



**ESTUDIO Y ANÁLISIS DE LAS EMPRESAS DE
SERVICIOS EN LA PROVINCIA DE SANTA CRUZ
DE TENERIFE
DOCUMENTO DE CONCLUSIONES**

INDICE DE LAS CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

1	RESPECTO AL ALCANCE Y ÁMBITO DEL ESTUDIO:.....	3
2	RESPECTO AL MARCO TEÓRICO:.....	5
3	EN LO RELATIVO AL ANÁLISIS EVOLUTIVO DEL COMERCIO EXTERIOR: ..	8
3.1	Rasgos evolutivos de la economía y comercio exterior español:	8
3.2	Evolución y tendencias del comercio exterior canario:.....	9
3.3	La etapa económica expansiva y los ajustes en el sector exterior canario: 11	
3.4	Evolución y tendencias del comercio exterior de Santa Cruz de Tenerife..	13
4	RESULTADOS SIGNIFICATIVOS DEL ESTUDIO.....	15
5	LOS PERFILES “CLAVES” EN AL PERSPECTIVA DE LA COMERCIALIZACIÓN EXTERIOR.	21
5.1	Perfiles relevantes de las empresas exportadoras.....	21
5.1.1	El contexto exportador canario.....	21
5.1.2	La exportación de servicios comerciales.....	24
5.1.3	La evolución de las empresas exportadoras de canarias y Santa cruz de Tenerife. (1994-2004).....	27
5.1.4	Evolución de la tipología jurídica.....	28
5.1.5	Estructura sectorial	30
5.1.6	La tipología de las empresas exportadoras: su evolución.....	32
5.1.7	Empresas exportadoras y mercados de destino.	37
5.1.8	La productividad de las empresas exportadoras.....	41
5.1.9	La posición de Canarias en el contexto autonómico español.	43
5.1.10	Las Empresas Exportadoras en el Estudio.	47
5.1.11	Los perfiles de las Empresas exportadoras en el Estudio.....	48
5.2	El perfil de los directivos y su rol en las empresas exportadoras	61
5.3	Perfil comercializador de los grandes sectores económicos del estudio....	71

5.3.1	El ámbito objeto de análisis	71
5.3.2	El perfil de los sectores económicos tinerfeños	72
6	ANEXO DOCUMENTAL.....	79

CONCLUSIONES GLOBALES DEL ESTUDIO

1 RESPECTO AL ALCANCE Y ÁMBITO DEL ESTUDIO:

- En relación a posibilitar un conocimiento de la realidad de las empresas de servicios de la provincia de S.C. de Tenerife, en el marco del Proyecto SERVINTE, entendemos que el Estudio desarrollado, con base en la realización de 401 entrevistas a gestores y responsables de empresas exportadoras o con potencial exportados de las cuatro Islas, se ha cumplido de forma altamente satisfactoria a pesar de los evidentes problemas para definir el “universo muestral”.
- El amplio cuestionario utilizado, con un total de 78 preguntas (55 cerradas, 17 abiertas y 6 sociodemográficas), se complica con la combinación de preguntas con respuesta única y múltiple, así como las dicotómicas. Un cuestionario que supera, en amplitud de preguntas y campos testados al que se desarrolló en 1996-1998 por parte de los profesores Alonso y Donoso, sirviendo de base a su Estudio para el ICEX.
- En la composición de la Muestra se ha tenido que optar por la combinación de diferentes “bases registrales”, dada la inexistencia de estudios de campo previos para el Archipiélago ni Bases de Datos suficientemente rigurosas como las que dispusieron para su Estudio de 1996 los profesores Alonso y Donoso (Censo oficial aduanero de 1994). Los actuales registros del Directorio de Empresas del Consejo Superior de Cámaras, en colaboración con Aduanas y el ICEX, ha perdido su condición de registro censal oficial y, en función de la estricta legislación de protección de datos, se ha transformado en un

“censo registral voluntario”, sin duda con interés orientativo pero que no refleja datos estadísticos plenamente fiables.

- De otra parte, al no existir registros censales sobre las empresas exportadoras de servicios comerciales, se ha procedido a estructurar un “universo” específico para este Estudio, estableciéndose, tal y como se refleja extensamente en la parte de análisis metodológico, diferentes fuentes combinadas y ajustes de cuotas conforme a las agrupaciones del IAE y de los códigos CNAE del DIRCE.
- Por último, y al objeto de analizar las vinculaciones y sinergias intersectoriales, se incorporaron al universo muestral una selección de empresas o entidades exportadoras o potencialmente exportadoras de tres sectores específicos: la agricultura de exportación, la construcción y la industria. Se propiciaba, así, un mejor conocimiento de las relaciones entre los SEPM (servicios a empresas) y la dinámica exportadora de la muestra de empresas de servicios de mercado finalmente entrevistadas.
- Asimismo, y para garantizar la presencia de las empresas de las Islas no capitalinas, se “sesgó” la composición de la muestra, de forma prudente y siguiéndose el criterio global para posibilitar, así, la presencia en la misma de un número mínimo representativo de la totalidad de los sectores y ramas de producción presentes en dichos territorios.
- Lógicamente, y en posibles estudios posteriores, se podrá seguir perfeccionando y completando el “universo muestral”, superándose las complejas operaciones estadísticas y ajustes técnicos que han incidido en éste primer Estudio.

2 RESPECTO AL MARCO TEÓRICO:

- Tal y como se refleja en la parte introductoria del presente Estudio, se ha procedido a una explotación extensiva e intensiva de todas las fuentes primarias y secundarias disponibles, con especial atención a las dispersas y desiguales obtenidas para el ámbito canario, en general, y para el tinerfeño, en particular.
- Con especial atención se han analizado los aportes de los Estudios de los profesores de la UCM, José Antonio Alonso y Vicente Donoso, por su condición de expertos relevantes en la materia del primer análisis sobre las empresas exportadoras españolas elaborado a partir de un Estudio de mercado. Estudio que con sus 72 preguntas y 95 ítems, para una muestra final de 1102 empresas, se ha centrado más en las estructuras y comportamientos comerciales exteriores de las empresas seleccionadas, dado que se disponía de una Base extraordinariamente valiosa (Base de Datos OFERES, desactivada definitivamente a partir de 1997).
- Asimismo, se han estudiado y evaluado, a efectos de análisis comparativo, diferentes estudios sobre la proyección comercial exterior en otras CC.AA., al igual que la abundante, aunque desigual, literatura teórica sobre el comercio internacional y las empresas exportadoras. En especial, las diferentes teorías al uso y los “modelos” analíticos y de interpretación de los procesos de comercialización exterior.
- Se ha utilizado abundante información sobre Comercio exterior de Naciones Unidas, OCDE, FMI, UE, etc. En particular, los fondos

accesibles de la OMC, a los efectos de analizar los procesos multilaterales de negociación y apertura del Comercio internacional.

- Ante el significativo déficit de estudios sobre el comercio de servicios, tanto a nivel mundial como español, hemos explorado todas las fuentes bibliográficas y documentales accesibles.
- Asimismo se han explotado, hasta el máximo de sus posibilidades y disponibilidades, los recursos integrados en el Directorio de Empresas Exportadoras e Importadoras del Consejo Superior de Cámaras, completándolos con otras fuentes estadísticas e Informes complementarios, especialmente para el período 1997-2003.
- Se han utilizado, asimismo, los datos sobre Comercio Exterior de los Registros de Aduanas y de sus elaborados estadísticos por parte del INE e ISTAC.
- Un déficit estadístico importante, a nivel canario y de sus provincias, es la ausencia de datos relativos al turismo, obligándonos a efectuar estimaciones de ingresos a partir de la combinación de flujos (AENA, EOH, Encuesta de Ocupación de Apartamentos, Encuesta de turismo rural, etc.), gasto turístico de EGATUR e ISTAC, estancias medias, etc. Ello nos ha permitido aproximarnos al ingreso turístico en las Islas para el intervalo 2001-2004.
- Por último, hemos utilizado como fuente estadística, los resultados de la explotación de los registros de Camerdata correspondientes a 1990 y que sirvieron de fuente para elaborar el estudio titulado “Características de las Empresas Exportadoras de Canarias”, incluido en el Plan Cameral, publicado en 1994. Un esfuerzo importante, con un

Equipo de analistas universitarios de la ULL, que utilizó sólo fuentes registrales.

3 EN LO RELATIVO AL ANÁLISIS EVOLUTIVO DEL COMERCIO EXTERIOR:

3.1 Rasgos evolutivos de la economía y comercio exterior español:

- Después de la etapa previa a la integración en la entonces CEE, marcada a partir de 1970 por el Acuerdo Preferencial con la entonces CEE-6 (completada por un Protocolo Adicional en 1973, consecuencia de la primera ampliación a la CEE-9), permite la apertura de una etapa de crecientes intercambios con los países europeos y, para el archipiélago, la promulgación en este último año del conocido como Régimen Económico y Fiscal de Canarias (en siglas, REF). Los flujos turísticos, los retornos de los emigrantes y la IED, marcarán una fase de expansión económica que cortarán, drásticamente, las crisis petroleras de 1973 y 1979, con desigual incidencia en la economía canaria.
- A partir de 1983 se empiezan a apreciar algunos síntomas de recuperación, con su positivo reflejo en la Balanza de Pagos (1984-1985) que, en su tramo final, coincide con las arduas y complejas negociaciones para la Adhesión a las CEE, culminadas en junio de 1985 y que iniciará su vigencia a partir de 1 de enero de 1986. Se inicia, a partir de ese momento, una exigente etapa de ajustes y cambios en la economía y tejido empresarial español.
- Los efectos en el comercio exterior español tienen su mejor reflejo en el espectacular crecimiento de las importaciones, los balbucesos exportadores y que el déficit comercial se multiplique por dos veces (1988-1989). La etapa inmediatamente posterior estará marcada por el

elevado déficit comercial exterior, el deterioro de los flujos e ingresos turísticos y una espectacular caída de las Reservas. El reto de la UEM, a partir de 1993, se planteaba en términos nada halagüeños para la economía española, en general, y su sector exterior, en especial.

- La etapa que se inicia a partir de 1994, concluyendo a los efectos del ritmo de crecimiento del VAB en 2002, permite recuperar el tono de la expansión económica y de la generación de empleo, debilitándose, aún más, la débil cobertura del déficit comercial exterior.
- En la etapa 1980-2002, como hemos tenido ocasión de reflejar con importante aparato estadístico en la parte inicial del presente Estudio, se constatan tasas medias del 7'6% en el crecimiento de las exportaciones y del 8'9% en las importaciones, muy por encima de los crecimientos promedios del PIB (2'8%) y de la demanda interna (3%). El grado de apertura exterior de la economía española se multiplica por tres en dicho intervalo, pasando a representar del 22'2% de 1980 al 63'5% de 2002.

3.2 Evolución y tendencias del comercio exterior canario:

- El cambio de tendencia exterior de la economía canaria, una vez fijados los protocolos del Estado con la CEE-9 y aprobada en 1973 la Ley del REF, se caracteriza en el intervalo 1974-1975 por un significativo incremento de los índices de cobertura de los intercambios con el extranjero (del 14'4% de 1974 al 18'2% de 1975) y con el resto del Estado (del 39'2% de 1973 al 57'6% de 1974). En 1974, el 70% del total de nuestras exportaciones y el 35% de las importaciones se dirigen, se reciben, en la conexión comercial con el mercado español peninsular y balear. En ese mismo ejercicio, y con la CEE-9, se mantienen flujos exportadores que representan el 45'2% y de

importación que representan el 26'2% del total. En 1975, el índice de cobertura canario es, sin duda, crítico: 5'5%.

- En la posterior década 1985-1995, los esfuerzos canarios se centrarán en dos procesos: el modelo de integración europea (1986, fuera del cordón aduanero y la PAC comunitaria; 1991, plenamente integrados, con excepciones) y la consolidación del sistema turístico isleño. Es una etapa marcada por un diferencial de 15'27 puntos porcentuales a favor de Canarias en el crecimiento de su PIB acumulado, mejorando en 12'83 puntos positivos el PIB per cápita y reflejando una productividad media en 1990 (120'14), levemente inferior al promedio estatal pero superior al de la UE (117'32). El reflejo de esta “bonanza” económica tiene sus lógicos efectos sobre la Balanza comercial isleña: 17 puntos porcentuales de crecimiento de los flujos exportadores pero 61'8 puntos en los importadores.
- En este importante decenio, las exportaciones al resto del Estado crecen en términos significativos (41'7% en 1985 a 59'9% en 1995) pero con un incremento más relevante de las importaciones (37'4% en 1985 a 58'4% en 1995). Las relaciones comerciales con el resto de la CEE, permiten incrementar 14 puntos porcentuales el saldo exportador, mientras apenas crecen 3 puntos porcentuales las importaciones. Por su parte, la IED experimenta un relevante crecimiento en dicho intervalo, al mismo tiempo que fluyen hacia las Islas los fondos comunitarios.
- Los flujos comerciales exportadores con otras áreas geográficas, altamente significativos en la década de los años ochenta se verán sustancialmente alterados en 1994 (África, 32'5% de exportaciones y 6'2% de importaciones en 1980, ve alterarse sustancialmente la

composición de intercambios en 1994: 12´6% de importaciones y 9% de exportaciones; Asia, con un 36% de flujos hacia las Islas y receptora del 20´9% de nuestras exportaciones, pasa en 1994 a representar el 16´2% de nuestras exportaciones y el 15´9% de las importaciones).

- Las positivas tasas de cobertura alcanzadas en el intervalo 1988/1993 (del 22´7% al 30´51%), se verán seriamente reducidas a partir de 1996 (20´94%). Una situación que, como se analiza en el Estudio, no ha dejado de acentuarse y convertirse en un fenómeno “crónico” en nuestra economía y su sector exterior.
- La combinación de la exportación de servicios turísticos asociada a los importantes, aunque desiguales, flujos de IED, se constituirá en el recurso parcialmente compensatorio de la deficitaria Balanza comercial isleña. Unos flujos turísticos que no dejarán de crecer en dicho decenio, incluso en el intervalo 1989-1991, en que se exterioriza en los flujos e ingresos turísticos globales del Estado la incidencia de la crisis internacional.

3.3 La etapa económica expansiva y los ajustes en el sector exterior canario:

- La dinámica expansiva de la economía canaria, en el intervalo 1995-2004, nos aporta el dato macroeconómico de una tasa de crecimiento acumulada del 95´29%, con una tasa media anual del 9´53% en el conjunto del período a pesar de que se constata, en el intervalo 1999-2004, una proceso de ralentización del crecimiento del PIB (3´4% en el interanual 2000-2001 y 2´58%, en el siguiente).
- La economía productiva canaria, a pesar de este buen clima macroeconómico y de un crecimiento sostenido de los flujos e ingresos

turísticos, experimenta importantes “ajustes” sectoriales (crisis tabaquera, crisis exportadora frutera, crisis naval y portuaria, crisis de la industria conservera, tenso cambio tipológico comercial, etc) y evidentes desajustes en su sector exterior.

- Sin embargo, la economía canaria, impulsada por las positivas cifras turísticas y el “tirón” creciente de la demanda interior, así como activada por los flujos netos de capital procedente de los fondos estatales y europeos, experimentará en dicho período un espectacular crecimiento del sector constructivo y de algunas ramas de los servicios de mercado (SEMP, servicios personales, servicios educativos de mercado, servicios sanitarios y sociales de mercado, etc.). Sin embargo, en el intervalo 1999-2004, se encienden algunas alarmas: desaceleración del crecimiento acumulativo del PIB (26´92%, que se aleja en casi 10 puntos porcentuales del promedio estatal) y pérdida de peso del PIB p.c. canario en sus comparativos con el promedio estatal y europeo.
- El sector empresarial isleño asumirá, con decisión, el reto de tasas superiores al promedio estatal en creación neta de empresas en el período 1998-2002, ocupando un destacado primer puesto en el ranking autonómico (22´8% de creación neta de empresas), pasando en 2003 a ocupar la 7ª posición. Un dinamismo empresarial que no tiene su correlato en los ingresos y rendimientos, reflejándose en 2003 en el 98´5% de las empresas del DIRCE que facturan volúmenes inferiores a los 3 millones de euros, unas décimas menos que en 1995 (99´1%).
- Tales indicadores nos han llevado a incorporar un extenso Capítulo destinado a analizar la evolución del tejido empresarial canario y su

comportamiento, por sectores y ramas, ante el cambio de tendencia en la evolución macroeconómica y microeconómica isleña.

- El sector exterior canario, en el decenio 1994-2004, nos ofrece dos fases temporales bien definidas. De una parte, el período 1994-2000, reflejo de la fase expansiva de la economía canaria, con algunos indicadores significativos: 80'55% de las importaciones; 37'14% de las exportaciones; 20'6% de incremento en el déficit de la Balanza comercial; estabilidad de las tasas de cobertura que, aún con ligeras fluctuaciones, evolucionan desde el 21'39% de 1994 al 22'46% de 2000. De otra, la etapa 2000-2004, en que la perceptible ralentización del crecimiento económico facilita un mayor crecimiento del valor de las exportaciones (28'36%) y menor peso de las importaciones (22'25%), mientras que la tasa de cobertura evoluciona del 52'15% de 2000 al 56% de 2004.

3.4 Evolución y tendencias del comercio exterior de Santa Cruz de Tenerife

- En el período expansivo 1995-2003 y según la información desagregada provincial de la CRE, la provincia de Santa Cruz de Tenerife experimentará un crecimiento de su VAB (precios corrientes), del 82'14%, algo más de 32 puntos porcentuales más que el promedio canario (49'76%). El PIB, precios de mercado, crecerá un 86'6% en igual intervalo temporal.
- La generación de empleo nos ofrece unas tasas de incremento acumulado provincial del 37'35%, inferior al 39'41% del global canario.
- Las exportaciones, en el cómputo 1995-2003, crecerán en esta Provincia un 61'87%, reflejando un ligero retroceso en el interanual 2003-2002 (-3'76%).

- Las importaciones, por su parte y para idéntico intervalo, crecerán un 62'44%, con avances significativos tanto en el interanual 2003-2002(11'34%) como en el intervalo 2004-2002 (40'13%).
- La tasa de cobertura evoluciona en la provincia tinerfeña desde el 19'37% de 1995 al 16'37% de 2004.
- Se constata un cambio en la composición de los flujos exportadores en el intervalo 2000-2003, como bien se refleja, con más detalle en el cuerpo del Estudio.

4 RESULTADOS SIGNIFICATIVOS DEL ESTUDIO

- Los resultados sociodemográficos nos ofrecen un claro sesgo de género, con apenas una cuarta parte de gestores empresariales (Directivos, encargados y empresarios-autónomos) que son mujeres. En el caso de los Directivos se constata un diferencial superior masculino de 3´6 puntos porcentuales respecto al promedio global que, para los gestores empresarios y autónomos, es algo inferior (0´9 puntos porcentuales superiores al promedio). Por sectores la mujeres tienen superior presencia en el sector industrial y el peor peso en el de la construcción, reflejando un negativo sex ratio en la empresas exportadoras, con 5´1 puntos porcentuales inferiores al promedio que se transforma en 3´9 puntos superiores en las no exportadoras. La presencias de gestores femeninos es superior en las micropymes y significativamente inferior en las pymes medianas.
- Los entrevistados tienen una edad media de 42´65 años, con su mayor peso relativo (37´2%) en el intervalo de edad de 35-44 años. Los menores de 24 años (0´7%) y los mayores de 65 años (2´2%) reflejan, sin duda, una estructura de edad relativamente joven.
- El 73´6% de los gestores entrevistados son originarios de la provincia tinerfeña, correspondiendo el 44´7% a la Isla de Tenerife, 16% a La Palma, 7´9% a La Gomera y 5% a El Hierro. Un 3´2% procede de la otra provincia canaria y el 12´7% de otras CC.AA. españolas. Los extranjeros, 10´5% del total de la Muestra, proceden en un 3´4% de Europa (3´2% de la UE), 4´2% de América Central y del Sur, 2% de Asia y el 0´7% de África. Más del 80% de los procedentes del exterior

llevan más de cinco años de residencia y en el 65% más de diez años en el desempeño de sus actividades.

- Los gestores entrevistados reflejan un nivel educativo medio-alto, reflejado en el 91'8% de los que disponen conjuntamente de Estudios Secundarios (32'2%) y Superiores (59'6%). Sólo un 8'2% disponen de estudios iguales o inferiores a la EGB/ESO. Las mujeres Directivas acreditan un mejor nivel educativo que los varones, con un diferencial de 4'4 puntos porcentuales a su favor.
- La EPA, según sus resultados del 4º Trimestre de 2004, refleja un escaso 1% de “empleadoras” frente al 7'8% de los “empleadores”, manteniéndose similar diferencial en el caso de los “autónomos” (1'6% de mujeres frente al 5% de los hombres). Los datos de la estructura ocupacional, según la misma fuente, refleja un sex ratio que en el caso de los Gerentes y Directivos multiplica por 2'5 veces el peso masculino respecto al femenino.
- Los Directivos, con un 88'5% en las empresas de la Isla de Tenerife, reducen significativamente sus pesos en las restantes Islas (2'7% en La Gomera, 7'1% en La Palma y 1'8% en El Hierro). Los autónomos y empresarios, con un 44'1% de presencia en la isla de Tenerife, reflejan mejores comportamientos en las restantes (22'8% de La Palma, 21'4% de La Gomera y 11'7% de El Hierro).
- El 62'6% del total de la Muestra cuenta con más de diez años en sus respectivos desempeños como gestores (16% con más de veinte años), con un 20'9% en fase de adquisición de experiencia y entrenamiento (2 a 5 años). Otro 16'5%, con menos de 2 años de antigüedad en el puesto, se encuentran, sin duda, en la fase de

adquisición de experiencia, conocimientos estratégicos y capacidades logísticas.

- Los Directivos representan el 89´4% de las empresas exportadoras frente al 66´2% de los autónomos y empresarios. Ello refleja el rol decisivo de esta tipología de gestor empresarial en las empresas con requerimientos y retos importantes en su proyección exterior.
- El 57´9% de las empresas de la Muestra son SL frente al 20´4% de SA. Las personas física o autónomos (11%), las SAT (6%) y Cooperativas (4´2%), reflejan una composición empresarial que nos se corresponde, por los sesgos conscientes introducidos en el universo de la muestra, con la composición del DIRCE.
- La tipología de las empresas de la Muestra reflejan un 42´1% de micropymes, 36´4% de pequeñas pymes, 8´5% de medianas pymes y, por último, 13% de grandes pymes y grandes empresas. Lógicamente, para poder conocer el tejido empresarial exportador o tendencialmente exportador, se precisaba el efectuar un reajuste respecto a las empresas medianas y grandes, entre las que se hallan los principales intermediarios del comercio, empresas turísticas más significativas y exportadores.
- Ello explica, en gran medida, la distribución tipológica resultante de la Muestra. Las micropymes tienen su máximo peso en los sectores industrial y de servicios, mientras que las pequeñas pymes lo reflejan en el sector de la construcción, primario y de servicios. Las pymes medianas (mayoritarias en el sector primario e industrial) y las grandes pymes (construcción y servicios).

- La antigüedad de las empresas en el mercado se refleja, con un significativo 63'3% de las que tienen más de 10 años (36'9% con más de 20 años) en contraste con el 36'7% que cuentan con menos de 10 años. La edad-antigüedad media de las empresas estudiadas es de 22 años, superando dicho promedio las empresas del sector transportes (28'9%), seguido por las del sector primario (24'1 años), las industriales (24'4 años) , el comercio (23 años) y la hostelería (22'9 años). Por último, los servicios a empresas (12'4 años) y los servicios personales (19'8%), reflejan sus condiciones de empresas emergentes que han adquirido máxima relevancia en la pasada década.
- Las antigüedades de las empresas por grandes sectores refleja el promedio con mayor antigüedad de las industriales (24'4 años), seguido por el primario (24'1%), la construcción (21'5 años) y, por último, los servicios de mercado (21'5 años).
- Las empresas exportadoras nos reflejan, en su comparativo con las no exportadoras y en el intervalo superior a los 20 años, un diferencial de 6'5 puntos porcentuales a favor de las primeras. Se detecta, asimismo, un diferencial a favor de las exportadoras con menos de 2 años, que superan en 3'7 puntos porcentuales a las no exportadoras, realmente expresivo de que no sólo exportan las grandes y más antiguas empresas sino que ello resulta factible para aquellas recién ingresadas en el mercado.
- Las empresas entrevistadas con más de 10 empleados representan el 57'6% del total de la Muestra, correspondiendo al intervalo de 10 a 49 empleados el 36'4% de la misma. Por su parte, las empresas con más de 100 empleados (grandes pymes y grandes empresas), tienen un reflejo del 12% en la misma.

- El empleo fijo, con un 65´8% global de los empleados de las empresas entrevistadas, tiene su mayor peso en las medianas empresas (72´7%) y su menor incidencia en las grandes pymes (61´1%). El empleo temporal, con un 34´2% en el global muestral, tiene sus mayores pesos en la gran pyme (38´9%) y en la pequeña pyme (36´9%).
- La distribución del empleo por grandes sectores económicos nos reflejan los mayores pesos del empleo fijo en el sector secundario (70´3%) y en los servicios (69%), mientras que el empleo temporal tiene su máxima incidencia en el primario (40´4%) y la construcción (35%). Las ramas que superan al promedio general en el empleo fijo son: industria, energía y agua, comercio, transportes y comunicaciones, finanzas y seguros, actividades sanitarias y de servicios sociales de mercado y servicios personales. Las que reflejan una mayor precariedad laboral (empleo temporal elevado) son: construcción, servicios a empresas, agricultura, ganadería y pesca, hostelería y restauración, educación e investigación, industria, comercio y transportes y comunicaciones.
- Las empresas exportadoras, dispone de un mayor porcentaje de empleo fijo (66´8%) que el promedio general, superando las no exportadoras el promedio del empleo temporal (38´5%).
- El 78´7% de las empresas entrevistadas no se encuentra integrada en ningún Grupo empresarial. El 21´3% que si reconocen mantener algún nivel de integración optan en el 66´7% de los casos por la AIE, 14´3% por las alianzas comerciales, 7´1% por las Delegaciones, 3´6% por las franquicias y las joint venture. Por último, un 15´5% se inclinan por “otras” fórmulas de integración.

- Respecto al uso de Marcas, un destacado 56´9% disponen de marcas propias frente al 14´7% que manifiestan no poseer ninguna. Un destacado 27´9% representan a marcas comerciales de otras empresas, un 4´5% a marcas franquiciadas y el 4´2% a los acuerdos de “makila” productiva o comercial.
- Por sectores, la construcción (80´7%) y la industria (92%), reflejan los índices máximos de no integración, destacando el primario (23´3%) y los servicios (23´5%), entre los que están integrados o asociados en alguna estrategia Grupal. Significativamente, con un 88´2%, son las empresas exportadoras las que manifiestan un mayor índice de no integración.

5 LOS PERFILES “CLAVES” EN AL PERSPECTIVA DE LA COMERCIALIZACIÓN EXTERIOR.

5.1 Perfiles relevantes de las empresas exportadoras

En este epígrafe del Estudio incluimos el análisis de los principales parámetros e indicadores del comportamiento de las Empresas exportadoras, tanto en el contexto global de Canarias como, lógicamente, en su específica dimensión provincial tinerfeña.

5.1.1 El contexto exportador canario

En el comparativo 1999-2003, se produce un cambio significativo en la composición de las exportaciones canarias que, de forma resumida, pasamos a exponer:

Tabla 5-1

COMPARATIVA EXPORTACIONES CANARIAS POR PRODUCTOS 1999-2003		
	1999 (%)	2003 (%)
Alimentos	53,3	32,0
Energía y materias primas	36,4	33,5
Semimanufacturas	4,0	3,3
Bienes de equipo	1,6	5,5
Automóvil	1,4	1,0
Manufacturas consumo	1,7	1,2
Fuente:INE (ISTAC). Elaborado por Atlántida Consultores		

- Las exportaciones de alimentos, que representaban el 53´3% de la exportación global de Canarias, en 1999, evolucionan hasta el 32% de 2003, con pérdida de 21´3 puntos porcentuales.

- Los productos energéticos y las materias primas que, conjuntamente, representaban en 1999 el 36´4% del total exportado, evoluciona hasta representa el 33´5% en 2003, con una pérdida de peso de 2´9 puntos porcentuales.
- Las semimanufacturas, con un peso reducido del 4% en 1999 evoluciona hasta representar, en 2003, el 3´3%, con una pérdida de 0´7 puntos porcentuales.
- Los bienes de equipo, con el 1´6% del total exportado en 1999 evoluciona, al igual que el bloque precedente, hasta situarse en el 5´5%, en 2003, multiplicando por 3´4 veces el valor de 1999.
- Las exportaciones del sector del automóvil, que en 1999 representaban el 1´4% del total exportado, evoluciona hasta el 6´9% de 2003, con un diferencial positivo de 5´5 puntos porcentuales en éste último ejercicio.
- Los bienes de consumo, que en 1999 representaban el 1´7% del total exportado, evolucionan hasta captar el 9´7% en 2003, mejorando en 8 puntos porcentuales en dicho intervalo.
- En el interanual 2003-2002, experimentan reducciones significativas los siguientes sectores de exportación canarios: alimentos (-3´6%, con reflejo desigual del -2´4% correspondiente al sector hortofrutícola y del -6´3% en la industria alimentaria); los productos energéticos reducen en -0´3% su valor en los ingresos por exportación, mientras que las materias primas lo mejoran en un positivo 0´3%; las semimanufacturas, con el 17´8%, es uno de los sectores que retrocede con más intensidad; el sector del automóvil pierde en 2003 un -44´7% en su aporte a los ingresos exportadores, con reflejos diferenciados en el caso de los automóviles y motos (-44´3%) y en el de los “componentes” (-50´7%); y, por último, el epígrafe otras mercancías, pierde un -0´7%.

- En igual cómputo temporal, se reflejan aportaciones positivas a la Balanza de exportación de mercancías en los siguientes sectores: materias primas, con un 0´3%; bienes de equipo, con el 31´4%; y, por último, los bienes de consumo, con un 10´6%, crecimiento integrada por el 21´3% de “bienes de consumo” y el 9´4% de “manufacturas de consumo”.

En definitiva, la especialización exportadora del Archipiélago crece en el interanual 2003-2004 en un punto porcentual en “bienes de consumo”, en el interanual 2003-2004, en 37´4 puntos en “bienes de capital” y pierde 0´3 puntos porcentuales en “bienes intermedios”, con un mejor comportamiento que el conjunto del Estado en igual intervalo,

y en los “bienes de consumo” (-1´2 puntos en 2004), “bienes de capital” (0´8 puntos en 2004) y “bienes intermedios” (0´35 puntos porcentuales en 2004). En definitiva, un 37´48% de incremento en 2004, a nivel global canario, respecto al ejercicio precedente.

El Archipiélago, con un crecimiento del valor de las exportaciones del 10% en el comparativo 2000-2003 (10´98% del promedio estatal y 83´82% del balear), altera su tendencia en el interanual 2002-2003, con un 20´35% de crecimiento del valor de nuestras exportaciones (5´35% a nivel global del Estado y del 19´20% en el caso de Baleares). Unos datos que mantienen su tendencia positiva, a nivel canario, con el 5´15% de crecimiento en 2004, aunque con desigual tendencia provincial: -0´3% en la provincia de Las Palmas y 9´8% en la de Santa Cruz de Tenerife.

Una evolución exportadora que debe afrontar los conocidos como “fugas silenciosas” a través del sostenido y expansivo comercio de importación, que en el intervalo 2002-2004 crecerá el 21% a nivel canario (1´4% en la provincia de Las Palmas y 40´13% en la de S.C. de Tenerife), modificándose a la baja en el interanual 2003-2004, con un crecimiento más atenuado en el conjunto de la economía regional,

reflejando un retroceso del -4'3% en la provincia oriental y un crecimiento del 11'43% en la occidental.

5.1.2 La exportación de servicios comerciales.

Uno de los capítulos menos analizados desde la perspectiva de su rol como “actividad exportadora” es, sin duda, el relativo a los servicios comerciales que se prestan a los turistas en Canarias y que, desde un estricto enfoque macroeconómico, se constituye en un capítulo relevante de los ingresos en la Balanza regional de bienes y servicios.

El problema se suscita al plantear la “medida” del valor que representa el conjunto de los servicios turísticos, o asociados al turismo, en forma de gasto en destino, al no disponerse hasta la actualidad de una “Cuenta Satélite del Turismo” ni de estudios que vayan más allá de algunas estimaciones ocasionales en los Informes del CES o de evaluación de su “peso” macro en la configuración del VAB regional y/o provincial.

¿En qué medida el turismo y los viajes son un sector exportador?. Como ya tuvimos ocasión de comentar en la parte introductoria de este Estudio, las metodologías internacionales (Naciones Unidas, FMI, OCDE, Eurostat, etc.) y de la Organización Mundial del Comercio la consideran, a todos los efectos, como parte integrantes de los flujos comerciales mundiales en su condición de “exportación de servicios” a no residentes en territorio diferente al de su registro estadístico residencial.

El turismo canario representa, pues, una intercambio comercial de servicios, con sus flujos de entradas (gasto turístico que se incorpora a la contabilidad regional canaria) y salidas (pagos efectuados por los isleños cuándo visitan otros países extranjeros).

¿Qué representa su aportación a la Balanza comercial del Archipiélago?. Aún sin disponer de registros contables precisos, si que podemos establecer una aproximación estimativa a partir de las Encuestas del Gasto Turístico (EGATUR y Encuesta del ISTAC), en combinación con las estimaciones de flujos de entrada, tanto desde el extranjero como procedentes del resto del Estado (turismo interior, en sentido estricto), en conexión con los resultados del Estudio de campo sobre gasto total, gasto en origen y gasto en destino, en conexión con las Estancias medias o número de pernoctaciones.

Asimismo, se utilizan tanto las estimaciones obtenidas a partir de las fuentes aeroportuarias (AENA), en conexión con los Estudios del IET y del ISTAC sobre ocupación hotelera, ocupación en apartamentos y acampamentos así como la más reciente – y novedosa – que pretende medir similares parámetros en el ámbito del turismo rural.

Asimismo, y a partir de nuestros Estudios reflejados en el Libro Blanco del Turismo de Canarias (1998) elaborado por nuestra Consultora para el Gobierno de Canarias, en conexión con las información procedente de las Compañías aéreas y TT.OO., establecemos una estructura de distribución más precisa del “gasto promedio del turista” (gasto global y gasto diario en origen y destino; gasto de la transportación; gasto alojativo; y, por último, el gasto en destino, desagregado en sus diferentes componentes). Nuestra estimación sitúa al segmento del gasto en origen que fluye hacia la oferta alojativa canaria en el intervalo del 40-44% de dicho porcentaje sobre el global del gasto.

Tabla 5-2

INGRESOS DERIVADOS DEL TURISMO EN CANARIAS (2001-2004)			
		Escenario 1	Escenario 2
2001	Españoles	410.163.981,64	426.523.805,10
	Extranjeros	5.150.185.950,28	5.361.589.070,96
	Total	5.560.349.931,92	5.788.112.876,06
2002	Españoles	504.235.713,21	521.941.412,51
	Extranjeros	5.086.280.807,77	5.290.960.377,31
	Total	5.590.516.520,98	5.812.901.789,82
2003	Españoles	501.206.552,19	520.390.036,80
	Extranjeros	5.092.422.796,84	5.302.927.156,95
	Total	5.593.629.349,03	5.823.317.193,75
2004	Españoles	842.497.159,59	873.469.187,65
	Extranjeros	3.814.952.208,27	3.963.513.763,05
	Total	4.657.449.367,85	4.836.982.950,70

Escenario 1: Gasto en origen derivado del alojamiento que revierten en la isla 40%
 Escenario 2: Gasto en origen derivado del alojamiento que revierten en la isla 44%
 Fuente: Encuesta de Ocupación hotelera (INE), Encuesta de ocupación en acampamento turístico (INE); Encuesta de ocupación en apartamentos turísticos (INE); Encuesta de alojamiento de turismo rural (INE); Encuesta del Gasto Turístico (ISTAC).

La **Tabla 5-2** anterior nos refleja la estimación obtenida para el intervalo 2001-2004, haciéndose expresa mención a que el gasto turístico estimado para 2004 es el correspondiente a la temporada de invierno (EGATUR e ISTAC), con los ajustes efectuados siguiéndose las pautas del gastos promedio en ejercicios precedentes.

A partir de dichos cálculos – insistimos que sólo estimativos – podemos establecer algunas consideraciones de interés:

- El ingreso total estimado en 2004 pierde un –19'88% respecto a 2001, acreditando la tendencia recesiva del turismo canario, especialmente a partir de 2000.
- El ingreso procedente del turismo extranjero, por su parte, experimenta un – 35% en 2004 respecto a 2001.
- El turismo procedente de la Península y Baleares, con un espectacular incremento del 105'4% en 2004, explica, con rotundidad, que la crisis se ha

visto minimizada por el crecimiento de los flujos y del gasto del turismo procedente del resto del Estado (a la sazón estadística, turismo interior Inter.-CCAA).

La combinación de este retroceso global de los ingresos por turismo y viajes con un débil crecimiento de los ingresos por exportación de bienes, tiene su lógico reflejo en la profundización de la “brecha” entre importaciones y exportaciones de bienes y servicios de las Islas.

Un proceso en que la economía turística de la provincia tinerfeña ha retardado, más que la de la provincia de Las Palmas, en concreto hasta 2002-2003, los efectos generalizados del retroceso de flujos y gasto turístico. Sin duda, el mejor posicionamiento tinerfeño en la captación del turismo peninsular ha favorecido tal diferencial.

5.1.3 La evolución de las empresas exportadoras de canarias y Santa cruz de Tenerife. (1994-2004)

Introducción

El escoger ésta década de análisis sobre la evolución de las empresas exportadoras de Canarias y de la provincia de Santa Cruz de Tenerife responde, básicamente, a tres razones fundamentales:

- En primer lugar, a que en 1994 se produce el inicio del cambio de tendencia económica en el Archipiélago, iniciándose una etapa de expansión económica que, aún con vaivenes a partir de 2000, sigue acreditando crecimientos positivos del VAB.

- En segundo lugar, porque disponemos para los intervalos 1994-2003 de información estadística y analítica suficiente para poder efectuar un análisis de tendencia de medio plazo.
- Por último, dada la existencia de dos fuentes singulares. De una parte, el Estudio, en 1994, sobre el comportamiento de las empresas exportadoras canarias propiciado por la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Santa Cruz de Tenerife, basado en la explotación de la información disponible en las Bases de Camerdata. De otra, la información de primera mano que nos ofrece el Estudio efectuado en el tránsito de 2004-2005, en el marco del Proyecto SERVINTE.

Junto a tales fuentes correspondientes al intervalo temporal 1994-2004, hemos utilizado la información DIRCE y, hasta 2003, los registros sobre empresas exportadoras e importadoras canarias disponibles en el Directorio del Consejo Superior de Cámaras y elaborado con la cooperación de Aduanas e ICEX.

5.1.4 Evolución de la tipología jurídica.

Tal y como se refleja en la **Tabla 5-3**, las empresas exportadoras Canarias y de la Provincia de Santa Cruz de Tenerife modifican sustancialmente, en el intervalo 1994-2003, su naturaleza mercantil en los términos siguientes:

Tabla 5-3

EMPRESAS EXPORTADORAS SEGÚN CONDICIÓN JURÍDICA DE SANTA CRUZ DE TENERIFE Y CANARIAS				
Condición jurídica	Santa Cruz de Tenerife		Canarias	
	1994	2003	1994	2003
Sociedad Anónima	55,86%	36,51%	59,90%	38,32%
Sociedad Limitada	16,22%	61,90%	23,86%	58,55%
Sociedad limitada Laboral	***	1,59%	***	0,66%
Persona física autónomos	15,32%	0,00%	10,66%	1,32%
Otras	12,61%	0,00%	5,48%	0,66%
Total	100%	100,00%	99,90%	100,00%

Fuente: Agencia Tributaria. Directorio de empresas exportadoras. Elaborado por Atlántida consultores

- Las Sociedades Anónimas, consideradas habitualmente como las estructuras mercantiles con mayor capacidad operativa y competitiva para afrontar el reto exportador, pasan de representar un mayoritario 59´9% en 1994 al 38´32% de 2003, con una reducción de 21´6 puntos porcentuales. Por su parte, la provincia tinerfeña, aún partiendo de un peso inferior en 1994 (55´86%), lo reduce hasta los 19´35 puntos porcentuales de 2003.
- Las Sociedades de Responsabilidad Limitada, por el contrario, evolucionan en Canarias de un 23´8% de 1994 al 58´55% de 2003, con un diferencial de 34´7 puntos porcentuales, mientras que en la Provincia tinerfeña, con similar evolución, y partiendo de un menor peso en 1994 (16´22%) se experimenta un espectacular incremento en 2003 (61´9%), lo que genera un diferencial de 45´7 puntos porcentuales.
- Las personas físicas y autónomos, en sus diferentes tipologías, evolucionan en Canarias desde un 10´66% de peso en la estructura general de las

empresas exportadoras en 1994 al 1'32% de 2003. En la provincia tinerfeña el retroceso de esta tipología será, sin duda, más espectacular: del 15'32% de 1994 al 0'00% en 2003.

- En el epígrafe de “otros” (Cooperativas, Comunidades de Propietarios, AIE-UTE, entidades sin fines de lucro, etc.), se produce una evolución que, con matices, resulta similar a la experimentada en el caso de las personas físicas y autónomos. Así, en el ámbito exportador regional, del 5'48% de 1994 se evoluciona hasta un escaso 0'66% de 2003, repitiéndose similar comportamiento en el caso de la provincia tinerfeña, con la evolución desde el 12'61% de 1994 al 0'00% de 2003.

Los datos evolutivos antedichos nos indican, sin ninguna duda, una doble e interesante transición entre ambos extremos temporales del intervalo. De una parte, la potente irrupción de las SL como agentes operadores que desplazan a las aparentemente – y teóricamente- mejor dotadas y capacitadas SA. De otra la práctica desaparición del panorama exportador de personas físicas y autónomos, junto a la drástica pérdida de protagonismo exportador de Cooperativas Agrarias y Comunidades de Propietarios, bien subsumidos en las estructuras de comercialización de las Organizaciones de Productores de las OCM, bien desplazados como agentes exportadores individuales por los “intermediarios” del comercio exterior.

5.1.5 Estructura sectorial

A partir de un notable esfuerzo de ajuste a los códigos CNAE, tal y como se refleja en la **Tabla 5-4**, hemos establecido un comparativo por sectores y ramas de actividad para las empresas de Santa Cruz de Tenerife en el intervalo analizado. De conformidad con sus resultados, es posible extraer algunas conclusiones de interés:

Tabla 5-4

PORCENTAJE DE EMPRESAS EXPORTADORAS EN SANTA CRUZ DE TENERIFE Y CANARIAS SEGÚN ACTIVIDAD CORRESPONDIENTE A AGRUPACIONES IAE				
ACTIVIDAD	Santa Cruz de Tenerife		Canarias	
	1994	2003	1994	2003
1.- Energía y Agua	0,90%	0,00%	1,27%	1,47%
2.- Extracción y Transformación de Minerales no Energéticos y Productos Derivados, Industria Química	7,21%	0,00%	6,60%	0,74%
3.- Industrias Transformadoras de los Metales.Mecánica de Precisión	4,50%	0,00%	3,55%	1,47%
4.- Otras Industrias Manufactureras	11,71%	8,93%	15,48%	11,76%
5.- Construcción	1,80%	0,00%	2,54%	1,47%
6.- Comercio, Hostelería y Restaurantes y Reparaciones	67,57%	76,79%	66,50%	66,91%
7.- Transportes y Comunicaciones	2,70%	3,57%	2,79%	3,68%
8.- Instituciones Financieras, Seguros, Servicios de Publicidad y Alquileres	0,00%	1,79%	0,00%	4,41%
9.- Otros Servicios	3,60%	5,36%	1,27%	1,47%
10.-Agricultura, Ganadería y Pesca**	***	3,57%	***	6,62%
Total	100,0%	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente:Características de las empresas exportadoras canarias,Agencia Tributaria e ISTAC
 **Código creado para nombrar a empresas que pertenecen a estos sectores.

- Las ramas de “energía y agua”, “extracción y transformación de minerales no energéticos e industria química”, las “industrias metálicas, mecánicas y de precisión” y la “construcción”, con pesos en 1994 de 0’9%, 7’21% , 4’5% y 1’8%, respectivamente, desaparecen en 2003.
- Las ramas de actividad que mejoran su proyección y peso exportador en 2003 serán: “comercio, hostelería y restauración” (9’22 puntos porcentuales), “transportes y comunicaciones “ (0’87 puntos porcentuales), “otros servicios” (1’76 puntos porcentuales), “finanzas, seguros y servicios a empresas” (del

0'00% en 1994 al 1'79% en 2003) y la “agricultura, ganadería y pesca” (3'75 puntos porcentuales, sin registro alguno en 1994).

- Por último, pierde peso exportador en 2003 respecto a 1994, el epígrafe “otras industrias manufactureras” (-2'78%).

En el caso de Canarias se constatan algunas tendencias diferentes. Así, ninguno de los sectores presentes en 1994, que reseñábamos para la provincia tinerfeña, no desaparecen en 2003, reduciendo sus pesos la construcción y la industria metálica y mecánica, mientras que incrementa ligeramente su peso (0'20 puntos porcentuales), la energía y el agua. Pierden peso en 2003, respecto a 1994, el código “otras industrias manufactureras”, mientras que experimentan crecimientos diferentes los restantes, entre los que destaca, sin duda, los Servicios a empresas, transportes y comunicaciones y el sector primario.

Lógicamente, es fundamental el advertir que la fuente del Directorio de Empresas Exportadoras del Consejo Superior, elaborado con la colaboración del ICEX y con datos aduaneros se convierte, a partir de 1994, en un Registro voluntario y, por ello, no constituye un “censo registral” que incorpore a la totalidad de las empresas efectivamente exportadoras.

5.1.6 La tipología de las empresas exportadoras: su evolución.

A partir de las fuentes disponibles para los dos extremos del intervalo (1994 y 2003), procedemos a analizar dos interesantes perspectivas para el mejor conocimiento evolutivo de las empresas exportadoras en Canarias y Santa Cruz de Tenerife.

Tabla 5-5

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS EXPORTADORAS CON ORIGEN EN CANARIAS Y SUS DOS PROVINCIAS (1997-2003)					
Años	Canarias	Las Palmas de Gran Canaria		Santa Cruz de Tenerife	
	Número total de empresas	Número de empresas	Tasa de participación	Número de empresas	Tasa de participación
1997	106	68	64,15%	38	35,85%
1998	111	71	63,96%	40	36,04%
1999	118	81	68,64%	37	31,36%
2000	116	77	66,38%	39	33,62%
2001	135	87	64,44%	48	35,56%
2002	153	92	60,13%	61	39,87%
2003	152	89	58,55%	63	41,45%

Tasa de participación= Porcentaje de empresas de una provincia respecto al total

Fuente: Cámara de Comercio. Directorio de empresas estatales exportadoras e importadoras. Elaborado por Atlántida Consultores

Desde un enfoque meramente cuantitativo (y con las cautelas respecto a las fuentes, ya mencionadas), la

Tabla 5-5 refleja, para el período 1997-2003 la evolución de dos parámetros:

- El conjunto de empresas exportadoras canarias evoluciona, en el intervalo analizado, desde las 106 de 1997 a las 152 de 2003, lo que representa un incremento en el último ejercicio mencionado del 43'4%, a pesar que en el interanual 2003-2002, se constata un -0'65%. En dicho intervalo, la tasa o peso de participación de las empresas exportadoras tinerfeñas evoluciona desde el 35'85% de 1994 al 41'45% de 2003, con un crecimiento global en 2003 del 65'8%.

Tabla 5-6

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS EXPORTADORAS CON ORIGEN EN CANARIAS Y SEGÚN TRAMO DE OPERACIONES (1997-2003)						
Años	Tramo de operaciones					
	Menos de 100.000 euros		Entre 100.000 y 1.000.000 euros		Más 1.000.000 euros	
	Número de empresas	Tasa de participación	Número de empresas	Tasa de participación	Número de empresas	Tasa de participación
1997	71	66,98%	20	18,87%	15	14,15%
1998	75	67,57%	20	18,02%	16	14,41%
1999	78	66,10%	20	16,95%	20	16,95%
2000	73	62,93%	24	20,69%	19	16,38%
2001	84	62,22%	34	25,19%	17	12,59%
2002	103	67,32%	31	20,26%	19	12,42%
2003	103	67,76%	29	19,08%	20	13,16%

Tasa de participación= Número de empresas por tipo de tramo respecto al total
Fuente: Cámara de Comercio.Directorio de empresas estatales exportadoras e importadoras. Elaborado por Atlántida Consultores

Tabla 5-7

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS EXPORTADORAS CON ORIGEN EN SANTA CRUZ DE TENERIFE Y SEGÚN TRAMO DE OPERACIONES (1997-2003)						
Años	Tramo de operaciones					
	Menos de 100.000 euros		Entre 100.000 y 1.000.000 euros		Más 1.000.000 euros	
	Número de empresas	Tasa de participación	Número de empresas	Tasa de participación	Número de empresas	Tasa de participación
1997	30	78,95%	5	13,16%	3	7,89%
1998	31	77,50%	6	15,00%	3	7,50%
1999	26	70,27%	6	16,22%	5	13,51%
2000	28	71,79%	7	17,95%	4	10,26%
2001	34	70,83%	10	20,83%	4	8,33%
2002	47	77,05%	9	14,75%	5	8,20%
2003	51	80,95%	6	9,52%	6	9,52%

Tasa de participación= Número de empresas por tipo de tramo respecto al total
Fuente: Cámara de Comercio.Directorio de empresas estatales exportadoras e importadoras. Elaborado por Atlántida Consultores

- Si el análisis lo efectuamos a partir de los “tramos de operaciones exportadoras”, tal y como se recoge en la **Tabla 5-6**, comprobamos, como las pequeñas exportadoras (menos de 100.000 euros) experimentan en 2003, para el conjunto de Canarias, un incremento del 45´07%, aunque su tasa de participación en el global apenas crece en 0´78 puntos porcentuales. En el caso de Santa Cruz de Tenerife, con un 70% de incremento en 2003, el diferencial en la tasa de participación respecto al global provincial mejora hasta los 2 puntos porcentuales.
- Las empresas exportadoras medianas (100.000 - 1.000.000 de euros), experimentan un importante crecimiento a nivel regional (45% en 2003), aunque su tasa de participación en el global de empresas exportadoras apenas experimente un diferencial de crecimiento de 0´21 puntos porcentuales. En la provincia tinerfeña, por el contrario, se detectan fuertes fluctuaciones en el intervalo estudiado, duplicándose el número de empresas en el período 1997-2001, para reducir su presencia, de forma significativa, en la etapa 2001-2003, reflejándose en la evolución de la tasa de participación (13´16% en 1997 frente al 20´83% de 2001 y la caída hasta el 9´52% de 2003).
- Por último, el tramo superior (más de 1.000.000 de euros), ve contraerse, drásticamente, tanto su número como su tasa de participación. Así, a nivel canario en 2003, las empresas exportadoras crecerán un 33´3%, mientras que su tasa de participación se reduce en 2003 respecto a 1997 en casi un punto porcentual. En el caso de la provincia tinerfeña, el número de empresas, aún en su escasa entidad, crecerán un 100´% (de 3 a 6 empresas), mientras que su tasa de participación fluctúa entre el 7´89% de 1997, el 13´51% de 1999 y el 9´52% de 2003.

Tabla 5-8

TIPOS DE EMPRESAS EXPORTADORAS CENSADAS EN CANARIAS (2003)				
	Total empresas exportadoras	Exportadoras exclusivas	Productoras y exportadoras	Otras
Canarias	152	82	61	9
Las Palmas de Gran Canaria	89	46	38	5
Santa Cruz de Tenerife	63	36	23	4

Fuente: Agencia Tributaria y Camerdata. Elaborado por Atlántida Consultores

En 2003, conforme a la información disponible, del total de 152 empresas registradas en Canarias, 82 serán exportadoras exclusivas, 61 conjugan sus roles productivos o de prestación de servicios con la exportación y, por último, las 9 restantes sin ubicación definida. Asimismo, como se refleja en la Tabla 8. 4. 4, del total de 152 empresas canarias exportadoras censadas, 138 realizan, simultáneamente, operaciones de exportación e importación, siendo 12 el total de más importantes empresas en ambas tipologías comerciales. Las importadoras registradas, 278 en Canarias, reflejan 51 que concentran la mayor parte de los flujos hacia el Archipiélago.

En Santa Cruz de Tenerife, del total de 63 empresas registradas, 36 son exportadoras exclusivas y 23 son productoras y exportadoras, al mismo tiempo, restando 4 sin una tipología bien definida.

5.1.7 Empresas exportadoras y mercados de destino.

Una vez analizadas las tipologías básicas de las empresas exportadoras registradas, resulta relevante el analizar, tal y como se presenta en la **Tabla 5-9**, tanto los pesos porcentuales de las empresas exportadoras, por “espacios” o “regiones” económicas de destino como los porcentajes de las mercancías que se destinan a dichos mercados exteriores.

Tabla 5-9

ESTRUCTURA DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE SANTA CRUZ DE TENERIFE Y CANARIAS SEGÚN ÁREAS ECONÓMICAS DE DESTINO				
ÁREAS ECONÓMICAS	SANTA CRUZ DE TENERIFE		CANARIAS	
	Empresas exportadoras 1994	Empresas exportadoras 2003	Empresas exportadoras 1994	Empresas exportadoras 2003
Unión Europea	70,27%	44,08%	51,50%	34,23%
Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA)	5,41%	5,21%	3,10%	3,04%
Zona de Libre Comercio de Norteamérica	4,50%	2,84%	2,80%	3,54%
Liga Arabe	1,80%	4,27%	0,50%	5,90%
Asociación para la integración de América Latina	0,90%	3,32%	1,30%	2,87%
Mercado Común Centroamericano	0,90%	0,47%	0,30%	0,67%
Europa del Este	0,90%	5,21%	0,50%	2,02%
Commonwealth	0,90%	9,00%	0,80%	11,30%
Africa	7,21%	6,16%	16,20%	11,97%
Magreb	4,50%	1,90%	17,70%	2,70%
Asia	0,90%	8,06%	0,30%	6,91%
Japón	0,90%	1,42%	3,60%	2,19%
Otros países de Europa	0,00%	2,84%	0,00%	1,85%
A.C.P	0,00%	4,74%	0,00%	10,12%
Otros	0,90%	0,47%	1,50%	0,67%
TOTAL	100%	100%	100,00%	100,00%

Fuente: Agencia Tributaria y "Características de las Empresas Exportadoras Canarias"

En primer lugar, pasamos a analizar la “focalización” exportadora de las empresas, en las dos coyunturas significativas, 1994 y 2003:

- Las empresas exportadoras canarias, en 1994, nos ofrecen, junto a una destacada orientación hacia la hoy UE (51'5%), seguida por los mercados africanos (16'2% diversos países africanos y 17'7%, al Magreb, con especial incidencia en Marruecos), Asia (Japón, 3'6% y el resto del continente un 0'3%), la EFTA (3'1%) y la NAFTA (2'8%), dichos destinos concentran el 95'2% del total de las exportaciones del Archipiélago.
- En 2003, se produce un significativo cambio de orientación y pesos de las empresas canarias hacia los mercados de destino de nuestras exportaciones. Así, la UE, aunque sigue desempeñando la condición de mercado prioritario, pierde 17'27 puntos porcentuales respecto a 1994. África, segundo gran destino de nuestras exportaciones, reduce su cuota global en 4'23 puntos porcentuales que, una vez desplazado el Magreb como segundo destino de 1994 (pérdida de 15 puntos porcentuales), reduce la relevancia de este segundo destino continental. Los países de la Commonwealth, con apenas un 0'8% en 1994 experimentan un incremento de 10'5 puntos porcentuales en 2003. Asia, por su parte refleja la pérdida de 1'41 puntos por parte de Japón, aunque se incrementan los flujos al resto del continente (6'01 puntos porcentuales más). Un dato, ciertamente espectacular, es el que se produce con el área ACP, sin cuota alguna en 1994 y que se sitúa en 10'12% en 2003. Crecen, aún ligeramente, el espacio NAFTA, países integrados en la Liga Árabe, Mercado Común Centroamericano y Europa del Este.
- La provincia tinerfeña, en 1994, refleja un elevado grado de concentración de sus exportaciones a la hoy UE (70'27%), destino que pierde 26'2 puntos porcentuales en 2003 en la proyección de sus empresas exportadoras. África, segundo destino en 1994, pierde 1'05 puntos en 2003 y se posiciona en el cuarto lugar, ocupando su posición la Commonwealth, con 4'31 puntos

porcentuales más respecto a 1994 y pasando a ocupar la cuarta posición Asia (7'16 puntos más en 2003). El Magreb, ocupando la quinta posición en 1994, se relega a las últimas posiciones de 2003. Pierden cuota y posiciones la EFTA, NAFTA y Mercado Común Centroamericano, mientras que ganan posiciones los países ACP, Japón, otros países de Europa y algunos Estados de la Liga Árabe.

En segundo lugar, respecto a los “pesos” de las exportaciones por mercados de destino, la **Tabla 5-10**, nos refleja con nitidez el comportamiento de los exportadores canarios en el intervalo temporal más cercano (1999-2003), período para el que disponemos de datos suficientemente sólidos:

Tabla 5-10

EXPORTACIONES SANTA CRUZ DE TENERIFE Y CANARIAS SEGÚN ÁREAS ECONÓMICAS				
ÁREAS ECONÓMICAS	Santa Cruz de Tenerife		Canarias	
	Porcentaje exportación 1999	Porcentaje exportación 2003	Porcentaje exportación 1999	Porcentaje exportación 2003
Unión Europea	42,79%	27,72%	47,59%	32,58%
Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA)	0,45%	0,55%	0,29%	0,29%
Zona de Libre Comercio de Norteamérica	3,01%	0,51%	1,60%	0,70%
Liga Árabe	13,10%	15,08%	6,35%	9,70%
Asociación para la integración de América Latina	0,40%	0,43%	1,26%	1,35%
Mercado Común Centroamericano	0,13%	0,58%	0,30%	0,34%
Europa del Este	0,71%	0,22%	0,39%	0,17%
Commonwealth	10,93%	11,37%	16,03%	18,76%
Africa	13,13%	17,92%	7,54%	12,64%
Magreb	12,20%	13,26%	5,47%	6,74%
Asia	1,19%	0,58%	5,59%	2,79%
Japón	0,64%	0,02%	4,98%	2,21%
Otros países de Europa	0,37%	0,19%	0,26%	0,14%
A.C.P	0,95%	5,39%	2,07%	6,12%
Otros	0,00%	6,18%	0,00%	5,47%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Fuente: Agencia Tributaria y Características de las Empresas Exportadoras Canarias

- La UE, tanto en el conjunto de la economía canaria como en el caso de la provincia tinerfeña, se mantendrá en este intervalo temporal como principal

destino de las exportaciones isleñas. Sin embargo, en el caso global canario, en 2003 se pierden 15'01 puntos porcentuales respecto a 1999, con casi idéntico diferencial (15'07 puntos), en el caso tinerfeño. La reducción de las exportaciones hortofrutícolas y la pérdida de mercados de los elaborados tabaqueros, inciden, entre otras causas, en este cambio de tendencia.

- El mercado africano, con incrementos de 5'1 y 4'79 puntos porcentuales de las exportaciones canarias y tinerfeñas, respectivamente, acredita un proceso continuado de un mercado que, antes de 1986, constituía un destino especialmente relevante para los flujos exportadores canarios (“comercio de maleta”). El Magreb, como espacio peculiar en el ámbito africano, crecerá ligeramente en 1'27 y 1'06 puntos, respectivamente en 2003.
- Los países de la Commonwealth (2'73 y 0'44 puntos respectivamente), junto a los integrados en el Tratado ACP (4'05 y 4'44 puntos porcentuales, respectivamente), representan un espacio novedoso que en 1994 apenas representaba menos del 3%, en conjunto, de los flujos exportadores desde Canarias y sus dos provincias.
- La EFTA, prácticamente con crecimiento cero en el caso de Canarias y de 0'10 puntos en las exportaciones tinerfeñas, seguida por las pérdidas del espacio NAFTA, tiene su peor tendencia en la pérdida de potencialidad de los mercados asiáticos, con pérdidas superiores en el ámbito global canario y alguno menores en el caso de la provincia tinerfeña.
- La reorientación de los flujos centrados en la UE, hegemónicos en 1999, permiten obtener una mayor diversificación del comercio exterior, tanto de Canarias como de la provincia tinerfeña. Serán mercados que crecen, de forma significativa, los siguientes: países de la Liga Árabe, Africa y Magreb, países de la Commonwealth y de la ACP y, en proporciones más reducidas, el Mercado Común Centroamericano.

Vemos, pues, como la geografía de las exportaciones canarias y tinerfeñas nos ofrecen, en el intervalo analizado, escasas y poco significativas variaciones. Ciertamente, la mayor focalización de intercambios de Canarias con el resto del Estado, acentuada a partir de la década de los noventa, supondrá una pérdida de capacidad de apertura internacional de la economía canaria que, por el contrario, acentuará sus vínculos en las exportaciones de servicios comerciales y turísticos.

5.1.8 La productividad de las empresas exportadoras

La combinación de los datos disponibles en 1994, a partir de la explotación de la información aportada por Camerdata, y del Estudio, en 2005, como se refleja en la **Tabla 5-11**, constituye un magnífico ámbito de información para permitirnos evaluar, con datos de PAT e intervalos equivalentes para ambas fechas, la evolución económica de las empresas exportadoras canarias y tinerfeñas:

Tabla 5-11

PRODUCTIVIDAD DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE SANTA CRUZ DE TENERIFE Y CANARIAS				
Intervalos de productividad	Santa Cruz de Tenerife		Canarias	
	1994	2005	1994	2005
Menor de 12.000€	28,83%	12,28%	35,03%	9,16%
Entre 12.000€ y 24.000€	9,91%	10,48%	10,91%	9,16%
Entre 24.000€ y 36.000€	7,21%	12,28%	7,11%	10,04%
Entre 36.000€ y 48.000€	3,60%	9,58%	2,54%	10,34%
Entre 48.000€ y 120.000€	23,42%	30,24%	23,86%	28,80%
Entre 120.000€ y 240.000€	2,70%	14,97%	2,54%	18,02%
Entre 240.000€ y 360.000€	10,81%	4,19%	9,14%	5,61%
Entre 360.000€ y 480.000€	0,00%	0,90%	0,51%	2,66%
Entre 480.000€ y 600.000€	1,80%	1,20%	1,02%	1,92%
Entre 600.000€ y 1.200.000€	7,21%	2,40%	5,33%	2,81%
Entre 1.200.000€ y 3.600.000€	2,70%	0,90%	1,27%	1,18%
Entre 3.600.000€ y 6.000.000€	1,80%	0,60%	0,51%	0,30%
Mas de 6.000.000€	0,00%	0,00%	0,25%	0,00%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Nota: Productividad= Volumen de negocio/ Número de trabajadores
Fuente: "Características de las empresas exportadoras canarias" y Datos del Estudio Empresas servicios Santa Cruz de Tenerife y Las Palmas de Gran Canaria

La combinación de los datos disponibles en 1994, a partir de la explotación de la información aportada por Camerdata, y del Estudio, en 2005, como se refleja en la Tabla 8. 6. 1, constituye un magnífico ámbito de información para permitirnos evaluar, con datos de PAT e intervalos equivalentes para ambas fechas, la evolución económica de las empresas exportadoras canarias y tinerfeñas:

- Las empresas exportadoras con niveles de productividad inferiores a 12.000 euros perderán 25'87 y 16'55 puntos porcentuales en Canarias y la provincia tinerfeña, respectivamente. Unos datos que nos indican el cambio de posicionamiento productivo de un importante segmento de las empresas exportadoras que, en 1994, actuaban como exportadoras ocasionales, como

ya tuvimos ocasión de señalar cuándo hacíamos referencia a los cambios en la composición jurídico-mercantil de las empresas exportadoras.

- En el gran intervalo 12.000-240.000 euros, comprobamos como se produce, tanto en el caso de Canarias como de Santa Cruz de Tenerife, significativos incrementos en el “peso” de empresas en 2005 respecto a 1994. Por el contrario, en el tramo 240.000-360.000 euros, vuelva a invertirse la situación con reducciones en ambos ámbitos espaciales.
- A partir de los 480.000 euros de PAT, las empresas exportadoras canarias y tinerfeñas pierden posiciones en 2003.

En consecuencia, en el intervalo temporal 1994-2005, se producen una concentración del 88´91% en el intervalo de 24.000 a 240.000 euros en 2005 respecto al 44´14% para igual período en 1994 o, lo que es lo mismo, el peso d las empresas en tal intervalo medio se duplica en 2003.

5.1.9 La posición de Canarias en el contexto autonómico español.

Resulta de enorme interés el conocer y analizar el comportamiento territorial isleño en sus comparativos sincrónicos y diacrónicos, no lo es menos, sin duda, el posicionar a las empresas exportadoras canarias en el contexto general del Estado autonómico y, en especial, en su comparativo con el promedio estatal y el que nos ofrece una economía insular y turística, con evidentes similitudes en sus estructuras y servicios, como lo es el caso balear. La **Tabla 5-12** no permite analiza los principales indicadores, en metodología comparativa.

Tabla 5-12

INDICADORES BÁSICOS DE EMPRESAS EXPORTADORAS EN CANARIAS, BALEARES Y ESPAÑA (1999-2002)			
	Canarias	Baleares	España
Número total de empresas	106.756	70.372	2.617.478
Número total de empresas industriales	6.110	5.288	243.093
Número de empresas exportadoras	253	271	31.288
Número de empresas que simultáneamente exportan e importan	128	95	16.242
Exportación media por empresa (miles de euros)	2.418	3.663	3.583
Exportación media sin las 4 mayores empresas exportadoras (miles de euros)	603	1.438	3.178
Grado de concentración en las 4 mayores exportadoras (%)	75,5	61,3	11,3
Número total empresas exportadoras sobre el total empresas (%)	0,2	0,4	1,2
Propensión exportadora (1)	4,1	5,1	12,9
Número total empresas exportadoras sobre el total empresas importadoras (%)	0,1	0,5	0,8
Número total empresas exportadoras e importadoras sobre el total de empresas (%)	0,1	0,1	0,6
Principal destino de exportación según mayor número de empresas exportadoras	Alemania	Alemania	Portugal
Número empresas	42	69	10.620
Porcentaje exportadoras (%)	16,6	25,5	33,9
Porcentaje exportadoras respecto a España (%)	0,6	1	33,9
Principal capítulo de exportación según mayor número de empresas exportadoras	Mecánica y calderería	Mecánica y calderería	Mecánica y calderería
Número empresas	7	14	5.253
Porcentaje exportadoras (%)	2,8	5,2	16,8
Porcentaje exportadoras respecto a España (%)	0,1	0,3	16,8

(1) Propensión exportadora= Porcentaje de empresas que exporta mercancías en el total de empresas industriales

Fuente: Las empresas exportadoras e importadoras en España y en las Comunidades Autónomas. Cámara de Comercio. Elaborado por Atlántida Consultores

A partir de los indicadores reflejados en dicha Tabla, extraemos algunas conclusiones con evidente significación para nuestro estudio:

- Resulta cuando menos sorprendente que la economía balear, soportada en una población que es prácticamente la mitad de la canaria, 50% en 2003 y 49'85% en 2004, disponga de un número superior de empresas exportadoras registradas (271 frente a las 253 canarias) y las empresas industriales de Baleares representen el 86'54% del número total de las canarias.
- Se detecta en el caso balear una diferenciación especializadora superior a la canaria en materia de empresas que exportan e importan (50'6% en el caso de Canarias y 35'05% en Baleares).
- Las exportación media canaria es sólo el 66'01% de la balear y 67'8% de la española.
- Las cuatro mayores empresas exportadoras canarias concentran el 75'5% del total exportado, frente al 61'3% en el caso balear y del 11'3% en el conjunto del Estado. Si además tenemos en cuenta la integración en las mismas empresas de actividades exportadoras e importadoras la situación resulta, sin duda, inquietante.
- Tal realidad tiene su lógico reflejo en el hecho de que la ratio de empresas exportadoras canarias sobre el total de empresas radicadas en Canarias (0'2%), es duplicada en el caso balear y sextuplicada en el contexto global español.
- A pesar de constituir un espacio económico “forzado” a las relaciones y proyección exterior, su índice de propensión exportadora refleja una debilidad congénita y excesiva polarización exterior en el turismo, de una parte, y en los combustibles y productos hortofrutícolas, de otra.

- El perfil de la empresa- tipo exportadora en Canarias refleja una enorme debilidad en su ratio con las importadoras (0´1), frente al 0´5 en Baleares y 0´8 en el conjunto estatal. Resulta significativo, sin embargo, que el ratio conjunto de exportadoras e importadores sobre el conjunto empresarial coincida, en el 0´1 %, tanto para Canarias como para Baleares.

Tabla 5-13

NÚMERO DE EMPRESAS EXPORTADORAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS		
Comunidades Autónomas	1994	2003
Andalucía	834	788
Aragón	513	331
Asturias	150	119
Baleares	277	100
Canarias	394	153
Cantabria	117	80
Castilla y León	252	316
Castilla La Mancha	302	295
Cataluña	8151	2641
Extremadura	83	69
Galicia	579	396
La Rioja	222	122
Madrid	3258	1372
Murcia	392	336
Navarra	289	90
País Vasco	1674	313
Valencia	2615	1453

Fuente: Agencia Tributaria y Características de las empresas exportadoras canarias

Por otra parte, como se recoge en la **Tabla 5-13**, la posición de las empresas exportadoras en el ranking autonómico español evoluciona desde el 10º lugar de 1994 al 7º lugar en 2003, aunque en el comparativo refleja un -157´5% al pasar de

las 394 empresas registradas en 1994 a las 153, de 2003. Sólo Castilla-León presenta una evolución positiva, situándose Canarias por detrás de Murcia, País Vasco, Madrid y Baleares como la Comunidad con más intensidad en la destrucción de su tejido empresarial exportador.

5.1.10 Las Empresas Exportadoras en el Estudio.

Una vez analizados y explotados al máximo los datos disponibles sobre el tejido empresarial exportador, resulta esencial el definir, a partir de los resultados del Estudio, el “perfil” que caracteriza, por término medio, a las empresas exportadoras de la provincia tinerfeña:

- En primer lugar debemos destacar que de la muestra de 401 empresas entrevistadas en el ámbito provincial tinerfeño, con la distribución y metodología ya reflejada en la correspondiente ficha técnica, 314 se reconocen como exportadoras y 87 como no exportadoras.
- Del total de empresas exportadoras (78´3% del total), 139 reconocen que su ámbito exportador se circunscribe al ámbito regional canario mientras que 175 empresas señalan una proyección comercializadora coincidente en el mercado regional y el exterior y, sólo hacia el exterior, un total de 21 empresas.
- En consecuencia, debe considerarse que las cifras habitualmente utilizadas como expresión de la capacidad exportadora empresarial isleña es, sin duda, poco coincidente con la realidad que nos acredita el Estudio.
- Más aún, debemos tener en cuenta que algunas de las empresas y entidades entrevistadas, especialmente en el ámbito exportador agrario, son

organizaciones de productores en las que todos sus integrantes, Sociedades y Cooperativas, ejercen, a través de las mismas, actividades de exportación.

- Por último, cabe considerar que más del 95% del núcleo central empresarial del sistema turístico actúan, desde la perspectiva conceptual y estadística internacional, como empresas exportadoras de servicios. Un conjunto variopinto de empresas que al prestar servicios en las islas a residentes en el extranjero “exportan” e ingresan sus cobros al cómputo agregado de la Balanza de mercancías y servicios.

Por ello, entendemos que se hace inaplazable “resituarse” a la economía canaria en su auténtico contexto de economía internacionalmente generalizada, modificando, en profundidad, los esquemas conceptuales, estrategias y políticas orientadas a la promoción exterior de la economía canaria, en su conjunto, y de sus economías territoriales, en sus particularidades.

5.1.11 Los perfiles de las Empresas exportadoras en el Estudio

De forma sintética, los perfiles de las empresas exportadoras tinerfeñas serían, según el Estudio, los siguientes:

- Las empresas exportadoras de la Muestra tienen un antigüedad media de 24´8 años, 2´7 puntos porcentuales más que el promedio global y 6´7 puntos porcentuales superiores a los de las no exportadoras. Destaca, sin duda, el 40´6% de las exportadoras con más de 20 años de antigüedad frente al 34´1% de las no exportadoras, mientras que las exportadoras que cuentan con una antigüedad inferior a los cinco años (16%) reflejan un menor peso para dicho intervalo que las no exportadoras (17´3%), aunque se produce la irrupción comercializadora exterior en las que cuentan con menos de dos

años de presencia en el mercado (8´6% de exportadoras por 4´9% de no exportadoras), ciertamente sorprendente.

- La tipología jurídico-mercantil de las empresas exportadoras refleja una mayor concentración en las Sociedades Anónimas (26´3%) y de Responsabilidad Limitada (53%) que las no exportadoras (10´9% de SA y 63% de SL). En las restantes tipologías destacan entre las exportadoras las siguientes: Cooperativas agrarias (4´7% frente al 3´6% de las no exportadoras), autónomos-personas físicas (7´2% frente al 16´4% de no exportadoras), SAT (1´3% frente al 0´6%), Sociedades Anónimas Laborales (0´4% frente al 0´6%) y Sociedad Limitada Laboral (0´4% frente al 0´6%).
- El sex ratio de los empresarios, autónomos y directivos de las empresas entrevistadas nos refleja un mayor peso masculino entre las exportadoras (79´4%) que en las no exportadoras (70´4%). Sin embargo, el sex ratio de los Directivos es menor que en el resto de tipologías de gestores empresariales desde la perspectiva formativa (76% de las mujeres disponen estudios superiores, 4´4 puntos porcentuales más que los hombres; 24% con Estudios secundarios, con 2´1 puntos porcentuales inferiores respecto a los hombres; 2´3% de directivos varones con menos de EGB, frente a la inexistencia de mujeres en este nivel).
- La presencia de Directivos profesionales (89´4%) contrasta, significativamente, con la de Encargados (53´3%) y autónomos-empresarios (66´2%) en las empresas exportadoras.
- La mayoría de los “gestores empresariales” de las empresas exportadoras (64´7%) tienen edades comprendidas en la horquilla de 25 a 44 años, destacando con pesos similares los intervalos 45-54 (17´2%) y 55-65 años (15´9%), en ambos casos inferiores a los pesos de las no exportadoras.

- Las empresas exportadoras tinerfeñas cuentan con una media de 62 empleados que casi triplica al promedio de las no exportadoras (23 empleados). Asimismo, las empresas exportadoras cuentan con un mayor peso del empleo fijo (66´8%) que las no exportadoras (61´5%).
- El volumen de facturación promedio anual de las empresas exportadoras es de 3.345.098 euros, más del doble del promedio de las no exportadoras (1415625 euros). Las empresas exportadoras facturan volúmenes superiores a las no exportadoras en el intervalo 100.000-300.000 euros (2´2 puntos porcentuales más) y en los superiores a 1.000.000 de euros (5´4 puntos más en el intervalo 1-2 millones; 3´4 puntos más en el correspondiente a 2-5 millones y 22´8 puntos más en los que superan los 5 millones de euros).
- El margen del beneficio industrial que se considera como aceptable es inferior en el caso de las empresas exportadoras que en el de las no exportadoras. Así, en el umbral inferior al 10%, las primeras lo consideran positivo en un 27% frente al 19´2% de las segundas. umbral inferior al 15%, el 70% de las exportadoras lo consideran como aceptable frente al 60´2% de las no exportadoras. Por último, la perspectiva en el umbral de rentabilidad aceptable superior al 15%, se sitúan el 47´3% de las exportadoras frente al 55´1% de las no exportadoras. El beneficio promedio para las exportadora será del 18% frente al 23% de las no exportadoras.
- Las empresas exportadoras tinerfeñas se alejan del promedio de las no exportadoras en las estrategias de alianzas e integración en grupos empresariales. Así, las primeras reflejan diferenciales significativamente superiores a las segundas en “ AIE” (30´3 puntos porcentuales), “Alianzas comerciales” (4´9 puntos porcentuales) y “joint venture” (4´1 puntos). Las no exportadoras, por el contrario, superan a las exportadoras en “otras opciones” (16´5 puntos porcentuales), delegaciones (3´2 puntos) y franquicias (19´6 puntos).

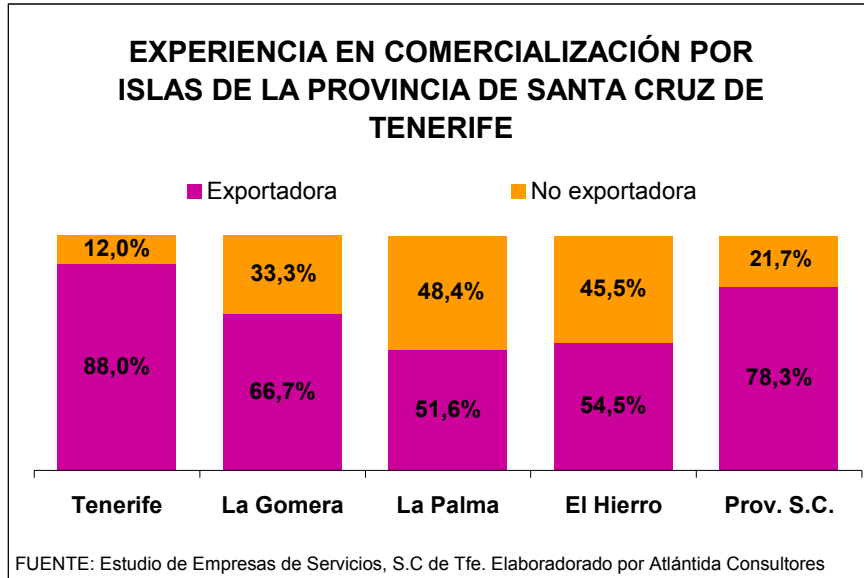
- Con un diferencial positivo de 12'1 puntos porcentuales, las empresas exportadoras acreditan una mayor proclividad a integrarse en Grupos Empresariales.
- En el comportamiento de incorporación de protocolos y procesos de gestión de la Calidad en sus empresas, las exportadoras refleja un ligero menor porcentaje de rechazos (11'4%) que las no exportadoras (11'9%), mejorando ligeramente sus experiencias en materia de prevención (1'1 punto), sistemas normalizados de calidad (2 puntos), sistemas normalizados de calidad ambiental (3'6 puntos), sistemas de ahorro energético (7'9 puntos), sistemas de calidad propios (1'8 puntos) y "otros sistemas" (3'3 puntos). Se constata, pues, que el carácter exportador no incide, de forma significativamente superior, en la dotación de herramientas y sistemas de control de la calidad en productos y servicios. En definitiva, las exportadoras reflejan un 87'4% de sistemas de control implantados frente al 82'3% de las no exportadoras.
- En buena lógica se produce un comportamiento diferenciado entre unas y otras empresas cuando se les plantea el "destino principal" de sus producciones y servicios. Así, mientras que las exportadoras acreditan casi diez puntos porcentuales menos que las no exportadoras en los bienes y servicios para el consumidos final (62'3 y 72'1%, respectivamente), la situación se invierte en cuanto a los "pesos" en los productos o servicios intermedios (67'8% y 48'5%, respectivamente), al igual que en el caso de los productos o servicios a integrarse en procesos (19'5% y 8'5%, respectivamente). Por tanto, la prioridad de las empresas exportadoras se centra, sin excluir la opción comercializadora finalista, en los procesos interindustriales e intraindustriales.

- La concepción estratégica económico-financiera de las empresas exportadoras pone su acento inversor o de gasto en partidas tales como los activos (12´6 puntos más que las no exportadoras) más que en la ampliación de las instalaciones (7´5 puntos menos) o en la dotación para pasivos (2 puntos más). En cuánto al “perfil” del gasto exterior, las exportadoras ofrecen un mayor compromiso inversor y de gasto de sus recursos propios en partidas tales como las siguientes: “desarrollar experiencias fuera del mercado habitual” (11´9 puntos porcentuales más que las no exportadoras); “inversiones en campañas de marketing o promoción comercial” (2´7 puntos más) o, por último, en la “apertura de delegaciones empresariales o comerciales “ (8 puntos más).
- En la proyección comercial de sus productos y servicios las exportadoras actúan con marcas propias (27´6 puntos porcentuales más que las no exportadoras) y “acuerdos de makila” (1´1 puntos), acreditando un menor peso en “marcas franquiciadas” (-3´7 puntos porcentuales) y “representaciones comerciales de marcas de otras empresas” (-1 puntos).
- La cualificación y recualificación de los RR.HH., esenciales para facilitar la adaptación estratégica de las empresas a sus cambiantes entornos, más exigentes en el caso de las empresas que operan en el extranjero o en mercado no habituales, reflejan en el Estudio un mejor “perfil” hacia la formación en las exportadoras (80´3% en los cursos organizados para sus empleados frente al 58´6% de las no exportadoras) y de sus propios gestores empresariales (56´1% en las exportadoras y 46% en las no exportadoras).
- En cuanto a las productividades medias estimadas a partir de los resultados del Estudio, las empresas exportadoras reflejan un mejor resultado en los siguientes casos: sector primario (2´75 veces más en las exportadoras), industria (1´55 veces más), comercio (1´3 veces), hostelería y restauración (22´3 veces), transportes y comunicaciones (57´8 veces), servicios a

empresas (1'92 veces). La construcción (1'2 veces más) y el global de los servicios de mercado (1'88 veces más), acreditan un mejor comportamiento en la PAT en la práctica totales de ramas y sectores con proyección exportadora.

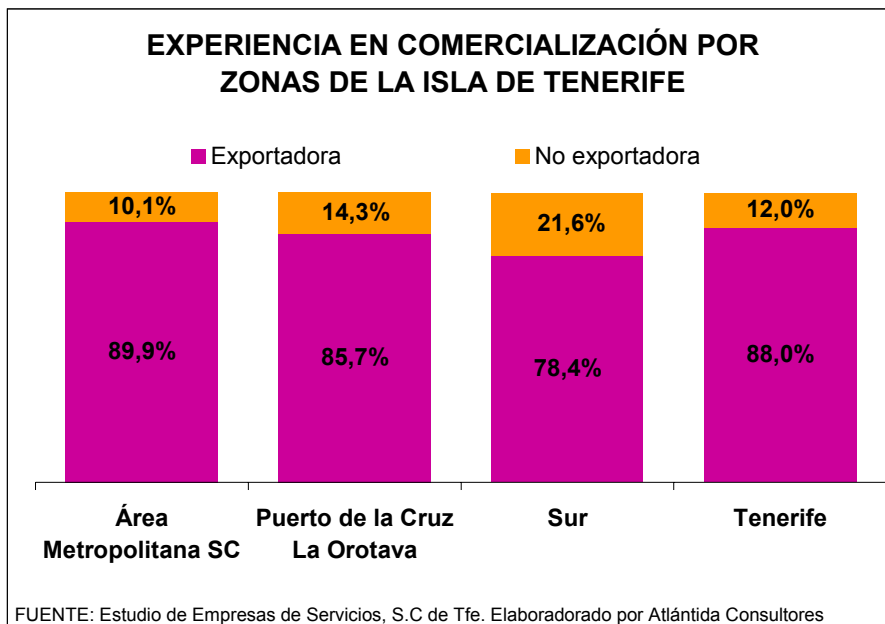
- La productividad según tipologías empresariales, nos revela un positivo comportamiento de las micropymes (3'12 veces más en las exportadoras) y algo menor en las pequeñas pymes y pymes medianas(ambas con 1'95 veces más) y, por último, las grandes pymes y empresas (4'72 veces más). Lógicamente, el diferencial PAT de entre las micropymes y las grandes pymes y empresas es de 7'4 veces favorables a las primeras, garantizando las grandes empresas sus equilibrios por sus economías de escala y volúmenes de facturación.
- En buena lógica, destaca el 88% de empresas exportadoras en la Isla de Tenerife (casi 10 puntos porcentuales superiores al promedio general) seguida, a significativa distancia por La Gomera (66'7%), El Hierro (54'5%) y La Palma (51'6%). Tales pesos en la composición empresarial de las empresas entrevistadas en cada Isla se traslada, en tendencias equivalente en su disposición exportadora extrainsular: Tenerife: 64'9%; El Hierro (60%); La Gomera (50%); y, a significativa y preocupante distancia, La Palma (36'8%), con un diferencial negativo de 17'1 puntos porcentuales respecto al promedio provincial (53'9%).

Gráfico 5-1



- La propensión exportadora de las comarcas o zonas de la Isla de Tenerife (Área Metropolitana, Valle de La Orotava y Sur), en su orientación selectiva hacia los diferentes mercados nos refleja el diferente comportamiento:

Gráfico 5-2



- Las empresas del Área Metropolitana acreditan una propensión a exportar en el ámbito regional (87'1%), superior al del Valle de La Orotava (76'2%) y del Sur (70'3%).
- Respecto a los mercados de Península y Baleares, la mayor propensión la constatamos en el Valle (61'9%, en conexión con la producción platanera), Sur (59'5%, básicamente en su especialización turística) y Área Metropolitana (46'5%).
- La UE, tradicional destino histórico de nuestras exportaciones, refleja la mayor propensión del Sur (48'6%) y del Valle (42'9%), frente a la más débil del Área metropolitana (31'8%).
- La proyección exportadora hacia la Europa no comunitaria, vuelve a reflejar la hegemonía del Sur (37'8%), seguida por el Valle (33'3%) y, a significativa distancia, por el Área Metropolitana (19'8%).
- El mercado africano, clave en los flujos exportadores isleños, refleja la hegemonía del Área Metropolitana (30'4%), frente a los muy inferiores pesos del Valle (19%) y Sur (13'5%).
- América Latina, espacio continental del que somos mucho más receptores que exportadores, constituye un espacio más interesante para el Área Metropolitana (20'7%) que para el Valle (19%) y América Latina (13'5%).
- El espacio macaronésico, auténtica novedad a partir de las RUP y programas INTERREG, surge como espacio atractivo para el Área Metropolitana (39'6%), seguida por el Sur (29'7%) y el Valle (28'6%).

- Por último, el “resto del Mundo”, refleja un mayor interés proyectivo en el Valle (23’8%), seguido por el Área Metropolitana (18’4%) y el Sur (10’8%).

Gráfico 5-3

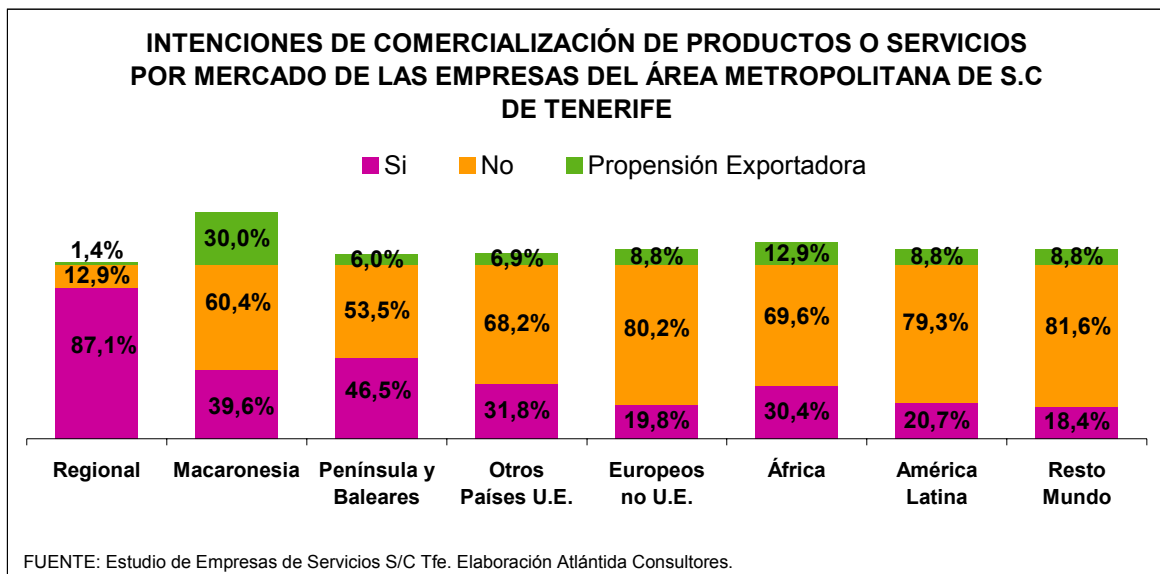


Gráfico 5-4

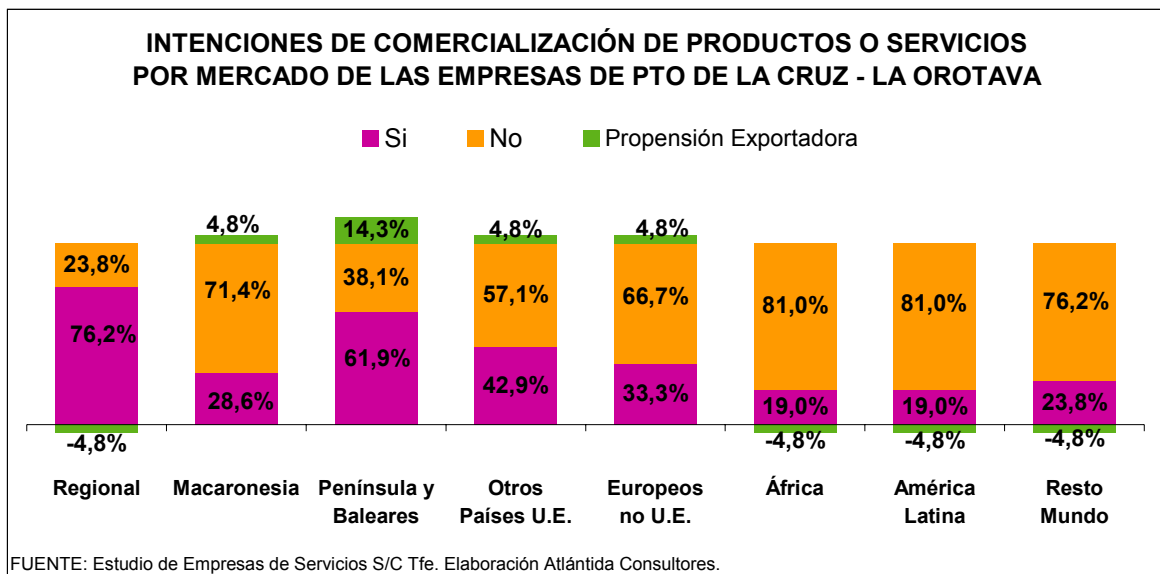
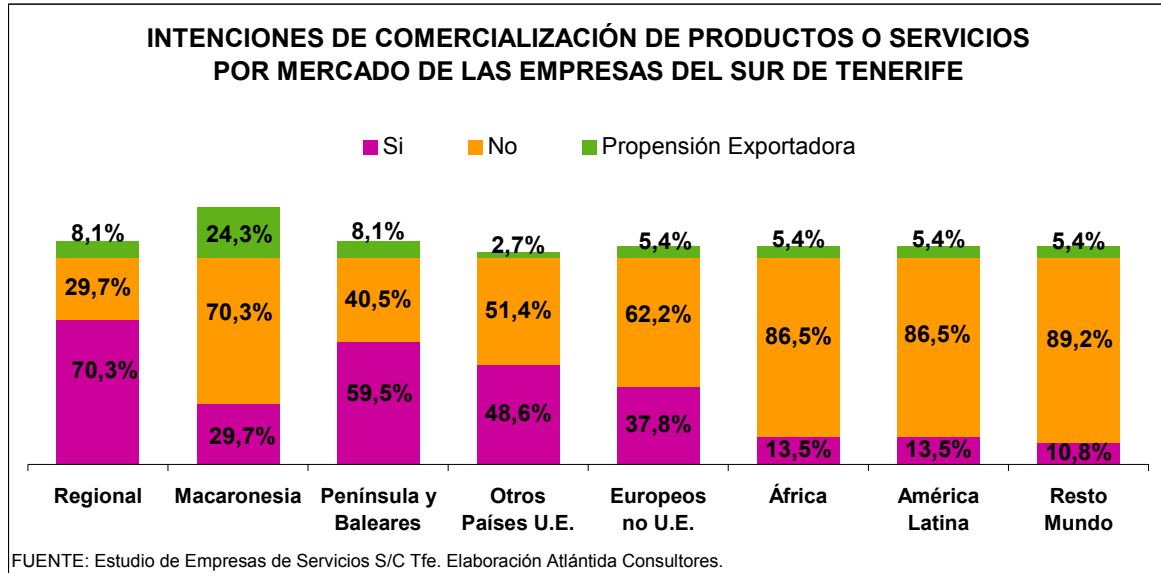


Gráfico 5-5



- En la disposición a comercializar de las Islas de la provincia tinerfeña, por diferentes mercados de destino, obtenemos los siguientes resultados:
 - Hacia el mercado regional destaca, en primer lugar, la isla de Tenerife (84%), seguida por El Hierro (68'2%), La Gomera (61'9%) y La Palma (61'3%).
 - Al resto del Estado (Península y Baleares), sigue destacando la propensión de la Isla de Tenerife (46'5%), seguida por La Palma (32'3%), El Hierro (27'3%) y La Gomera (21'4%).
 - Los mercados del resto de la UE, destaca nuevamente la Isla de Tenerife (34'9%), seguida por La Palma (27'4%), El Hierro (22'7%) y La Gomera (14'3%).

- Los mercados de países europeos no comunitarios, constituye un centro de interés exportador para el 23'3% de las empresas de la isla de Tenerife, seguido por el 21% de La Palma, 13'6% de El Hierro y 4'8% de La Gomera.
- África constituye un espacio atractivo para las empresas de la Isla de Tenerife (27'3%), de La Palma (14'5%) y de El Hierro (9'1%).
- América Latina refleja una mayor propensión de las empresas de Tenerife (19'6%), La Palma (14'6%), El Hierro (13'6%) y La Gomera (2'4%).
- La Macaronesia supone un espacio de interés para el 37'5% de las empresas exportadoras de la Isla de Tenerife, La Palma (16'1%), La Gomera (7'1%) y El Hierro (4'5%).
- El resto del Mundo atrae las perspectivas exportadoras del 17'8% de las empresas de la Isla de Tenerife, seguidas por el 14'5% de las de La Palma y 13'6% de El Hierro, frente a un escaso 2'4% de La Gomera.

Gráfico 5-6

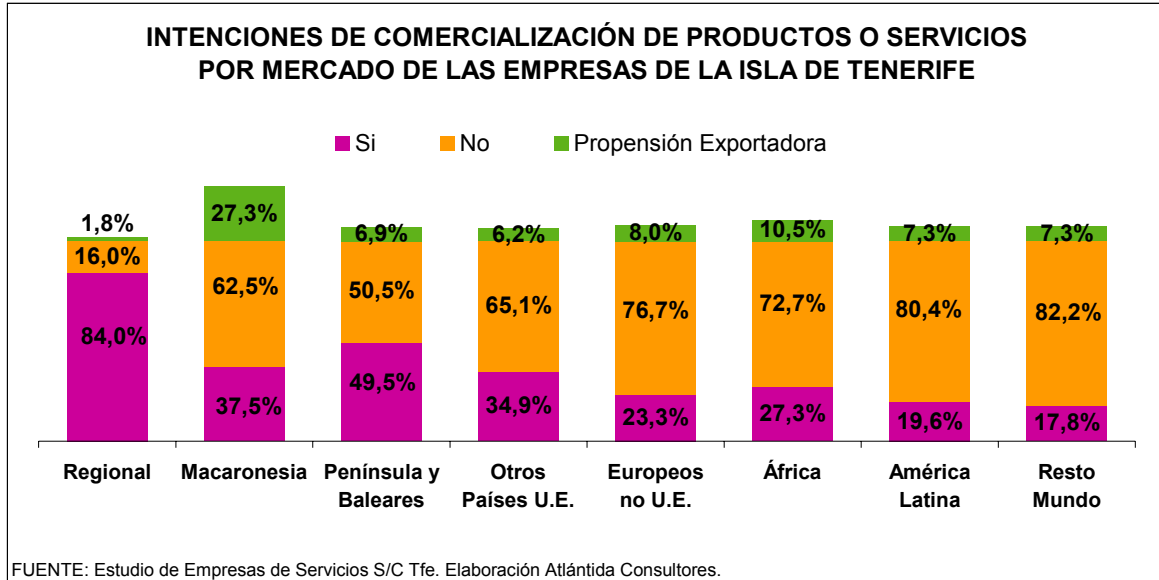


Gráfico 5-7

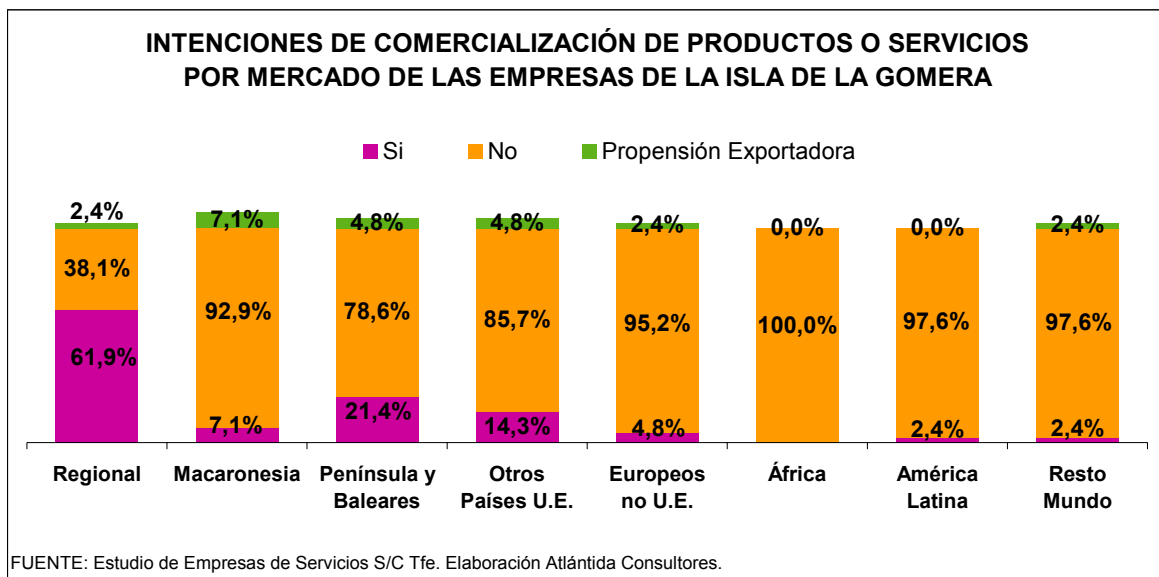


Gráfico 5-8

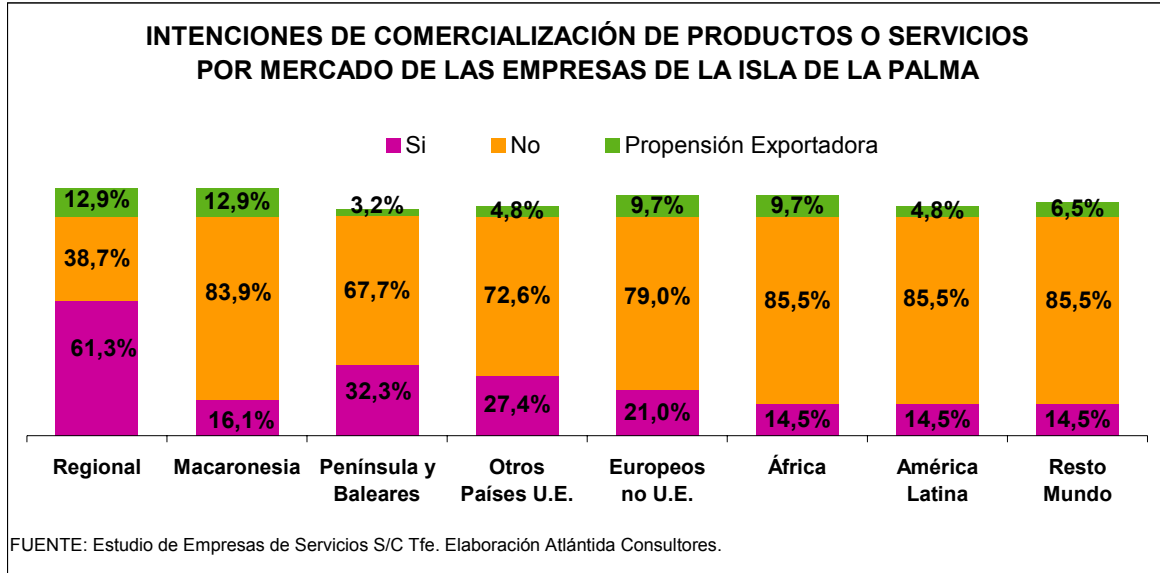
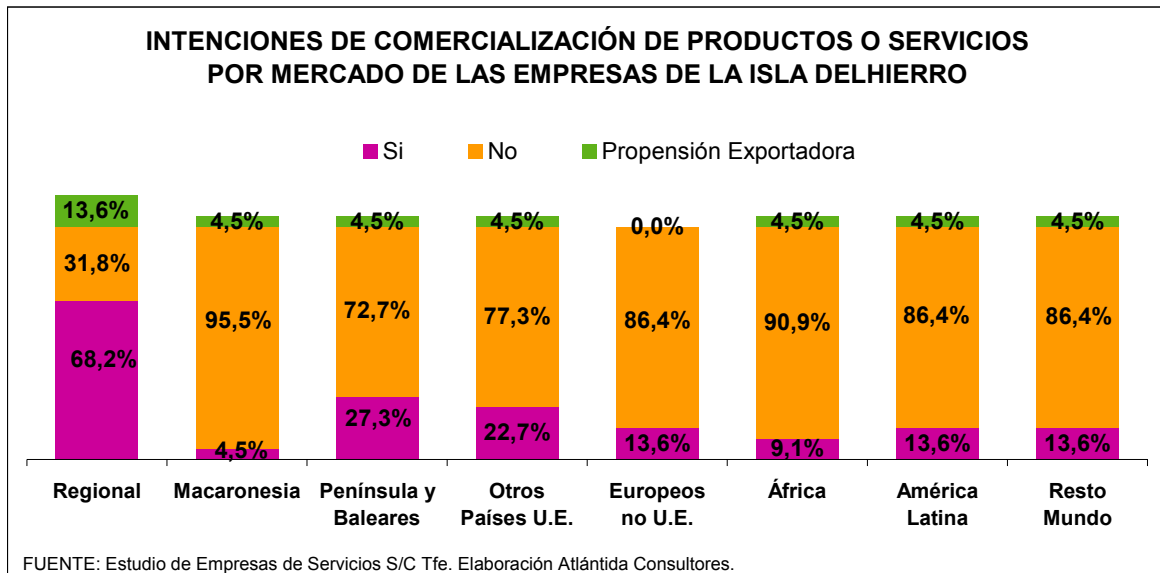


Gráfico 5-9



5.2 El perfil de los directivos y su rol en las empresas exportadoras

La capacidad conservadora o exploradora-analítica de las Empresas dependerá, según los estudios empíricos disponibles, tanto de las capacidades estructurales de las mismas como, por supuesto, de su capacidad adaptativa a los entornos cambiantes y al ajuste permanente de sus propias estrategias aunque, de forma muy especial, de las “actitudes” y “aptitudes” que se despliegan desde la Dirección para alcanzar los objetivos e implementar las estrategias más adecuada para alcanzarlos.

La capacidad de la Dirección, según la práctica totalidad de los teóricos y analistas del comercio exterior, constituye, junto a las capacidades productivas o de prestación de servicios, las opciones de aprovechar oportunidades, clima del entorno y despliegue de capacidades de sus recursos, una “ventaja competitiva” para las empresas.

Así, según Chetty y Hamilton (1993), entre los factores influyentes sobre el rendimiento exportador destaca el “compromiso de la Dirección” y su capacidad para desplegar su estrategia y capacidades competitivas.

Vamos, pues, a destacar aquellos rasgos que, según la opinión de las empresas entrevistadas y de sus Directivos o responsables empresariales, caracterizan el “perfil” tipo de estos profesionales de la Dirección en el contraste entre exportadoras y no exportadoras:

- Los Directivos despliegan su actividad en empresas con una media de tiempo de funcionamiento de 25´1 años, superando en 6´8 años a la media de empresarios y autónomos (18´3 años). En las empresas exportadoras el tiempo de funcionamiento medio es de 25´4 años frente a los 22 años de las

no exportadoras, superior al que acreditan los gestores empresarios y autónomos (19'8 años en las exportadoras y 15'2 en las no exportadoras).

- Con una edad media de 42'46 años en las empresas exportadoras y 42'52 años en las no exportadoras, superado levemente por el promedio global (42'65 años), tienen 4'35 años menos que los empresarios y autónomos. En cualquier caso, se trata de un promedio edad que indica, claramente, la elevada juventud promedio y las tasas netas en la “demografía” de la mayoría de las empresas tinerfeñas. En un 26'7% cuentan con menos de 34 años y un 36'6% se sitúan en la horquilla 35'44 años, con un nivel de juventud de los Directivos en las empresas exportadoras superior al de las no exportadoras (10 puntos porcentuales más en los menores de 35 años). El número de Directivos mayores de 54 años (16'8% en las exportadoras y 8'3% en las no exportadoras), es sustancialmente inferior al de las empresas gestionadas por empresarios y autónomos (21'9% exportadoras y 32'7% en las que no lo son).
- Su actividad se despliega en empresas con una media de 62 empleados, superando en 16 puntos porcentuales al promedio general y en 36 puntos a las empresas regidas por empresarios y autónomos. En el caso de las empresas exportadoras regidas por Directivos el promedio de empleados es de 66 frente a los 27 de las no exportadoras.
- Las empresas regidas por Directivos superan en 2'2 veces la facturación media de las gestionadas por empresarios y autónomos y en 1'28 veces al promedio global. En el comparativo exportadoras/no exportadoras, las primeras facturan 2'6 veces más que las segundas.
- Los Directivos gestionan empresas que revisten la forma de SA (28'3%), con un diferencial de 19'3 puntos superiores a las gestionadas directamente por sus propietarios (empresarios y autónomos). Las SL cuentan con un menor

porcentaje de Directivos (53'5%), inferior tanto al promedio global (57'1%) como a las gestionadas por empresarios-autónomos (60'7%. En el caso de las empresas exportadoras, el 28'7% de las SA son gestionadas por Directivos, frente al 25% que representa su aportación a las empresas no exportadoras. Asimismo, el 52% de las SL exportadoras son gestionadas por Directivos frente al 66'7% de las no exportadoras, acreditando un comportamiento diferente a las SA.

- En referencia a su valoración sobre el Beneficio industrial aceptable, los Directivos, con el 48'8% frente al 40'6% de empresarios-autónomos, se posicionan en la horquilla inferior al 15%, superando los últimos a los primeros en la horquilla superiores al 15% (52'4% de empresarios y autónomos frente al 40'2% de las empresas con Directivos). En la media, las empresas con Directivos se sitúan en el 19% frente al 21 de las gestionadas directamente por sus propietarios o accionistas. Los Directivos, según ejerzan sus desempeños en empresas exportadoras (48%) o no exportadoras (54'2%), acreditan un mejor perfil competitivo, vía márgenes gananciales, en la horquilla inferior al 15%, equilibrándose en la superior al 15% (40'1% de exportadoras y 41'7% de no exportadoras).
- En cuanto al destino final de sus productos o servicios, la empresas exportadoras gestionadas por Directivos acreditan un perfil más orientado hacia el comercio interindustrial e interindustrial que al consumo final. Así, en las empresas exportadoras destaca sobre el promedio global y las no exportadoras, en el destino final a consumidores intermedios (67'3%) y a procesos de transformación o composición final de un servicio (18'8%), frente al 41'7% y 12'5%, respectivamente, de las no exportadoras. Sin embargo, las no exportadoras superan en 14'3 puntos porcentuales a las exportadoras en bienes destinados al consumidor final.

- Las empresas gestionadas por Directivos acreditan un diferencial de 11´4 puntos a favor de la propiedad de marcas por parte de las no exportadoras, siendo superadas por las exportadoras en las marcas franquiciadas (0´3 puntos porcentuales) y de “representación comercial” (12 puntos porcentuales). Por el contrario, en las empresas exportadoras gestionadas por sus propietarios destacan las marcas propias (60´4%) frente a las restantes tipologías.
- Los Directivos gestionan empresas exportadoras que destinan sus recursos financieros, en mayor proporción que las no exportadoras, en “inversiones en activos” (54% frente al 45´8%), “apertura de delegaciones empresariales o comerciales” (22´3% frente al 12´5%), “campañas de marketing y publicidad” (34´7% frente al 20´8%) y a “desarrollar experiencias fuera del mercado habitual” (33´2% frente al 20´8%). Asimismo, mejoran significativamente sus “pesos” respectivos, especialmente en las inversiones en comercialización exterior, frente a las empresas con gestión directa de sus titulares (43´8% de inversión en activos; 19´8% de inversiones en delegaciones; 31´3% en publicidad y marketing; y, por último, 31´3% en desarrollar experiencias en otros mercados y la que más se aproxima al comportamiento tendencial de las empresas gestionadas por Directivos).
- Su permanencia media en el desempeño gestor será de 8´9 años a nivel global de la Muestra, aunque ésta se incrementa hasta los 9´7 años en las empresas no exportadoras y en 8´9 años de las exportadoras. Los empresarios y autónomos acreditan más antigüedad media en el caso de las exportadoras (9´72 años) y algo menos en las no exportadoras (9´63 años).
- Según territorios insulares, el 88´5% gestionan empresas en la isla de Tenerife, frente al 7´1% de La Palma, 2´7% de La Gomera y 1´8% de El Hierro. Lógicamente, en las Islas no capitalinas son hegemónicos los

encargados (mandos intermedios con responsabilidad) y los empresarios y autónomos.

- En cuanto a su procedencia, el 69% son originarios de la provincia tinerfeña y un 3'1% de la de Las Palmas, correspondiendo a los peninsulares el 16'4% y a los europeos comunitarios el 2'2%. Resulta significativo el peso de los procedentes de América del Sur y Centro (4'4%). Son inferiores a los globales de la Muestra en cuanto a los originarios de Canarias y la superan en los casos de peninsulares (3'7 puntos porcentuales), europeos y americanos. A destacar la presencia de un 3'5% de Directivos de origen asiático, superior a su promedio general (2%).
- El nivel educativo de los Directivos se distribuye entre el 72'6% de quienes disponen de Estudios Superiores, seguidos, a significativa distancia por el 25'7% de quienes poseen Educación Secundaria. Dicha situación contrasta con la de empresarios y autónomos, que disponen en un 44'8% de Educación Universitaria, 35'9% de Secundaria y, por último, un 19'3% con estudios de EGB o inferiores.
- Las actividades de formación de los Recursos Humanos, en el caso de las empresas gestionadas por Directivos, nos reflejan un 82'3% de incidencia en la formación de los empleados y del 58'5% en la formación de los propios gestores.
- En cuanto a la comercialización exterior, las empresas gestionadas por Directivos, en un porcentaje del 63'3% y 14 puntos porcentuales más que en el caso de la gestión por sus propietarios o partícipes, se inclina a comercializar sus productos o servicios en otras islas del Archipiélago, distintas de aquellas en que radican sus entidades empresariales.

- La valoración por los Directivos de la experiencia comercial fuera del ámbito insular se refleja en el 79´2% de aquellos que la consideran “positiva” y 12´4% de “aceptable”, resultando “negativa” en el 5% de las entrevistadas. La valoración positiva de las empresas regidas por autónomos y propietarios-empresarios resulta casi 10 puntos porcentuales inferiores en cuanto a la percepción “positiva” y 1´1 puntos porcentual superior en el ítem “aceptable”.
- Las mejoras en los procesos de control y gestión de la calidad implantada en las empresas refleja un nivel de ejecución superior entre los Directivos que en el resto de situaciones “ocupacionales” en la gestión empresarial, destacando los 21´5 puntos porcentuales superiores en la implementación de protocolos de prevención y seguridad, los 6 puntos porcentuales superiores en sistemas normalizados de calidad ambiental, 8´1 punto en los sistemas de ahorro energético y 3 puntos porcentuales más en la implementación de sistemas propios de calidad. Únicamente superan las empresas con gestión autónoma o de propietarios a las gestionadas por los Directivos en la implementación de protocolos normalizados de calidad (0´7 puntos).
- En la ponderación de los factores que influyen en la experiencia “negativa” de la proyección comercial exterior de las empresas gestionadas por Directivos destacan las siguientes: las insuficiencia de las subvenciones al transporte (80%); la ausencia de acuerdos privilegiados con compañías aéreas y marítimas (70%); las insuficientes coberturas financieras y créditos con bajo interés y amplios períodos de carencia (60%); la inexistencia de “Gestores de Apoyo comercial”; la no disponibilidad de RR.HH bien cualificados; el déficit de información estratégica sobre los mercados; y la ausencia de Programas a la medida de sectores, ramas y empresas (50%, cada uno de los ítems); déficit de coberturas para estables nuevas sedes o delegaciones comerciales (40%); el facilitar instalaciones a través de servicios públicos o partenariados (30%); y, por último, la ausencia de “pool” de exportadores (20%).

- Respecto a los factores que han incidido positivamente en su experiencia de proyección comercial exterior, desde la óptica de los Directivos del Estudio, se reflejan los siguientes: las subvenciones al transporte (63'2%); los acuerdos privilegiados con compañías transportistas aéreas o marítimas (60%); la información estratégica sobre los mercados (58%); la disponibilidad de créditos blandos (51'4%); cobertura por parte de gestores de apoyo comercial (49'2%); coberturas para establecer delegaciones comerciales (48'1%); disponibilidad de RR.HH. bien cualificados (42'2%); desarrollo de Programas específicos (38'2%); la facilitación de instalaciones públicas o semipúblicas (30'3%); y, por último, la creación "pool" o consorcios de exportación (13%).
- Respecto a los principales obstáculos que frenan la proyección exterior, desde la negativa experiencia de los Directivos, se establece la siguiente escala de relevancia: los riesgos que hacen peligrar la estabilidad empresarial (60%); la escasez de recursos de todo tipo para actuar en el exterior, unido al desconocimiento de los mercados (50% cada uno); la no existencia de coberturas sólidas de apoyo a la experiencia exterior, la preferencia por un crecimiento empresarial cauto o la ausencia de estudios sobre la viabilidad en otros mercados de nuestros productos y servicios (todos con el 40%); y, por último, la incertidumbre acerca de los resultados, no disponer de suficiente cobertura productiva o de prestación de los servicios o desconocer las estrategias adecuadas (con un común 30%).
- Desde la experiencia positiva de los Directivos en la proyección comercial exterior, superando los principales obstáculos y factores influyentes, se destacan como principales dificultades las siguientes: la escasez de recursos (34'1%); los riesgos que puedan hacer peligrar la estabilidad empresarial (31'4%); la incertidumbres en los resultados (30'3%); la no disponibilidad de coberturas sólidas de apoyo (28'1%); la preferencia por un crecimiento cauto (22'7%); el no disponer de suficiente capacidad de producción o prestación de servicios en la escala y ritmo exigido (19'5%); el desconocimiento de los

mercados exteriores (16´8%); y, por último, el desconocimiento de las estrategias adecuadas (16´2%).

- En cuánto a los volúmenes de facturación del año precedente, destaca el diferencial inferior en las empresas gestionadas por Directivos con menos de 500.000 euros/años, con porcentajes inferiores a los obtenidos por aquellas gestionadas por autónomos y empresarios, que se modifican, a favor de las gestionadas por Directivos en los tramos superiores a 500.000 euros/año, con diferenciales de 0´5, 1´3, 8´1 y 19´7 puntos porcentuales más en los respectivos intervalos (0´5-1 millón de euros; 1-2 millones de euros; 2-5 millones de euros; más de 5 millones). En definitiva, la gestión de las empresas con mayor cobertura financiera y niveles superiores de facturación, el rol directivo incide en términos efectivos de mejor rentabilidad y resultados.

Tabla 5-14

VOLÚMEN DE FACTURACIÓN DEL ÚLTIMO AÑO DE LAS EMPRESAS ENTREVISTADAS POR OCUPACIÓN				
	Directivo	Encargado	Autónomo / Empresario	Total
	%	%	%	%
Menos de 50.000 € / año	3,5		17,2	8,2
Entre 50.000 - 100.000 € / año	4,0	13,3	6,2	5,5
Entre 100.000 - 300.000 € / año	8,4	16,7	10,3	9,7
Entre 300.000 - 500.000 € / año	6,2	20,0	11,0	9,0
Entre 500.000 - 1.000.000 € / año	8,8	3,3	8,3	8,2
Entre 1.000.000 - 2.000.000 € / año	13,7		12,4	12,2
Entre 2.000.000 - 5.000.000 € / año	16,4	10,0	8,3	13,0
Más de 5.000.000 € / año	27,0	10,0	8,3	19,0
Ns/Nc	11,5	26,7	17,9	15,0
NINGUNO	0,4			0,2
Media (en €)	3310427,1	1702272,7	1501680,7	2573308,8

FUENTE: Estudio Empresas de Servicios, Provincia S.C. de Tfe. Elaborado por Atlántida Consultores

- En cuánto a la disponibilidad futura de comercializar fuera del ámbito insular, las empresas gestionadas por Directivos reflejan porcentajes significativamente más elevados que las correspondientes a empresarios y autónomos. Así, los Directivos acreditan futuras intenciones de proyección comercial en los siguientes mercados y con los porcentajes que se asignan a cada uno de ellos: 82´7% regional (10´3 puntos de diferencial superior); 35% en la Macaronesia (10´2 puntos de diferencial); 50´9% en Península y Baleares (17´1 puntos porcentuales más); 36´3% hacia el resto de la UE (10´8 puntos); 24´3% en países europeos no comunitarios (6´4 puntos más); 27´4% hacia el continente africano (12´9 puntos porcentuales); 18´1% hacia América Latina (1´5 puntos porcentuales); y, finalmente, el 17´7% hacia el resto del Mundo (3´2 puntos porcentuales). Resulta constatado, pues, que el rol directivo es más proclive que otros gestores empresariales para facilitar y asumir los retos de la proyección comercial exterior.
- Los Directivos reflejan una mayor autonomía funcional y logística en relación con las coberturas públicas o institucionales respecto a su actividad de proyección exterior. Así, superan a los empresarios-autónomos en 24´2 puntos porcentuales en la utilización de fondos propios para desplegar su actividad exterior; participan con 3´1 puntos porcentuales menos en el Programa PIPE; hace uso más frecuente de las coberturas logísticas, de la publicidad y el marketing y de las Nuevas Tecnologías; y, por último, reconoce no haber recibido en el 45´6% de los casos cobertura alguna, con 22´7 puntos porcentuales menos que los propietarios-gestores de empresas.
- En cuánto a las formas habituales para comercializar sus productos y servicios en el exterior, los Directivos utilizan, más que los propietarios-gestores, los siguientes recursos: comercialización directa a través del área comercial de la empresa (1´3 puntos porcentuales más); mayoristas en mercados de origen (7´7 puntos más); ventas con agentes externos (6´4

puntos más); a través de Ferias (6 puntos porcentuales más); a través de Sucursales en el exterior (10'3 puntos más); participando en consorcios con otras empresas (3'6 puntos más); por concesiones de licencias (0'4 puntos más); y, por último, a través de franquicias e internet (0'5 puntos más en cada caso).

- Respecto a la vía elegida para comercializar en el futuro sus productos y servicios destacan, en el caso de los Directivos, las siguientes: 52'5%, individualmente a través de delegaciones o representaciones (17'12 puntos porcentuales más); 22'5% a través de alianzas o acuerdos empresariales (4'04 puntos más); 7'5% a través de distribuidores (4'42 puntos más); 2'5% a través de redes de franquicias (- 3'65 puntos); y, por último, el 10% a través del comercio electrónico (8'46 puntos porcentuales más que los propietarios-gestores). Por cierto, en el caso de los Directivos sólo un 22'5% manifiesta explícitamente no tener intención de comercializar los productos o servicios de sus empresas en el exterior, menos del doble que los propietarios-gestores de empresas (diferencial de 23'65 puntos).

En síntesis, podemos afirmar, sin ninguna duda empírica ni analítica, que la presencia de Directivos profesionales en las empresas no sólo mejoran las condiciones operativas y estratégicas de las mismas sino que, además resulta esencial para favorecer un despliegue más competitivo, riguroso y sólido de la proyección comercial exterior.

Sin embargo, desde las Instituciones y servicios de apoyo o coberturas a la comercialización exterior deben diseñarse y desplegarse estrategias “ a la medida” de los requerimientos de tales profesionales, diferentes de las aplicables a los empresarios y autónomos, cuyos enfoques empresariales, capacidades técnicas de gestión y déficit significativo de enfoque estratégicos para adaptarse a los entornos tan turbulentos del comercio internacional es, sin duda, inferior.

En cualquier caso, existe una muy positiva “base proyectiva” que si se estimula con eficacia, respeto a la autonomía de los profesionales y con coberturas creíbles de “efecto demostrativo” pueden permitir, a corto y medio plazo un auténtico “giro estratégico” en el comercio exterior de Canarias y en algo decisivo para el futuro económico y social del Archipiélago: facilitar e impulsar la creación de un auténtico mercado interior-interinsular canario capaz de facilitar un cambio significativo en las coberturas de la Balanza comercial isleña.

5.3 Perfil comercializador de los grandes sectores económicos del estudio

En función de ofrecer una sinopsis, a incorporarse a las Conclusiones finales del Estudio, pasamos a reflejar los “perfiles” más significativos de las empresas entrevistadas por los grandes sectores económicos:

5.3.1 El ámbito objeto de análisis

- Los analistas Aaby y Slater (1989), señalaron que en la proyección internacional resultan variables básicas las siguientes: tamaño, experiencia exportadora, características de los directivos, sector económico y particularidades de los mercados de destino. Más aún, la vinculación entre el “rendimiento empresarial” y el “éxito exportador” se constituye en una relación bidireccional, denominada “retroalimentación” (Clerides, 1998). En similar dirección, Baldauf (2000) afirma que la efectividad de cualquier desarrollo exportador, con coberturas basadas en diseños de Programas de Promoción Exterior, exige que los Agentes públicos y los Directivos empresariales, **“...logren identificar cuáles son las principales características que determinan la intensidad exportadora de las empresas...”**.

- En tal contexto, Raymond y otros (2001), apuntan la necesidad de propiciar Estudios sobre el comportamiento exportador que permitan, como mínimo, detectar: **el desarrollo de los procesos de exportación, los motivos por los cuáles las empresas asumen en reto exportador y, por último, la detección de los factores determinantes del éxito exportador.**
- Las **variables asociadas al éxito de las empresas exportadoras**, según coincide la mayoría de analistas y expertos son, básicamente:
 - **Aspectos o dimensiones empresariales : tamaño, experiencias exportadoras y experiencia de sus Directivos**
 - **Expectativas de los Directivos : rentabilidad, riesgo y costes.**
 - **Características y actitudes de la Dirección: edad y educación.**
 - **Factores condicionantes externos :sector económico, rango y barreras de los mercados de destino, recursos logísticos, etc.**
 - **Particularidades del mercado exportador.**
- En epígrafes precedentes hemos tenido ocasión de analizar la estructura y comportamiento comerciales de las **empresas exportadoras** , **perfil y expectativas de los Directivos y condicionantes genéricos de los procesos de comercialización**. Ahora nos vamos a centrar, en el contexto analítico antes reseñado, a ofrecer el **perfil sectorial**.

5.3.2 El perfil de los sectores económicos tinerfeños

- La distribución de la Muestra, según sesgos y criterios metodológicos ya ampliamente justificados, nos ofrece la siguiente composición sectorial: **7'5%**

del sector primario; 29´2% del sector industrial; 6´5% de la construcción; y, por último, el 56´6% de los servicios de mercado

- El macrosector de los **servicios de mercado**, refleja la siguiente composición por ramas de actividad: 18´2% del comercio; 9´2% de la hostelería y restauración; 9´2% de los transportes y comunicaciones; 1´7% de las finanzas y seguros; 14´7% de los SEMP; 0´2% de la educación e investigación; 2´2% de las actividades sanitarias, veterinarias y de servicios sociales; y, finalmente, el 1% de los servicios personales.
- La **tipología empresarial** de los grandes sectores del Estudio es la siguiente:
 - **Las micropymes**, con el 42´1% del global de la Muestra, reflejan su mayor peso sectorial en la “industria” (53%) y con pesos inferiores al promedio general: servicios (40´8%), agricultura (30%) y construcción (19´2%).
 - **Las pequeñas pymes**, reflejan pesos superiores al promedio general (36´4%) en la construcción (57´7%), el sector primario (43´3%) y los servicios (37´3%), situándose por debajo del mismo la industria (28´2%).
 - **Las medianas pymes**, con un peso promedio del 8´5% en la composición muestral, los superan el sector primario (13´3%) igualándolo en la industria (8´5%) y reflejando pesos ligeramente inferiores en los servicios (7´9%) y la construcción (7´7%).
 - **Las grandes pymes y grandes empresas**, por su parte, constituyen el 13% global de la muestra, superado por la construcción (15´4%),

los servicios (14%) y la agricultura (13'3%), mientras que las actividades industriales (10'3%, se distancian de dicho promedio.

- La **estructura funcional de las empresas**, según los diferentes sectores, nos ofrece el siguiente “perfil medio”:
 - Las empresas del sector primario disponen de una antigüedad media de 24'1 años (2 puntos porcentuales más que la media), disponiendo de un promedio de 33 trabajadores, con un 59'6 % de contratados fijos y el 40'4 % de contratados temporales, siendo su estructura de gestión asumida en un 56'7% por Directivos, 10% por Encargados y 33'3% por empresarios y autónomos.
 - Las empresas el sector industrial cuentan con una antigüedad media de 24'4 años (2'3 puntos más que la media general), disponiendo de un promedio de 39 trabajadores, con un 70'3 % de contratados fijos y el 29'7 % de contratados temporales, con forma de gestión empresarial dirigida en un 53'8% por Directivos, 6'6% por Encargados y 39'3% por los propietarios empresarios y autónomos.
 - Las empresas del sector de la construcción, con una antigüedad media de 13'8% (8'3 puntos inferiores al promedio global), disponen de un promedio de 62 empleados, un 35% fijos y el 65% con contratos temporales, siendo gestionadas en un 38'5% por Directivos, 19'2% por Encargados y 42'3% por empresarios y autónomos.
 - Las empresas del sector de los servicios de mercado, con una antigüedad media de 21'5 años (0'6 puntos inferiores al promedio general), disponen de un promedio de 50 empleados, de los

cuáles el **69%** disponen de contrato indefinido y el **31%** de contrato temporal, correspondiendo su gestión en un **59´6%** a **Directivos**, **6´1%** a **Encargados** y **34´2%** a **empresarios y autónomos**.

- Sus **perfiles económico-financieros** reflejan, sin duda, la capacidad estratégica y logística de las empresas de cada sector para afrontar el reto comercializador externo:
 - El **volumen de facturación promedio** durante el último año, sitúa al **sector agrícola (109´93** sobre el promedio general), en una destacada primera posición, seguido por los **servicios (101´57%)**, la **industria (101´28%)** y la **construcción (68´66%)**.
 - La PAT(Productividad Aparente del Trabajo), en términos contradictorios a las teorías habituales sobre la baja productividad en los servicios, nos ofrece los siguientes resultados: **agricultura (212´56% sobre el promedio global = 100)**, **servicios (106´3 % sobre el promedio global)**, **industria (74´15%)** y **construcción (25´4%)**.
- En cuanto al **destinos de sus recursos financieros**, podemos establecer el siguiente posicionamiento medio de las empresas por cada sector y objetivo atendible:
 - **Inversiones en activos:** destacan el **sector primario (35´2%)**, **construcción (32´5%)** y la **industria (26´1%)** que superan al promedio global, mientras que los **servicios (24%)** nos ofrecen un perfil menos orientado a la consolidación estructural de sus empresas.

- **Inversiones en pasivos:** sobresale el **sector constructivo (7´5%) y los servicios (3´9%)**, únicos que supera al promedio general (3´8%), situándose la **industria (3%)** y el **sector primario (3´7%)**, ligeramente por debajo del promedio.
 - **Ampliación de instalaciones:** destacan la **construcción (27´5%) y la industria (26´5%)**, ambos superando al promedio general (25´1%), seguidos por los **servicios (24´3%) y el sector primario (24´1%)**.
 - **Marketing y promoción comercial exterior:** los **servicios (43´7%) y la industria (40´5%)** superan al promedio global de inversión-gasto en dichas actividades, frente a niveles inferiores en el **sector primario (31´5%) y la construcción (22´5%)**.
- En cuánto al grado de **integración en organizaciones profesionales**, obtenemos los siguientes resultados sectoriales: el **sector primario**, con un significativo **86´7%**, destaca con más de 17´4 puntos porcentuales superiores al promedio general; los **servicios (71´1%)**, siguen superando, aunque ligeramente, al promedio global; la **industria (63´2%) y la construcción (61´5%)**, aún con pesos inferiores al promedio general, acreditan una positiva predisposición a las sinergias sectoriales e intersectoriales.
 - Respecto a la **pertenencia a algún Grupo empresarial**, superan el promedio general (**75´9%**), la **construcción (88´5%)**, la **industria (78´6%) y el sector primario (76´7%)**, situándose por encima de dicho promedio y, por último, los **servicios (73%)**, acreditando, sin duda, la existencia de mayores vínculos cooperativos. Las **tipologías más habituales serán las AIE (con el mayor peso en la agricultura y en los servicios, 16´7 y 14´3%, respectivamente) y en las “Alianzas Comerciales” (servicios y agricultura, con el 4´2 y 3´3% , respectivamente)**.

- Respecto a los **comportamientos comercializadores fuera de su ámbito de radicación territorial, caben destacarse los siguientes aspectos:**
 - Tienen **alguna experiencia habitual u ocasional de comercializar fuera de la Isla de radicación empresarial, el 93´3% de las empresas del sector primario y el 80´3% de las de servicios, superando ambas al promedio general (78´3%), posicionándose en pesos inferiores tanto la industria (77´8%) como la construcción (46´2%).** Debe destacarse el diferencial de 47´1 puntos existente en la proyección extrainsular del sector primario y de las actividades constructivas.
 - En la **comercialización fuera de Canarias, el 43´6% de promedio global es superado significativamente por el 80% del sector primario y el 49´6% de los servicios, situándose a 11´1 puntos porcentuales de la media la industria (32´5%) y no reflejando ninguna aportación el sector constructivo.**
 - A la pregunta de **si estaría dispuesto a comercializar sus productos o servicios en otras islas del Archipiélago, un 53´9% del promedio global responde afirmativamente, superándolo únicamente el sector industrial (63´9%) y situándose a un nivel inferior de propensión los servicios (52´1%), la agricultura (50%) y la construcción (41´2%).**
 - La valoración global respecto a las acciones informativas y de apoyo a la internacionalización que se impulsan desde las organizaciones empresariales **es positiva para un 47´5% de las empresas y aceptable para un 29´5%. Por sectores destaca la valoración positiva de la agricultura (57´7%), de la industria (48´6%), de los**

servicios (45´7%) y de la construcción (43´8%). Es aceptable para la construcción (43´8%), la agricultura (30´8%), los servicios (29´6%) y la industria (25´7%).

- Sobre la posibilidad de participar en Programas Pilotos de proyección comercial externa, un 78´3% del total de la muestras se posiciona favorablemente, destacando la industria (80´3%), la agricultura (80%), los servicios (78´5%) y la construcción (65´4%).

En síntesis, los sectores que ofrecen un mejor perfil en una futura proyección comercial exterior son la agricultura, los servicios y la industria, mientras que la construcción refleja comportamientos muy alejados de las tendencias promedio de la Muestra en materia de proyección comercial, compromiso financiero con la acción exterior y disposición a participar en acciones preparatorias de la expansión hacia otros mercados. Asimismo, destaca el positivo “perfil proyectivo comercializador”, en el ámbito regional de las empresas del sector agrícola y de servicios, seguidas a distancia de las industriales y de la construcción.

6 ANEXO DOCUMENTAL.

Tabla 6-1

EMPRESAS EXPORTADORAS PROEXCA (Canaryexports)			
Nombre	Sector	2º Sector	Provincia
2000 InfoCom	Comercio,servicios	Electrónica, Informática. Nuevas Tecnologías, Telecomunicaciones	TENERIFE
A. Martínez Serra S.L.	Comercio,servicios		GRANCANARIA
Abarloa2	Consultoría, Asesoría		GRANCANARIA
Aceica Refinería, S.L. (Antes Aceitera de Canarias)	Alimentación, Bebidas		GRANCANARIA
Acuagigantes Dominicana	Agricultura,Ganadería y Pesca		TENERIFE
Adapta IGT, S.L.	Agua,Energías Renovables		GRANCANARIA
ADI Software, S.L	Electrónica, Informática		GRANCANARIA
Aerogeneradores Canarias S.A. (ACSA)	Agua,Energías Renovables	Construcción,promoción inmobiliaria	GRANCANARIA
Afonso Martel, S.L.	Agricultura,Ganadería y Pesca		GRANCANARIA
Africansa, S.A. AFRICANSA, S.A. -	Agricultura,Ganadería y Pesca	Comercio,servicios	GRANCANARIA
Agener Canarias S.L.	Agua,Energías Renovables		TENERIFE
Aguadulce Producciones Agrícolas y Ganaderas	Agricultura,Ganadería y Pesca		TENERIFE
Aguas minerales de Fargas, s.a	Alimentación, Bebidas		GRANCANARIA
Akatecno S.L	Agua,Energías Renovables		GRANCANARIA
Alfa 90 S.L	Agua,Energías Renovables		GRANCANARIA
Alisios Soluciones Energéticas S.L.L	Agua,Energías Renovables		TENERIFE
Almacenes Caspe S.A	Construcción,promoción inmobiliaria		GRANCANARIA
Aloe Vera Internacional, S.A. (CANARYALOE)	Agricultura,Ganadería y Pesca	Detergentes,Perfumería y Farmacia	GRANCANARIA
Alternativas CMR S.L	Agua,Energías Renovables		GRANCANARIA
Alucan , S.A..	Construcción,promoción inmobiliaria		TENERIFE
Alvemaca S.L.	Comercio,servicios	Construcción,promoción inmobiliaria	TENERIFE
Andrés Baez González, S.A.	Agricultura,Ganadería y Pesca	Alimentación, Bebidas	TENERIFE
Andrés Megías Mendoza , S.A.	Alimentación, Bebidas		GRANCANARIA

EMPRESAS EXPORTADORAS PROEXCA (Canaryexports)			
Nombre	Sector	2º Sector	Provincia
Aortocan , S.L.	Construcción,promoción inmobiliaria		GRANCANARIA
AQ Profesional Learning S.L	Nuevas tecnologías, telecomunicaciones		GRANCANARIA
Argodey Fortaleza S.L	Alimentación, Bebidas		TENERIFE
Armas Quintero, S. L	Construcción, promoción inmobiliaria		TENERIFE
Artemi S.L.	Alimentación, Bebidas		GRANCANARIA
ArtingCanarias (DSRR&DJRS, S.C.P.)	Comercio,servicios		GRANCANARIA
Atlantica de motores y repuestos, S.L	Comercio,servicios		GRANCANARIA
Atlas las Palmas	Comercio,servicios	Construcción,promoción inmobiliaria	GRANCANARIA
Avdcom	Consultoría, Asesoría		TENERIFE
Bamaflor, S. L.	Agricultura,Ganadería y Pesca		GRANCANARIA
Bananera El Guanche, S.L.	Agricultura,Ganadería y Pesca	Hostelería y turismo	TENERIFE
Bandama, S.A.	Alimentación, Bebidas		GRANCANARIA
Blanco S.L.	Farmacéutica,clínica,química		TENERIFE
Blex Ideas	Consultoría, Asesoría		TENERIFE
Bodega La Palmera	Alimentación, Bebidas		TENERIFE
Bodega Tafuriaste	Agricultura,Ganadería y Pesca	Alimentación, Bebidas	TENERIFE
Bodegas Buten S.L	Agricultura,Ganadería y Pesca	Alimentación, Bebidas	TENERIFE
Bodegas El Grifo .	Agricultura,Ganadería y Pesca	Alimentación, Bebidas	GRANCANARIA
Bodegas El Mocanero S.L .	Agricultura,Ganadería y Pesca	Alimentación, Bebidas	TENERIFE
Bodegas Insulares De Tenerife	Agricultura,Ganadería y Pesca	Alimentación, Bebidas	TENERIFE
Bodegas Monje S.L. .	Agricultura,Ganadería y Pesca	Alimentación, Bebidas	TENERIFE
Bodegas Valleoro	Agricultura,Ganadería y Pesca	Alimentación, Bebidas	TENERIFE
Bodegas Viñátigo	Agricultura,Ganadería y Pesca	Alimentación, Bebidas	TENERIFE
Bonny	Agricultura,Ganadería y Pesca		GRANCANARIA
Builtech .	Nuevas tecnologías, telecomunicaciones		TENERIFE
C & G Canarias, S.L. (Control de Gestión)	Consultoría, Asesoría	Nuevas tecnologías, telecomunicaciones	TENERIFE
C.B.R. Ingeniería y Promociones	Construcción, promoción inmobiliaria		TENERIFE
Cables y Eslingas S.A.	Comercio,servicios		GRANCANARIA

EMPRESAS EXPORTADORAS PROEXCA (Canaryexports)			
Nombre	Sector	2º Sector	Provincia
Cactus Canarias 2003 S.L.	Agricultura,Ganadería y Pesca		GRANCANARIA
Cafés Careca	Alimentación, Bebidas		GRANCANARIA
Calzados Juan Ignacio	Comercio,servicios		GRANCANARIA
Canaest-consultores	Consultoría, Asesoría		GRANCANARIA
Canalai Canarias, S.L.	Comercio,servicios		GRANCANARIA
Canarianlawyers.com	Consultoría, Asesoría		GRANCANARIA
Canarias Comercio Internacional, S.A.	Comercio,servicios		GRANCANARIA
Canarias de Comercio S.L.	Comercio,servicios		GRANCANARIA
Canarias de Plásticos S.A. (CANPLASTICA)	Construcción, promoción inmobiliaria		TENERIFE
Canarias Ecologic	Agua,Energías Renovables		GRANCANARIA
Canarias Hidráulica S.L	Agua,Energías Renovables		GRANCANARIA
Canarias Multinautica S.L	Comercio,servicios		TENERIFE
Canarias Selección S.A	Alimentación, Bebidas		GRANCANARIA
Canarimiel S.A.	Alimentación, Bebidas		GRANCANARIA
Canarymarket , S.L.	Electrónica, Informática		GRANCANARIA
CanaryWeb, S.L.	Electrónica, Informática	Formación,nuevas tecnologías, telecomunicaciones	TENERIFE
Canauto, S.L.	Automoción, Recambios		TENERIFE
Cartográfica de Canarias , S.A. .	Consultoría, Asesoría		GRANCANARIA
Celgán, S.A.	Alimentación, Bebidas		TENERIFE
Central De Representaciones Canarias	Construcción, promoción inmobiliaria		GRANCANARIA
Centro de Nuevas Tecnologías Marcos S.L.	Consultoría, Asesoría	Formación	TENERIFE
Centro Tecnológico de Canarias, S.L.	Consultoría, Asesoría	Electrónica,Informática, Nuevas tecnologías Telecomunicaciones	TENERIFE
Cervezas Anaga S.A.	Alimentación, Bebidas		TENERIFE
Clínica Santa Catalina	Comercio,servicios		GRANCANARIA
CMI Chemie, S.A	Agua,Energías Renovables		GRANCANARIA
Coaldea Sociedad Cooperativa Agrícola Aldeana.	Agricultura,Ganadería y Pesca		GRANCANARIA
Cocal	Alimentación, Bebidas		GRANCANARIA

EMPRESAS EXPORTADORAS PROEXCA (Canaryexports)			
Nombre	Sector	2º Sector	Provincia
Cocaresa, S.A.	Comercio,servicios		GRANCANARIA
Code Consulting, S.L	Consultoría, Asesoría		TENERIFE
Cofrica, S.L.	Construcción, promoción inmobiliaria		GRANCANARIA
Comercial Lobot, S.L.	Nuevas tecnologías, telecomunicaciones		GRANCANARIA
Comercial Rofer S.L	Agua,Energías Renovables	Electrónica,Informática	GRANCANARIA
Comercial Santana, S.L. .	Construcción, promoción inmobiliaria		TENERIFE
Compañía Cervecera de Canarias S.A (CCC)	Alimentación, Bebidas		TENERIFE
Compañía Insular de Comunicaciones CICOM96 S.L	Electrónica, Informática		TENERIFE
Competitividad Latina S.L.	Consultoría, Asesoría		GRANCANARIA
Confederación Canaria de Asociaciones de Jóvenes Empresarios (CCAJE)	Consultoría, Asesoría		TENERIFE
Consfal S.L.	Construcción, promoción inmobiliaria		GRANCANARIA
Consorcio de Exportación de Productos Alimenticios de Canarias, S.A.	Alimentación, Bebidas		TENERIFE
Construcciones Carolina, S.L.	Construcción, promoción inmobiliaria		TENERIFE
Construcciones Suárez Amador, S.A.	Construcción, promoción inmobiliaria		GRANCANARIA
Construcciones Verde Suárez, S.L.	Construcción, promoción inmobiliaria		GRANCANARIA
Construcciones y Suministros Covexsa, S.L.	Construcción, promoción inmobiliaria		TENERIFE
Constructora Promotora Guaydil	Construcción, promoción inmobiliaria		GRANCANARIA
Construmuestra , S.L.	Construcción, promoción inmobiliaria	Consultoría, Asesoría	GRANCANARIA
Construtec Canarias S.L	Construcción, promoción inmobiliaria		GRANCANARIA
Consultora para el Desarrollo Exterior Canario , S.L. (CODEXCA)	Consultoría, Asesoría	Hostelería y turismo	GRANCANARIA
Corpe S.L.	Construcción, promoción inmobiliaria		GRANCANARIA
Covipe, S.L.	Construcción, promoción inmobiliaria		GRANCANARIA
Creaciones Web .Net	Nuevas tecnologías, telecomunicaciones		TENERIFE
Dataconf Canarias,S.L	Consultoría, Asesoría		GRANCANARIA
Depuraciones y Bombeos Alemparte S.L .	Agua,Energías Renovables		GRANCANARIA
Derribos y Excavaciones Kiko, S.L.	Construcción, promoción inmobiliaria		GRANCANARIA
Desarrollo Informático Personalizado S.L (DEIPE)	Electrónica, Informática		GRANCANARIA

EMPRESAS EXPORTADORAS PROEXCA (Canaryexports)			
Nombre	Sector	2º Sector	Provincia
Destilerias Arehucas S.A.	Alimentación, Bebidas		GRANCANARIA
Direx Electromedicina, S.L.	Comercio,servicios		TENERIFE
Distribuciones Exclusivas Abreu, S.L.	Alimentación, Bebidas		TENERIFE
Docian S.L.	Alimentación, Bebidas		GRANCANARIA
Dover Agua, S.L.	Agua,Energías Renovables		GRANCANARIA
Drago Flor, S.A	Agricultura,Ganadería y Pesca		TENERIFE
Dylcan, S.L.	Agricultura,Ganadería y Pesca		GRANCANARIA
Edei Consultores	Consultoría, Asesoría		GRANCANARIA
EDEN Productos Alimenticios	Alimentación, Bebidas		GRANCANARIA
Edigal Reclamos Publicitarios	Comercio,servicios		GRANCANARIA
Elca Fricalan S.L	Agua,Energías Renovables		GRANCANARIA
Elecnor S.A	Agua,Energías Renovables		GRANCANARIA
Elmasa	Agua,Energías Renovables		GRANCANARIA
Elnavinte SL	Electrónica ,Informática		TENERIFE
Embotelladora de Canarias, S.A.	Alimentación, Bebidas		TENERIFE
Embutidos de Tenerife S.A.	Alimentación, Bebidas		GRANCANARIA
Enamar S.A.	Alimentación, Bebidas		GRANCANARIA
Energía Eólica y Solar Española S.A	Agua,Energías Renovables		TENERIFE
Enviexpress Canarias S.L .	Comercio,servicios		GRANCANARIA
EspaServer Servicios de internet S.L.	Nuevas tecnologías, telecomunicaciones		TENERIFE
Espicias Canarias S.L.	Alimentación, Bebidas		GRANCANARIA
Eurobanan Canarias SA	Agricultura,Ganadería y Pesca		TENERIFE
Eurocabos Sur-oeste S.L	Electrónica, Informática		GRANCANARIA
European School of Management, S.L. (E.S.M. Tenerife)	Formación		TENERIFE
Famara Suministros de Fontanería S.L.	Construcción, promoción inmobiliaria		GRANCANARIA
Fermon Indis S.L.	Comercio,servicios		TENERIFE
Fesilman , S.L.	Alimentación, Bebidas		GRANCANARIA
Floricultura Strelitzias Tenerife, S.L.	Agricultura,Ganadería y Pesca		TENERIFE

EMPRESAS EXPORTADORAS PROEXCA (Canaryexports)			
Nombre	Sector	2º Sector	Provincia
Foragro Iris S.L.L	Agua,Energías Renovables		TENERIFE
Foto Holland	Comercio,servicios		GRANCANARIA
Franjoba Canarias S.L.	Alimentación, Bebidas		GRANCANARIA
Franper S.L	Comercio,servicios		GRANCANARIA
Fresinco Bebidas, S.L.	Alimentación, Bebidas		TENERIFE
Frutas Del Cono Sur	Agricultura,Ganadería y Pesca		TENERIFE
Galileo Ingeniería y Servicios, S.A.	Consultoría, Asesoría		TENERIFE
Géiser Canarias S.L	Consultoría, Asesoría		TENERIFE
Gerard Bosse , S.L.	Alimentación, Bebidas		GRANCANARIA
Gestion Exterior Canaria, SL -	Consultoría, Asesoría		GRANCANARIA
Gestiones Administrativas Canarias S.L	Consultoría, Asesoría		GRANCANARIA
Giro Ingeniería S.L	Consultoría, Asesoría		TENERIFE
Global Exchange Commerce S.L.	Agricultura,Ganadería y Pesca	Comercio,servicios, consultoría,asesoría	GRANCANARIA
Gofio La Piña S.L	Alimentación, Bebidas		GRANCANARIA
Gourmets Express	Alimentación, Bebidas		TENERIFE
Granja Flor de Güimar SAT	Agricultura,Ganadería y Pesca		TENERIFE
Grisaleña S.L	Alimentación, Bebidas		GRANCANARIA
Grupo de Explotaciones Turísticas y Hoteleras de Canarias, S. L.	Construcción, promoción inmobiliaria	Hostelería y turismo	TENERIFE
Grupo Felix Santiago Melián	Construcción, promoción inmobiliaria		GRANCANARIA
Grupo Kalise Menorquina S.A	Alimentación, Bebidas		GRANCANARIA
Grupo MBC Formación y Consultoría Empresarial	Consultoría, Asesoría	Formación	GRANCANARIA
Grupo Santana Cazorla	Construcción, promoción inmobiliaria		GRANCANARIA
Grupo Satocan S.A.	Construcción, promoción inmobiliaria		GRANCANARIA
Guerra y Fernández S.L.	Detergentes,Perfumería y Farmacia		GRANCANARIA
Harinera Canaria S.A.	Alimentación, Bebidas		GRANCANARIA
Herrajes Guamasa S.L	Comercio,servicios	Construcción,promoción inmobiliaria	TENERIFE
Hidra Consultores	Agua,Energías Renovables		TENERIFE

EMPRESAS EXPORTADORAS PROEXCA (Canaryexports)			
Nombre	Sector	2º Sector	Provincia
Holten Products	Alimentación, Bebidas		TENERIFE
Horticultura las Lucanas S.L.	Agricultura,Ganadería y Pesca		TENERIFE
Hospiten	Comercio,servicios		TENERIFE
Hoteles Escuela de Canarias S.A (HECANSA)	Consultoría, Asesoría	Hostelería y turismo	GRANCANARIA
Ibadesa Canarias S.L.	Farmacéutica,clínica, química		GRANCANARIA
ICC Información, Tecnología, Consultoría y Proyectos	Nuevas tecnologías, telecomunicaciones		GRANCANARIA
Ide Canarias S.A	Agua,Energías Renovables		GRANCANARIA
Ideas Grupo Decoarte	Consultoría, Asesoría		GRANCANARIA
IFC & GP Proyectos inmobiliarios, Promoción y Consultoría.	Construcción, promoción inmobiliaria	Consultoría, Asesoría	TENERIFE
Importaciones Canarias de Automóviles, S.A. (ICASA)	Automoción ,Recambios		GRANCANARIA
Incide Canary S.L	Nuevas tecnologías, telecomunicaciones		GRANCANARIA
Indar Canarias S.A.	Construcción, promoción inmobiliaria		GRANCANARIA
Industrias Bruvic S.L	Alimentación, Bebidas		GRANCANARIA
Inemaq S.L	Electrónica,Informática	Nuevas tecnologías, telecomunicaciones	GRANCANARIA
Infokanario, S.L. (Knario.com)	Electrónica,Informática	Nuevas tecnologías, telecomunicaciones	TENERIFE
Ingeniería y Exportación de Tecnología S.L.	Agua,Energías Renovables		GRANCANARIA
Ingenieros Canarios Anaga S.L. (Ica Ingenieros)	Consultoría, Asesoría	Electrónica,Informática	TENERIFE
Iniscan S.L.	Construcción, promoción inmobiliaria		GRANCANARIA
Inoxcenter Canarias S.L	Comercio,servicios		GRANCANARIA
Instalaciones Agostini, S.L.	Construcción, promoción inmobiliaria		GRANCANARIA
Instituto Tecnológico de Canarias S.A (ITC)	Agua,Energías Renovables	Electrónica, Informática Nueva tecnologías Telecomunicaciones	GRANCANARIA
Instituto Tecnológico de Energías Renovables S.A (ITER)	Agua,Energías Renovables	Electrónica,Informática	TENERIFE
Intema Consultoria Internacional	Consultoría, Asesoría		GRANCANARIA
Inter Consulting Servicio de Asesoramiento Integral S.L.	Consultoría, Asesoría	Electrónica,Informática	GRANCANARIA
Internet Vía Satélite S.L	Nuevas tecnologías, telecomunicaciones		GRANCANARIA
Internetísimo S.L.	Nuevas tecnologías, telecomunicaciones		TENERIFE
Interozono, Aplicación Natural Ambiental S.L	Agua,Energías Renovables		GRANCANARIA

EMPRESAS EXPORTADORAS PROEXCA (Canaryexports)			
Nombre	Sector	2º Sector	Provincia
Itabel First s.l	Construcción, promoción inmobiliaria		TENERIFE
Italio Design Destination Sevices Exportación.	Comercio,servicios		GRANCANARIA
J. Cabrera S.L.	Nuevas tecnologías, telecomunicaciones		TENERIFE
J. M. Pérez Ortega	Agricultura,Ganadería y Pesca		TENERIFE
JM JM Servicios y Sistemas de Electrónica, S.L.	Construcción, promoción inmobiliaria	Nuevas Tecnologías, Telecomunicaciones	GRANCANARIA
José Artilles , Consultoría y Formación Consultoría Marketing Internacional	Consultoría, Asesoría	Formación	GRANCANARIA
Jose Falcón Suarez S.A	Agua,Energías Renovables		GRANCANARIA
José Sánchez Peñate S.A (JSP)	Alimentación, Bebidas		GRANCANARIA
Jugos Canarios S.A.	Alimentación, Bebidas		GRANCANARIA
Jumitel, S.L.	Nuevas tecnologías, telecomunicaciones		GRANCANARIA
La Casa de los Balcones	Comercio,servicios	Hostelería y turismo	TENERIFE
La Molineta S.L	Alimentación, Bebidas		TENERIFE
Laboratorios Pejoseca, S.L.	Agricultura,Ganadería y Pesca	Detergentes,Perfumería y Farmacia	TENERIFE
Licores Caserío Miradero	Alimentación, Bebidas		TENERIFE
Licores de Canarias S.L	Alimentación, Bebidas		TENERIFE
Limpydes Brisas Canarias S.L.	Agua,Energías Renovables		TENERIFE
Litografía A. Romero, S.A. .	Comercio,servicios		TENERIFE
Lopacan Electrónica S.L	Electrónica,Informática		GRANCANARIA
Lopez Echeto Piedras	Alimentación, Bebidas		TENERIFE
Luickhart & Cano Abogados	Consultoría, Asesoría		TENERIFE
Maquepa	Construcción, promoción inmobiliaria		GRANCANARIA
Maquinaria Soldar S.L.	Construcción, promoción inmobiliaria		TENERIFE
Maquinarias Paco S.L	Construcción, promoción inmobiliaria		GRANCANARIA
Mavico. .	Construcción, promoción inmobiliaria		GRANCANARIA
Maxorata S.A.T.	Agricultura,Ganadería y Pesca		GRANCANARIA
MBA Business School	Formación		GRANCANARIA
Medical Canarias S.A.	Detergentes,Perfumería y Farmacia		GRANCANARIA
Mejora Consulting Group, S.L.	Consultoría, Asesoría		GRANCANARIA

EMPRESAS EXPORTADORAS PROEXCA (Canaryexports)			
Nombre	Sector	2º Sector	Provincia
Metabosch S.L.U.	Automoción, Recambios	Nuevas Tecnologías, Telecomunicaciones	GRANCANARIA
Microfusión Informática S.A..	Nuevas tecnologías, telecomunicaciones		TENERIFE
Microrriego S.L.	Automoción, Recambios		GRANCANARIA
Miguel Martell S.L.	Automoción, Recambios		GRANCANARIA
Miopilaser Centro de laser ocular de Canarias	Comercio,servicios		GRANCANARIA
Mojo Canarión Artiles Ramírez, S.L	Alimentación, Bebidas		GRANCANARIA
Mojos Guachinerfe S.L.	Alimentación, Bebidas		TENERIFE
Montajes Canarias S.L.	Construcción, promoción inmobiliaria		GRANCANARIA
Naranja Telecomunicaciones	Nuevas tecnologías, telecomunicaciones		GRANCANARIA
National Training in New Technologies, NT2	Consultoría, Asesoría	Nuevas Tecnologías, Telecomunicaciones	GRANCANARIA
NemeSys (Network Multimedia Systems, SCL)	Nuevas tecnologías, telecomunicaciones		GRANCANARIA
Nogal Metal, S.L.	Comercio,servicios	Construcción,promoción inmobiliaria	GRANCANARIA
Olympia Canarias S.A	Electrónica, Informática		GRANCANARIA
Ondeo Degremont, S.A .	Agua,Energías Renovables		GRANCANARIA
Orelect S.L	Agua,Energías Renovables	Nuevas Tecnologías, Telecomunicaciones	GRANCANARIA
Panamerican Fish S.A. .	Agricultura,Ganadería y Pesca		GRANCANARIA
Panificadora Domingo, S.A	Alimentación, Bebidas		GRANCANARIA
Pedro Duque Canarias, S.A.	Alimentación, Bebidas	Comercio,servicios	TENERIFE
Pedro J. Barber Hnos S.A.	Construcción, promoción inmobiliaria		GRANCANARIA
Pelfi Canarias , S.L.	Agricultura,Ganadería y Pesca		GRANCANARIA
Pérez Moreno, S.A.	Construcción, promoción inmobiliaria		GRANCANARIA
Pikogran, S.L.	Comercio,servicios	Construcción,promoción inmobiliaria	GRANCANARIA
Pinturas Hermanos Delgado Luis, S.L.	Construcción, promoción inmobiliaria		TENERIFE
Plataforma de Exportaciones Canarias S.L (PEXCAN)	Alimentación, Bebidas		GRANCANARIA
Portualia	Nuevas tecnologías, telecomunicaciones		GRANCANARIA
Procalor , S.L	Agua,Energías Renovables		TENERIFE
Productos Químicos Brisas Canarias, S.L.	Agua,Energías Renovables		GRANCANARIA

EMPRESAS EXPORTADORAS PROEXCA (Canaryexports)			
Nombre	Sector	2º Sector	Provincia
Productos Trabel S.A.	Alimentación, Bebidas		GRANCANARIA
Promociones Minerva, S.L.	Construcción,promoción inmobiliaria		TENERIFE
Proof Gran Canaria, S.L.	Comercio,servicios		GRANCANARIA
Quesería Vola - Vaquería de Barroso)	Alimentación, Bebidas		TENERIFE
Queso Flor de Valsequillo, S.A.T.	Agricultura,Ganadería y Pesca		GRANCANARIA
Quesos de San Mateo S.L.	Agricultura,Ganadería y Pesca		GRANCANARIA
Química Aplicada Canaria S.A.	Detergentes,Perfumería y Farmacia		GRANCANARIA
R&LB Engineering Consulting .	Consultoría, Asesoría		GRANCANARIA
Re.el.ca S.L.	Comercio,servicios		TENERIFE
Reisma Refrigeración	Consultoría, Asesoría		GRANCANARIA
Representaciones Cazorla S.L.	Comercio,servicios		GRANCANARIA
RG 10 Ingeniería Int., S.L.	Construcción,promoción inmobiliaria		GRANCANARIA
Rigaz Serviradio S.L	Nuevas Tecnologías, Telecomunicaciones		GRANCANARIA
Rodritol, S.L.	Electrónica,Informática		GRANCANARIA
Sabialoe, S.L.	Agricultura,Ganadería y Pesca	Detergentes,Perfumería y Farmacia	GRANCANARIA
Saboflor, S.A.	Agricultura,Ganadería y Pesca		TENERIFE
SAT Viticultores de la Comarca de Güimar	Alimentación, Bebidas		TENERIFE
Satélite Canarias S.L	Electrónica,Informática	Nuevas Tecnologías, Telecomunicaciones	GRANCANARIA
Satti Telecom,S.L. Telecomunicaciones	Nuevas Tecnologías, Telecomunicaciones		GRANCANARIA
Seaweed Canarias, S.L.	Agricultura,Ganadería y Pesca		GRANCANARIA
Señales de Tráfico de Canarias S.L.	Comercio,servicios		GRANCANARIA
Sercominter .	Consultoría, Asesoría		TENERIFE
Servi Smeg, S.L.	Electrónica,Informática		TENERIFE
Sete Hir	Agua,Energías Renovables		GRANCANARIA
Shach, centro de negocios, S.L.	Consultoría, Asesoría		GRANCANARIA
Siemens Maquinaria S.A	Construcción, promoción inmobiliaria		GRANCANARIA
Sistemas Pulido S.L. ..	Construcción, promoción inmobiliaria		GRANCANARIA
Sociedad Agraria de Transformación nÂ° 1.720 Drago Ltda	Agricultura,Ganadería y Pesca		GRANCANARIA

EMPRESAS EXPORTADORAS PROEXCA (Canaryexports)			
Nombre	Sector	2º Sector	Provincia
Solitec, S.L.	Consultoría, Asesoría		TENERIFE
Sol-Lar	Agua,Energías Renovables		GRANCANARIA
Sotesa S.L	Electrónica,Informática		TENERIFE
Sparks software, S.L.	Consultoría, Asesoría	Electrónica,Informática	TENERIFE
Su Choso, S.L.	Construcción, promoción inmobiliaria		GRANCANARIA
Sweet Canarias S.L	Alimentación, Bebidas		TENERIFE
Tecnicanarias S.A	Agua,Energías Renovables	Comercio,servicios, Construcción,promoción inmobiliaria	GRANCANARIA
Tecosystem, S.A.	Agua,Energías Renovables		GRANCANARIA
Tedagua	Agua,Energías Renovables		GRANCANARIA
Teidagua , S.A	Agua,Energías Renovables		TENERIFE
Tenerife Investments and Properties	Construcción,promoción inmobiliaria		TENERIFE
Tiendas Informáticas de Canarias, S.L.	Comercio,servicios	Electrónica,Informática	TENERIFE
Tinerfeña de Vehículos, S.L. (Tinvesa)	Automoción,Recambios		TENERIFE
Tirma S.A.	Alimentación, Bebidas		GRANCANARIA
Top Pneus S.L	Automoción,Recambios		TENERIFE
Tramat S.L	Construcción,promoción inmobiliaria		TENERIFE
Transportes y Excavaciones Nazaret S.L	Construcción,promoción inmobiliaria		GRANCANARIA
T-Tabaiba 6-1 , S.L.	Consultoría, Asesoría		TENERIFE
Unikasday S.L	Alimentación, Bebidas	Comercio,servicios	GRANCANARIA
Universidad de La Laguna	Formación		TENERIFE
Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Formación		GRANCANARIA
Vieragalves S.L.	Detergentes,Perfumería y Farmacia		GRANCANARIA
Vimor Las Palmas S.L.	Comercio,servicios		GRANCANARIA
Virtual Business Europa S.L (VirtualB)	Consultoría, Asesoría		GRANCANARIA
Viza Properties, S.L. Sector inmobiliario.	Construcción,promoción inmobiliaria		TENERIFE
Vultesa S.L.	Automoción,Recambios		TENERIFE
VVO Construcciones	Construcción,promoción inmobiliaria		GRANCANARIA
West Atlantic Traders, S.L.	Agricultura,Ganadería y Pesca	Comercio,servicios	GRANCANARIA

EMPRESAS EXPORTADORAS PROEXCA (Canaryexports)			
Nombre	Sector	2º Sector	Provincia
Western Seed España, S.A.	Agricultura, Ganadería y Pesca		GRANCANARIA
Yuba, S.L.	Agua, Energías Renovables		GRANCANARIA
Zumos Gran Canaria, S.L.	Alimentación, Bebidas		GRANCANARIA
Fuente: Canaryexports, Proexca. Elaborado por Atlántida Consultores			

Tabla 6-2

EMPRESAS EXPORTADORAS SEGÚN AGENCIA TRIBUTARIA Y PROEXCA	1997	2000	2003	PROEXCA
AEROGENERADORES CANARIOS SA	SI	SI	SI	SI
AFONSO MARTEL SL	SI	SI	NO	SI
AFRAMAR SL	NO	SI	SI	NO
AFRICA NSA SA	NO	SI	SI	SI
AGENCIA CALZADILLA SA	SI	SI	NO	NO
AGUAS DE VILAFLOR SA	SI	SI	NO	NO
AHLERS CONSIGNATARIA SA	SI	SI	SI	NO
AHUMADOS CANARIOS SA	SI	NO	SI	NO
ALCRUZ CANARIAS SL	NO	NO	SI	NO
ALGARPESCA SA	SI	SI	SI	NO
ALIMENTACION EL MONTE SA	SI	NO	NO	NO
ALUMINIOS DEL NORTE EVA SL	SI	SI	NO	NO
ANA JIMENEZ DERMOCOSMETICA SL	NO	NO	SI	NO
ANABEL MARTIN SL	NO	SI	SI	NO
ANDRES BAEZ GONZALEZ SA	NO	SI	SI	SI
ARIMOTOR TENERIFE SL	NO	NO	SI	NO
ARMADORES PESQUEROS DEL SURESTE SA	SI	NO	NO	NO
ATLANTICA DIR NOVENTA Y TRES SL	NO	SI	NO	NO
ATLANTIC SEA REEFER SA	SI	NO	SI	NO
ATLANTIC TRADERS SL	SI	SI	SI	NO
AUTOS CABRERA MEDINA SL	NO	SI	SI	NO
B. ORLY SL	SI	SI	SI	NO
BAJAMAR DOCE SA	SI	SI	SI	NO
BODEGAS MONJE SL	NO	SI	NO	SI
BOLSA DE AGUAS DE LA PALMA SA	NO	SI	SI	NO
BONNY SA	SI	SI	SI	SI
BRAVOSUR SL	NO	NO	SI	SI
CAFSA SA	SI	SI	SI	NO
CAGUASA SL	NO	SI	NO	NO
CANARIAS COMERCIO INTERNACIONAL SA	SI	SI	SI	SI
CANARY INTERNACIONAL FORWARDING SL	NO	SI	NO	NO
CANARY ISLANDS CAR SL	SI	SI	SI	NO
CANPESCA SL	SI	SI	SI	NO
CASH & CARRY FOOD BROKER SL	NO	SI	NO	NO
CATAFRUIT SA	SI	SI	SI	NO
CEMENTOS LAS TORRES SL	SI	SI	SI	NO
CENTRAL UNIFORMES SL	NO	SI	NO	NO
CERAMISTAS,S.A.UNIPERSONAL	NO	NO	SI	NO

EMPRESAS EXPORTADORAS SEGÚN AGENCIA TRIBUTARIA Y PROEXCA	1997	2000	2003	PROEXCA
CERVESUR SL	SI	SI	SI	NO
CITA TABACOS DE CANARIAS SL	NO	SI	SI	NO
CITA TOBACCO INTERNATIONAL SL	NO	NO	SI	NO
CLUB LA SANTA SA	SI	SI	SI	NO
COCAL SA	SI	SI	SI	SI
COMERCIAL ACAFRAN SL	NO	NO	SI	NO
COMERCIAL ALTE WOLFGANG KUHN SL	NO	NO	SI	NO
COMERCIAL FERPE CANARIAS SL	NO	NO	SI	NO
COMERCIAL JADE CANARIAS SL	SI	SI	SI	NO
COMERCIAL JUPAMA SA	SI	NO	SI	NO
COMERCIAL MARIAM SA	SI	SI	SI	NO
COMERCIAL TABAQUERA DE CANARIAS SA	SI	SI	SI	NO
CONDAL Y PEÑAMIL HOUSE SA	SI	SI	SI	NO
CONGELADOS HERBANIA SL	SI	SI	SI	NO
CONTROLES TENERIFE SL	SI	SI	SI	NO
CRISTALERIA INSULAR SA	NO	SI	NO	NO
CROMATICA SL	SI	SI	NO	NO
DISTRIBUCIONES EXCLUSIVAS SERCOIS S.L.L.	NO	SI	SI	NO
DISTRIBUIDORA DE CEFALOPODOS SL	SI	SI	SI	NO
DISTRIBUIDORA ROIGCAR SL	NO	SI	NO	NO
DOCIAN SL	SI	SI	SI	SI
DORXI CANARIAS SL	NO	NO	SI	NO
EDITORIAL PRENSA CANARIA SA	NO	NO	SI	NO
EL GRIFO SA	SI	SI	SI	NO
ELNAVINTE SL	NO	NO	SI	SI
EMBOTELLADORA DE CANARIAS SA	SI	SI	SI	SI
EMPRESA CANARIA DE DISTRIBUCION SA	SI	NO	SI	NO
ENAMAR SA	SI	SI	SI	SI
ESTUDIO COMERCIAL ISLAUTO SL	NO	NO	SI	NO
EXTRAMEDIOS DE COMUNICACION SL	SI	NO	NO	NO
FERROTEA SL	SI	NO	NO	NO
FERRUCCIO IDA SL UNIPERSONAL	NO	SI	SI	NO
FERTIORMONT CANARIAS SL	SI	SI	SI	NO
FIGUERAS CANARIAS EQUIPA E INSTAL S L	NO	NO	SI	NO
FITOSANITARIOS CANARIOS SL	NO	NO	SI	NO
FLAMAVIP SL	NO	SI	SI	NO
FLORICULTURA IBERLANDA SL UNIPERSONAL	SI	SI	SI	NO
FRAVIA CANARIAS SL	NO	SI	NO	NO
FRICOM J.G.G. SL	SI	SI	SI	NO
GERARD BOSSE SL	NO	SI	SI	SI
GESCAR 140 SL	SI	SI	SI	NO
GIRASOL TENERIFE SUR SL	NO	NO	SI	NO

EMPRESAS EXPORTADORAS SEGÚN AGENCIA TRIBUTARIA Y PROEXCA	1997	2000	2003	PROEXCA
GOHEMA SL	NO	NO	SI	NO
GONZALEZ MARTIN CARLOS	SI	NO	NO	NO
GRAFICO SA	NO	NO	SI	NO
GRAN CASINO DE LAS PALMAS SA	SI	NO	SI	NO
GRANDIFLOR SL	SI	SI	SI	NO
GRAUVELL FISHING CANARIAS SA	NO	SI	SI	NO
GRUPO HIPAMA TRES SL	SI	NO	NO	NO
GRUPO RAMCHAND TEJUMAL ASWANI SL	SI	SI	SI	NO
HAMILTON C.N SL	SI	SI	SI	NO
HERMANN VOLKMANN SL	SI	SI	SI	NO
HIERBAS AROMATICAS DE CANARIAS SL	NO	SI	SI	NO
HISPANO RADIO MARITIMA SA	SI	SI	SI	NO
HOLDING ITALOCANARIO SL	SI	SI	SI	NO
HONESTO RUIZ SL	NO	NO	SI	NO
HORTICULTURA LAS LUCANAS SL	SI	SI	SI	SI
IBERSA DE PINTURAS SL	NO	SI	SI	NO
IGC-GROUP INTERNAT GARDEN COMP ESPAÑA SL	NO	NO	SI	NO
IMEX PARADISE SL	NO	NO	SI	NO
INCAPOL SA	SI	SI	SI	NO
INDUCAR SA	SI	SI	SI	NO
INSULAR DE GINECOLOGIA SL	SI	NO	SI	NO
INSULAR TEXTILIA SA	SI	NO	SI	NO
INTERPRAL SL	NO	SI	SI	NO
INVERPESCA FISH SL	SI	SI	SI	NO
INVERSIONES HOTELERAS PLAYA DEL DUQUE SA	SI	SI	SI	NO
J V HOSPITALARIA SL	SI	NO	SI	NO
JAIME LLORCA SA	SI	SI	SI	NO
JMPEX DIRECT TENERIFE SL UNIPERSONAL	NO	NO	SI	NO
JUAN ACOSTA INTERNACIONAL DE COMERCIO SL	NO	NO	SI	NO
JUGOS CANARIOS SA	NO	SI	SI	SI
KING ELECTRONICS IMP_EXP SA	SI	SI	SI	NO
KIRANS SA KIRANS SA	NO	SI	SI	NO
KUNYMAN SL	SI	NO	NO	NO
LA COMPAÑIA AGRICOLA DE TENERIFE SA	SI	SI	SI	NO
LAS CHAFIRAS SA	SI	SI	SI	NO
LERO MINUSVAL SL	NO	SI	SI	NO
LITOGRAFIA A ROMERO SA	SI	SI	SI	SI
LOGO MOTIVO SL	NO	NO	SI	NO
LOIRAPEX CANARIAS SL	NO	SI	SI	NO
LUIS BOTELLO IMPORTACIONES SL	NO	NO	SI	NO
MAGAPE SA	SI	NO	SI	NO

EMPRESAS EXPORTADORAS SEGÚN AGENCIA TRIBUTARIA Y PROEXCA	1997	2000	2003	PROEXCA
MANUEL GUERRA E HIJOS SA	SI	SI	SI	NO
MARCHA SA	NO	NO	SI	NO
MARMOLES DAVERIANO, SL	NO	SI	NO	NO
MARTEL Y CABRERA SL	NO	NO	SI	NO
MEDICAL CANARIAS SA	SI	NO	SI	NO
MELKART FISH SL	NO	SI	NO	NO
MERCURI PUBLIC, SL	NO	SI	NO	NO
METAL CONFORT SL	SI	SI	NO	NO
MILLAN BOISSIER IGNACIO ALEJANDRO	NO	NO	SI	NO
MOLINO DE AGUAS LOS CABUCO SL	NO	NO	SI	NO
MUEBLES DE COCINA FAGOSA SL	NO	NO	SI	NO
MUNDI-REP REPRESENTACIONES SL	NO	NO	SI	NO
NORDFROST CANARIAS SA	SI	SI	SI	NO
PALCANARIAS SA	SI	SI	SI	NO
PANAMERICAN FISH SA	NO	SI	SI	SI
PANIFICADORA DOMINGO SA	SI	NO	SI	SI
PEDRO GUERRA SANCHEZ AGENCIA GUERRA SL	NO	SI	NO	NO
PELFI CANARIAS SL	SI	SI	SI	SI
PESCA ALGAR SA	SI	NO	NO	NO
PESQUERAS GOBER SL	NO	SI	SI	NO
POSITRONICA SA	SI	SI	SI	NO
PRO-CAR 2000 SL	SI	SI	SI	NO
PRODUCE SUNNY FRESH SL	NO	SI	SI	NO
PRODUCTOS TABAQUEROS CANARIAS SL	NO	SI	SI	NO
PRODUCTOS TRABEL SA	SI	NO	SI	SI
PROGED CANARIAS SA	NO	NO	SI	NO
PROMOCION EXTERIOR DE TENERIFE SA	SI	SI	SI	NO
R&R MANAGEMENT SA	SI	NO	SI	NO
RAIDER CANARIAS, SL UNIPERSONAL	NO	SI	SI	NO
RAINER MAURITZ SL	SI	SI	SI	NO
RANDY SA	NO	SI	SI	NO
RAYMOND RIEU SA	NO	NO	SI	NO
REGIA 2000 SL	NO	NO	SI	NO
REPUESTOS URUGUAY SA	NO	NO	SI	NO
RETAMA 3 SL	NO	NO	SI	NO
ROCAS Y PIEDRAS LOPEZ ECHETO SL	SI	NO	SI	NO
RODA INTERNACIONAL CANARIAS SL	SI	SI	SI	NO
ROTAY SL	NO	SI	NO	NO
RUBEN RODRIGUEZ SA	NO	SI	NO	NO
SAT FILADELFIA SL	SI	NO	NO	NO
SHARTEX TRADING SL	NO	NO	SI	NO
SHERRITT OVERSEAS CORP	SI	SI	SI	NO
SIMPLEX SL	SI	NO	SI	NO

EMPRESAS EXPORTADORAS SEGÚN AGENCIA TRIBUTARIA Y PROEXCA	1997	2000	2003	PROEXCA
SOFOTO SL	SI	SI	SI	NO
SOTESA,S.L.	SI	NO	SI	SI
STIER SHIPAGENCY SL	NO	NO	SI	NO
SUAREZ CABALLERO FRANCISCO	SI	SI	SI	NO
SUMINISTROS QUIMICOS Y MEDICOS SL	NO	SI	NO	NO
SUPERSTORE FEK SL	SI	NO	SI	NO
TECHNO VIDEO CANARIAS SL	NO	SI	SI	NO
TECNICANARIAS SA	SI	NO	NO	SI
TECNICAS DE MANIPULACION SL	NO	SI	SI	NO
THE PREMIUM CIGAR COMPANY SL	NO	SI	NO	NO
THEMIS-TELESCOPIO HELIOGRAFICO SL	NO	NO	SI	NO
TIENDAS ESPECIALIZADAS DE CANARIAS SL	NO	SI	SI	NO
TRANSFORMACION DE LA MADERA DE TENERIFE	SI	NO	NO	NO
TRAVEL DIFFUSION SL	SI	NO	NO	NO
UNICOMERCIAL SL	NO	NO	SI	NO
UNIFRUTTI CANARIAS SA	SI	NO	NO	NO
UNION RENT SA	SI	SI	SI	NO
VEIN KIT SL	NO	NO	SI	NO
VIDRIERAS CANARIAS SA	SI	SI	SI	NO
VOGART CANARIAS SL	SI	SI	SI	NO
WAREHOUSE ESTUDIO 95 SL	SI	SI	NO	NO
WESTERN SEED ESPAÑA SA	SI	SI	SI	SI
WORLDBEST CIGARS-COMERCIO DE TABACOS SL	NO	NO	SI	NO
YALE CANARIAS, SA	NO	NO	SI	NO

Fuente: Directorio de empresas exportadoras.(Agencia Tributaria) y Proexca. Elaborado por Atlántida Consultores

Tabla 6-3

EMPRESAS EXCLUSIVAMENTE EXPORTADORAS (2003)			
Santa Cruz de Tenerife		Las Palmas de Gran Canaria	
Nombre	Código IAE	Nombre	Código IAE
Sofoto SL	6195	Unicomercial SL	6511
Elnavinte SL	6532	Docian SL	6515
Comercial Jade Canarias SL	6533	Grupo Ramchand Tejumanl Aswani SL	6192
Rocas y Piedras Lopez Echeto SL	6129	Juan Acosta Internacional de Comercio	631
Hamilton C.N SL	6126	Cementos Las Torres SL	6174
Comercial Ferpe Canarias SL	6159	Holding Italocanario SL	6128
Hermann Volkmann SL	6126	Gescar 140 SL	6151
Mundi-Rep Representaciones SL	631	Tiendas especializadas de Canarias SL	6466
Arimotor Tenerife	6151	Anabel Martín SL	6128
Comercial Acafran SL	6532	Cervesur SL	6126
Simplex SL	6622	Gerard Bosse SL	6121
J V Hospitalaria SL	6142	Insular de Ginecología SL	6593
Condal y Peñamil House SA	6466	Roda Internacional Canarias SL	6128
Catafruit SA	6123	Fitosanitarios Canarias	6122
Repuestos Uruguay SA	6542	Tecnicas de Manipulación SL	6545
Raymond Rieu	6593	Gohema SL	6592
Las Chafiras SA	6533	Luis Botello Importaciones SL	6546
Bolsa de Aguas de la Palma SA	6599	Imex Paradise SL	6523
Manuel Guerra e Hijos SA	6596	Atlantic Traders SL	6192
Rainer Mauritz SL	6129	Vogart Canarias SL	6192
Nordfrost Canarias SA	6121	Comercial Mariam SA	6129
Distribuciones exclusivas Sercois SLL		Randy SA	6191
Kirans SA Kirans SA	6154	Jaime Llorca SA	6128
B.Orly	6532	Africa Nsa SA	6128
Canarioalemana de Automóviles SL	6151	Insular Textilía SA	6511
Comercial Alte Wolfgang Kuhn SL		Canarias Comercio Internacional SA	611
Cita Tobacco International SL	6126	Embotelladora de Canarias SA	6126
Bonny SA	6123	Positronica SA	6192
Proged Canarias SA	6121	Panamerican Fish SA	6128
Grauvell Fishing Canarias SA	6128	Ceramistas, SA unipersonal	6174
Andres Baez Gonzalez SA	6123	King Electronics Imp-Exp SA	6154
Comercial Tabaquera de Canarias SA	6126	Medical Canarias SA	6593
La Compañía Agrícola de Tenerife	6123	Cafsa SA	6122
WorldBest Cigars-Comercio de Tabacos SL	6126	Milan Boissier Ignacio Alejandro	
Empresas Canaria de Distribución SA	6126	Pesqueras Gober SL	6128
		Interpal SL	6121
		Congelados Herbania SL	6121
		Bravosur SL	6122

EMPRESAS EXCLUSIVAMENTE EXPORTADORAS (2003)

Santa Cruz de Tenerife		Las Palmas de Gran Canaria	
Nombre	Código IAE	Nombre	Código IAE
		Canpesca SL	631
		Produce Sunny Fresh S.L	6121
		Suarez Caballero Francisco	
		Inverpesca SL	6128
		Shartex Trading SL	6191
		Enamar	6121
		Algarpesca SA	6128
		Western Seed España SA	6121
Total	36	Total	46

Fuente: Agencia Tributaria y Camerdata. Elaborado por Atlántida Consultores

Tabla 6-4

PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS EN EL AÑO 2000 y 2003 PARA CANARIAS					
Producto Cod.Taric	Valor exportación (miles €) 2003	Orden 2003	Valor exportación (miles €) 2000	Orden 2000	Tasa de crecimiento
[27] COMBUSTIBLES MINERALES, ACEITES MINERALES Y PRODUCTOS DE SU DESTILACIÓN; MATERIAS BITUMINOSAS; CERAS MINERALES	211419	1	260020	1	-18,69%
[99] RESERVADA PARA CIERTOS USOS ESPECIFICOS DETERMINADOS POR LAS AUTORIDADES COMUNITARIAS COMPETENTES	169394	2	210193	3	-19,41%
[07] HORTALIZAS, PLANTAS, RAÍCES Y TUBÉRCULOS ALIMENTICIOS	159034	3	220426	2	-27,85%
[06] PLANTAS VIVAS Y PRODUCTOS DE LA FLORICULTURA	29849	4	29266	4	1,99%
[03] PESCADOS Y CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y DEMÁS INVERTEBRADOS ACUÁTICOS	27648	5	22317	6	23,89%
[21] PREPARACIONES ALIMENTICIAS DIVERSAS	24348	6	28437	5	-14,38%
[89] BARCOS Y DEMÁS ARTEFACTOS FLOTANTES	21884	7	4219	11	418,70%
[48] PAPEL Y CARTÓN; MANUFACTURAS DE PASTA DE CELULOSA, DE PAPEL O CARTÓN	16327	8	20579	8	-20,66%
[84] REACTORES NUCLEARES, CALDERAS, MÁQUINAS, APARATOS Y ARTEFACTOS MECÁNICOS; PARTES DE ESTAS MÁQUINAS O APARATOS	8024	9	3953	12	102,99%
[87] VEHÍCULOS AUTOMÓVILES, TRACTORES, VELOCÍPEDOS Y DEMÁS VEHÍCULOS TERRESTRES, SUS PARTES Y ACCESORIOS	6789	10	13474	9	-49,61%
[24] TABACO Y SUCEDÁNEOS DEL TABACO ELABORADOS	5668	11	21306	7	-73,40%
[19] PREPARACIONES A BASE DE CEREALES, HARINA, ALMIDÓN, FÉCULA O LECHE; PRODUCTOS DE PASTELERÍA	5177	12	5341	10	-3,07%
[70] VIDRIO Y SUS MANUFACTURAS	5069	13	1509	20	235,92%
[88] AERONAVES, VEHÍCULOS ESPACIALES, Y SUS PARTES	3429	14	2226	16	54,04%

PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS EN EL AÑO 2000 y 2003 PARA CANARIAS

Producto Cod.Taric	Valor exportación (miles €) 2003	Orden 2003	Valor exportación (miles €) 2000	Orden 2000	Tasa de crecimiento
[90] INSTRUMENTOS Y APARATOS DE ÓPTICA, FOTOGRAFÍA O CINEMATOGRAFÍA, DE MEDIDA, CONTROL O PRECISIÓN; INSTRUMENTOS Y APARATOS MEDICOQUIRÚRGICOS; PARTES Y ACCESORIOS DE ESTOS INSTRUMENTOS O APARATOS	2982	15	744	24	300,81%
[22] BEBIDAS, LÍQUIDOS ALCOHÓLICOS Y VINAGRE	2962	16	3484	13	-14,98%
[30] PRODUCTOS FARMACÉUTICOS	2465	17	350	37	604,29%
[15] GRASAS Y ACEITES ANIMALES O VEGETALES; PRODUCTOS DE SU DESDOBLAMIENTO; GRASAS ALIMENTICIAS ELABORADAS; CERAS DE ORIGEN ANIMAL O VEGETAL	2313	18	469	31	393,18%
[39] PLÁSTICO Y SUS MANUFACTURAS	1870	19	490	28	281,63%
[85] MÁQUINAS, APARATOS Y MATERIAL ELÉCTRICO, Y SUS PARTES; APARATOS DE GRABACIÓN O REPRODUCCIÓN DE SONIDO, APARATOS DE GRABACIÓN O REPRODUCCIÓN DE IMAGEN Y SONIDO EN TELEVISIÓN, Y LAS PARTES Y ACCESORIOS DE ESTOS APARATOS	1781	20	1430	21	24,55%
[47] PASTA DE MADERA O DE OTRAS MATERIAS FIBROSAS CELULÓSICAS; PAPEL O CARTÓN PARA RECICLAR (DESPERDICIOS Y DESECHOS)	1567	21	2821	14	-44,45%
[08] FRUTAS Y FRUTOS COMESTIBLES; CORTEZAS DE AGRIOS (CÍTRICOS), DE MELONES O DE SANDÍAS	1304	22	1715	19	-23,97%
[76] ALUMINIO Y SUS MANUFACTURAS	1302	23	1845	18	-29,43%
[94] MUEBLES; MOBILIARIO MÉDICOQUIRÚRGICO; ARTÍCULOS DE CAMA Y SIMILARES; APARATOS DE ALUMBRADO NO EXPRESADOS NI COMPRENDIDOS EN OTRA PARTE; ANUNCIOS, LETREROS Y PLACAS INDICADORAS, LUMINOSOS Y ARTÍCULOS SIMILARES; CONSTRUCCIONES PREFABRICADAS	956	26	2568	15	-62,77%

PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS EN EL AÑO 2000 y 2003 PARA CANARIAS

Producto Cod.Taric	Valor exportación (miles €) 2003	Orden 2003	Valor exportación (miles €) 2000	Orden 2000	Tasa de crecimiento
[34] JABONES, AGENTES DE SUPERFICIE ORGÁNICOS, PREPARACIONES PARA LAVAR, PREPARACIONES LUBRICANTES, CERAS ARTIFICIALES, CERAS PREPARADAS, PRODUCTOS DE LIMPIEZA, VELAS Y ARTÍCULOS SIMILARES, PASTAS PARA MODELAR, CERAS PARA ODONTOLOGÍA Y PREPARACIONES PARA	283	41	2135	17	-86,74%

Fuente: Agencia Tributaria. Elaborado por Atlántida Consultores

Tabla 6-5

PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS EN EL AÑO 2000 y 2003 PARA SANTA CRUZ DE TENERIFE					
Producto Cod.Taric	Valor exportación (miles €) 2003	Orden 2003	Valor exportación (miles €) 2000	Orden 2000	Tasa de crecimiento
	[99] RESERVADA PARA CIERTOS USOS ESPECIFICOS DETERMINADOS POR LAS AUTORIDADES COMUNITARIAS COMPETENTES	157503	1	198119	1
[27] COMBUSTIBLES MINERALES, ACEITES MINERALES Y PRODUCTOS DE SU DESTILACIÓN; MATERIAS BITUMINOSAS; CERAS MINERALES	130819	2	192900	2	-32,18%
[07] HORTALIZAS, PLANTAS, RAÍCES Y TUBÉRCULOS ALIMENTICIOS	54184	3	71096	3	-23,79%
[06] PLANTAS VIVAS Y PRODUCTOS DE LA FLORICULTURA	18442	4	14575	5	26,53%
[87] VEHÍCULOS AUTOMÓVILES, TRACTORES, VELOCÍPEDOS Y DEMÁS VEHÍCULOS TERRESTRES, SUS PARTES Y ACCESORIOS	4759	5	11500	6	-58,62%
[89] BARCOS Y DEMÁS ARTEFACTOS FLOTANTES	4443	6	***	****	
[24] TABACO Y SUCEDÁNEOS DEL TABACO ELABORADOS	4046	7	20132	4	-79,90%
[88] AERONAVES, VEHÍCULOS ESPACIALES, Y SUS PARTES	3403	8	2226	9	52,88%
[48] PAPEL Y CARTÓN; MANUFACTURAS DE PASTA DE CELULOSA, DE PAPEL O CARTÓN	3141	9	5818	7	-46,01%
[90] INSTRUMENTOS Y APARATOS DE ÓPTICA, FOTOGRAFÍA O CINEMATOGRAFÍA, DE MEDIDA, CONTROL O PRECISIÓN; INSTRUMENTOS Y APARATOS MEDICOURGICOS; PARTES Y ACCESORIOS DE ESTOS INSTRUMENTOS O APARATOS	2821	10	717	14	293,44%
[30] PRODUCTOS FARMACÉUTICOS	2465	11	347	18	610,37%
[84] REACTORES NUCLEARES, CALDERAS, MÁQUINAS, APARATOS Y ARTEFACTOS MECÁNICOS; PARTES DE ESTAS MÁQUINAS O APARATOS	2387	12	2642	8	-9,65%
[22] BEBIDAS, LÍQUIDOS ALCOHÓLICOS Y VINAGRE	2075	13	66	41	3043,94%

**PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS EN EL AÑO 2000 y 2003
PARA SANTA CRUZ DE TENERIFE**

Producto Cod.Taric	Valor exportación (miles €) 2003	Orden 2003	Valor exportación (miles €) 2000	Orden 2000	Tasa de crecimiento
[76] ALUMINIO Y SUS MANUFACTURAS	828	14	1520	10	-45,53%
[85] MÁQUINAS, APARATOS Y MATERIAL ELÉCTRICO, Y SUS PARTES; APARATOS DE GRABACIÓN O REPRODUCCIÓN DE SONIDO, APARATOS DE GRABACIÓN O REPRODUCCIÓN DE IMAGEN Y SONIDO EN TELEVISIÓN, Y LAS PARTES Y ACCESORIOS DE ESTOS APARATOS	668	15	1193	11	-44,01%
[47] PASTA DE MADERA O DE LAS DEMÁS MATERIAS FIBROSAS CELULÓSICAS; PAPEL O CARTÓN PARA RECICLAR (DESPERDICIOS Y DESECHOS)	589	16	802	13	-26,56%
[97] OBJETOS DE ARTE O COLECCIÓN Y ANTIGÜEDADES	509	17	226	22	125,22%
[94] MUEBLES; MOBILIARIO MEDICOQUIRÚRGICO; ARTÍCULOS DE CAMA Y SIMILARES; APARATOS DE ALUMBRADO NO EXPRESADOS NI COMPRENDIDOS EN OTRA PARTE; ANUNCIOS, LETREROS Y PLACAS INDICADORAS, LUMINOSOS Y ARTÍCULOS SIMILARES; CONSTRUCCIONES PREFABRICADAS	503	18	313	21	60,70%
[08] FRUTAS Y FRUTOS COMESTIBLES; CORTEZAS DE AGRIOS (CÍTRICOS), MELONES O SANDÍAS	489	19	1032	12	-52,62%
[39] PLÁSTICO Y SUS MANUFACTURAS	479	20	169	28	183,43%
[33] ACEITES ESENCIALES Y RESINOIDES; PREPARACIONES DE PERFUMERÍA, DE TOCADOR O DE COSMÉTICA	347	22	669	15	-48,13%
[49] PRODUCTOS EDITORIALES, DE LA PRENSA Y DE LAS DEMÁS INDUSTRIAS GRÁFICAS; TEXTOS MANUSCRITOS O MECANOGRAFIADOS Y PLANOS	410	21	358	17	14,53%
[35] MATERIAS ALBUMINOIDEAS; PRODUCTOS A BASE DE ALMIDÓN O DE FÉCULA MODIFICADOS; COLAS; ENZIMAS	1	73	318	19	-99,69%
[09] CAFÉ, TÉ, YERBA MATE Y ESPECIAS	267	25	313	20	-14,70%

Fuente: Agencia Tributaria. Elaborado por Atlántida Consultores

Tabla 6-6

LISTADO DE CURSOS MEMORIA 2003 SANTA CRUZ DE TENERIFE	
Curso Superior de Estrategia y Gestión del Comercio Exterior	20
JORNADAS Y SEMINARIOS	ASISTENTES
Los Medios de Pago y la Financiación en Comercio Internacional	49
La ZEC, un incentivo para la internacionalización de las empresas canarias	34
Cómo preparar un producto para su lanzamiento internacional	53
Jornada sobre créditos documentarios de exportación y cobros y pagos internacionales on line	76
Jornada Informativa de Comercio Exterior AEAT- Cámaras de Comercio	40
Línea ICO para la internacionalización de la empresa española	30
Jornada Informativa sobre Mercados Exteriores: Miami (EE.UU)	63
Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife Servicios para la internacionalización de la	40
Empresa IV edición "Santa Cruz emprende"	
Oportunidades de negocio en Cabo Verde(I Semana de Cabo Verde en Canarias)	75
Instrumentos de Apoyo a la Inversión Extranjera (I Semana de Cabo Verde en Canarias)	75
CENTRO DE FRANCÉS DE LOS NEGOCIOS Y LAS PROFESIONES	ASISTENTES
Certificado de Francés Profesional	7
Diploma de Francés Empresarial, grado 1	4
PROGRAMA: COMERCIO EXTERIOR	ASISTENTES
Estrategia y gestión de comercio exterior	22
PROGRAMA: FORMACIÓN A DISTANCIA	ALUMNOS
Comercio exterior	1
Incoterms 2000	1
Mercado de divisas	1
Logística Internacional	2

LISTADO DE CURSOS MEMORIA 2002 SANTA CRUZ DE TENERIFE	
Seminario "Potencie su Actividad Exportadora"	10
III Jornadas de Comercio Exterior	100
Curso Básico de Comercio Exterior	13
Cómo motivar a una empresa exportadora	25
Curso de Francés para Empresarios	15
PROGRAMA: FORMACIÓN A DISTANCIA	ALUMNOS
Comercio exterior	1
Fuente. Memoria Cámara Santa Cruz de Tenerife 2002 y 2003. Elaborado por Atlántida Consultores	