

LAS RELACIONES ECONÓMICAS DE CANARIAS CON LATINOAMÉRICA (2000-2011)

José Antonio Álvarez González
Rocío Peña Vázquez
Juan Manuel Cabrera Sánchez
Universidad de La Laguna (España)

RESUMEN

En este artículo se revisan las relaciones económicas entre las Islas Canarias y Latinoamérica en el período 2000-2011. Después de un breve repaso de la literatura sobre la internacionalización de las empresas, se analizan las relaciones comerciales, de servicios y los flujos de inversiones directas en el extranjero. La conclusión es que apenas existen relaciones comerciales y de servicios y solamente unos débiles flujos de capital para inversiones directas.

PALABRAS CLAVES: relaciones económicas, comercio, relaciones de servicios, inversión directa en el extranjero.

ABSTRACT

«Canary Economic Relations with Latin America (2000-2011)». This article reviews the economic relations between the Canary Islands and Latin America in the period 2000-2011. After a brief review of the literature on the internationalization of companies we analyzed trade and service relations, and flows of foreign direct investment. The conclusion is that there is little trade and services relations and only weak flows of capital for direct investments

KEY WORDS: economic relations, trade, service relations, foreign direct investement.

1. INTRODUCCIÓN

Las Islas Canarias siempre han sido una economía abierta, mucho antes de que se produjera el proceso de globalización en el que nos encontramos. Con una fuerte especialización en servicios turísticos desde mediados del siglo xx, se enfrenta a un importante desafío en la actual tendencia hacia la internacionalización. La industria turística tiene un gran potencial de crecimiento (OMT, 1998; OCDE, 2010) que con el contexto de globalización implica un aumento de la competitividad y, por tanto, requiere de un replanteamiento de las estrategias empresariales.

En este trabajo vamos a analizar las relaciones económicas de Canarias con Latinoamérica dentro del proceso de internacionalización de su economía. Para ello,



en el próximo epígrafe, haremos un repaso de la literatura sobre la internacionalización de las economías, diferenciando entre los factores de internacionalización y la internacionalización de los servicios para, posteriormente, analizar las relaciones económicas de Canarias con Latinoamérica, teniendo en cuenta su especialización económica en los servicios turísticos, los flujos comerciales y de inversiones directas en el extranjero.

2. LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA: UN REPASO DE LA LITERATURA

La importancia de la economía internacional fue reconocida ya por Adam Smith y David Ricardo, que ofrecieron las primeras explicaciones de las ventajas comparativas y la especialización económica internacional. Sin embargo, ha sido en los últimos cincuenta años cuando más ha crecido la internacionalización de la actividad económica, así como los estudios dedicados al estudio de dicho fenómeno, especialmente a la internacionalización de las empresas.

2.1. LOS ELEMENTOS DE LA INTERNACIONALIZACIÓN

La literatura ha puesto de relieve la importancia de un conjunto de elementos a tener en cuenta en la internacionalización de las economías: los factores generadores de ventajas competitivas, las barreras a la internacionalización, la selección de los mercados de entrada o los modos de internacionalización (Bravo *et al.*, 2003; Cassiman *et al.*, 2007; Keller y Pisu, 2007; Anderson *et al.*, 2002; y Child *et al.*, 2009; OCDE 2008).

Los autores han concretado sus estudios en distintos enfoques de la internacionalización atendiendo a dichos elementos. Entre estos enfoques podemos distinguir: i) el enfoque ecléctico de la internacionalización (Dunning, 1988); ii) el enfoque de fases, cuya versión más conocida es el modelo de Uppsala (Forsgren, 2002); iii) el enfoque de redes (Coviello y Munro, 1997; Coviello, 2006); y iv) el enfoque de la iniciativa empresarial internacional (Armario *et al.*, 2008; Oviatt y McDougall, 2005).

La literatura ha señalado como factores previos necesarios para la internacionalización de una empresa el disponer de algún tipo de ventaja competitiva, que puede generarse por factores tanto internos como externos a la empresa, o por una combinación de ambos. La capacidad de internacionalización de las empresas depende de factores internos, tales como la disponibilidad de intangibles (capital humano, capital tecnológico, iniciativa emprendedora), la disponibilidad de recursos físicos (capital, instalaciones) y de factores externos, entre los que figuran la formación de redes o el apoyo de las políticas públicas; en definitiva, la capacidad de internacionalización de una empresa dependerá de su ventaja competitiva (Bravo *et al.*, 2003; Cassiman *et al.*, 2007)

Los estudios empíricos (Bernard *et al.*, 2007) han constatado distintos comportamientos entre las empresas internacionalizadas y no internacionalizadas,



sin que esté clara la relación de causalidad (Bernard *et al.*, 2004). El enfoque de la autoselección pone de manifiesto que las empresas que inician el proceso de internacionalización son las que disponen de alguna ventaja competitiva (las más competitivas, las más eficientes) (Rubalcaba y Maroto, 2007). Otros autores (Salomón *et al.*, 2005), por el contrario, destacan los efectos de la internacionalización sobre la eficiencia de las empresas a través del «learning by exporting»; las exportaciones aumentan la eficiencia de las empresas. Posiblemente, los dos mecanismos se realimentan: las empresas más eficientes/productivas disponen de una ventaja competitiva que les permite su internacionalización (efecto selección) y el disponer de un mercado internacionalizado y competitivo estimula su eficiencia a través del «learning by exporting» (Damijan *et al.*, 2010). La evidencia empírica parece poner de manifiesto que se produce una autoselección de las empresas más productivas que entran en el mercado internacional, mientras que los resultados son diversos respecto a si la internacionalización conduce a una mayor productividad de las empresas (Wagner, 2001).

La internacionalización de la actividad económica supone el desarrollo de flujos económicos a través de las fronteras de los países. Estos flujos se encuentran con una resistencia a traspasar las fronteras que ha sido estudiada por la literatura de las barreras a la internacionalización (Keller y Pisu, 2007). Los obstáculos a la exportación se pueden agrupar en: i) obstáculos estratégicos (insuficiencia de recursos); ii) obstáculos operativos y logísticos (los costes de la empresa); iii) obstáculos informativos (limitada información de las oportunidades de mercado); y iv) limitados recursos de las empresas (obstáculos basados en el proceso) (Morgan y Katsikeas, 1997; Westhead *et al.*, 2002).

A las resistencias generales, las PYME se encuentran con barreras específicas derivadas de la menor disponibilidad de recursos (OCDE, 2008). Hay que tener en cuenta también el tipo de actividad desarrollada por las empresas que afecta tanto a las posibilidades como a las modalidades de internacionalización. En conjunto, las características de la empresa, su tamaño y especialización económica influyen en su estrategia de internacionalización.

No solo es relevante la capacidad de internacionalizarse sino también la selección de los mercados internacionales en los que participar. Respecto a los modos de internacionalización se han distinguido entre las exportaciones, donde las empresas se localizan en un país y exportan sus bienes y servicios a otros países y la localización de la empresa en diferentes países (empresas multinacionales) mediante la inversión directa en el extranjero. La localización de las empresas en distintos territorios supone la existencia de inversiones directas en el extranjero (IDE) y se ha justificado por cuatro motivos (Dunning y Lundan, 2008): buscar recursos naturales, buscar mercados, buscar una mayor eficiencia y buscar un activo o una capacidad estratégica.

A su vez, se puede distinguir entre la selección de los mercados extranjeros de entrada y el modo de entrada, aunque ambos aspectos suelen estar relacionados. Andersen *et al.*, (2002) distinguen entre un enfoque sistemático, donde la selección del mercado se plantea como un modelo racional de decisión, y un modelo no sistemático que describe como las empresas eligen realmente el mercado extranjero de entrada. Dentro de este enfoque se puede situar la conjetura de que las empresas



empiezan por elegir aquellos mercados extranjeros donde la distancia psíquica es menor (Child *et al.*, 2009), teniendo en cuenta la minimización de las barreras/costes a la internacionalización: cuantas más barreras, mayor distancia psíquica. La entrada en un mercado internacional tiene un coste hundido y las empresas tratan de minimizar esos costes.

El otro elemento a tomar en consideración es el modo de entrada: exportaciones directas, indirectas, alianzas y filiales en el extranjero. El modelo de decisión racional busca minimizar los costes de entrada en los mercados extranjeros (combinación de países con menor distancia psíquica con la modalidad de entrada más adecuada).

2.2. LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS

En los últimos años se ha producido un incremento de la internacionalización de los servicios, lo que ha generado un creciente interés tanto por la regulación del comercio internacional de servicios como de las investigaciones sobre el comercio de servicios.

Las actividades de servicios son tan variadas que resulta necesario precisar el significado de la internacionalización de los servicios. Los primeros estudios trataron de analizar las diferencias entre el comercio internacional de manufacturas y servicios, pero pronto empezaron los estudios que trataban de clasificar los propios servicios. Patterson y Cici (1995) utilizaron un esquema de clasificación que destacaba las diferencias en las características de los servicios en base a dos dimensiones: la tangibilidad de los servicios y el grado de relación cara-a-cara, de manera que cuanto mayor sea la relación cara a cara, la internacionalización exige la localización de las empresas en los mercados de destino mediante las inversiones directas en el extranjero.

La internacionalización de la mayoría de los servicios es todavía reciente. Las Naciones Unidas (2003) han formalizado cuatro modos de internacionalización: el modo 1, comercio transfronterizo; el modo 2, consumo en el extranjero; modo 3, presencia comercial; y el modo 4, desplazamiento temporal de personas físicas. Según el tipo de servicio, predomina una u otra modalidad de internacionalización. En los servicios turísticos predomina la segunda modalidad (consumo en el extranjero).

En relación con el sector turístico, la internacionalización del sector turístico se puede analizar desde la vertiente de la demanda y de la oferta. Desde la vertiente de la demanda, la internacionalización se produce cuando los servicios turísticos se venden a residentes en otros países aunque, en este caso, al estar la oferta atada a un espacio, a un destino turístico, son los demandantes, los turistas, los que se desplazan de su lugar de residencia (modalidad 2) (Agndal y Elbe, 2007). Aunque también se puede hablar de la internacionalización del sector turístico cuando las empresas ofrecen sus servicios en distintos destinos turísticos internacionales, en este caso, mediante la realización de la inversión directa en el extranjero.



3. LAS RELACIONES DE LA ECONOMÍA CANARIA CON LATINOAMÉRICA

Con frecuencia se habla de Canarias como un nudo de conexión entre América, África y Europa. Las relaciones económicas, sin embargo, ponen de manifiesto una fuerte asimetría en estas relaciones, con un peso mucho mayor de las relaciones con Europa, como se puede observar en los epígrafes siguientes, en los que se analiza en primer lugar la caracterización de la empresa canaria, para a continuación abordar las relaciones comerciales con Latinoamérica, tanto en lo referente a flujos de bienes y servicios como de inversiones.

3.1. CARACTERÍSTICAS DE LA ECONOMÍA CANARIA

La economía canaria se caracteriza por dos rasgos dominantes: una estructura productiva con predominio de las PYME y una especialización en servicios turísticos.

Como se puede observar en el cuadro 1, la estructura de las empresas por tamaño en Canarias no es muy distinta a la del conjunto de España, aunque con un porcentaje significativamente menor de empresas con 200 y más trabajadores. El 99,27% de las empresas canarias son micro y pequeñas empresas, y el 99,24% lo son en el total de España, representando las microempresas (de 0 a 9 trabajadores) canarias el 95,42% y en el conjunto de España, el 95,20%. Esto, sin embargo, no es un impedimento para las relaciones internacionales ya que en el año 2004, el 43,8% de las empresas españolas internacionalizadas eran microempresas y el 52,5 % eran pequeñas y medianas (Lucio *et al.*, 2007) (ver cuadro 1).

Las principales actividades económicas de las empresas en Canarias están relacionadas con el sector servicios. En el año 2011, tal y como se muestra en el cuadro 2, el mayor porcentaje de empresas pertenece al grupo «Comercio» (25,55%), seguido del grupo «Construcción» (12,37%), y de las del grupo «Hostelería» (11,96%), seguidas muy de cerca de las del grupo «Actividades profesionales» (11,26%), las que más destacan sobre el total. Y dentro de éstas, la del «Comercio al por menor, exceptuando los vehículos de motor y motocicletas», representando el 63,43% sobre el total del grupo «Comercio»; la relacionada con la «Construcción de edificios», con el 62,69% sobre el total del grupo de actividades de «Construcción»; «Servicios de comidas y bebidas», con el 89,14% sobre el total del grupo «Hostelería»; y «Actividades jurídicas y de contabilidad», en el grupo de actividades del grupo «Actividades profesionales», con una representación del 46,81% sobre el total (ver cuadro 2).

Finalmente, como podemos ver en el cuadro 3, se pueden observar dos fenómenos muy significativos: en primer lugar, el porcentaje de empresas canarias exportadoras regulares sobre el total de empresas es muy bajo, constituyendo el 0,29 %, diez veces inferior al de las empresas españolas, que en el año 2007 fue del 2,92 %. En segundo lugar, la crisis económica desencadenada en el año 2008 ha producido una reducción significativa del stock de empresas tanto canarias como españolas, lo que ha empujado a las empresas a la exportación aunque, en este caso, a un mayor ritmo las empresas canarias, que alcanzan el 0,53% del total, frente al 3,36 % de las españolas (ver cuadro 3).



CUADRO 1. DIMENSIÓN DE LAS EMPRESAS
EN CANARIAS Y ESPAÑA A 1 DE ENERO DE 2011.

	CANARIAS	%	ESPAÑA	%
Sin asalariados	72.791	54,94	1.795.321	55,23
De 1 a 9 asalariados	53.629	40,48	1.299.400	39,97
De 10 a 49 asalariados	5.095	3,85	130.994	4,03
De 50 a 199 asalariados	809	0,61	19.864	0,61
De 200 y más asalariados	164	0,12	4.997	0,15
TOTAL	132.488	100,00	3.250.576	100,00
Fuente: Dirce, INE.				

CUADRO 2. EMPRESAS POR ACTIVIDADES ECONÓMICAS
PRINCIPAL EN CANARIAS, 2011.

% SOBRE EL TOTAL	
A Industrias extractivas	0,04
B Industria manufacturera	3,65
C Suministro de energía eléctrica	0,21
D Suministro de agua y actividades de saneamiento	0,35
F Construcción	12,37
G Comercio al por mayor y al por menor	25,55
H Transporte y almacenamiento	7,65
I Hostelería	11,96
J Información y comunicaciones	1,36
K Actividades financieras y de seguro	1,96
L Actividades inmobiliarias	3,6
M Actividades profesionales, científicas y técnicas	11,26
N Actividades administrativas y servicios auxiliares	5,59
P Educación	2,2
Q Actividades sanitarias y de servicios sociales	4,36
R Actividades artísticas , recreativas y de entretenimiento	2,52
S Otros servicios	5,39
Total	100
Fuente: Dirce, INE.	



CUADRO 3. LA EVOLUCIÓN DE LAS EMPRESAS REGULARES EXPORTADORAS.

	2007	2008	2009	2010
CANARIAS				
Empresas exportadoras	414	493	685	716
Empresas totales	140.414	143.471	139.381	135.954
Emp. Exp. s/total empr. (%)	0,29	0,34	0,49	0,53
ESPAÑA				
Empresas exportadoras	97.418	101.395	107.579	109.363
Empresas totales	3.336.657	3.422.239	3.355.830	3.250.576
Emp. Exp. s/total empr. (%)	2,92	2,96	3,21	3,36
Fuente: Cámaras de Comercio (2012) e INE (DIRCE)				

Vamos a considerar las relaciones económicas de Canarias con Latinoamérica a partir de tres mecanismos: 1) las relaciones comerciales; 2) las exportaciones de servicios turísticos; y 3) la internacionalización de las empresas analizadas a través de las IDE.

3.2. LAS RELACIONES COMERCIALES DE CANARIAS CON LATINOAMÉRICA

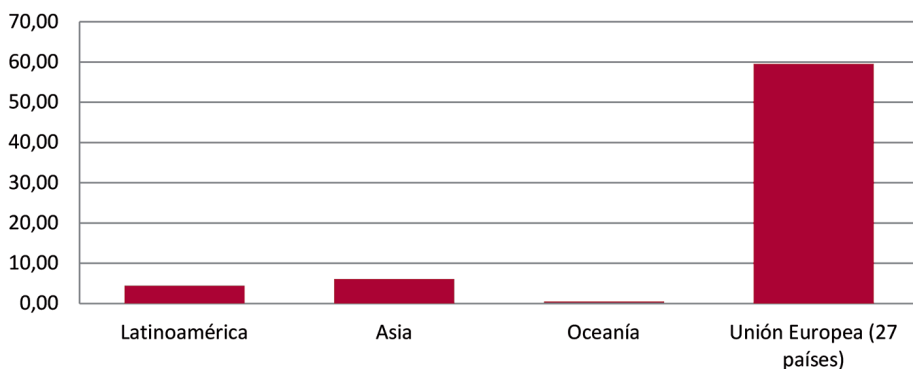
El primer mecanismo de internacionalización de las economías es a través de los flujos de importación y exportación, recogidos en la balanza comercial.

3.2.1. Las exportaciones

El gráfico 1 pone de manifiesto que la zona geográfica por excelencia de las exportaciones canarias es la Unión Europea de los 27 países, en donde se exporta casi el 60% de los productos en el período 2000-2011. Le sigue África que, con un 29,5%, es la segunda zona de mayor exportación de Canarias y, a mucha mayor distancia, Asia (6,12%), Latinoamérica (4,43%) y Oceanía, con tan sólo el 0,41% sobre el total de exportaciones (ver gráfico 1).

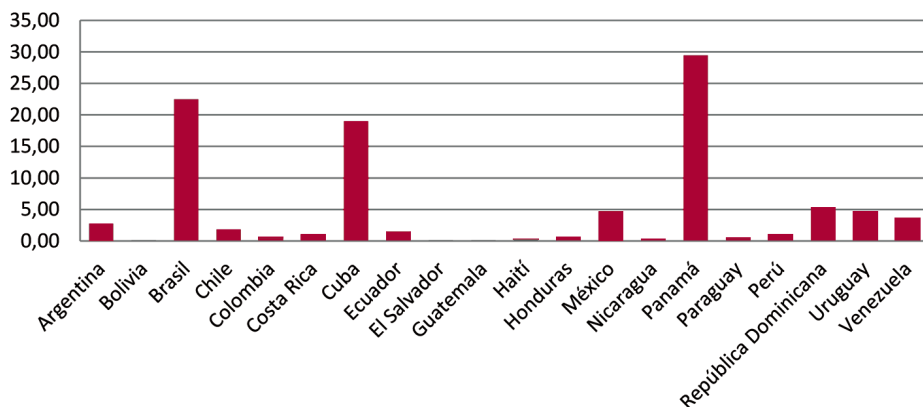
Por países y para el caso de Latinoamérica, el gráfico 2 muestra cómo el primer destino lo ocupa Panamá, con el 29,47% de las exportaciones, seguido de Brasil, con el 22,5%, y de Cuba, con el 19%. Las relaciones de Canarias con los restantes destinos de Latinoamérica en cuanto a las exportaciones y para el total del período 2000-2011 son mucho menores; siendo, dentro de este grupo, el destino que mayor porcentaje representa sobre el total de exportaciones hacia Latinoamérica,





Fuente: Datacomex Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Grafico 1. Exportaciones de Canarias por grandes zonas geográficas. Período 2000-2011- % sobre el total.



Fuente: Datacomex Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Grafico 2. Exportaciones de Canarias a países de Latinoamérica. Período 2000-2011- % sobre el total.

la República Dominicana con el 5,17%,y el de menor representación el de Bolivia, con tan sólo 0,04% (ver gráfico 2).

Si desglosamos por los tres principales países y productos, la casi totalidad de productos que Canarias exporta a Panamá están relacionados con la industria manufacturera (99,97%), concretamente con «Fabricación de otro material de transporte», «Coquerías y refino de petróleo» y «Fabricación de maquinaria y equipo», representando sobre el total de exportaciones a Panamá en la industria manufacturera, para el conjunto del período 2000-2011, el 56,34%, 26,55% y el 14,59%, respectivamente.

A Brasil, Canarias exporta también casi la totalidad (99,98%), productos relacionados con la industria manufacturera. Un 42,69%, productos relativos a la «Industria del papel»; 41,23% a «Coquerías y refino de petróleo»; y a «Industria alimentaria», un 13,25% sobre el total de productos de la industria manufacturera.

Sin embargo, con respecto a lo que exporta Canarias a Cuba, aunque el 99,51% de los productos sigue estando relacionado con la industria manufacturera, existe una mayor diversidad con respecto a los otros dos países mencionados. Los productos que principalmente exporta dentro de esta industria son los relativos a: «Fabricación de otros productos minerales no metálicos» (18,4%), «Fabricación de material y equipo» (18,0%), «Fabricación de productos farmacéuticos» (11,85%), «Industria del papel» (9,52%), «Fabricación de vehículos de motor» (6,88%), «Industria química» (6,72%) y «Confeción de prendas de vestir» (5,39%). Hay que destacar, además, que Canarias, para el período 2000-2011, no ha exportado productos a Cuba englobados en la categoría de «Coquerías y refino de petróleo» (0,0%).

3.2.2. *Las importaciones*

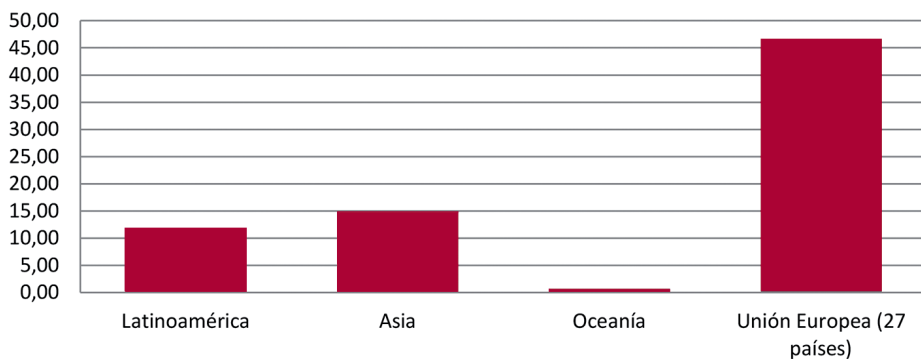
En el gráfico 3 aparecen las grandes zonas de donde proceden las importaciones canarias. Para el total del período 2000-2011, la zona geográfica de donde importa mayoritariamente Canarias es la Unión Europea de los 27 países, representando el 46,65% sobre el total. África es la segunda zona de mayor importación de Canarias (26,04%), seguida de Asia (14,8%) y Latinoamérica (11,82%), en tercer y cuarto lugar. Oceanía es la zona geográfica de la que Canarias importa menos productos (0,68%) (ver gráfico 3).

Atendiendo al caso concreto de Latinoamérica, el país del que más importa Canarias es México, representado un 41,7% sobre el total de importaciones que Canarias realiza del conjunto de países de Latinoamérica para todo el período 2000-2011, como puede observarse en el gráfico 4. El segundo país de mayor importación es Brasil (29,86), y a mayor distancia le siguen los países de Venezuela (8,68%), Argentina (6,48%), Uruguay (6,13%) y Chile (2,67%). Con los restantes países, los porcentajes que representan sobre el total de importaciones no llegan al 1% (ver gráfico 4).

Con respecto a los productos que Canarias importa de los países de Latinoamérica en todo el período 2000-2011, casi la mitad (50,10%) está relacionada con la «Industria extractiva», el 40,52% con la «Industria manufacturera», el 9,30% con la «Agricultura, ganadería y silvicultura, y tan sólo el 0,06% con productos relativos a «Información y comunicaciones», y el 0,02% con «Actividades artísticas y recreativas». Hay que destacar que el mayor saldo comercial (exportaciones-importaciones) positivo que obtiene Canarias en sus relaciones con los países de Latinoamérica, en el conjunto del período, es en relación con los productos derivados de la «Industria manufacturera», bien al contrario ocurre con los de la denominada «Industria extractiva».

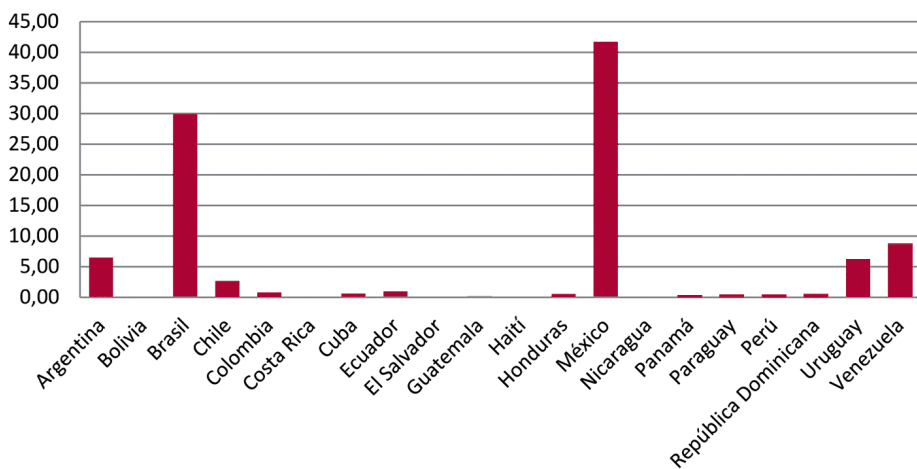
Si atendemos al análisis por principales países y por productos que importa Canarias de Latinoamérica, de México importa casi la totalidad (97,42%), productos correspondientes a la «Industria extractiva», más concretamente productos de «Extracción de crudo de petróleo» (99,97% sobre el total de productos de la «Industria extractiva»). De Brasil, importa mayoritariamente productos de la «Industria manufacturera» (76,46%), especial-





Fuente: Datacomex Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

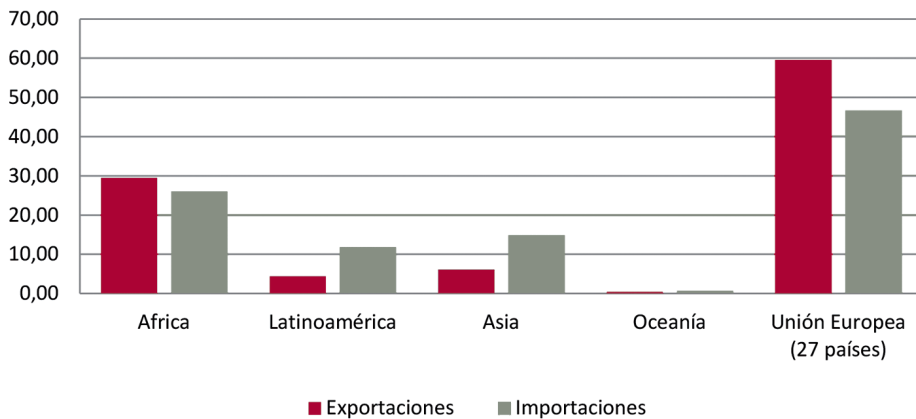
Grafico 3. Importaciones de Canarias por grandes zonas geográficas. Período 2000-2011- % sobre el total.



Fuente: Datacomex Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Grafico 4. Importaciones de Canarias de países de Latinoamérica. Período 2000-2011- % sobre el total.

mente de la «Industria de la alimentación» (79,87% sobre el total). El 11,91%, productos relacionados con la «Agricultura, ganadería y silvicultura», y el 11,61%, productos de la «Industria extractiva», fundamentalmente productos de «Extracción de crudo de petróleo» (el 97,63% sobre el total de productos de la «Industria extractiva»). De Venezuela, Canarias importa el 64,95% productos de la «Industria extractiva», casi la totalidad (99,99%) productos de «Extracción de crudo de petróleo», y el 35% de la «Industria manufacturera», especialmente de «Coquerías y refino de petróleo» (70,59% sobre el total).



Fuente: Datacomex Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Gráfico 5. Exportaciones e importaciones de Canarias por grandes zonas geográficas. Período 2000-2011- % sobre el total.

3.2.3 Los saldos comerciales de Canarias por grandes zonas geográficas

A nivel global, hay que señalar que las zonas geográficas con las que Canarias mantiene mayor relación comercial (mayor exportación y mayor importación), es decir, la Unión Europea de los 27 países y África, son en las que Canarias mantiene un saldo comercial positivo, mientras que con Asia, Latinoamérica y Oceanía, sin embargo, Canarias importa más de lo que exporta (ver gráfico 5).

3.3. LAS EXPORTACIONES DE CANARIAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN LATINOAMÉRICA

El predominio en Canarias de empresas vinculadas al sector de los servicios turísticos plantea una doble vertiente en el proceso de internacionalización: por una parte la oferta de servicios turísticos a demandantes extranjeros, que se desplazan al destino turístico, según la modalidad 2 de internacionalización de servicios de las Naciones Unidas; y por otra parte, la internacionalización de las empresas de servicios turísticos se produce cuando estas empresas prestan sus servicios en diferentes destinos extranjeros mediante la inversión directa en el extranjero. En este trabajo vamos a analizar la demanda de servicios turísticos canarios a través de la demanda de residentes extranjeros (ver cuadro 4).

Como se puede observar en el cuadro 4, en el año 2010 el 81,71 % de la demanda de servicios turísticos canarios procedía de residentes procedentes de países extranjeros, especialmente del Reino Unido (29,05 %), seguida de Alemania (21,19 %) y, ya lejos, los Países Nórdicos (11,51 %), seguida de Holanda (3,66 %) e Irlanda



CUADRO 4. TURISTAS QUE HAN VISITADO CANARIAS
SEGÚN LUGARES DE RESIDENCIA 2010-2011.

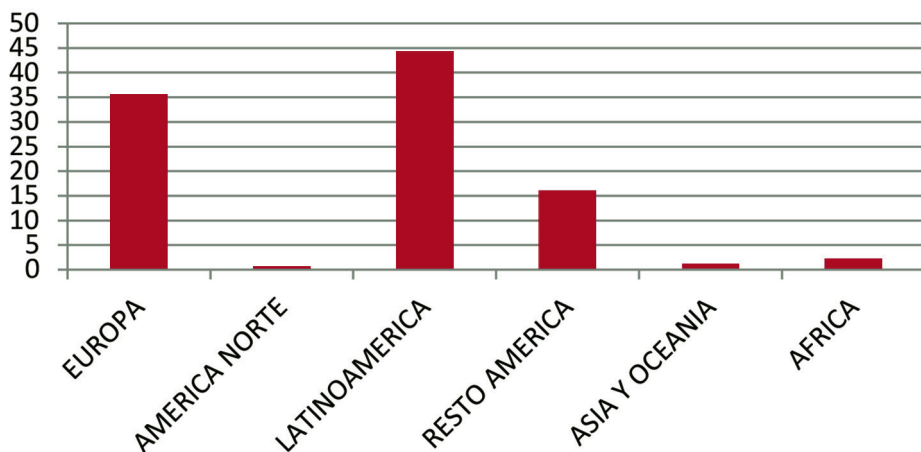
	2011	2010	2011%	2010%
TOTAL	11.909.236	10.536.385	100	100
TOTAL RESIDENTES EN EL EXTRANJERO	10.176.968	8.608.978	85,45	81,71
Alemania	2.480.127	2.232.247	20,83	21,19
Austria	110.045	107.299	0,92	1,02
Bélgica	318.831	273.637	2,68	2,6
Estados Unidos	11.419	11.162	0,1	0,11
Francia	249.996	141.973	2,1	1,35
Holanda	494.454	385.193	4,15	3,66
Irlanda	395.871	353.506	3,32	3,36
Italia	306.086	197.260	2,57	1,87
Países Nórdicos	1.508.078	1.213.112	12,66	11,51
Portugal	50.642	62.046	0,43	0,59
Reino Unido	3.531.156	3.061.333	29,65	29,05
República Checa	48.416	47.143	0,41	0,45
Suiza	191.248	156.567	1,61	1,49
Otros países	480.593	346.839	4,04	3,29
TOTAL RESIDENTES EN ESPAÑA	1.732.267	1.927.407	14,55	18,29

Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC) e Instituto de Estudios Turísticos (IET).

(3,36 %); en definitiva alrededor del 75 % de los demandantes de servicios turísticos canarios procedían de la Unión Europea. Entre los principales demandantes de servicios turísticos canarios no aparece ningún país de Latinoamérica. En el año 2011 se acentúa la importancia de la demanda extranjera de servicios turísticos, que pasa al 85,45 % del total de turistas, con una pauta por países muy similar a la de 2010. Por tanto, desde la perspectiva de la demanda, el sector turístico canario está fuertemente internacionalizado, aunque la demanda de servicios turísticos por residentes latinoamericanos es insignificante, si es que existe.

3.4. LOS FLUJOS DE INVERSIONES DIRECTAS DE CANARIAS EN LATINOAMÉRICA

Otro mecanismo de internacionalización de las economías, y de las empresas, es a través de las inversiones directas en el extranjero. Con este mecanismo, las empresas adquieren presencia en los mercados externos mediante diferentes modalidades: filiales,



Fuente: Data Invox Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Gráfico 6. Inversiones de Canarias por grandes zonas geográficas.
Período 2000-2011- % sobre el total.

franquicias, alianzas. Este mecanismo es especialmente relevante en la internacionalización de las empresas de servicios que necesitan su presencia en los mercados de destino.

Las inversiones directas de residentes canarios en el extranjero nos pueden proporcionar un indicador de la internacionalización de la economía canaria en Latinoamérica. Utilizando la inversión directa en el extranjero no ETVE¹ en el período 2000-2011, nos encontramos con las pautas que se exponen a continuación.

3.4.1. Inversiones de residentes canarios en Latinoamérica

En el período 2000-2011 se realiza una inversión directa en el extranjero de residentes canarios de 327.511.020 millones de euros, el 44,22 % de las mismas se dirigen a Latinoamérica, alrededor del 0,16% de las inversiones españolas en Latinoamérica durante dicho período. Le sigue en importancia Europa con el 35,56% y al resto de América con el 16,11% (ver gráfico 6).

Por tanto, el primer aspecto a señalar es el reducido volumen de la inversión de las empresas canarias en el extranjero. La segunda cuestión es que el mayor volumen de esa inversión se dirigió hacia Latinoamérica.

¹ Hemos considerado las inversiones sin incluir las Entidades de Tenencia de Valores (ETVE), sociedades establecidas en España cuyo principal objeto es la tenencia de participaciones de sociedades situadas en el exterior, constituyendo sociedades instrumentales cuya existencia obedece a estrategias de optimización fiscal y en muchos casos sus inversiones carecen de efectos económicos directos.



CUADRO 5. INVERSIONES DE CANARIAS EN LATINOAMÉRICA 2000-2011.
INVERSIONES BRUTAS (OPERACIONES NO ETVE). MILES DE EUROS.

	TOTAL	%
Argentina	6.276,88	4,33
Colombia	810,56	0,56
Cuba	11.202,76	7,74
México	43.025,95	29,71
Panamá	66,93	0,05
Perú	187,64	0,13
República Dominicana	74.370,26	51,35
Uruguay	3.351,60	2,31
Venezuela	5.533,97	3,82
TOTAL	144.826,55	100

Fuente: Data Invex. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Un análisis más detallado por países pone de manifiesto que el 51,35% se dirige a la República Dominicana, seguida de México, con el 29,71%, y ya mucho más lejos, Cuba, con el 7,74%, Argentina, con el 4,33%, y Venezuela, con el 3,82% (ver cuadro 5).

La inversión directa en el extranjero, por tanto, está fuertemente concentrada en dos países (República Dominicana y México), donde se ha realizado el 80% del total de inversiones durante el período.

Finalmente, si precisamos los sectores de destino de esas inversiones en el período 2000-2011, se observa que el 86,2% se realiza por residentes canarios en actividades de Comercio al por mayor y por menor. Si desagregamos, nos encontramos con que el 79 % de dichas inversiones se dirigen a «Hoteles, alojamientos y similares». En segundo lugar, a mucha distancia se encuentran las inversiones en Industrias extractivas, con el 7,74 %, seguida de la Construcción (en su totalidad Promoción inmobiliaria), con el 2,95% (ver cuadro 6).

Estos datos ponen de manifiesto que si bien la oferta de servicios turísticos está dirigida básicamente a la demanda de los turistas europeos, la inversión directa en el extranjero se dirige principalmente a Latinoamérica, en países con un importante sector turístico y se concentra fundamentalmente en el sector hotelero; es decir, las empresas hoteleras pasan a ofrecer sus servicios en destinos turísticos de Latinoamérica. Podemos decir que se produce una internacionalización pasiva de la empresa turística canaria que se ha concretado en buscar mercados turísticos emisores en Europa, con una más reciente estrategia de internacionalización activa de búsqueda de nuevos destinos para el sector hotelero.



CUADRO 6. INVERSIONES DE CANARIAS EN LATINOAMÉRICA
 POR SECTOR DE ACTIVIDAD 2000-2011.
 INVERSIONES BRUTAS (OPERACIONES NO ETVE), MILES DE EUROS. SECTORES CANAE-2009.

	TOTAL	%
01 Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	268,48	0,19
02 Industrias extractivas; industria manufacturera; suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado; suministro de agua; actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación	11.202,76	7,74
02-1200 Industria del tabaco	7.636,00	
02-3600 Captación, depuración y distribución de agua	3.566,55	
03 Construcción 03-4110 Promoción inmobiliaria	4.274,15	2,95
04 Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicletas; transporte y almacenamiento; hostelería	124.912,59	86,25
04-4511 Venta de automóviles	5.114,00	
04-5510 Hoteles y alojamientos similares	98.770,12	
04-5222 Actividades anexas al transporte marítimo	18.634,33	
06 Actividades financieras y de seguros	1.230,53	0,85
07 Actividades inmobiliarias 07-6820 Alquiler de bienes inmuebles	2.933,42	2,03
08 Actividades profesionales, científicas y técnicas; actividades administrativas y servicios auxiliares	4,62	0,00
TOTAL	144.826,55	100,00

Fuente: Data Invox. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

3.4.2. Inversiones de residentes en Latinoamérica en Canarias

La economía canaria no sólo se internacionaliza mediante la IDE de las empresas, sino que también es un foco de atracción para los inversores extranjeros. En el período 2000-2011 los residentes en Latinoamérica han realizado una inversión en España de 6.613.599.120 euros. En el período señalado los residentes latinoamericanos han realizado una inversión de 97.439.960 en Canarias, lo que supone el 1,47 % del total de las inversiones realizadas en España.

Desagregada dicha inversión por países de residencia de los inversores el 41,74% de las inversiones las realizaron residentes en Panamá, seguido por residentes en Cuba, con el 31,96%, situándose en tercer lugar Uruguay, con el 13,90%, y ya con cantidades muy pequeñas Costa Rica, con el 3,47%, Belice, con el 3,20%, y Venezuela, con el 2,71% (ver cuadro 7).



CUADRO 7. INVERSIONES DE LATINOAMÉRICA EN CANARIAS 2000-2011.
INVERSIONES BRUTAS (OPERACIONES NO ETVE). MILES DE EUROS.

	TOTAL	%
Argentina	792,29	0,81
Belice	3.117,17	3,20
Brasil	28,39	0,03
Chile	2.069,20	2,12
Colombia	38,33	0,04
Costa Rica	3.380,10	3,47
Cuba	31.138,35	31,96
El Salvador	1,52	0,002
México	23,93	0,02
Panamá	40.668,49	41,74
Venezuela	2.641,81	2,71
Uruguay	13.540,38	13,90
TOTAL	97.439,96	100,00

Fuente: Data Invox. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

CUADRO 8. INVERSIONES DE LATINOAMÉRICA EN CANARIAS
POR SECTORES DE ACTIVIDAD 2000-2011.
INVERSIONES BRUTAS (OPERACIONES NO ETVE). MILES DE EUROS. SECTORES CANAE-2009.

	TOTAL	%
01 Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	0,03	0,00
02 Industrias extractivas; industria manufacturera; suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado; suministro de agua; actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación	116,25	0,12
03 Construcción	43.989,35	45,15
04 Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicletas; transporte y almacenamiento; hostelería	18.181,05	18,66
05 Información y comunicaciones	33,16	0,03
06 Actividades financieras y de seguros	13.553,09	13,91
07 Actividades inmobiliarias	13.769,15	14,13
08 Actividades profesionales, científicas y técnicas; actividades administrativas y servicios auxiliares	7.713,12	7,92
09 Administración pública y defensa; seguridad social obligatoria; educación; actividades sanitarias y de servicios sociales	1,47	0,00
10 Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento y otros servicios	83,29	0,09
TOTAL	97.439,96	100,00

Fuente: Data Invox. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Al analizar el sector de destino de las inversiones directas extranjeras latinoamericanas en Canarias, el 45,15% se ha realizado en la construcción, seguido de comercio al por mayor y al por menor, con el 18,66%, dedicado a los servicios de alojamiento y comercio al por mayor, el 14,13% en actividades inmobiliarias, el 13,91% en actividades financieras y de seguros y, finalmente, el 7,92% en actividades profesionales, científicas y técnicas (ver cuadro 8).

4. CONCLUSIONES

Las Islas Canarias mantienen una histórica relación con los países de Latinoamérica, destino de muchos emigrantes isleños. Estos flujos de ida y vuelta han creado una red de relaciones que, sin embargo, no han desarrollado una relación económica importante. Los datos analizados nos permiten alcanzar algunas conclusiones:

Las relaciones comerciales de Canarias con Latinoamérica son muy poco significativas.

En el período 2000-2011 las exportaciones de Canarias a Latinoamérica solo suponían el 4,43 % del total de exportaciones y muestran una tendencia descendente. Estas exportaciones se dirigen principalmente a Panamá, Brasil y Cuba, y son básicamente productos manufactureros. Las importaciones provienen fundamentalmente de México, Brasil y Venezuela y proceden de la industria extractiva, concretamente de productos de crudo y petróleo.

En segundo lugar, la especialización de la economía canaria en servicios turísticos está destinada, fundamentalmente, a residentes en países de la Unión Europea. La desagregación de los mercados turísticos emisores no incluye ningún país latinoamericano, dada su irrelevancia.

Las inversiones directas en el extranjero son reducidas, consecuencias del pequeño tamaño de las empresas canarias, aunque en este caso se puede observar una cierta secuencia donde predominan primero Latinoamérica y solo recientemente aparece África. Estas inversiones extranjeras directas de las empresas canarias se dirigen a República Dominicana, México y, ya muy lejos, Cuba, donde buscan nuevos destinos turísticos en los que ofrecer sus servicios, y en mucho menor medida a la industria extractiva.

Las inversiones directas en el extranjero de las empresas de Latinoamérica en Canarias también son muy poco relevantes y se han dirigido a inversiones en la construcción, en plena fase expansiva del sector.

Podemos decir que la inserción de la economía canaria en la economía internacional muestra una clara asimetría con la Unión Europea como principal demandante de productos manufactureros y, sobre todo, de servicios turísticos. La inversión directa en el extranjero de los residentes canarios busca principalmente ofrecer servicios turísticos en destinos de Latinoamérica y, en segundo lugar, en la industria extractiva y en la construcción. Las inversiones de residentes en Latinoamérica en Canarias proceden de Panamá y Cuba, lo que exige un análisis más pormenorizado para conocer las empresas que realizan dicha inversión, y el 45,15 % se ha dedicado a la construcción.



5. BIBLIOGRAFÍA

- AGNDAL, H. y ELBE, J. (2007): The internationalization processes of small and medium-size Swedish tourism firms. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, vol. 7(4), 301-327.
- ANDERSEN, O. y BUVIK, A. (2002): Firms' internationalization and alternative approaches to the international customer/market selection. *International Business Review*, vol. 11, 347-363.
- ARMARIO, J.M., RUIZ, D.M. y ARMARIO, E.M. (2008): Market orientation and internationalization in small and medium-sized enterprises. *Journal of Small Business Management*, vol. 46(4), 485-511.
- BALDWIN, R. y MARTÍN, P. (1999): Two waves of globalisation: Superficial similarities, fundamental differences. *NBER Working Paper*, num. 6904.
- BERNARD, A.B. y BRADFORD JENSEN, J. (2004): Why some firms export. *Review of Economics and Statistics*, vol. 86(2), mayo, 561-569.
- BERNARD, A.B., BRADFORD JENSEN, J., REDDING, S.J. y SCHOTT, P.K. (2007): Firms in international trade. *Journal of Economic Perspectives*, vol. 21 (3), 105-130.
- BRAVO, S. y GORDO, E. (2003): Los factores determinantes de la competitividad y sus indicadores para la economía española. Banco de España, *Boletín Económico*, septiembre.
- CÁMARA DE COMERCIO (2012): *La empresa exportadora española 2007-2010*. Madrid: Secretaría de Estado de Comercio.
- CASSIMAN, B. and E. GOLOVKO (2007), 'Innovation and the Export-Productivity Link', CEPR. Discussion Papers num. 6411, London: CEPR.
- CHILD, J., RODRÍGUEZ, S.B. y FRYNAS, J.G. (2009): Psychic distance, its impact and coping modes. Interpretations of SME decision makers. *Management International Review*, vol. 49, 199-224.
- CICIC, M., PATTERSON, P. y SHOHAM, A. (1999): A conceptual model of the internationalization of services firms. *Journal of Global Marketing*, vol. 12, 81-106.
- COVIELLO, N.E. (2006): The network dynamics of international new ventures. *International Business Studies*, vol. 37, 229-237.
- COVIELLO, N.E. y MACAULEY, A. (1999): Internationalization and the smaller firm: A review of contemporary research. *Management International Review*, vol. 39(3), 223-256.
- COVIELLO, N.E. y MUNRO, H. (1997): Network relationships and the internationalization process of small software firms. *International Business Review*, vol. 6(4), 361-386.
- DAMIJAN, J.P., KOSTEVEVC, C. y POLANEC, S. (2010): From innovation to exporting or vice versa? *The World Economy*, vol. 374-398.



- DUNNING, J.H. (1988): The eclectic paradigm of international production: a restatement and some possible extensions. *Journal of International Business Studies*, vol. 19, 1-32.
- DUNNING, J.H. y LUNDAN, S.M. (2008): *Multinational enterprises and the global economy*. Cheltenham: Edward Elgar.
- FORSNGREN, M. (2002): The concept of learning in the Uppsala internationalization process model: A critical review. *International Business Review*, vol. 11, 257-277.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE) (varios años): *Dirce*.
- KELLER, R. y PISU, M. (2007): Export barriers: what are they and who do they matter to? *University of Nottingham Working Paper*, num. 2007/12.
- LA, V., PATTERSON, P. y STYLES, C. (1999): Determinants of export performance across service types: A conceptual model. *Journal of Services Marketing*, vol. 19, 379-391.
- LUCIO, J.J., MÍNGUEZ, R. y ÁLVAREZ, D. (2007): El tamaño de la empresa exportadora e importadora española. *Boletín Económico del ICE*, núm. 2908, abril, 13-30.
- MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO (varios años): *Datacomex*.
- MORGAN, R.E. y KATSIKEAS, C.S. (1997): Theories of international trade, foreign direct investment and firm internationalization: a critique. *Management Decisions*, vol. 35 (1), 68-78.
- NACIONES UNIDAS (2003): *Manual de Estadísticas del Comercio Internacional de Servicios*, Ginebra: Naciones Unidas.
- OCDE (2010): *OCDE Tourism trends and policies*, 2010. París: OCDE.
- OCDE (2008): Removing barriers to SME access to international markets. París: OCDE.
- OMT (1998): *Tourism 2020 vision*. Madrid: OMT.
- OVIATT, B.M. y Mc DOUGALL, P.P. (2005): Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization. *Entrepreneurship. Theory and Practice*, vol. 29 (5), 537-553.
- PATTERSON, G. y CICI, M. (1995): A typology of service firms in international markets: An empirical investigation. *Journal of International Marketing*, vol. 3 (4), 57-83.
- RUBALCABA, L. y MAROTO, A. (2007): La internacionalización de los servicios y factores determinantes de su comercio en España. *Información Comercial Española*, núm. 838, 101-123.
- SALOMON, R.M. y SHAVER, J.M. (2005): Learning by exporting: New insights from examining firm innovation. *Journal of Economics & Management Strategy*, vol. 14 (2), 431-4670.
- SOSVILLA RIVERO, S. (1995): La inversión extranjera en Canarias y la inversión canaria en el extranjero. *Papeles de Economía Española: Economía de las Comunidades Autónomas, Canarias*, núm. 15, 243-249.
- WAGNER, J. (2001): A note on the firm size-export relationship. *Small Business Economics*, vol. 17(4), 229-237.
- WESTHEAD, P., WRIGHT, M. y UCASARAN, D. (2002): International market selection strategies selected by 'micro' y 'small' firms. *Omega*, vol. 30, 51-68.
- WILLIAMSON, J.G. (2002): Winners and losers over two centuries of globalization. *NBER Working Paper*, num. 9161.
- WILLIAMS, A. y SHAW, G. (2011): Internationalization and innovation in tourism. *Annals of Tourism Research*, vol. 38(1), 27-51.

