocimientos y capacidades emprendedoras	<ul style="list-style-type: none"> • Habilidad de la población para emprender • Emprendimiento por oportunidad • Emprendimiento por necesidad
	Experiencia en gestión empresarial	<ul style="list-style-type: none"> • Número de Pymes
	Experiencia innovadora	<ul style="list-style-type: none"> • Gasto de innovación de las empresas • Patentes • Número de empresas de capital riesgo
	Experiencia en internacionalización	<ul style="list-style-type: none"> • Empresas incipientes con alto nivel de exportación
	Experiencia cooperativa	<ul style="list-style-type: none"> • Número de empresas creadas en sociedad • Número de asociaciones empresariales

Instituciones cognitivas: experiencia empresarial



Estudio 1: Las instituciones en origen y la internacionalización

Apoyo institucional a la internacionalización por CCAA

Comunidad autónoma	Apoyo a la internacionalización de los factores institucionales				Ranking de internacionalización (por población)		
	Leyes	Valores	Formación población	Práctica empresarial	Export. Vol.	Export. Emp.	IDE
Andalucía	Débil	Débil	Intermedio	Débil	13	13	7
Aragón	Fuerte	---	Fuerte	Fuerte	4	7	11
Asturias	Débil	Débil	Intermedio	Débil	12	14	8
Baleares	Débil	---	Débil	Débil	17	17	3
Canarias	Débil	Intermedio	Fuerte	Débil	16	16	15
Cantabria	Fuerte	---	Intermedio	Débil	11	12	1
Castilla-La Mancha	Débil	Intermedio	Intermedio	Débil	14	11	13
Castilla y León	Fuerte	Débil	Intermedio	Débil	7	10	12
Cataluña	Débil	Fuerte	Fuerte	Fuerte	3	1	5
Comunidad Valenciana	Débil	Intermedio	Fuerte	Débil	9	4	10
Extremadura	Fuerte	Débil	Intermedio	Débil	15	15	17
Galicia	Débil	Intermedio	Intermedio	Débil	6	9	6
La Rioja	Fuerte	---	Débil	Débil	8	2	16
Madrid	Fuerte	Intermedio	Fuerte	Fuerte	10	2	2
Murcia	Débil	Fuerte	Débil	Débil	5	8	14
Navarra	Fuerte	Fuerte	Fuerte	Fuerte	1	6	9
País Vasco	Fuerte	Intermedio	Intermedio	Fuerte	2	3	4

Configuraciones institucionales: ¿oportunidad o reto?

Comunidad autónoma	Dimensión institucional				Ranking de internacionalización (por población)		
	Regulativa	Normativa	Cognitiva (población)	Cognitiva (empresas)	Export. Vol.	Export. Emp.	IDE
Cataluña	Débil	Fuerte	Fuerte	Fuerte	3	1	5
Madrid	Fuerte	Intermedio	Fuerte	Fuerte	10	2	2
Navarra	Fuerte	Fuerte	Fuerte	Fuerte	1	6	9
País Vasco	Fuerte	Intermedio	Intermedio	Fuerte	2	3	4
Baleares	Débil	---	Débil	Débil	17	17	3
Extremadura	Fuerte	Débil	Intermedio	Débil	15	15	17
Canarias	Débil	Intermedio	Fuerte	Débil	16	16	15

Estudio 2: ¿Capacidades de la empresa o instituciones?

¿Capacidades de la empresa o rodearse de empresas internacionalizadas o emprendedoras por oportunidad?

Estudio 2: ¿Capacidades de la empresa o instituciones?

Análisis de 242 PYMES manufactureras españolas jóvenes

Tipo de empresas	Número (%)
No exportadoras	135 (63,2)
Exportadoras tradicionales	68 (28,1)
Exportadoras rápidas (<i>Born Globals</i>)	21 (8,7)

En 3 años de vida más del 25% son ventas de exportación

Estudio 2: ¿Capacidades de la empresa o instituciones?

VARIABLES ANALIZADAS

- ▶ Capacidades de la empresa
 - ▶ Producto homogéneo
 - ▶ Capacidad de innovación en productos
- ▶ Factores territoriales que reflejan las instituciones cognitivas
 - ▶ Exportaciones relativas al PIB de la región: Rodearse de empresas internacionales
 - ▶ Grado de emprendimiento por oportunidad de la región: Rodearse de emprendedores por oportunidad

Estudio 2: ¿Capacidades de la empresa o instituciones?

RESULTADOS

- ▶ Factores que aumentan la probabilidad de que la empresa sea exportadora
 - ▶ Innovar en productos
 - ▶ Rodearse de empresas exportadoras
 - ▶ Rodearse de emprendedores por oportunidad
- ▶ Factores que aumentan la probabilidad de ser *born global* entre las empresas exportadoras
 - ▶ Producto homogéneo (nicho global)
 - ▶ Innovar en productos
 - ▶ Rodearse de empresas exportadoras

Retos de la internacionalización

- ▶ El éxito de una empresa depende de su capacidad de adaptación al entorno en el que ha decidido competir.
- ▶ El empresario de éxito normalmente tiene un marco institucional de referencia que conoce bien y domina.
- ▶ Si va a valorar oportunidades de negocio en mercados extranjeros tenderá a aplicar su habitual esquema de análisis.

No podemos aplicar las mismas reglas de juego a un tablero de juego diferente



El papel de las instituciones en destino

Estudio 3: Conocimiento necesario para competir en economías en desarrollo

¿Qué tipo de conocimiento se necesita, cuáles son las fuentes para conseguirlo y cuáles los principales retos?

Estudio 3: Conocimiento necesario para competir en economías en desarrollo

Analizar los tipos de conocimiento, las fuentes utilizadas para adquirirlo y los principales retos enfrentados por las pymes de países desarrollados en su primera entrada a mercados en desarrollo

CASO DE ESTUDIO

Pymes españolas que se internacionalizan por primera vez hacia Senegal

Estudio 3: Conocimiento necesario para competir en economías en desarrollo

Entrevista y cuestionario de valoración a 6 expertos en la internacionalización de empresas españolas hacia África Occidental

- Representante de la División de Promoción y Red Exterior de Proexca
- Representante del Área Economía y Empresa de Casa África
- Representante de la Oficina económica de la embajada de Senegal en Madrid
- Representante de la Oficina comercial de Espala en Dakar
- Directora y propietaria de consultora privada
- Director y propietario de consultora privada

Estudio 3: Conocimiento necesario para competir en economías en desarrollo

RESULTADOS

- ▶ Conocimiento requerido
 - ▶ El conocimiento específico del país anfitrión
 - ▶ Conocimiento institucional
 - ▶ Reconocimiento de la oportunidad
 - ▶ Conocimiento sobre el negocio específico en el país
- ▶ Retos encontrados por las Pymes
 - ▶ Relacionados con el país de origen: España
 - ▶ Directivo etnocéntricos
 - ▶ Inflexibilidad directiva
 - ▶ Poca cultura de cooperación
 - ▶ Relacionados con el país de destino: Senegal
 - ▶ Conocimiento relevante para competir embebido en redes locales

Estudio 3: Conocimiento necesario para competir en economías en desarrollo

► Fuentes para adquirir el conocimiento

Sources of knowledge	Knowledge requirements			
	Internationalization	Business	Institutional	Opportunity recognition
Previous experience	Very useful	Not useful/ a liability	Not useful/ a liability	Could help/a liability
Learning by doing in the host country	---	Useful	Useful	Very useful
Business networks	Not need/could help	Could be useful	Could be useful	Very useful
Social ties	Not useful	Very useful	Very useful	Very useful
Spillovers	Could help/Useful	Not useful/could help	Not useful	Very useful

Estudio 4: Retos institucionales para competir en economías en desarrollo

Analizar los retos institucionales que afrontan las empresas hoteleras en las economías en desarrollo

CASO DE ESTUDIO

Retos encontrados al inicio de la actividad y en la actualidad por pequeños y medianos hoteles establecidos en Marruecos

Estudio 4: Retos institucionales para competir en economías en desarrollo

ESTUDIO EN CURSO

- ▶ 28 retos institucionales identificados en la literatura
- ▶ Cuestionario enviados por email a 857 hoteles y Riads en Marruecos (booking.com)
- ▶ Análisis preliminar de 50 cuestionario recibidos (20 de propietarios Marroquíes y 30 de propietarios extranjeros)

Estudio 4: Retos institucionales para competir en economías en desarrollo

RESULTADOS PRELIMINARES

- ▶ Retos destacados al inicio de la actividad:
 - ▶ Ineficiencia de la administración pública
 - ▶ La falta de experiencia en planificación turística del país
 - ▶ Los ineficientes procesos en concesión de licencias de obras
 - ▶ El favoritismo de los funcionarios
 - ▶ El hecho de que los proveedores no están cualificados
 - ▶ Sistema educativo insatisfactorio (con falta de capacidad para generar mano de obra cualificada)
- ▶ En la actualidad, los retos institucionales que afrontan estas empresas son, en orden decreciente de importancia:
 - ▶ La falta de experiencia en planificación turística del país
 - ▶ La administración pública ineficiente
 - ▶ La falta de promoción turística

Conclusiones



- El entorno institucional puede configurarse para facilitar o no la internacionalización.
- Rodearse de otras empresas internacionalizadas facilita tanto la internacionalización tradicional como la rápida.
- Rodearse de emprendedores por oportunidad ayuda a comenzar a exportar pero no a hacerlo de forma rápida y comprometida.
- La rápida internacionalización está más asociada con las capacidades internas de las empresas.
- En países en desarrollo lo clave es el conocimiento específico del país que podrá ser adquirido a través de la propia experiencia, pero también haciendo uso de las redes empresariales y sociales.

La influencia del entorno institucional en la internacionalización de la empresa