Asier Minondo Uribe-Etxeberria*

LA EXPORTACIÓN EN LAS PYMES DEL SECTOR SERVICIOS

Durante las últimas décadas las exportaciones de servicios han crecido más rápido que las exportaciones de bienes en el mundo. ¿Es el tamaño una variable que impide la participación de las pymes españolas de servicios en este mercado en crecimiento? Este artículo muestra que un mayor tamaño empresarial está correlacionado positivamente con la probabilidad de exportar. Sin embargo, las empresas no tienen que alcanzar un tamaño muy grande para aumentar su probabilidad de éxito en el mercado internacional. El artículo sugiere que otras variables empresariales, como la calidad, juegan un papel más importante que el tamaño para favorecer las ventas en los mercados internacionales.

Palabras clave: *exportaciones, servicios, pymes, empresas, España.*
Clasificación JEL: *F14, F19, F23.*

1. Introducción

Rara vez relacionamos la palabra exportaciones con los servicios. Sin embargo, al no hacerlo estamos olvidando una parte relevante del comercio internacional. De acuerdo a los datos de la Organización Mundial de Comercio los servicios contribuyeron en un 19 por 100 a las exportaciones totales que se realizaron en el mundo en el año 2012. Además, las exportaciones de servicios han crecido más rápido que las exportaciones de bienes durante el período 1980-2012 (8 por 100 *vs*. 7 por 100). Otro dato a favor de los servicios es que sus exportaciones han resistido mejor la crisis económica que las exportaciones de bienes: mientras que en el año 2009 las exportaciones de bienes cayeron un 22 por 100, las exportaciones de servicios solamente cayeron un 9 por 100[1]. Estos datos ponen de manifiesto que el comercio internacional puede ser una vía de crecimiento muy interesante para las empresas de servicios. Esta conclusión es especialmente importante para las empresas de servicios españolas, debido a la atonía del resto de componentes de la demanda agregada en España. Por estas razones, parece relevante preguntarse cómo pueden las empresas españolas de servicios en general, y las empresas pe-

* Deusto Business School.
Este trabajo es un avance de un capítulo sobre la empresa exportadora de servicios que se publicará en un libro coordinado por el profesor Juan Ramón Cuadrado Roura y que editará el Instituto de Estudios Económicos de Madrid. El autor agradece a Cristina Casaseca Polo, de la Dirección de Metodología del Instituto Nacional de Estadística, su colaboración en los análisis estadísticos realizados para este estudio.

[1] La ventaja del sector servicios frente a los bienes se acrecienta si, en vez de analizar el conjunto de servicios, nos centramos en el comportamiento de los servicios a empresas.

queñas y medianas (pymes) en particular, participar en los mercados internacionales.

La literatura empírica ha puesto de manifiesto que el estatus exportador de las empresas, así como su intensidad exportadora, no son variables aleatorias (Bernard *et al.,* 2007). Muy al contrario, la participación de las empresas en el mercado internacional y su intensidad exportadora parece estar muy ligada a ciertas características empresariales, entre las que se encuentra el tamaño. El objetivo de este capítulo es analizar en qué medida el tamaño de las empresas influye en la probabilidad de que las empresas del sector servicios exporten y en la intensidad de dicha exportación. Asimismo, queremos identificar otros factores que pueden facilitar que las pymes del sector servicios puedan aumentar sus probabilidades de éxito en el mercado internacional.

El artículo se organiza de la siguiente manera. El apartado 2 presenta las características de las bases de datos que se han utilizado para el estudio. El apartado 3 analiza la participación en la exportación y la intensidad exportadora de las pymes del sector servicios, y los compara con el de las empresas más grandes; este apartado analiza, asimismo, si el tamaño de la empresa está relacionado con el número de destinos a los que exporta una empresa y el número de diferentes tipos de servicio que exporta una empresa. El apartado 4 analiza en qué medida el tamaño determina la probabilidad de exportar y la intensidad exportadora de las empresas en el sector servicios; asimismo, identifica otras características empresariales que pueden contribuir a aumentar la probabilidad de exportar y la intensidad exportadora de las pymes. El apartado 5 presenta las conclusiones del estudio.

2. Características de las bases de datos

Los datos de empresa que se utilizan en este estudio provienen de la Encuesta Anual de Servicios (EAS) y del Índice de Comercio Exterior de Servicios (ICES). Ambas encuestas son elaboradas por el Instituto Nacional de Estadística (INE). La EAS utiliza un muestreo estratificado por industria y número de empleados, en el que las empresas con un mayor número de empleados tienen una mayor probabilidad de ser encuestadas. Los subsectores que se recogen en la muestra son transporte y almacenamiento, hostelería, información y comunicaciones, actividades inmobiliarias, actividades profesionales, científicas y técnicas, actividades administrativas y servicios auxiliares, y actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento[2]. Para cada empresa, la EAS ofrece datos sobre facturación, número de empleados, salarios y compras intermedias. La EAS no ofrece datos de capital; por tanto, a lo largo del estudio, utilizamos los datos de la productividad del trabajo para aproximar la productividad de las empresas. Las empresas que no reportan ventas ni compras intermedias, las empresas con valor añadido negativo, y las empresas que no tienen empleados son eliminadas de la muestra.

Las empresas con diez o más empleados reciben un cuestionario más extenso que las empresas con un menor número de empleados. En este cuestionario extendido se solicita a las empresas que distribuyan sus ventas entre el mercado de su comunidad autónoma, el resto de España, la Unión Europea y el resto del mundo. Esta información nos va a permitir determinar el estatus exportador de la empresa y su intensidad exportadora. Que el análisis se restrinja a empresas de diez empleados o más no es una limitación importante, ya que las empresas de menor tamaño tienen una escasa participación en el comercio de servicios (INE, 2008). Para realizar el estudio utilizamos datos del período 2001-2011[3]. Como media, la muestra incluye alrededor de 17.000 empresas cada año[4]. Dado que las empresas de menos de diez empleados están

[2] El Anexo recoge las divisiones de la clasificación CNAE 2009 incluidas en el estudio.

[3] Siguiendo estrictas normas de confidencialidad, el investigador no tuvo acceso a la base de datos, y todos los análisis estadísticos y econométricos se realizaron por personal del INE en Madrid. Asimismo, se revisaron las salidas estadísticas para asegurar que no se podía identificar ninguna empresa a partir de dichas salidas.

[4] El Anexo recoge el número de empresas incluidas en la muestra por división y año.

excluidas del análisis, la cobertura de la muestra es pequeña en relación al número de empresas (1,4 por 100), pero alta en relación al empleo (49,8 por 100)[5].

Es importante señalar que la EAS no especifica si las empresas que pertenecen al sector servicios exportan servicios, manufacturas o una combinación de ambos. Sin embargo, estudios realizados para otros países similares a España, en tamaño y nivel de desarrollo, sobre empresas del sector servicios, que cuentan con el desglose de las exportaciones en servicios y manufacturas, muestran que la mayoría de las exportaciones corresponden a servicios (Haller *et al.,* 2012).

Por otra parte, se han comparado los datos agregados de la EAS con los datos de la segunda base de datos utilizada en nuestro estudio: ICES. Para construir este índice el INE realiza un muestreo exhaustivo de las empresas que regularmente exportan servicios de acuerdo al Sistema de declaraciones de pagos y cobros con el exterior del Banco de España[6]. Además de estas empresas, el ICES realiza un muestreo aleatorio del fichero de Grandes empresas de la Agencia Española de Administración Tributaria, y de las empresas con más de diez asalariados del Directorio General de Empresas del INE (DIRCE). A diferencia de la EAS, el ICES incluye a empresas del sector financiero, pero excluye a las del sector de la hostelería. El ICES solamente recoge las exportaciones de servicios que se agrupan según la Clasificación ampliada de la balanza de pagos de servicios[7]. Una observación del ICES ofrece el código de la empresa, el número de empleados, el tipo de servicio exportado y el país al que se ha realizado la transacción para cada trimestre del período 2008-2013. Para este período, como media, el ICES recoge la información de alrededor de 2.600 empresas del sector servicios que exportan. Estas empresas emplean alrededor de 1.300.000 trabajadores (14 por 100 del empleo en el sector servicios), y exportan servicios por valor de 34.000 millones (34 por 100 del total de las exportaciones de servicios).

Al comparar los datos del ICES con las secciones equivalentes de la EAS, observamos que en ningún caso la cifra de exportaciones de la EAS supera la cifra de exportaciones del ICES; en concreto, por término medio, la cifras de exportación de la EAS representan un 79 por 100 de la cifra de exportación del ICES. Como el número de empresas por sección recogidas en la EAS es similar al número de empresas por tipo de servicio recogidas en el ICES (84 por 100), es razonable afirmar que la mayor parte de la exportaciones recogidas en la EAS corresponden a exportaciones de servicios.

3. La probabilidad de exportar y la intensidad exportadora de las pymes de servicios

El Gráfico 1 presenta el porcentaje de empresas que exporta en el sector servicios por tramos de tamaño: pequeñas (10-49 empleados), medianas (50-249 empleados) y grandes empresas (más de 249 empleados). Como se muestra en el Gráfico 1, el 18 por 100 de empresas pequeñas del sector servicios exportó en el año 2011. El porcentaje de empresas exportadoras fue superior entre las empresas medianas (31 por 100) y entre las empresas grandes (32 por 100). El gráfico pone de manifiesto que el tamaño de las empresas está correlacionado positivamente con la probabilidad de exportar. Sin embargo, a pesar de su menor tamaño, el porcentaje de empresas exportadoras entre las empresas pequeñas es importante. Observamos también que el aumento en el porcentaje de empresas exportadoras se produce entre el tramo pequeñas y el tramo medianas; las diferencias de porcentaje entre las empresas exportadoras medianas y grandes son escasas. Este hecho pone de manifiesto que para exportar no hace falta alcanzar un tamaño

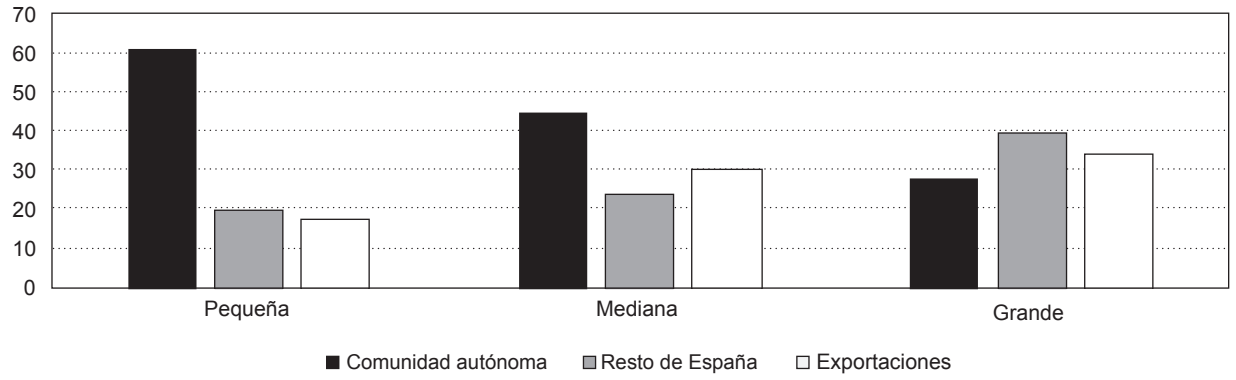
[5] Esta información se obtuvo de las bases de datos del INE (disponibles en: http:\\www.ine.es).

[6] Se considera que una empresa es regular (estable) si ha realizado una transacción de servicios en al menos un trimestre durante cuatro años consecutivos.

[7] Esta clasificación incluye diez rúbricas: servicios de transporte, servicios de comunicaciones, servicios de construcción, servicios de seguro, servicios financieros, servicios de informática e información, *royalties* y derechos de licencia, otros servicios empresariales, servicios personales, culturales y recreativos, y servicios gubernamentales.

GRÁFICO 1

PORCENTAJE DE EMPRESAS EN EL SECTOR SERVICIOS POR DESTINO Y TAMAÑO, 2011



FUENTE: Cálculos del autor a partir de los microdatos de la EAS.

muy elevado, y que el gran avance en el margen extensivo se produce cuando las empresas pequeñas alcanzan un tamaño medio.

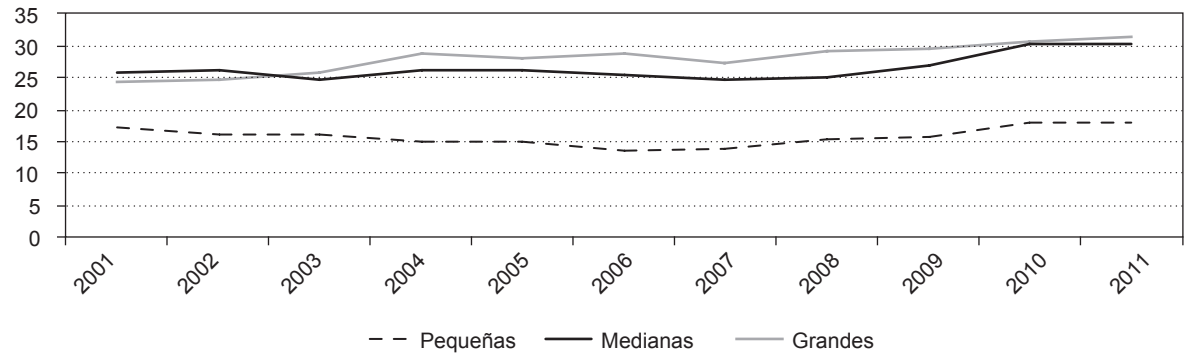
Al comparar el porcentaje de empresas exportadoras entre las pymes de servicios españolas con las de otros países, comprobamos que el porcentaje español es relativamente elevado. Por ejemplo, Eickelpasch y Vogel (2011) muestran que el 14 por 100 de las empresas alemanas del sector servicios exportaban. El porcentaje se eleva al 15 por 100 en el caso de las empresas francesas (Damijan *et al.,* 2012), y al 20 por 100 en el caso de las empresas holandesas (Kox y Rojas-Ramagosa, 2010). Para Estados Unidos, Jensen (2011) señala que solamente el 5 por 100 de las empresas que ofrecen servicios a empresas exporta; en el caso de Reino Unido el porcentaje se eleva al 12 por 100 (Breinlich y Criscuolo, 2011).

El Gráfico 1 muestra también el porcentaje de empresas que solamente ofrecen sus servicios en su propia comunidad autónoma, y las empresas que ofrecen sus servicios en su propia comunidad autónoma y en el resto de España. Observamos que a menor tamaño de la empresa mayor es la concentración de sus ventas en su mercado más cercano. Por ejemplo, mientras que el 62 por 100 de las empresas pequeñas ofrecen sus servicios solamente en su comunidad autónoma, el porcentaje de empresas grandes que solamente vende en ese mercado se reduce al 28 por 100. El gráfico muestra también que la gran diferencia entre las empresas medianas y las empresas grandes reside en el mayor peso relativo del resto de España para estas últimas.

El Gráfico 2 muestra la evolución del porcentaje de empresas exportadoras de servicios por tamaños durante el período 2001-2011. Podemos observar que en las empresas pequeñas el porcentaje se reduce durante el período de bonanza económica, y se eleva con la crisis económica. Esta tendencia sugiere que las empresas pequeñas han podido acudir al mercado internacional para compensar la caída de la demanda doméstica. Las empresas medianas tienen un porcentaje estable durante el período de bonanza y un crecimiento en el porcentaje con la crisis. Finalmente, observamos que las empresas grandes tienen una clara tendencia al alza, ajena a la situación del mercado doméstico.

GRÁFICO 2

EVOLUCIÓN DEL PORCENTAJE DE EMPRESAS EXPORTADORAS POR TAMAÑO, 2001-2011



FUENTE: Cálculos del autor a partir de los microdatos de la EAS.

El porcentaje global de empresas exportadoras en el sector servicios esconde grandes diferencias por secciones y divisiones. Como se observa en el Cuadro 1, el mayor porcentaje de empresas exportadoras se encuentra en la sección información y comunicaciones (36 por 100), seguida muy de cerca por transporte y almacenamiento (35 por 100). El porcentaje de empresas exportadoras es también elevado en las actividades profesionales, científicas y técnicas, que engloban los servicios a empresa más intensivos en conocimiento. Este alto porcentaje es un dato esperanzador para la economía española, ya que es en esta sección donde se ha producido el mayor aumento de las exportaciones de servicios en las últimas décadas en el mundo. El resto de secciones, hostelería (12 por 100), actividades administrativas y servicios auxiliares (11 por 100), actividades inmobiliarias (9 por 100) y actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento (8 por 100), tienen porcentajes de exportación muy por debajo de la media.

Si atendemos a las cifras por secciones, observamos porcentajes de empresas exportadoras muy elevados en transporte aéreo (86 por 100) y agencias de viaje (65 por 100); estos altos porcentajes son lógicos debido a la naturaleza internacional de estas actividades. Debemos destacar, asimismo, el alto porcentaje de empresas exportadoras en: edición de videojuegos y programas informáticos (63 por 100), investigación y desarrollo (54 por 100), publicidad y estudios de mercado (47 por 100), y en edición de libros (46 por 100). Otras divisiones que muestran tasas de empresas exportadoras por encima de la media son consultoría empresarial (40 por 100), informática (38 por 100), y servicios de arquitectura e ingeniería (37 por 100). Las actividades que tienen un muy fuerte componente local, como la veterinaria y el mantenimiento de edificios y jardinería presentan, como era de esperar, muy bajos porcentajes de empresas exportadoras.

El Cuadro 1 también muestra el porcentaje de empresas exportadoras en cada sección y división por tramos de tamaño. Podemos observar que, normalmente, las empresas grandes son las que arrojan un mayor porcentaje de empresas exportadoras. Sin embargo, en un número elevado de divisiones, son las empresas de tamaño mediano las que alcanzan un mayor porcentaje de empresas exportadoras. En muchos casos, además,

CUADRO 1

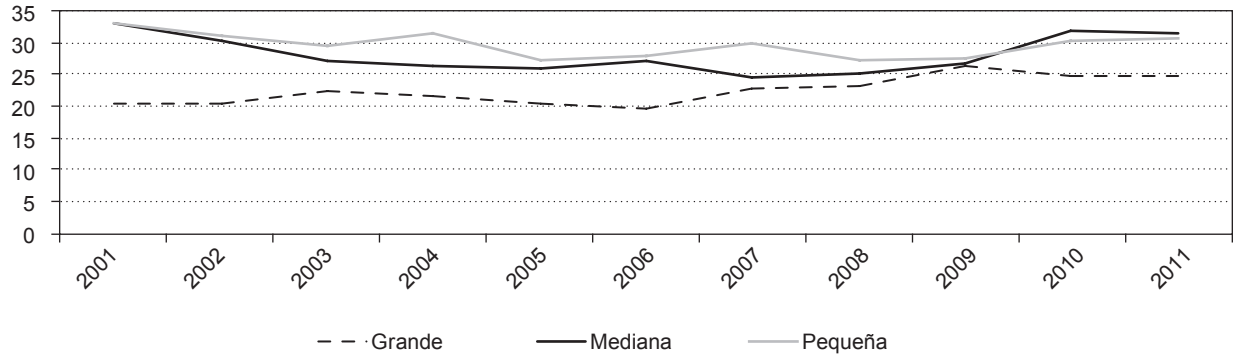
PORCENTAJE DE EMPRESAS EXPORTADORAS POR DIVISIONES DE SERVICIOS, 2011

Secciones y divisiones de la CNAE09	Todas las empresas	Pequeñas	Medianas	Grandes
Transporte y almacenamiento	*35*	*34*	*44*	*37*
Actividades postales y de correos	21	20	24	50
Almacenamiento y actividades anexas al transporte	44	43	49	32
Transporte aéreo	86	81	83	100
Transporte marítimo y por vías navegables	30	22	71	67
Transporte terrestre y por tubería	32	31	41	34
Hostelería	*12*	*10*	*34*	*31*
Alojamiento	43	39	57	51
Restauración	3	3	3	7
Información y comunicaciones	*36*	*34*	*42*	*54*
Cine, video, televisión y radio	21	18	35	28
Edición de libros	46	47	40	63
Edición videojuegos y programas informáticos	63	61	67	100
Informática	38	36	44	62
Telecomunicaciones	33	29	47	40
Inmobiliarias	*9*	*8*	*20*	*43*
Actividades profesionales, científicas y técnicas	*29*	*26*	*53*	*60*
Actividades jurídicas y de contabilidad	10	8	45	69
Consultoría de gestión empresarial	40	38	52	63
Investigación y desarrollo	54	47	68	88
Otras actividades profesionales, científicas y técnicas	32	34	27	12
Publicidad y estudios de mercado	47	47	52	33
Servicios de arquitectura e ingeniería	37	32	60	75
Veterinaria	2	2	–	–
Actividades administrativas y servicios auxiliares	*11*	*11*	*9*	*12*
Alquiler	24	22	42	58
Agencias de viaje	65	66	64	60
Edificios y jardinería	2	2	2	3
Empleo	11	19	4	8
Oficina	19	20	14	24
Seguridad e investigación	5	4	6	10
Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento	*8*	*7*	*10*	*29*

FUENTE: Cálculos del autor a partir de los microdatos de la EAS.

GRÁFICO 3

EVOLUCIÓN DE LA INTENSIDAD EXPORTADORA POR TAMAÑO DE EMPRESA, 2001-2011



NOTA: La intensidad exportadora es el porcentaje de exportaciones sobre el total de ventas.
FUENTE: Cálculos del autor a partir de los microdatos de la EAS.

aun cuando las empresas grandes tengan un mayor porcentaje de exportadoras, la diferencia con relación a las empresas medianas es escasa. Estos resultados refuerzan la conclusión de que no hace falta alcanzar un tamaño muy grande para aumentar la probabilidad de exportar. Por otra parte, en algunas divisiones el porcentaje de empresas exportadoras en el grupo de pequeñas empresas es elevado. Esto ocurre en almacenamiento, transporte aéreo, edición de libros, edición de videojuegos y programas informáticos, informática, consultoría de gestión empresarial, investigación y desarrollo, publicidad y estudios de mercado y agencias de viaje. Si bien en algunos casos la propia naturaleza de la actividad explica su componente internacional (agencias de viaje, transporte aéreo...), en otros casos las características del sector permiten que el tamaño no sea una gran barrera a la exportación.

A continuación, analizamos las diferencias en la intensidad exportadora entre las empresas pequeñas, las empresas medianas y las empresas grandes. Definimos la intensidad exportadora como el porcentaje que las exportaciones suponen sobre el total de las ventas de la empresa. El Gráfico 3 presenta la evolución de la intensidad exportadora por tamaños durante el período 2001-2011. En el año 2011 la intensidad exportadora de las empresas medianas (31,4 por 100) era ligeramente superior a la intensidad exportadora de las empresas pequeñas (30,6 por 100), y ambas se situaban por encima de la intensidad exportadora de las empresas grandes (24,7 por 100). Por tanto, el tamaño no parece ser un obstáculo para la intensidad exportadora de las empresas del sector servicios. Podemos observar que para las empresas pequeñas y medianas la intensidad exportadora evoluciona de forma opuesta al ciclo económico: cuando la economía española entra en una fase alcista la intensidad exportadora se reduce, y al entrar en una fase recesiva del ciclo la intensidad exportadora aumenta. En el caso de las empresas grandes observamos un crecimiento de la intensidad exportadora desde el año 2006.

Al igual que en el margen extensivo, la cifra media de intensidad exportadora esconde algunas diferencias entre secciones y divisiones (Cuadro 2); sin embargo, estas no son tan marcadas como en el

CUADRO 2

INTENSIDAD EXPORTADORA POR SECCIONES Y DIVISIONES, 2011

Secciones y divisiones de la CNAE09	Todas las empresas	Pequeñas	Medianas	Grandes
Transporte y almacenamiento	*34*	*30*	*31*	*37*
Actividades postales y de correos	28	10	15	40
Almacenamiento y actividades anexas al transporte	34	32	32	39
Transporte aéreo	57	76	26	59
Transporte marítimo y por vías navegables	28	40	44	10
Transporte terrestre y por tubería	21	28	29	7
Hostelería	*52*	*40*	*57*	*55*
Alojamiento	56	44	58	62
Restauración	23	21	16	25
Información y comunicaciones	*14*	*27*	*21*	*11*
Cine, video, televisión y radio	11	13	20	2
Edición de libros	12	23	12	5
Edición videojuegos y programas informáticos	51	37	38	64
Informática	22	30	25	20
Telecomunicaciones	9	33	23	7
Inmobiliarias	*22*	*20*	*22*	*27*
Actividades profesionales, científicas y técnicas	*30*	*29*	*26*	*34*
Actividades jurídicas y de contabilidad	19	15	21	18
Consultoría de gestión empresarial	43	31	56	35
Investigación y desarrollo	37	46	42	31
Otras actividades profesionales, científicas y técnicas	25	27	24	8
Publicidad y estudios de mercado	19	17	19	23
Servicios de arquitectura e ingeniería	38	39	29	41
Veterinaria	2	3	—	—
Actividades administrativas y servicios auxiliares	*29*	*33*	*45*	*20*
Alquiler	14	12	20	13
Agencias de viaje	42	42	55	31
Edificios y jardinería	3	25	6	1
Empleo	29	23	17	37
Oficina	20	24	23	17
Seguridad e investigación	13	34	20	2
Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento	*20*	*21*	*14*	*25*

NOTA: La intensidad exportadora se calcula como el porcentaje que las exportaciones suponen sobre las ventas totales de la empresa.
FUENTE: Cálculos del autor a partir de los microdatos de la EAS.

margen extensivo. A nivel de secciones, destaca la fuerte intensidad exportadora de la hostelería (52 por 100), que se explica por la alta intensidad de la división alojamiento (56 por 100). A continuación, hay un grupo de secciones con una intensidad exportadora cercana al 30 por 100: transporte y almacenamiento (34 por 100), actividades profesionales, científicas y técnicas (30 por 100), y actividades administrativas y servicios auxiliares (29 por 100). El resto de secciones tienen una intensidad exportadora por debajo de la media. Entre las divisiones debemos destacar la alta intensidad exportadora del transporte aéreo (57 por 100), alojamientos (56 por 100), la edición de videojuegos y programas informáticos (51 por 100), la consultoría empresarial (43 por 100) y las agencias de viaje (42 por 100). Cuando comparamos la intensidad exportadora por tamaños, confirmamos que para la mayoría de las divisiones el porcentaje de las ventas destinadas a la exportación es superior entre las empresas pequeñas y medianas que entre las empresas grandes. En los casos en los que la intensidad exportadora es mayor en las empresas grandes, las diferencias con relación a las empresas pequeñas y medianas no son importantes. La excepción es la división de edición de videojuegos y programas informáticos, donde la intensidad exportadora de las empresas grandes es muy superior al resto.

Finalmente, a partir de los datos del ICES, analizamos si el número de destinos y el número de servicios exportados están relacionados con el tamaño. Como se muestra en el Cuadro 3, a medida que aumenta el tamaño, aumenta el número de destinos a los que exporta la empresa. Por ejemplo, las empresas pequeñas exportan como media a 7 destinos, mientras que las empresas grandes lo hacen a 16 destinos. Sin embargo, estas cifras están sesgadas debido al gran número de destinos que tienen unas pocas empresas grandes. Si atendemos a la mediana, no hay tantas diferencias en el número de destinos por tamaño de empresa. Para las empresas pequeñas la mediana de destinos se sitúa en cuatro, para las medianas en cinco y para las grandes en siete. Las diferencias por tamaño de empresa son menores con relación al número de servicios exportados. La media para las empresas pequeñas es de 1,6, para las medianas de 1,8 y para las grandes de 2,1.

4. Características clave para la exportación

En este apartado analizamos, con mayor profundidad, en qué medida el tamaño, medido por el número de empleados, determina la probabilidad de que una empresa exporte y su intensidad exportadora. Junto al tamaño, analizamos el papel que juegan otras variables empresariales, como la productividad, la cualificación, la inversión en capital físico, la inversión en I+D y los gastos en diferenciación sobre el estatus exportador y la intensidad exportadora.

En primer lugar analizamos las variables que determinan el estatus exportador. Para cada variable estimamos en qué porcentaje la empresa exportadora es superior a la empresa no exportadora[8]. El Cuadro 4 presenta los resultados de la estimación. Cuando realizamos el análisis para el conjunto de las empresas, comprobamos que las exportadoras presentan valores superiores a las no exportadoras en todas las variables analizadas. En concreto, la empresa exportadora del sector servicios vende un 107 por 100 más que la empresa no exportadora, genera un 76 por 100 más de valor añadido, tiene un plantilla que es superior en un 33 por 100, tiene una productividad por empleado superior en un 32 por 100, su inversión en capital físico es un 59 por 100 superior, invierte en I+D sobre ventas un 38 por 100 más, y gasta en publicidad, para diferenciar su producto, un 13 por 100 más.

[8] Se estima una regresión para cada variable. La variable dependiente es la variable que se analiza (ventas, tamaño, etcétera) en logaritmos. Las variables independientes incluyen una variable ficticia que toma el valor uno si la empresa es exportadora y cero si la empresa no es exportadora, variables ficticias para cada año y variables ficticias para cada subsector a cuatro dígitos de la CNAE09. La regresión se estima por mínimos cuadrados ordinarios. En todas las regresiones la variable ficticia de exportación es estadísticamente significativa al 1 por 100.

CUADRO 3

NÚMERO DE DESTINOS Y SERVICIOS POR TAMAÑO DE EMPRESA

Tipo de empresa	Estadístico	Nº de destinos	Nº de servicios
Pequeñas (10-49)	Media	7	1,6
	Mediana	4	1,0
Medianas (50-249)	Media	10	1,8
	Mediana	5	2,0
Grandes (>249)	Media	16	2,1
	Mediana	7	2,0

FUENTE: Cálculos del autor a partir de los microdatos del ICES.

Estos datos ponen de manifiesto que las empresas exportadoras del sector servicios son más grandes en términos de ventas, valor añadido y empleados que las empresas no exportadoras. Las estimaciones muestran que la capacidad de exportar está relacionada con una mayor productividad y con unos mayores salarios por empleado, que aproxima el nivel de cualificación de los empleados de las empresas de servicios. Las estimaciones señalan también que las empresas exportadoras tienden a diferenciar más su servicio a través de la investigación y el gasto en publicidad.

Cuando estimamos las regresiones por tramos de empresa, confirmamos que las empresas exportadoras son superiores a las empresas no exportadoras en todas las variables. Es importante detenerse en el caso de las empresas pequeñas. En primer lugar, para este conjunto de empresas, el tamaño de las empresas exportadoras es solamente un 9 por 100 superior al de las empresas no exportadoras. Este dato pone de manifiesto que, a pesar de que el tamaño es una barrera para la exportación, no es una barrera infranqueable. Por otra parte, para las empresas pequeñas, el premio exportador es muy importante en variables como ventas, valor añadido, productividad y cualificación de la mano de obra. Por ejemplo, entre las empresas de servicios pequeñas, aquellas que exportan obtienen una cifra de ventas superior en un 72 por 100 a las empresas que no exportan.

Los resultados obtenidos para las empresas exportadoras del sector servicios están en línea con los estudios realizados para las empresas manufactureras. Estos estudios muestran también que el tamaño, la productividad, el salario por empleado o la inversión en I+D están correlacionados con el estatus exportador (Bernard *et al.,* 2007 y 2012). Sin embargo, debemos destacar que existen diferencias en el premio exportador de las variables entre las empresas manufactureras y las empresas del sector servicios. Por ejemplo, de acuerdo a las estimaciones realizadas por Fariñas y Martín-Marcos (2007), el premio exportador en las empresas manufactureras españolas es mucho mayor en términos de empleo (155 por 100 para manufacturas *vs.* 33 por 100 para servicios); sin embargo, el premio exportador es inferior para la productividad del trabajo (19 por 100 *vs*. 32 por 100) y en los salarios por empleado (5 por 100 *vs.* 24 por 100). Estos datos ponen de manifiesto que el tamaño de la empresa parece imponer una menor barrera para poder exportar en los servicios que en las manufacturas; además, una de las claves para exportar en el sector servicios parece encontrarse en la cualificación de los trabajadores, que en el sector servicios está muy

CUADRO 4

EL PREMIO EXPORTADOR
(En %)

Variable	Todas las empresas	Empresas pequeñas	Empresas medianas	Empresas grandes
Ventas	107	72	55	68
Valor añadido	76	45	32	47
Empleo	33	9	5	19
Productividad	32	33	26	27
Salarios por empleado	24	24	21	21
Inversión	59	29	32	51
Gasto en I+D sobre ventas	38	63	8	91
Gastos en publicidad sobre ventas	13	12	16	19

NOTA: El premio exportador es el exponente (menos 1) de los coeficientes estimados mediante regresiones descriptivas (ver nota al pie nº 6).
FUENTE: Cálculos del autor a partir de los microdatos de la EAS.

ligada con la calidad del servicio. Este resultado confirma la conclusión de estudios anteriores que ponen el acento en la calidad como clave para la exportación de los servicios (Breinlich y Criscuolo, 2011 y Iacovone *et al.,* 2013).

Para analizar las variables que contribuyen a la intensidad exportadora, estimamos una regresión múltiple, en el que la variable dependiente es la intensidad exportadora, y las variables independientes son el tamaño de la empresa, la productividad por empleado, y los salarios por empleado. No introducimos en la regresión otras variables como la inversión, la inversión en I+D sobre ventas y los gastos en diferenciación, ya que muchas empresas no reportan estos datos. Las estimaciones del análisis econométrico muestran que la productividad del trabajo y los salarios por empleado contribuyen positivamente a la intensidad exportadora de las empresas[9]. Al realizar las estimaciones por tramos de tamaño, encontramos que tanto para las empresas pequeñas como para las empresas medianas, la intensidad exportadora aumenta al elevar el tamaño, la productividad y la cualificación de los trabajadores, medida por los salarios por empleado.

5. Conclusiones

Durante las últimas décadas las exportaciones del sector servicios han crecido más rápidamente que las exportaciones de bienes. ¿Qué características deben adquirir las empresas españolas para poder participar en este mercado en crecimiento? Este artículo muestra que el tamaño de la empresa está correlacionado positivamente con la probabilidad de exportar. Sin embargo, las empresas no tienen que alcanzar un tamaño muy elevado para aumentar la probabilidad de exportar. De hecho, el porcentaje de exportadoras entre las empresas medianas (50-249 empleados) es muy similar al de las empresas grandes (250 o más empleados). Con relación a la intensidad exportadora, las empresas pequeñas y medianas alcanzan porcentajes superiores al de las empresas grandes. Por tanto, el tamaño en los servicios, no juega un papel

[9] Todos los coeficientes de la regresión son estadísticamente significativos. Se estimaron modelos más complejos que incluyen en la estimación las empresas que exportan y las empresas que no exportan (WAGNER, 2010). Las conclusiones de los análisis no varían.

tan importante como en las manufacturas. El artículo muestra que otras variables, como la calidad, pueden ser más importantes que el tamaño para lograr el éxito exportador.

Referencias bibliográficas

[1] BERNARD, A.B.; JENSEN, J.B.; REDDING, S.J. y SCHOTT, P.K. (2007): «Firms in International Trade», *Journal of Economic Perspectives*, vol. 21, nº. 3, pp. 105-130.

[2] BERNARD, A.B.; JENSEN, J.B.; REDDING, S.J.; y SCHOTT, P.K. (2012): «The Empirics of Firm Heterogeneity and International Trade», *Annual Review of Economics,* vol. 4, pp. 283-313.

[3] BREINLICH, H. y CRISCUOLO, C. (2011): «International Trade in Services: A Portrait of Importers and Exporters», *Journal of International Economics*, vol. 84, nº. 2, pp. 188-206.

[4] DAMIJAN, J.; HALLER, S.A.; KAITILA, V.; MALIRANTA, M.; MILET, E. y ROJEC, M. (2012): «The Performance of Trading Firms in the Services Sectors. Comparable Evidence from Four EU Countries», *Working Paper nº. 65*, Institute for Economic Research, University of Ljubljana.

[5] EICKELPASCH, A. y VOGEL, A. (2011): «Determinants of Export Behavior of German Business Services Companies», *The Service Industries Journal*, vol. 31, nº. 4, pp. 516-526.

[6] FARIÑAS, J.C. y MARTÍN-MARCOS, A. (2007): «Exporting and Economic Performance: Firm-Level Evidence of Spanish Manufacturing», *The World Economy*, vol. 30, nº. 4, pp. 618-646.

[7] GRUNFELD, L.A. y MOXNES, A. (2003): «The Intangible Globalization. Explaining Patterns of International Trade in Services», *Norwegian Institute of International Affairs Working Paper nº. 657*.

[8] HALLER, S.A.; DAMIJAN, J.; KAITILA, V.; KOSTEVC, C.; MALIRANTA, M.; MILET, E.; MIRZA, D. y ROJEC, M. (2012): «A Portrait of Trading Firms in the Services Sectors. Comparable Evidence from Four EU Countries», *ETLA Working Paper 1283*.

[9] IACOVONE, L.; MATTOO, A. y ZAHLER, A. (2013): «Trade and Innovation in Services», *Policy Research Working Paper 6520*, The World Bank, Washington.

[10] INE (2008): Índices de Comercio Exterior de Servicios (ICES). Metodología General. Disponible en http://www.ine.es/metodologia/t37/t3730198.pdf

[11] JENSEN, J.B. (2011): *Global Trade in Services. Fear, Facts, and Offshoring*, Peterson Institute for International Economics, Washington, D.C.

[12] KOX, H.L.M. y ROJAS-ROMAGOSA, H. (2010): «Exports and Productivity Selection Effects for Dutch Firms», *De Economist*, vol. 158, nº. 3, pp. 295-322.

[13] MAYER, T. y OTTAVIANO, G.I.P. (2007): «The Happy Few: The Internationalisation of European Firms. New Facts Based on Firm-level Evidence», *Bruegel Blueprint Series Volume III*, Bruegel, Brussels.

[14] MINONDO, A. (2013): «Trading Firms in the Spanish Service Sector», *Revista de Economía Aplicada*, 21, 63, 5-28.

[15] WAGNER, J. (2010): «Exports and Firm Characteristics. First Evidence from Fractional Probit Estimates», *Empirical Economic Letters*, 9, 10, 935-940.

[16] WAGNER, J. (2012): «International Trade and Firm Performance: A Survey of Empirical Studies Since 2006», *Review of World Economics*, 148, 2, 235-267.

ANEXO

NÚMERO DE EMPRESAS INCLUIDAS EN LA MUESTRA POR DIVISIONES DE LA CNAE-2009 Y AÑO

División	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento	46	571	577	603	517	702	715	1.251	669	205	979
Actividades jurídicas y de contabilidad	466	547	487	623	607	798	834	1.092	1.066	995	974
Actividades postales y de correos	352	321	291	234	227	258	282	275	251	255	214
Agencias de viaje	329	562	570	532	518	688	669	390	363	318	310
Almacenamiento y actividades anexas al transporte	875	972	998	955	950	1.168	1.213	1.256	1.101	1.128	1.130
Alojamiento	1.910	2.242	2.214	2.384	2.376	2.481	2.655	2.781	2.646	2.568	2.468
Alquiler	469	511	478	506	552	594	603	658	563	528	469
Cine, video, televisión y radio	829	945	972	985	930	1.147	1.153	586	546	520	444
Consultoría de gestión empresarial	170	213	197	219	226	305	318	349	344	343	348
Edición de libros	–	–	–	–	–	–	–	419	413	400	369
Edición videojuegos y programas informáticos	635	104	96	78	61	50	54	84	88	84	78
Edificios y jardinería	752	915	957	961	977	1.081	1.098	1.624	1.650	1.644	1.649
Empleo	251	270	262	245	233	283	290	373	259	260	259
Informática	192	812	813	884	868	1.006	1.107	1.191	1.176	1.166	1.195
Inmobiliarias	319	455	496	501	468	611	610	504	369	347	335
Investigación y desarrollo	121	113	112	113	126	122	128	155	181	196	207
Oficina	121	162	171	160	173	209	197	856	802	708	726
Otras actividades profesionales, científicas y técnicas	162	211	205	223	212	208	188	416	354	388	383
Publicidad y estudios de mercado	456	468	405	391	397	482	559	772	702	712	665
Restauración	1.821	1.954	1.916	1.944	1.985	1.903	1.968	1.960	1.830	1.883	1.828
Seguridad e investigación	184	202	223	216	219	246	243	316	328	307	318
Servicios de arquitectura e ingeniería	555	722	766	792	887	921	1.038	1.230	1.193	1.169	1.113
Telecomunicaciones	79	87	100	114	90	94	105	151	151	173	194
Transporte aéreo	28	27	33	26	32	39	40	37	30	26	26
Transporte marítimo y por vías navegables	86	94	105	103	92	100	102	107	92	92	86
Transporte terrestre y por tubería	1.941	2.029	1.895	1.850	1.840	2.093	2.169	2.148	1.981	1.781	1.713
Veterinaria	–	–	–	–	–	–	–	84	81	77	82
Total	**13.149**	**15.509**	**15.339**	**15.642**	**15.563**	**17.589**	**18.338**	**21.065**	**19.229**	**18.273**	**18.562**

NOTA: La edición de libros estaba incluida en las manufacturas en la clasificación anterior (CNAE-93). Los servicios de veterinaria, a partir del año 2008, se incluyen en la sección de actividades profesionales, técnicas y científicas y se comienzan a incluir en la EAS.
FUENTE: Cálculos del autor a partir de los microdatos de la EAS.

Colección **CUADERNOS BÁSICOS**

GESTIÓN y CONTRATACIÓN EFICIENTE del TRANSPORTE más UTILIZADO

El transporte marítimo es el medio principal por el que se efectúan los intercambios comerciales en el ámbito internacional y, dentro del mismo, el transporte en contenedor se configura como el más utilizado por las empresas.

En el presente Cuaderno se expone cómo su gestión y contratación eficiente permite optimizar sus costes, incrementar la seguridad en las entregas de los envíos y consolidar la expansión internacional de las empresas.

92 páginas
Formato: 130 x 210 mm
PVP: 8 € (IVA incluido)
ISBN: 978-84-7811-759-8

Puede adquirir la obra en Internet, en ICEX y en las principales librerías

ICEX España Exportación e Inversiones
Pº. de la Castellana, 14 - 28046 MADRID - tel.: 91 349 6275/34
c.e.: libreria@icex.es - www.icex.es/publicaciones

ICEX