



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA

Grupo
Economía
Internacional

GEI IEG

International
Economics
Group

<http://www.gei.upv.es>

ISSN 1988-8724

ISSUES

Director:

Raúl Compés López

Editor:

J. Daniel Anido Rivas

Editorial Board:

Martín Federico Alba
Josep Domènech
Ana M^o García-Bernabeu
S. Andrés González-Moralejo
José Miguel Ferrer Arranz
J. M^o García Álvarez-Coque
Teresa López-García Usach
M^o Lúisa Martí Selva
Víctor Martínez Gómez
Francisco Mas Verdú
Pasqual Moreno Torregrosa
David Pla Santamaría
Rosa Puertas Medina
Valentino Zufferli

English text review:

Alexandra M. Casady

Diseño y diagramación:

Valentino Zufferli
J. Daniel Anido Rivas

Dirección postal:

Dpto. de Economía y
Ciencias Sociales, Ed. II.
3B, ETSIA, UPV.
Camino de Vera, s/n.
46002. Valencia, España

Teléfono:

+ (34) 963 87 74 70

Fax:

+ (34) 963 87 98 03

e-mail:

gei@esp.upv.es

ÍNDICE

- 1 Presentación
- 2 Internacionalización de Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs) en Brasil
- 4 Internacionalización Industrial de la Comunidad Valenciana
- 6 Misceláneas

INDEX

- 1 Presentation
- 2 Internationalization of Small and Medium-sized Enterprises (SMEs) in Brazil
- 4 Industrial Internationalization of Valencian Community
- 6 Miscellaneous

Presentación

Con la globalización de la economía, la manera de competir ha cambiado. Las empresas buscan nuevos mercados, como respuesta a la creciente competencia que deben enfrentar en sus mercados naturales. Es lo que se conoce como la internacionalización. Se trata de un fenómeno complejo, en el que la integración económica y los acuerdos comerciales bilaterales, la eliminación de barreras arancelarias y para-arancelarias, la evolución de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), la evolución de los sistemas de transporte y logística, los costes de transporte, los ciclos de vida producto más cortos, las economías de escala, la tendencia a la homogeneización de la demanda internacional, las culturas, las barreras administrativas, legales y políticas (entre otras), son variables que deben tenerse muy en cuenta cuando se inicia un proceso de internacionalización.

Cada vez son más abundantes en la literatura los estudios sobre internacionalización, aunque generalmente suelen referirse a las grandes empresas. Este número del GEI-Issues está dedicado a la internacionalización, tanto para el caso de pequeñas y medianas empresas (PyMEs) como para el sector industrial. En el primero de los artículos, Mohamed Amal (del Departamento de Economía y Negocios Internacionales de la Universidad Regional de Blumenau), presenta un análisis cualitativo de tres casos o experiencias en el sur del Brasil, para entender los efectos del trabajo en redes y del emprendedurismo como parte de las estrategias de internacionalización de este tipo de empresas. En el segundo, Martín Alba y Francisco Mas-Verdu (del Grupo de Economía Internacional de la Universidad Politécnica de Valencia) examinan la internacionalización industrial en la Comunidad Valenciana, presentando una serie de datos y rasgos distintivos de las estrategias de internacionalización adoptadas por los sectores exportadores de esta región, así como los factores que explican dicho proceso.

Presentation

With globalization, how to compete in the markets has changed. Now, a lot of enterprises are seeking new markets, in response to growing competition they face in their natural markets. It is what is known as Internationalization process. This is a complex phenomenon in which variables such as economic integration and bilateral trade agreements, elimination of tariff and non-tariff barriers, evolution of information technologies and communication technologies (ICT), evolution of transport systems and logistics, transportation costs, product life cycles shorter than in past, economies of scale, trend toward homogenization of international demand trends, cultures, administrative, legal and political barriers (among others), must be carefully taken into account when a process of internationalization starts.

Lately, there is an increasing number of economic studies focus on globalization; however, these generally refer to large enterprises' cases. This issue of IEG-Issues studies internationalization, both Small and Medium-sized Enterprises (SMEs) and manufacturing activities cases. In the first article, Mohamed Amal (professor of the Department of Economics and International Business, Regional University of Blumenau-Brazil), presents a qualitative analysis of three cases as internationalization experiences in southern Brazil, in order to understand the effects of networking and entrepreneurship as internationalization strategies of these kind of enterprises. In the second one, Martin Alba and Francisco Mas-Verdu (researchers of the International Economics Group, Universidad Politécnica de Valencia) examined the industrial internationalization in the Valencia region case, by using a set of data and distinctive features of internationalization strategies adopted by Valencian exporting sectors, as well as some of the factors that can explain such performance.



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA

Internacionalización de Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs) en Brasil

Mohamed Amal'

En los últimos años se ha observado un importante crecimiento en la cantidad de estudios sobre internacionalización de Pequeñas y medianas empresas (PyMEs). Sin embargo, aunque haya evidencias de la creciente participación de éstas en el comercio internacional, muchos estudios todavía se centran en las estrategias y determinantes de internacionalización de las grandes empresas.

Basado en una investigación cualitativa y cuantitativa sobre PyMEs en el sur de Brasil, el estudio ha demostrado la importancia de los empresarios emprendedores (*entrepreneurs*) y de relaciones en redes (*networking*) para la comprensión del patrón de internacionalización de estas empresas. Además, la performance del proceso depende en gran parte de la capacidad de las compañías para relacionar un comportamiento internacional, proactivo e innovador con un proceso de aprendizaje, apoyado en redes nacionales e internacionales.

Metodología. El estudio fue diseñado para el examen de tres casos, desde una perspectiva cualitativa de análisis, con el propósito de capturar los efectos del trabajo en red (*networking*) y del emprendedurismo (*entrepreneurship*) en las estrategias de internacionalización de las PyMEs. Para asegurar la pertinencia y relevancia de la información obtenida en la recolección de datos, las firmas estudiadas han sido seleccionadas usando los siguientes criterios: (i) cumplen las características cualitativas de una pequeña y mediana empresa (según la clasificación utilizada en Brasil); (ii) presentan la propiedad y la gerencia independientes de cualquier otra firma, una gerencia adaptada a sus características particulares (reflejada en la figura del dueño) y controlan una pequeña parte del mercado donde actúan; (iii) se cuenta con entrevistas de desempeño realizadas al fundador, dueño o encargado de la empresa (que podría dar información sobre hechos ocurridos desde la creación de la firma) y con un gerente especializado en exportaciones e internacionalización de la empresa; y (iv) tienen 3 años como mínimo de experiencia continua en actividades internacionales.

Internacionalización y emprendedurismo. A partir de los tres casos analizados, hemos encontrado que el papel de los *entrepreneurs* es crucial para comprender el inicio y desarrollo de la internacionalización de las PyMEs en países en vías de desarrollo. En todos ellos han sido estos emprendedores quienes han conducido el comienzo de aventuras internacionales. El motivo es relativamente el mismo: debido a las limitaciones e inestabilidad del mercado interno, las compañías han optado por crecer a través de los mercados externos. Por otra parte, el crecimiento de los mercados internacionales y la liberalización comercial de la década de 1990 han sido factores importantes que estimularon la internacionalización de muchas PyMEs en países en vías de desarrollo.

El estudio ha demostrado que la visión (global, estratégica y proactiva) de los emprendedores y jefes ejecutivos es el factor determinante para la performance de la internacionalización. Esto significa que el éxito de la misma dependerá, inicialmente, del compromiso de los altos niveles de la gerencia con las metas de internacionalización, aunque también no es menos relevante la implicación del emprendedor para lograr que las metas de internacionalización sean un objetivo de crecimiento estratégico de la compañía. Además, el "efecto emprendedurismo" está fuertemente relacionado con la capacidad de transformar una visión proactiva y planes innovadores de inversión en oportunidades reales en los mercados externos. Finalmente, es importante acentuar que una visión estratégica influye en la capacidad de las compañías de mantener su competitividad internacional y de desarrollar nuevos mercados.

Internationalization of Small and Medium-sized Enterprises (SMEs) in Brazil

Mohamed Amal'

Over recent years, there has been a growing body of studies on the internationalization of Small and Medium-sized Enterprises (SMEs). Although, there are strong evidences about the increasing participation of SMEs in international trade and international transactions, many of the studies are still focusing on the strategies and determinants of internationalization of Large Companies.

This study, based on a qualitative and quantitative research among SMEs in the south of Brazil, has shown the importance of entrepreneurs and networks relationship for the understanding of the internationalization's pattern of SMEs. Furthermore, the performance of internationalization depends largely of the ability of companies to relate innovative and proactive international behavior to learning's process through the maintenance of national and international networking.

Method. The study was designed to be a three case study, using a qualitative perspective of analysis, aimed to capture main effects of networking and entrepreneurship on the strategies of internationalization of SMEs. To assure the pertinence of SMEs and the relevance of the information derived from the data collection related to the central theme of the investigation, the studied firms were chosen using the following selection criteria: (i) having the qualitative characteristics of a small and medium sized business, according to the Brazilian classification; (ii) presenting independent property and management from any other firm, customized management (reflecting the owner's figure) and controlling a thin slice of the market where it acts; (iii) performing interviews with at least one founder or owner/manager who would inform about facts which occurred since the foundation and a manager specialized in the management of exportation and internationalization activities; (iv) being engaged in international activities at least for three years, continuously.

The case study is based on the investigation of three companies, which were selected from small to medium businesses, operating in the manufacturing sector, which have a continuous involvement in foreign markets. The research had an exploring character due to the lack of a qualitative research about SMEs' internationalization in emerging countries.

Internationalization and entrepreneurship. Based on the three cases, we found out that the role of entrepreneurs is crucial for understanding inception and development of SMEs internationalization in developing countries. Relatively, in all the cases, the entrepreneurs have been the driver of the start of international ventures. The motives are relatively the same, due to the limitations and instability of the domestic market; the companies have opted to growth through foreign markets. On the other hand, the growing international markets and trade liberalization in the 1990s have been considered as important factors that stimulate the internationalization of many SMEs in developing countries. Even in the case of different backgrounds, the study showed that a strategic and proactive global vision of the entrepreneurs and chief executives is a determinant factor for the internationalization performance. It means, that the success of internationalization will at first depends on the commitment of the high executive administration with the goals of internationalization, but also it not less relevant the involvement of the entrepreneur to turn this goals a corporation strategic growth target. Furthermore, the entrepreneurship's effect is strongly related to the ability to transform proactive vision, innovative investment plans into real opportunities in the foreign markets. And, finally, it is important to emphasize that a strategic planning and future vision influence the ability of the companies to maintain their international competitiveness and to develop new markets.

Debido a mercados internos limitados e inestables, las empresas optan por crecer internacionalizándose

Due to limited and unstable domestic markets, enterprises choose to grow up by internationalization

El papel de los emprendedores y de las relaciones en redes es clave en el proceso de internacionalización de las PyMEs

The role of entrepreneurs and networking are keys in the internationalization process of SMEs

Internacionalización y redes. Existen diferencias en los procesos de internacionalización de las compañías, respecto al tipo e intensidad de la red. En todos los casos podríamos puntualizar cómo se han utilizado o desarrollado las redes, para seleccionar nuevos mercados y para establecer el modo de ingreso a los mismos. Sin embargo, las redes no pueden por sí solas explicar la internacionalización de las PyMEs. El efecto de las relaciones en red contribuye de forma considerable a la formación de nuevas capacidades, así como también a los cambios de visión del emprendedor. En este sentido, su actitud (proactiva, innovadora y tomadora de riesgos) transforma el proceso de formación de capacidades en una oportunidad para desarrollar conocimientos específicos del mercado. La relación entre espíritu emprendedor y redes puede representar así una manera eficiente de optimizar el proceso de asignación de recursos y, por lo tanto, de desarrollar nuevas actividades en mercados externos.

El papel del relacionamiento en redes es significativo para especificar el núcleo de las capacidades, como también lo son las metas de las firmas relacionadas con el proceso de internacionalización. Pero hay un punto crítico en esta situación: la red no limita la internacionalización a los problemas asociados al ingreso a nuevos mercados, sino que pone en discusión y evaluación la capacidad de las firmas de tratar con clientes específicos o con sus proveedores. Esto ha sido demostrado en todos los casos, como también en el estudio cuantitativo.

La estrategia de internacionalización está orientada al consumidor y no al mercado. Así pues, en vez de centrarse en las maneras de ingresar y expandirse en mercados externos, las compañías se focalizan en cómo manejar los problemas asociados a las relaciones con proveedores y clientes. De esta manera, las barreras a la internacionalización de las PyMEs están asociadas a su visión proactiva. Sin embargo, la formación de esta visión global (y sus efectos sobre la adquisición de conocimientos de mercado y nuevas asignaciones de recursos) dependerá intensamente de la capacidad de estas empresas para crear un proceso de aprendizaje de sus redes de relaciones personales, sociales y de negocio y no de la existencia de fronteras entre los mercados.

Algunas consideraciones finales. El objetivo de este estudio de casos fue aproximarse al proceso de internacionalización de las PyMEs, específicamente, de evaluar el papel y el modo en que el emprendedurismo y las redes afectan la estrategia de selección de mercados y la forma de ingreso en los mismos. El estudio ha demostrado la importancia de los entrepreneurs y del networking para comprender el patrón de internacionalización de las PyMEs. Además, la performance de la internacionalización depende en gran parte de la capacidad de las empresas de relacionar un comportamiento internacional, innovador y proactivo con el proceso de aprendizaje obtenido del trabajo en redes tanto nacionales como internacionales.

Aunque es posible internacionalizar sin la inserción en redes formales o informales, una expansión rápida de actividades internacionales está condicionada por la capacidad de las compañías de cooperar con diversos socios en la cadena de valor. Así, cuanto más alta sea la implicación de las PyMEs con sus redes de relaciones y su integración con clientes y proveedores, más alta será la posibilidad de mejorar el desempeño en mercados foráneos.

Este estudio revela fuertes evidencias para afirmar que los comportamientos económicos de los emprendedores son los que tienen la mayor influencia sobre el proceso de internacionalización de las PyMEs. La intensidad y grado de profundidad del proceso dependerá en gran parte de la capacidad emprendedora de la compañía para internalizar las ventajas de insertarse dentro de las redes ya existentes y para ingresar en otras nuevas. Por otra parte, el estudio ha demostrado que cuanto mayor sea el grado de innovación de la empresa, mayor será su capacidad para desarrollar nichos de mercado, crear condiciones para tomar riesgos y desarrollar nuevas estrategias para ingresar en otros mercados.

Internationalization and networks. There are differences among the companies in term of the types and intensity of networks on their internationalization processes. In all the cases, we could point out how networks have been used, or developed to start the market selection and entry mode. However, networks alone cannot explain the SMEs internationalization. The network relationships effect offers considerable contributions to the formation of new competences, but also in term of the changes in the entrepreneur's vision. Therein, an entrepreneurship attitude (proactive, innovative and risk friendly) transforms the process of formation of new competences into an opportunity to develop market specific knowledge. Entrepreneurship and networks relationship may represent an efficient way to optimizing the process of allocation of resources and, therefore, developing new activities in foreign markets.

The role of networks relationship is meaningful for specifying the core competences, as well as the firms goals related to the internationalization process. But there's a point which must be taken as critical in this situation, the network does not limit the internationalization issue to the problems related to the way how to penetrate new markets, but puts into discussion and evaluation the firms' capacity of dealing with specific clients or with their suppliers, which have been showed in all the cases, and also in the quantitative study.

The strategy of internationalization is a customer oriented strategy, not a market oriented one. So, instead of focusing on ways to enter the external markets and on the expansion of these markets, the companies are more concerned on how to manage problems associated with the arrangement and development of relations with suppliers and clients. This way, the barriers to the internationalization of the SMEs are related to a proactive view over the internationalization. On the contrary, the formation of a new proactive view of the internationalization and its effects for the acquisition of market knowledge and new resources allocation will depend, intensely, on the SMEs' capacity of creating a learning process from their personal, social and business relations networks and not from the existence of borders among the markets.

Some final considerations. The objective of this multi case study was to approach the internationalization process of SMEs, more specifically to evaluate the role and how networks relationship and entrepreneurship affect the strategy of market selection and entry mode. The study has shown that entrepreneurs and networks relationship are important factors for the understanding the internationalization patterns of SMEs. Furthermore, the performance of internationalization depends largely on the ability of companies to relate innovative and proactive international behavior to learning's process through the maintenance of national and international networking. Although it is possible to internationalize without being inserted into formal or informal networks, a rapid expansion of international activities is conditioned on the ability of the companies to cooperate with different partners in the international value chain. The higher the SMEs involvement with their relationships networks, through integration with customers and/or suppliers, the higher the tendency to reach better performance in the foreign markets.

Thus, the three cases studied have showed that there are strong evidences that the business behaviors of the entrepreneurs have a higher influence in the process of SMEs internationalization. The intensity and depth degree of the process of internationalization will depend largely on the company's entrepreneurial ability to internalize the networks advantages and insert the company into new networks. Moreover, the study has shown that as higher the degree of innovation, higher is the company's ability to develop niche marketing, creating conditions to take risks and developing new strategies to enter into new markets.



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA

La estrategia de comercialización está orientada a los consumidores, mas no al mercado

The marketing strategy is aimed to consumers, but not to the market

La intensidad dependerá de la capacidad para insertarse, tanto en redes ya existentes, como en otras nuevas

Intensity of internationalization depends on the capacity to fit into existing networks and also to other new networks



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA

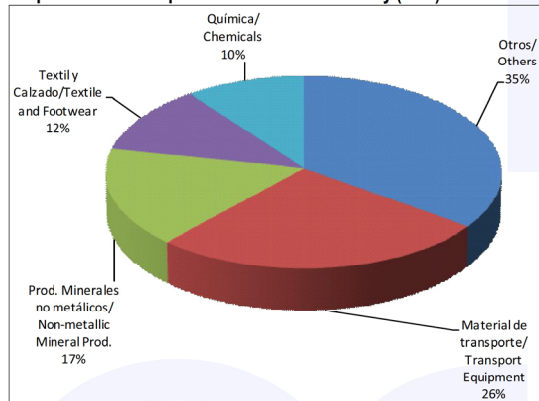
Internacionalización Industrial de la Comunidad Valenciana

Martín Alba¹ y Francisco Mas-Verdú¹

La Comunidad Valenciana se caracteriza por un perfil productivo con una especialización relativa en el sector industrial (14,6% del PIB de la región es industrial, frente a una media de 13,2% en España). A su vez este sector presenta un grado de internacionalización, medido por esfuerzo exportador (exportaciones/ventas totales), superior a la media industrial española (28% vs. 25%). En estas actividades las PyMEs ocupan un rol protagónico: del total de empresas que han realizado actividades exportadoras, aproximadamente 83% son PyMEs².

¿En qué actividades se concentran las exportaciones industriales de la Comunidad Valenciana? En 2008 las exportaciones de la Comunidad Valenciana totalizaron unos 19,4 millardos de euros. De esta cifra, las exportaciones industriales llegaron a 15,4 millardos de euros, que representan un 80% del total. Como se observa en el Gráfico N° 1, cuatro sectores concentran el 65% de las ventas industriales al mercado mundial e intracomunitario: Material de transporte (automóviles), Productos minerales no metálicos (azulejos), Textil y calzado y el de la Industria química.

Gráfico 1. Exportaciones industriales de la Comunidad Valenciana (2008)
Graph 1. Industrial exports of Valencian Community (2008)



Fuente: Elaboración propia, con base en datos del IVE (2008).
Source: own calculations, based on figures of IVE (2008).

¿Cuál es el esfuerzo exportador sectorial? ¿Está relacionado con el tamaño de la empresa? En la Comunidad Valenciana hay cinco sectores que se destacan sobre la media industrial, por su esfuerzo exportador. Los primeros cuatro son los ya descritos por el volumen de exportaciones (Textil y calzado, Química, Productos minerales no metálicos, Material de transporte); el quinto es Equipo electrónico.

Tamaño empresarial y esfuerzo exportador: muchos estudios se han dedicado a este tema y la mayoría concuerdan en que esta variable es relevante, principalmente, cuando la intensidad del esfuerzo exportador es alta (por encima de un 25%).

Nuestro análisis concuerda con estos estudios. Como vemos en el Gráfico N° 2, hay una correlación positiva entre mayor tamaño y mayor esfuerzo exportador (R^2 es del 75%). Pero al diferenciar por intensidad del esfuerzo exportador, encontramos que para aquellos sectores con intensidades altas, el tamaño adquiere mayor importancia (R^2 del 92%); mientras que para intensidades bajas, la relación es menos significativa e inversa (R^2 igual a 48%).

En el Gráfico N° 2 también se puede encontrar que en torno a la media industrial existen 4 grupos claramente diferenciados por dimensión y esfuerzo exportador (EE); éstos son:

Industrial Internationalization of Valencian Community

Martín Alba¹ and Francisco Mas-Verdú¹

The Valencian Community is characterized mainly by its productive profile, with a relative specialization in the industrial sector (around of 14.6% of its GDP is industrial, compared with the Spanish mean of 13.2%). At the same time, this sector has a significant internationalization level, measured by using the exporting effort (exports/total sales), which is higher than the Spanish mean (28 vs. 25%). Small and Medium-sized Enterprises (SME) have the main role in these activities: around 83% of the total exporter enterprises are SME.

In which activities are the industrial exports of the Valencian Community concentrated? In 2008, Valencian Community exports totaled approximately 19.4 billion Euros. From this figure, industrial exports represented 15.4 billions of Euros this year, approximately 80% of total exports. As we show in Graph N° 4, these four sectors contain 65% of industrial sales for the world market and EU markets: Transport Equipment (automotive), Non-metal Mineral Products (ceramic), Textile and Footwear, and the Chemical Industry.

What is the sector's Exporting Effort? Is there any relationship between Exporting Effort and enterprise's size? According to their exporting effort, five sectors have higher performances than the Valencian Community's industrial mean. The first four of them correspond with the previously mentioned principal exports (Textile and Footwear, Chemical Products, Non-metal Mineral Products, and Transport Equipment); the fifth is Electrical and Optical Equipment.

Enterprise's size and exporting effort: several studies have focused on this topic, and most of them agree with the relevance of this variable, especially in cases where the exporting effort is intense (above of 25%).

Our analysis coincides with these studies. As shown in Graph N° 2, there is a positive correlation between size and exporting efforts (R^2 equal to 75%). However, when we change the intensity of the exporting effort, we find that size becomes more important for the sectors with high intensities (R^2 equal to 92%), but the sectors with low intensities have a less significant and inverse relationship (R^2 equal to 48%).

Graph N° 2 also shows that there are 4 group of sectors close to the industrial mean, in terms of size and exporting effort (EE), as follows:

- Group 1 (small size and high EE), which includes the Textile and Footwear sector.
- Group 2 (medium-large size and high EE), which includes four sectors (Chemical Products, Electrical and Optical Equipment, Non-metallic Mineral Products and Transport Equipment).
- Group 3 (small size and low EE), which includes 5 sectors (Wood, Mechanical Equipment, Metal Products, Varied Manufactures and Paper).
- Group 4 (medium-large size and low EE), which includes 2 sectors (Food and Rubber-plastics).

Additionally, five of the twelve industrial activities have an exporting effort higher than the industrial mean (>28%). Four of these are larger in size. (The Transport Equipment sector clearly stands out from these four, with 73% of its exports in sales and a medium-size of 180 employees per enterprise). Of the seven sectors that direct their sales at the domestic market, the majority (5), are comprised of less than 50 employees per enterprise.

Con 28%, la Comunidad Valenciana presenta niveles de internacionalización superiores a la media española (25%)

With 28%, Valencian Community has Internationalization levels higher than Spanish average (25%)

Cuatro sectores (Materiales de transporte, Productos minerales no metálicos, Textiles y Calzado y Químicos) concentran 65% de las exportaciones

Four sectors (Transport Equipment, Non-metallic Mineral Products, Textiles and Footwear, and Chemicals) concentrate about 65% of total exports



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA

• Grupo 1 (pequeña dimensión y EE alto), incluye al sector textil y calzado.

• Grupo 2 (dimensión media-alta y EE alto), incluye a 4 sectores (Química, Electrónico, Productos minerales no metálicos y Material de transporte).

• Grupo 3 (pequeña dimensión y bajo esfuerzo exportador) incluye 5 sectores (Madera, Equipo mecánico, Productos metálicos, Manufacturas diversas y Papel).

• Grupo 4 (dimensión media-alta y bajo EE), incluye dos sectores (Alimentación y Caucho-plásticos).

Además, podemos encontrar que de 12 actividades industriales, 5 poseen un esfuerzo exportador superior a la media industrial (>28%). De éstas, 4 se caracterizan por una mayor dimensión (de ellos, se destaca claramente el sector de Material de transporte, con 73% de exportaciones sobre ventas y una dimensión media de 180 empleos por empresa³). Luego, de los 7 sectores que destinan sus ventas principalmente al mercado interno, la mayoría (5), tiene una dimensión menor a 50 ocupados.

Some determining factors of Internationalization level in Valencian Community. According with several theoretical approaches, there are various factors that explain why enterprises choose for internationalization. Here, we only cite some of them, in order to give examples. Among the main factors causing internationalization, we find foreign growing opportunities and the search for risk diversification (Escolano *et al.*, 2003). There are also other factors which can encourage this internationalization process, such as the role played by clients and competitors (*idem*).

Likewise, there is another theoretical approach that focuses on R&D's role on internationalization possibilities for enterprises. This approach emphasizes the importance of the technological level of an activity executed by the enterprise, or the importance of whether or not to contract external knowledge-intensive-business services (Mas-Verdu *et al.*, 2008). This last issue can be essential depending on specific entrepreneurial characteristics (high exporting intensity of the enterprise, smaller size of enterprises, and low technological level of business activity).

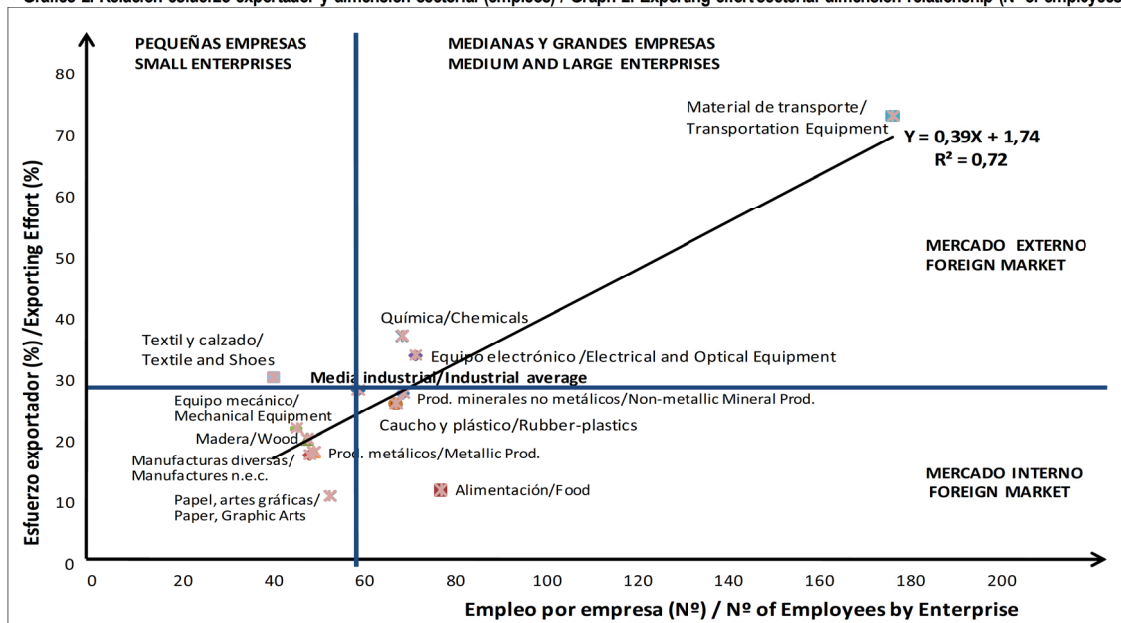
Aunque el tamaño es importante en el Esfuerzo Exportador, también lo son los centros tecnológicos, el gasto en I+D o la edad de las empresas

Even size is important in the Exporting Effort, technology centers, spending on R&D or Enterprise's age also determine its intensity

Las empresas se internacionalizan para aprovechar oportunidades de crecimiento en el exterior y para diversificar el riesgo

Enterprises choose internationalization to exploit foreign growth opportunities, as well as to diversify their risk

Gráfico 2. Relación esfuerzo exportador y dimensión sectorial (empleos) / Graph 2. Exporting effort-sectorial dimension relationship (Nº of employees)



Fuente. Elaboración propia, con base en datos de la EIE 2007 (IVE, 2008) / Source: own calculations, based on EIE 2007 figures (IVE, 2008).

Algunos factores determinantes del grado de internacionalización en la Comunidad Valenciana

De acuerdo con diferentes enfoques teóricos, son diversos los factores que permiten explicar por qué las empresas buscan internacionalizarse. Aquí sólo haremos referencia a algunos de ellos a modo de ejemplo. Entre los principales aparece la existencia de oportunidades de crecimiento en el exterior y la búsqueda de diversificación del riesgo (Escolano *et al.*, 2003). También aparecen otros factores que potencian este proceso, como el papel que cumplen los clientes y los competidores (*idem*).

También hay una corriente que se focaliza sobre el rol de la I+D sobre las posibilidades de internacionalización de las empresas. En esta corriente, se enfatiza la importancia del nivel tecnológico de la actividad que desempeña la empresa, o la contratación o no de servicios externos intensivos en conocimiento (Mas Verdú *et al.*, 2008). Este último aspecto puede ser esencial en función de determinadas características empresariales (alta intensidad exportadora de la empresa, empresas de menor dimensión y bajo nivel tecnológico de la actividad).

REFERENCIAS / REFERENCES:

- Instituto Valenciano de Estadística (IVE). Encuesta industrial de empresas (EIE) y estadísticas de comercio exterior e intracomunitario (2007 y 2008). Valencia: IVE.
- Escolano, C., Belso, J. (2003). "Internacionalización y PyMEs: conclusiones para la actuación pública a partir de un análisis multivariante". *Revista Asturiana de Economía*, 27: 169-195.
- Más -Verdú, F., Baviera-Puig, A. y Martínez, V. (2008) "Internacionalización, servicios y política de innovación: el papel de los centros tecnológicos". *Información Comercial Española (ICE)*, 844: 155-165.

NOTAS / NOTES:

- (1) Universidad Politécnica de Valencia (España).
- (2) Empresas entre 20 y 100 ocupados / Enterprises with between 20 and 100 employees.
- (3) Cabe mencionar que la planta de Ford Almussafes, localizada en la Comunidad Valenciana, emplea a más de 5.000 trabajadores / It is worth noting «Almussafes» case, a car plant owned by Ford and located in Valencian Community, which has more than 5.000 employees.



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA

Agenda científica

Scientific agenda

Diciembre 2009

7 y 8: "Energy Caribbean 2009", Energía Caribeña en un mundo post-crisis financiera, a celebrarse en el Hilton Trinidad y Centro de Conferencias (Puerto España, Trinidad y Tobago). Conferencia post-seminario: "Cómo las compañías energéticas pueden enfrentar un mundo de bajos precios en el petróleo y en el gas".
Web del evento: <http://www.ibcenergy.com/ibce/product/1250255770628/register.htm?wt.ac=kt0114pwem>

Marzo 2010

05: Seminario "La agricultura valenciana frente a la reforma de la PAC", organizado por la Fundación IVIFA. Se realizará en el salón de actos de la ETSIA (Universidad Politécnica de Valencia, Valencia, España). **Programa del evento e información adicional:** <http://www.upv.es/upl/U0491929.pdf>

26: Simposio de un día "Selección de portafolio en los hogares y toma de decisiones financieras", en la Escuela Wharton de la Universidad de Pennsylvania (Pennsylvania, USA). **Para mayores detalles, dirigirse via e-mail a:** emthomas@wharton.upenn.edu

25 al 27: 2º Workshop on Flexibility in Heterogeneous Labour Markets, at Centre for European Economic Research (ZEW), in Mannheim (Germany). **Para mayor información, comunicarse via e-mail con:** kornelius.kraft@uni-dortmund.de
Web of Seminario: <http://www.zew.de/dfgflex>

Abril 2010

21 al 24: Conferencia sobre la UE en Asuntos Internacionales 2010, en Bruselas (Bélgica); organizada por el Instituto para Estudios Europeos (IES) de la Vrije Universiteit Brussels (VUB), el Institut d'études Européennes (IEE) de la Universidad Libre de Bruselas (ULB), el Programa de Universidad de las Naciones Unidas para Estudios Comparativos en Integración Regional (UNU-CRIS) y el Real Instituto Egmont para Relaciones Internacionales. **Límite para envío de propuestas:** 18/09/2009. **Notificación de aceptación:** 23/12/2009. **Más detalles en:** <http://www.ies.be/conference2010>

Julio 2010

23 al 25: 18ª Conferencia Anual sobre Finanzas de la Cuenca del Pacífico, Economía, Contabilidad y Administración (PBFEAM), en la Graduate University of the Chinese Academy of Sciences (Beijing, China). **Límite para envío de propuestas:** 01/03/2010. **Más detalles en:** <http://www.PBFEAM2010.cn>
Comunicación via e-mail: lee@business.rutgers.edu; yshi@gucas.ac.cn

Diciembre 2010

10: Conferencia "Revelación y disciplina de mercado: ¿qué papel juega la transparencia?", en la Universitat Pompeu Fabra (Barcelona, España). Organizada por el SUERF y la Universitat Pompeu Fabra, se centrará en temas como: formas concretas del cómo lograr el grado óptimo de transparencia para diferentes intermediarios y mercados; notas a la contabilidad del mercado; opacidad de activos bancarios; papel del ranking agencias de rating crediticio; gobernanza corporativa, asunción de riesgos y revelación; e implicaciones para la liquidez del mercado. **Procedimiento para remitir comunicaciones:** enviar archivos en .pdf, hasta el 17/05/2010, via e-mail, a: michael.bailey@oebn.at
Mayores detalles en: <http://www.suerf.org>

December 2009

7th-8th: "Energy Caribbean 2009" "Energy Caribbean 2009", Caribbean energy in a post-financial crisis world, at Hilton Trinidad & Conference Centre (Port of Spain, Trinidad & Tobago). Post Conference Workshop: How energy companies can face the challenges of a low-price oil and gas world.
Website: <http://www.ibcenergy.com/ibce/product/1250255770628/register.htm?wt.ac=kt0114pwem>

March 2010

05th: "Valencian agriculture in face of CAP reform" Seminar, organized by IVIFA Foundation. It will take place in the Acts Room of ETSIA (Polytechnic University of Valencia, Valencia, Spain). **Seminar program and further information:** <http://www.upv.es/upl/U0491929.pdf>

26th: One-day Workshop "Household portfolio choice and financial decision-making", in The Wharton School, University of Pennsylvania (Pennsylvania, USA).

For more information, send a mail to: emthomas@wharton.upenn.edu

25th to 27th: Workshop on Flexibility in Heterogeneous Labour Markets, at Centre for European Economic Research (ZEW), in Mannheim (Germany).

For more information, send a mail to: kornelius.kraft@uni-dortmund.de

Web of Workshop: <http://www.zew.de/dfgflex>

April 2010

21st to 24th: The EU in International Affairs Conference 2010, in Brussels (Belgium); organized by The Institute for European Studies (IES) at the Vrije Universiteit Brussels (VUB), the Institut d'études Européennes (IEE) at the Université Libre de Bruxelles (ULB), the United Nations University programme for Comparative Regional Integration Studies (UNU-CRIS), and Egmont-Royal Institute for International Relations.

Deadline for paper proposals: 18 September 2009.

Notification of acceptance: 23 December 2009.

More details at: <http://www.ies.be/conference2010>

July 2010

23rd to 25th: The 18th Annual Conference on Pacific Basin Finance, Economics, Accounting, and Management (PBFEAM), at The Graduate University of Chinese Academy of Sciences (Beijing, China).

Deadline for paper proposals: March 1st, 2010.

More details at: <http://www.PBFEAM2010.cn>

e-mail for contact: lee@business.rutgers.edu; yshi@gucas.ac.cn

December 2010

10th: Conference "Disclosure and market discipline: What role for transparency?" to be held at Universitat Pompeu Fabra (Barcelona, Spain). Organized by SUERF and Universitat Pompeu Fabra, it will focus in topics as: concrete ways to achieve the optimal degree of transparency for different intermediaries and markets; marks to market accounting; opacity of banks' assets; the role of credit rating agencies; corporate governance, risk taking and disclosure; and implications for market liquidity. **Paper submission procedure:** submit files in .pdf format, until 17th May 2010, by e-mail to: michael.bailey@oebn.at

Further information: <http://www.suerf.org>