

CÓMO ANALIZAR EL POTENCIAL DE INTERNACIONALIZACIÓN QUE OFRECE UN PAÍS EXTRANJERO PARA LA EMPRESA ESPAÑOLA

Clàudia Canals, Javier Ibáñez de Aldecoa y Josep Mestres¹

Mayo de 2020

Ideas clave

- Para decidir dónde iniciar la internacionalización empresarial es importante analizar los distintos factores que influyen en el éxito de la aventura exterior en un determinado destino de manera comparada.
- Para ello, desarrollamos un índice (ICIE 2019) que clasifica a los países extranjeros según el atractivo que sus mercados ofrecen a las empresas españolas y las ayuda a valorar los puntos fuertes y los puntos débiles de cada país.
- Los países europeos se sitúan a la cabeza del *ranking* según el ICIE 2019. Aunque otros países fuera de esta región también se emplazan en posiciones destacadas, como es el caso de EE. UU. (en la tercera posición), China o Canadá. Este último caso, precisamente, muestra la relevancia de los acuerdos comerciales en el establecimiento de relaciones de internacionalización entre países, puesto que su posición ha mejorado en el *ranking* del ICIE tras la firma de su tratado comercial con la UE.

1. Identificación: La importancia del análisis del potencial de internacionalización en un país extranjero

La internacionalización empresarial en un mundo globalizado no se limita a la venta de productos en el extranjero, sino que incluye también la búsqueda de proveedores, la fusión con empresas domésticas o el establecimiento de una planta de producción fuera de las propias fronteras. Este proceso es cada vez más complejo, requiere una inversión significativa de recursos y puede conllevar cambios importantes en la estructura de una empresa. Por estas razones, es imprescindible para las empresas españolas realizar un estudio que analice los factores relevantes de este proceso de internacionalización de forma objetiva y específica a sus características, con la finalidad de encontrar para cada una de ellas el país o países más idóneos donde deberán concentrar sus esfuerzos de internacionalización.

¹ CaixaBank Research

Más allá del análisis a nivel más interno que debe realizar la propia empresa sobre sus fortalezas y debilidades, esta debe examinar las oportunidades asociadas a distintos mercados extranjeros. En este ámbito, existen múltiples enfoques para analizar qué país puede ofrecer un mayor potencial de internacionalización. Uno de los enfoques de referencia llevados a cabo en España es la identificación de los Países con Actuación Sectorial Estratégica (PASE) que lleva a cabo la Secretaría de Estado de Comercio bajo el paraguas del Plan de Acción para la Internacionalización de la Economía Española 2019-2020. En este caso, para cada uno de los 12 PASE identificados, la Secretaría de Estado de Comercio elabora y publica un análisis de su potencial para la internacionalización de las empresas españolas desde una perspectiva sectorial.

Desde CaixaBank Research también hemos querido ayudar en esta laboriosa tarea y lo hemos hecho con el desarrollo del Índice CaixaBank para la Internacionalización Empresarial (ICIE), que permite clasificar a los países extranjeros según el potencial que ofrecen en la internacionalización para las empresas españolas: es decir, cuán atractivo es, desde una óptica española, cada mercado extranjero.

Para la elaboración del ICIE se analizan, sobre un total de 67 países, los principales aspectos que influyen en la decisión de las empresas españolas de internacionalizarse en un determinado país. Precisamente el punto de vista de la empresa española que toma el ICIE es uno de sus rasgos más característicos, confiriéndole un valor y especificidad que no se encuentra en otros índices de carácter más general.

El ICIE debe ser visto como una primera aproximación que pueden usar las empresas españolas en este examen a realizar de las oportunidades de los distintos mercados foráneos.

2. Metodología: El análisis del potencial de internacionalización en un país extranjero

Para valorar los puntos fuertes y los puntos débiles de cada país extranjero como potencial mercado de internacionalización, **el ICIE aglutina los aspectos clave en cinco pilares**. Concretamente, estos cinco pilares son: (i) el atractivo comercial, (ii) el grado de accesibilidad al mercado de cada país, (iii) la facilidad de operar en cada mercado, (iv) el entorno financiero e innovador y (v) la estabilidad institucional y macroeconómica (véase tabla 1). Y tienen un peso distinto según su relevancia en el proceso de internacionalización.

<i>Pilares</i>	<i>Subpilares</i>
1. Atractivo comercial (36%)	<ul style="list-style-type: none">• Poder adquisitivo• Gustos parecidos a los de España
2. Accesibilidad (26%)	<ul style="list-style-type: none">• Distancia, comunicaciones y acuerdos con España• Infraestructuras
3. Facilidad de operar (18%)	<ul style="list-style-type: none">• Facilidad de desarrollo de negocio• Condiciones laborales• Relaciones de inversión con España
4. Entorno financiero e innovador (15%)	<ul style="list-style-type: none">• Crédito y desarrollo financiero• Capacidad de innovación
5. Estabilidad (5%)	<ul style="list-style-type: none">• Institucional• Macroeconómica

Tabla 1. Pilares y subpilares del ICIE 2019. Fuente: CaixaBank Research

Adicionalmente, cada pilar está constituido por distintos subpilares que capturan las principales dimensiones de los distintos ámbitos. Así, el primer pilar, el referido al atractivo comercial, resume los elementos que pueden contribuir a determinar el éxito de la venta de productos españoles en el país en cuestión. En particular, se mide el tamaño del mercado de destino y el poder adquisitivo de los hogares, por un lado, y el éxito de los productos españoles en dicho mercado y de los productos procedentes de ese país en España, por otro.

El segundo pilar, que mide la accesibilidad al mercado de cada país, está compuesto por un subpilar que captura el grado de conectividad entre España y el país analizado, y otro subpilar que analiza la calidad de las infraestructuras del país extranjero en cuestión.

El tercer pilar, que mide la facilidad de operar en cada país, tiene en cuenta las características del marco administrativo y legal, y el funcionamiento del mercado laboral. Asimismo, también tiene en cuenta la inversión española ya presente en el país, pues la existencia de otros inversores españoles suele facilitar la operatividad de las entrantes.

El cuarto pilar evalúa tanto el entorno financiero como el innovador. Así, en la vertiente financiera refleja el grado de acceso al crédito y el desarrollo del sector financiero de cada país. Este es un elemento importante, por ejemplo, a la hora de valorar la capacidad de pago de los clientes y proveedores. Asimismo, para el caso de una empresa que esté considerando abrir una planta de producción o establecer un punto venta en un determinado país, es indicativo de los instrumentos financieros de los que

dispondrá para la gestión de la tesorería. **En esta edición del ICIE 2019², se ha incluido la vertiente de la innovación**, que mide tanto la capacidad de innovación de una economía como el espíritu emprendedor de sus trabajadores y empresarios. Ello puede resultar de especial importancia para aquellas empresas con productos relativamente sofisticados. Asimismo, también permite calibrar las facilidades para encontrar proveedores en el país.

Por último, el quinto pilar captura la estabilidad tanto institucional como macroeconómica de cada país. Ello se puede entender como un reflejo de la incertidumbre que rodea la valoración de los pilares mencionados anteriormente. Un elemento, por tanto, muy relevante para asegurar que las decisiones de internacionalización de una empresa se ajustan al perfil de riesgo deseado.

Como se ha mencionado, cada uno de los pilares descritos en la tabla 1 aglutina los aspectos clave que determinan la internacionalización de las empresas españolas. Estos a su vez están compuestos por distintos subpilares que incorporan los elementos más destacados de dichos aspectos clave.

Con la finalidad de que cada subpilar describa de forma fiel los elementos más destacados que conforman el proceso de internacionalización, estos se elaboran a partir de numerosos indicadores y variables de relevancia. A modo de ejemplo, tenemos como el subpilar de accesibilidad se compone, entre otras, de una variable categórica que indica si el país tiene frontera con España, de una variable indicativa de si existe vuelo directo entre ambos países y de la duración de dicho vuelo o de una variable que detalla si existe un acuerdo arancelario entre ambos países. Por su parte, el subpilar de relaciones de inversión con España está basado en los flujos de inversión bruta de España en el país en cuestión, así como en el *stock* de este tipo de inversión.

La obtención final del índice ICIE se realiza en tres etapas. En una primera etapa se normalizan las distintas variables e indicadores mencionados utilizando la función de distribución acumulada con la finalidad de obtener los distintos subpilares. En una segunda etapa se obtienen los pesos de cada subpilar a partir de una estimación que relaciona el número de empresas españolas que exportan en un país concreto con los distintos subpilares. En concreto, el peso de cada uno de los subpilares se extrae de sus contribuciones al poder explicativo de la regresión, obtenidos a través de la descomposición del R² (utilizamos la metodología *shapely value decomposition*). Y en la tercera etapa se obtiene el índice ICIE a partir del peso de los subpilares obtenido en la segunda etapa y el valor de cada uno de ellos de la primera etapa. Asimismo, se

² El ICIE es una publicación con carácter bial elaborada por CaixaBank Research desde el año 2017.

reporta el índice a nivel de pilar como una media ponderada del indicador de cada subpilar donde los pesos son proporcionales al peso de cada subpilar dentro del pilar.³

Tanto el ICIE como los distintos pilares que lo componen se sitúan en una escala de 0 a 100, tal que cuanto más cerca de 100 más fácil es para las empresas españolas internacionalizarse en el país en cuestión.

Antes de concluir esta sección metodológica, es relevante mencionar que el resultado final del ICIE refleja el atractivo de internacionalización para una empresa exportadora media, por lo que se pueden estar sobrerrepresentando los elementos clave en el proceso de exportar y no tanto aquellos más relevantes cuando una empresa quiere invertir o establecer un *partnership* con alguna empresa extranjera, por ejemplo. El motivo es que la obtención de los pesos de los distintos subpilares (y pilares) se realiza en base al número de empresas exportadoras (tal y como se describe anteriormente). Con la finalidad de posibilitar un uso más amplio del índice, el ICIE incorpora en su versión web la opción de que cada empresa modifique los pesos de los cinco pilares, lo cual da como resultado un *ranking* del ICIE acorde a las particularidades y necesidades de la empresa en cuestión. Con ello, no solo se posibilita el adecuar el ICIE a empresas con enfoques diferentes a la exportación, sino que también permite recalibrar el ICIE para tener en cuenta las particularidades sectoriales de cada empresa.⁴

3. Diagnóstico: el potencial de internacionalización en los mercados exteriores según el ICIE

Según el ICIE 2019, los países europeos, especialmente los de la UE, presentan las condiciones más favorables para la internacionalización de las empresas españolas según el ICIE 2019 (véase el gráfico 1). Estos países destacan en los cinco pilares. No en vano son los países, en conjunto, más cercanos a España, con un marco administrativo y legal muy desarrollado, una fuerza laboral bien preparada, un poder adquisitivo significativo, y un entorno financiero, institucional e innovador sólido, entre otros muchos aspectos positivos.

En el detalle de países, en el top 15 del ICIE tenemos a 11 países de la región de Europa. En 2019, el *ranking* está encabezado por Francia, el principal socio comercial de España en bienes, miembro de la UE y con el que compartimos frontera terrestre. Reino Unido, que ocupaba la primera posición en el ICIE 2017, sigue siendo

³ Para más detalles sobre su elaboración, ver la «Nota Metodológica del Índice CaixaBank para la Internacionalización Empresarial» (ICIE 2019), Documento de Trabajo 01/2019 en la web de CaixaBank Research (<http://www.caixabankresearch.com/>).

⁴ Para crear su propio índice ICIE diríjase a <https://www.caixabankresearch.com/indice-de-internacionalizacion>

un país muy destacado en el ICIE 2019 y se sitúa en el segundo puesto de la clasificación a pesar del *brexit*⁵.

De cara al futuro, Reino Unido seguirá siendo un país con un atractivo importante para los empresarios españoles en su decisión de internacionalizarse: entre otras razones, destacan la presencia de unos importantes vínculos de inversión, su avanzado marco administrativo y legal, una fuerza laboral bien preparada, un entorno institucional e innovador sólido y, además, una relativa proximidad geográfica. Aunque también dependerá del tipo de *brexit* que se acabe llevando a cabo, en especial, del tipo de tratado comercial que la UE y el Reino Unido establezcan, puesto que la existencia de un tratado es un elemento importante en la decisión de establecer relaciones de internacionalización con un país extranjero.

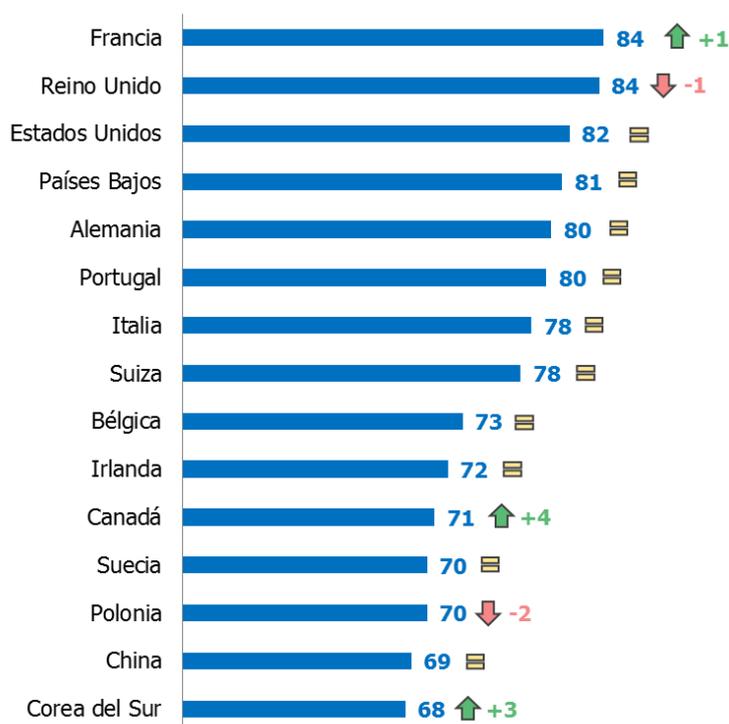


Gráfico 1. ICIE 2019: principales 15 países. Mín. 0 – Máx. 100. Fuente: CaixaBank Research

⁵ En la nueva versión del ICIE 2019 hemos realizado algunos cambios metodológicos, entre los que destaca la inclusión del subpilar de "Capacidad de innovación". Así, cuando comparamos los resultados del ICIE 2019 con 2017, en ambos casos estamos usando la nueva metodología del índice. En este sentido, es posible que los resultados del ICIE 2017 comentados en el presente artículo no coincidan con los de anteriores publicaciones.

Otros países fuera de la región de Europa también se emplazan en posiciones notorias. Este es el caso de EE. UU., principal economía mundial, y que se sitúa en la tercera posición del *ranking*. Y también es el caso de China (segunda economía en el mundo y primer emergente) y de Turquía en la posición 14 y 16, respectivamente (véase gráfico en el apéndice para el *ranking* total de países). Asimismo, es interesante mencionar un **caso como el de Canadá, que ha mejorado 4 posiciones con respecto al ICIE 2017 gracias a la rúbrica del CETA**, el tratado de libre comercio bilateral firmado con la Unión Europea y que se aplica provisionalmente desde septiembre de 2017. Este caso es un claro ejemplo de la relevancia de los tratados comerciales en el proceso de facilitar la internacionalización de las empresas españolas. En la misma línea, Corea del Sur también mejoró posiciones en el *ranking* con respecto a la última actualización del ICIE. Ello se puede atribuir, en parte, a los beneficios derivados del tratado comercial que estableció el país con la UE.

Por último, y dada la elevada heterogeneidad existente en algunas regiones, es importante para las empresas españolas analizar qué países de una misma región pueden ser más atractivos para internacionalizarse y por qué, para lo cual el ICIE también puede ser una herramienta de utilidad. Como vemos a continuación, América es un buen ejemplo de esta diversidad (véase el gráfico 2).



Gráfico 2. ICIE 2019: comparativa americana. Mín. 0 – Máx. 100. Fuente: CaixaBank Research

En América, el *ranking* global del ICIE destaca a países como EE. UU. o Canadá, tercero y undécimo, respectivamente, gracias a su destacada competitividad, su estabilidad económica, la calidad de sus infraestructuras y su elevada capacidad de innovación.

Asimismo, el tamaño de mercado de EE. UU. es un punto a favor del país, mientras que en el caso de Canadá, el reciente tratado comercial con la UE es un elemento de atractivo importante para las empresas españolas.

Tras ellos, encontramos países como México (posición 17), con una relación histórica de peso con España, y Brasil (posición 26), la principal economía latinoamericana. En ambos países existe una destacada presencia de empresas españolas, lo que refleja las estrechas relaciones existentes tanto a nivel de inversión como comercial y que quedan capturadas por el segundo y tercer pilar del ICIE 2019, respectivamente. No obstante, el atractivo de estos países se resiente de una calidad institucional y un nivel de competitividad claramente inferior a sus vecinos del norte, así como por una elevada complejidad burocrática. Además, Brasil sufre de otros lastres que reducen su atractivo de internacionalización, como un mayor grado de inestabilidad macroeconómica.

Todas estas similitudes y diferencias entre países de los elementos clave en la toma de decisión de las empresas españolas que quieren abrirse al exterior se pueden visualizar con facilidad en el ICIE.

4. Conclusiones y recomendaciones

Para decidir en qué país internacionalizarse, una empresa debe analizar los principales aspectos que pueden influir en el éxito de su aventura exterior. Mientras que grandes corporaciones disponen de departamentos especializados para analizarlos, las pequeñas y medianas empresas deben recurrir al análisis de instituciones externas en una primera etapa en el proceso de decisión.

Uno de estos análisis es el **ICIE 2019**, que **analiza los principales aspectos que determinan la decisión de las empresas españolas de internacionalizarse en un determinado país**. Ello lo hace aglutinando estos aspectos en cinco pilares básicos que reflejan el grado de accesibilidad al mercado de cada país, la facilidad de operar en cada mercado, el atractivo comercial, el entorno financiero e innovador y la estabilidad institucional y macroeconómica. El análisis se lleva a cabo para un total de 67 países, tanto avanzados como emergentes, y permite elaborar un *ranking* que refleja su atractivo para las empresas españolas.

Según el ICIE 2019, **los países de Europa son los que presentan unas condiciones más favorables para la internacionalización de las empresas españolas**. Entre los distintos países destaca Francia, que encabeza el *ranking* de la región como el global, y Reino Unido, en segunda posición también de ambos *rankings*. En otras regiones, sin embargo, también encontramos países destacados como EE. UU.,

en el top 3 de la clasificación global, Canadá (en la posición 11), China (14) o Turquía (16).

Los tratados comerciales constituyen un elemento relevante para facilitar la internacionalización de las empresas españolas. La mejora de Canadá en el *ranking* del ICIE es un ejemplo de esta importancia. En la coyuntura actual de medidas proteccionistas, especialmente procedentes de EE. UU., y de constantes tensiones comerciales, es más necesario que nunca resaltar el papel de los tratados de libre comercio en la diversificación de nuestras empresas.

Finalmente, debe mencionarse que **las claves del proceso de internacionalización de las empresas españolas pueden ser distintas según el tipo de vía tomada.** Y ello debe tenerse en cuenta en los análisis. La internacionalización en un mundo cada vez más global va mucho más allá de la venta de productos. Incluye la fusión con otras empresas del país de fuera, el establecimiento de *partnerships* o el establecimiento de plantas de producción. Esta multiplicidad de posibilidades comporta que los elementos esenciales en la toma de decisión de las empresas pueden ser distintos según la vía tomada. Y ello es algo que tanto las empresas, como las instituciones deben tener en cuenta cuando analizan los mercados de fuera. El ICIE ayuda a solucionar esta complejidad en su versión web al permitir que cada empresa decida qué pilares son más importantes para su propio proceso de internacionalización. Al asignar los pesos específicos a su caso en cada uno de los pilares, obtiene su propio *ranking* individualizado para ayudarle en su proceso de internacionalización.

Apéndice

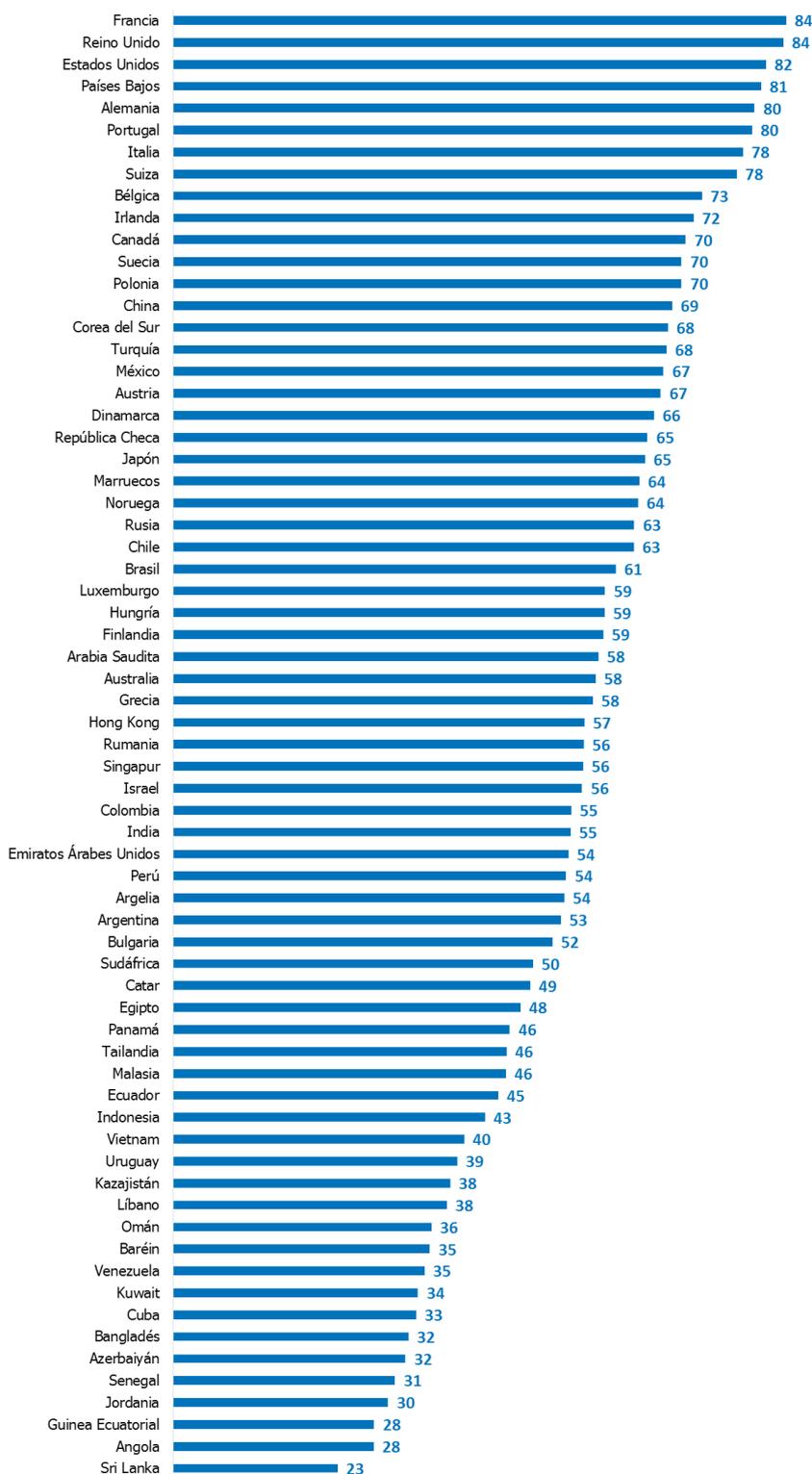


Gráfico 3. ICIE 2019: ranking completo de países. Fuente: CaixaBank Research