

# EMPRESAS Y EMPRESARIOS

EN LA

# ECONOMÍA GLOBAL



**MEDITERRÁNEO ECONÓMICO**  
COLECCIÓN ESTUDIOS SOCIOECONÓMICOS

21

Coordinador  
José Luis García Delgado

FUNDACIÓN









MEDITERRÁNEO  
ECONÓMICO

21

# EMPRESAS Y EMPRESARIOS EN LA ECONOMÍA GLOBAL

**Coordinador**

José Luis García Delgado

# MEDITERRÁNEO ECONÓMICO

## CONSEJO ASESOR

*Juan del Águila Molina  
Joaquín Auriolas Martín  
Horacio Capel Sáez  
Francisco Ferraro García  
José María García Álvarez-Coque  
Jordi Nadal Oller  
Antonio Pérez Lao  
Manuel Pimentel Siles*

## CONSEJO DE REDACCIÓN

*Rodolfo Caparrós Lorenzo  
Francisco J. Cortés García  
Roberto García Torrente  
Abel La Calle Marcos  
Bienvenido Marzo López  
Antonio Parejo Barranco  
Andrés Sánchez Picón  
David Uclés Aguilera  
Francisco J. Cortés García*

## DIRECTORA DE LA COLECCIÓN

*Carmen María Giménez Rodríguez*

## COORDINADOR [NÚM. 21]

*José Luis García Delgado*

## MEDITERRÁNEO ECONÓMICO [NÚM. 21]

### EMPRESAS Y EMPRESARIOS EN LA ECONOMÍA GLOBAL

© de la edición: CAJAMAR Caja Rural, Sociedad Cooperativa de Crédito  
© del texto: los autores

**Edita:** CAJAMAR Caja Rural, Sociedad Cooperativa de Crédito

**Produce:** Fundación Cajamar [www.fundacioncajamar.com]

**Diseño y maquetación:** Francisco J. Fernández y Beatriz Martínez Belmonte

**Imprime:** Escobar Impresores SL. El Ejido (Almería)

**ISSN:** 1698-3726

**ISBN-13:** 978-84-95531-53-7

**Depósito legal:** AL-728-2008

**Fecha de publicación:** Junio 2012

Impreso en España / Printed in Spain

*Cajamar Caja Rural no se responsabiliza de la información y opiniones contenidas en esta publicación, siendo responsabilidad exclusiva de sus autores.*

*© Todos los derechos reservados. Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta publicación, así como la edición de su contenido por medio de cualquier proceso reprográfico o fónico, electrónico o mecánico, especialmente imprenta, fotocopia, microfilm, offset o mimeógrafo, sin la previa autorización escrita del editor.*

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| PRESENTACIÓN.....             | 7 |
| <i>Juan del Águila Molina</i> |   |

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| INTRODUCCIÓN.....               | 9 |
| <i>José Luis García Delgado</i> |   |

### **I. LEGITIMACIÓN SOCIAL DE LA FUNCIÓN EMPRESARIAL Y DEL EMPRESARIO**

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| LA RAZÓN DE SER DEL EMPRESARIO..... | 13 |
| <i>Álvaro Cuervo García</i>         |    |

|   |    |
|---|----|
| LA FUNCIÓN INNOVADORA DEL EMPRESARIO EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO..... | 25 |
| <i>Fernando Becker</i>  |    |

|   |    |
|---|----|
| EL SENTIDO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL:<br>EL RELATO DEL EMPRESARIO EXCELENTE ..... | 37 |
| <i>Adela Cortina</i>  |    |

|  |    |
|--|----|
| NATURALEZA DE LA FUNCIÓN EMPRESARIAL ..... | 47 |
| <i>Jesús Banegas</i>                       |    |

|  |    |
|--|----|
| EMPRESARIADO. UN ESTADO DE LA INVESTIGACIÓN..... | 53 |
| <i>Rogelio Velasco</i>                           |    |

### **II. NUEVOS ESCENARIOS Y CONDICIONES PARA LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL EN EL MARCO INTERNACIONAL**

|   |    |
|---|----|
| CALIDAD INSTITUCIONAL Y ENTORNO EMPRESARIAL ..... | 65 |
| <i>José Antonio Alonso</i>                        |    |

|   |    |
|---|----|
| EL RE-BALANCEO DEL MUNDO HACIA LOS EMERGENTES ..... | 79 |
| <i>Javier Santiso</i>                               |    |

|  |    |
|--|----|
| HACER EMPRESA EN UN ENTORNO TECNOLÓGICO GLOBAL ..... | 91 |
| <i>José María O'Kean</i>                             |    |

|  |    |
|--|----|
| EL ESTÍMULO DE LA ORIENTACIÓN EXPORTADORA<br>COMO ESTRATEGIA ANTI-CRISIS: EL PAPEL DEL CAPITAL HUMANO..... | 99 |
| <i>Emilio Congregado y Concepción Román</i>  |    |

### **III. LA INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL ESPAÑOLA**

|  |     |
|--|-----|
| LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA..... | 121 |
| <i>Emilio Ontiveros y Sara Balina</i>                |     |

|  |     |
|--|-----|
| LA INVERSIÓN INTERNACIONAL DE LA EMPRESA ESPAÑOLA.<br>LOS EFECTOS DE LA CRISIS ..... | 139 |
| <i>Rafael Myro y Carlos Manuel Fernández-Otheo</i>                                   |     |

|  |     |
|--|-----|
| INNOVACIÓN Y EXPANSIÓN INTERNACIONAL DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS .....         | 153 |
| <i>Mauro F. Guillén y Esteban García-Canal</i>                               |     |
| LA LENGUA COMO INSTRUMENTO DE INTERNACIONALIZACIÓN.....                      | 167 |
| <i>Juan Carlos Jiménez y Aránzazu Narbona</i>                                |     |
| DESLOCALIZACIÓN:<br>OTRO ROSTRO DE LA INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL ..... | 181 |
| <i>María C. Latorre</i>  |     |



## PRÓLOGO

*Juan del Águila Molina*  
Presidente de la Fundación Cajamar

*La Colección de Estudios Mediterráneo Económico, que cumplía diez años hace apenas unos meses, inicia con este número 21 una nueva etapa. Y lo hace abordando una cuestión clave: el papel de empresas y empresarios en el desarrollo económico. Una temática que, por su relevancia, ya ha sido ampliamente tratada, más o menos explícitamente, en la mayoría de las entregas anteriores de esta Colección. Pero la pertinencia de una reflexión profunda en torno al mundo empresarial se justifica hoy, si cabe, aún más.*

*Como dice el Profesor O’Kean en el artículo que firma en este volumen: “Los tiempos actuales son tiempos difíciles, son tiempos para empresarios”. Históricamente, el empresario ha sido el responsable de asumir los riesgos y afrontar la incertidumbre de toda actividad económica, como capitán de industria encargado de organizar los factores productivos; equivocándose muchas veces, abriendo nuevos caminos otras muchas, pero en todo caso marcando el ritmo del pulso económico. Nuestro futuro inmediato depende de la vitalidad de nuestro tejido empresarial, de cómo sea capaz de responder a las restricciones del entorno con soluciones imaginativas y responsables y, claro está, de cómo las diversas administraciones impulsen su labor tomando las medidas adecuadas.*

*A pesar de lo anterior, durante demasiado tiempo el estudio de la empresa como tal fue uno de los grandes olvidados de la teoría económica convencional. El enfoque neoclásico de la economía pasa por alto el análisis de esa caja negra del sistema*

*productivo que es la empresa, en cuyo seno se producen las innovaciones que, de modo incremental o revolucionario, determinan el cambio social.*

*No obstante, en las últimas décadas los representantes de la nueva economía institucional, la economía evolutiva y otras corrientes de pensamiento, relativamente al margen del discurso mayoritario de la disciplina, han recuperado el interés por la función social del empresario, por la mecánica de la empresa en tanto que institución social y, finalmente, por el contexto normativo, ideológico y espacial en el que deben desenvolverse, como un factor clave del éxito y la sostenibilidad de todo modelo de desarrollo.*

*Cajamar Caja Rural, como agente dinamizador del desarrollo local de los territorios en los que se asienta, lleva casi medio siglo prestando su apoyo al mundo de la empresa, entendida ésta en un sentido amplio, como cualquier proyecto, personal o compartido, al margen de su dimensión, que, basado en el trabajo diario, busca optimizar los recursos económicos a su alcance en cada coyuntura. Un compromiso que procede de la firme convicción de que, en última instancia, el bienestar social a medio y largo plazo depende en gran medida del desempeño colectivo de empresas y empresarios.*

*Concretamente, y como cooperativa de crédito vinculada desde sus orígenes al sector agroalimentario, Cajamar ha sido testigo de primera mano del continuo proceso de modernización de la agricultura española desde los años sesenta. En un primer*

*momento, el esfuerzo de las familias campesinas iba dirigido casi en exclusiva al autoconsumo, a la mera subsistencia y, en el caso de producirse excedentes, a los mercados locales. El objetivo más urgente era entonces superar el subdesarrollo secular del mundo rural español. En los años setenta y ochenta, con el aumento de la productividad de nuestro campo y el desarrollo de canales comerciales propios, los agricultores, muchos de ellos organizados en empresas de naturaleza asociativa, supieron aprovechar las oportunidades que les brindó el proceso de integración económico europeo y alcanzar un nivel de renta impensable apenas unas décadas atrás. De este modo, los agricultores tomaron conciencia de la necesidad de capitalizar sus explotaciones y de profesionalizar su actividad.*

*Últimamente estamos asistiendo a la progresiva transformación del agricultor individual en empresario, del mismo modo que las viejas parcelas de cultivo han dado paso a auténticos espacios manufactureros. Es la respuesta a la compleja articulación del sistema agroalimentario global, a las nuevas reglas del juego que marca la gran distribución y a las nuevas exigencias de los consumidores.*

*Un sector en permanente y rápida transformación, como otros muchos, a cuyo dinamismo trata de responder Cajamar acompañando a los empresarios en sus necesidades y sirviendo de pulmón financiero a los distintos agentes de los sistemas productivos locales, conformados en su mayoría por pequeñas y medianas empresas, como célula básica de la competitividad de nuestra economía.*

*Para afrontar con éxito un encargo tan complejo como el de aportar algo de luz sobre la naturaleza y la función empresarial, el Consejo de Redacción le encargó la coordinación de este número 21 a José Luis García Delgado, un referente indiscutible en el estudio de la economía española moderna, y en particular en el de la economía de la empresa, y con cuyos textos se han formado varias generaciones de economistas. No es la primera vez que el Profesor García Delgado colabora con la Fundación Cajamar, y ahora pasa a engrosar*

*el listado de coordinadores de Mediterráneo Económico junto con otros nombres clave de la economía como disciplina científica, como son Jaime Lamo de Espinosa, Antón Costas y, cómo no, Juan Velarde. Con ellos comparte nuestra gratitud, y como ellos ha logrado reunir un conjunto de trabajos notable en la monografía bajo su dirección.*

*Comenzábamos este prólogo recordando el décimo aniversario de la Colección, y debemos cerrarlo haciendo referencia a quien a partir de ahora será la responsable de Mediterráneo Económico: Carmen María Giménez, directora general de la Fundación Cajamar. Con ella al frente se inicia una nueva etapa para este proyecto editorial, tan querido por todos, y a ella le corresponderá en adelante mantener lo alcanzado desde aquel primer número del invierno de 2002, con el objeto de seguir profundizando en la difusión del conocimiento y en la reflexión sobre nuestro contexto socioeconómico más cercano.*

*La nueva directora no estará sola en su tarea, sino que contará con el mismo equipo que, desde la Fundación Cajamar, ha ido componiendo la personalidad de Mediterráneo Económico número tras número, levantando poco a poco, como en un taller de forja, el armazón de la revista, combinando sus inquietudes con la autoridad y la experiencia de los coordinadores. Me refiero a Francisco Cortés, director de Programas de la Fundación; a David Uclés, director de Estudios Socioeconómicos; y a Bienvenido Marzo, gestor editorial.*

*Estamos convencidos de que este equipo, renovado en su cabecera, mantendrá el compromiso que los ha venido impulsando, y sabrá aprovechar la experiencia acumulada en el decenio anterior. Así sea.*



## PRESENTACIÓN

José Luis García Delgado  
Universidad Complutense de Madrid

*No hay tema más importante en el repertorio económico: el papel del empresario, la función empresarial, las condiciones que impulsan o retraen la creación de empresas. Lo ha sido siempre desde que existe el mercado—empresa y mercado comparten irreductiblemente origen e historia—, y lo es también en este tiempo nuestro de hondas convulsiones, cuando amenazas y promesas pugnan por dominar el ambiente. Siempre fundamental, ahora cobra también crucial oportunidad, dado que uno de los “daños colaterales” de la crisis es ese retorno de la demagogia que convierte de nuevo al empresario en el malo de la trama, inoculando recelo hacia él, incluso franca hostilidad bastantes veces. Flaco servicio, desde luego, para superar las dificultades que hoy nos agobian, un cometido que tiene como condición necesaria contar con más y mejores empresarios.*

*Por eso hay que agradecer a Fundación Cajamar que haya brindado la prestigiosa tribuna de Mediterráneo Económico para volver sobre algunas de las dimensiones que hoy suscita esa temática. Tres son, en concreto, las escogidas. La primera es la que atiende a la razón de ser misma del empresario, subrayando ahí tanto la función innovadora que a éste le está encomendada como la vertiente ética que le otorgará plena legitimación social, algo que recuerda machaconamente el curso de los acontecimientos durante los últimos años. La segunda dimensión desarrollada en las páginas de este volumen contempla las nuevas condiciones de la economía internacional que enmarcan la actividad empresarial; condiciones referidas al desplazamiento del centro de gravedad de la economía mundial y a los nuevos requerimientos*

*tecnológicos e inversores que el hacer empresa ha de afrontar en un entorno global. La internacionalización empresarial española—probablemente el suceso más definidor de la economía de la democracia— es el tercero de los aspectos seleccionados para vertebrar las páginas que siguen; un proceso que merece ser estudiado tanto desde ópticas convencionales—flujos de inversión y pulso innovador—, como desde ángulos hasta ahora inéditos: así, el que ofrece la consideración de la lengua como instrumento de expansión internacional de la empresa. La suma de todo ello es un buen aporte de valor añadido sobre un ámbito de análisis y reflexión que debe ocupar siempre—repite— un lugar prioritario.*

\* \* \*

*Desde la perspectiva española, ese deber se acentúa, si cabe, aún más. En el curso de los dos últimos ciclos de crecimiento económico, el que jalona la segunda mitad del decenio de 1980 y el que, a caballo de dos siglos, enlaza el final del novecientos con los primeros compases de la nueva centuria, el cambio y los avances en ese sentido—hacer empresa y valorarlo socialmente— han sido sustanciales, y hay que evitar cualquier involución. Acaso no sea ocioso recordar cuál ha sido el proceso.*

*Durante mucho tiempo, la economía española tuvo en el déficit de cultura empresarial, de un adecuado clima para el emprendimiento y la actividad mercantil—la “notoria deficiencia de sentido económico moderno” a que, con elegancia eufemística, aludiera Vicens Vives en un texto memorable—, quizá*

su factor restrictivo más condicionante. Un déficit que se traducía en escasez de proyectos y de “aptitud empresarial”, un déficit que era retraimiento en unos y desconfianza en los más; falta de pautas bien sedimentadas para alentar vocaciones empresariales, y rechazo no poco generalizado entre la opinión pública —y tanto a la izquierda como a la derecha— de la figura del empresario. Un problema, y de primer rango, con profundas raíces en la historia de las mentalidades, aunque también relacionado con el predominio hasta fechas relativamente cercanas de una agricultura tradicional que podía subsistir de espaldas al mercado. El franquismo, por lo demás, al propiciar colusiones de la Administración con grupos de presión en un régimen sin libertad de asociación y de expresión, añadió motivos de suspicacia, perfectamente apreciables todavía en la transición a la democracia.

Las cosas —ya se ha dicho— han cambiado sustancialmente en las décadas más cercanas. Los proyectos empresariales no han dejado de multiplicarse, y lo que antes era exclusivo de unos pocos reductos regionales —en Cataluña y en el País Vasco, entre los de mayor solera, y en el pujante núcleo madrileño, entre los de nuevo cuño— se ha ido difundiendo por un tejido productivo cada vez más poroso a la actividad empresarial, propiamente dicha, capilarizando unos y otros territorios, en una escena pública dominada por la creciente valoración y estima de lo que significa hacer empresa.

De tal modo que la apuesta a favor de la empresa ha acabado siendo una de las claves determinantes de los acrecidos niveles de prosperidad y libertad que la España de nuestro tiempo ha registrado. Apuesta a favor de los empresarios; a favor de la renovación de técnicas de gestión; a favor de la profesionalización de las funciones directivas, y de la cualificación de quienes la ejercen. El hecho tiene que ver, por supuesto, con la apertura y la liberalización de la economía española, siendo a la vez efecto y causa de ella: sólo se innova cuando se compete, de la misma forma que sólo la competencia tensa las capacidades creativas de los empresarios. En una economía intervenida basta con meros administradores las más de las ocasiones; en

una economía abierta, por el contrario, el empresario es la piedra angular, el empresario que innova, que atisba oportunidades de negocio, que allega recursos, que aglutina voluntades, que asume riesgos.

Pues bien, es esa adquirida centralidad del hacer empresa y del papel del empresario lo que a toda costa debe preservarse, desde la convicción de que es un componente insustituible para encontrar un horizonte de nuevo esperanzador para la economía y la sociedad españolas.

De ahí —y termino estas líneas como las inicié— el justificado agradecimiento a Fundación Cajamar por haber añadido a la excelente Colección de Estudios Mediterráneo Económico una entrega dedicada expresamente a aportar elementos doctrinales y analíticos sobre empresas y empresarios en la economía global.



MEDITERRÁNEO  
ECONÓMICO

21

- I. Legitimación social de la función empresarial y del empresario
- II. Nuevos escenarios y condiciones para la actividad empresarial en el marco internacional
- III. La internacionalización empresarial española





# LA RAZÓN DE SER DEL EMPRESARIO

Álvaro Cuervo García

Universidad Complutense de Madrid

## Resumen

No es fácil definir al empresario, dado que se puede destacar tanto al individuo que crea una nueva empresa, desarrolla un nuevo negocio, “una nueva oportunidad empresarial”; como centrar la atención sobre su hacer, es decir, el proceso de descubrir, evaluar y explotar oportunidades de negocios. Hablamos de los emprendedores, personas que identifican y crean oportunidades de negocio, que innovan, que desarrollan nuevas combinaciones de recursos haciendo frente a la incertidumbre. La actividad empresarial implica pues innovación, intuición, alerta, creatividad, toma de riesgos, orientación al crecimiento. Se destacan, en su hacer, cuatro dimensiones: innovación, iniciativa o proactividad, aceptación del riesgo y búsqueda del crecimiento.

## Abstract

*An entrepreneur is not easy to define, due to the fact that a person can excel in the start-up of a new company, by developing a new business, “a new opportunity for enterprise”, or it may be their knowhow which stands out, that is to say the process of discovery, evaluation and development of business opportunities. We are referring to entrepreneurs, people who identify and create business opportunities, who innovate and who develop new combinations of resources in the face of uncertainty. Business activity therefore implies; innovation, intuition, being on the alert, creativity, risk taking and growth guidance. Here are four of the most relevant dimensions in their area of operation: innovation, initiative or pro-activity, risk acceptance and the search for growth.*

## 1. Introducción

La figura del empresario no es sólo la explicación de los niveles de riqueza de una sociedad, sino de la dinámica de cambio de la misma. Los empresarios son los agentes del proceso de cambio, los que convierten la creación científica en innovaciones, nuevos productos y servicios, mejoras en productividad; en suma, en bienestar.

En la empresa existen tres grupos de agentes económicos básicos con papeles claramente diferenciados: capitalistas, empresarios y directivos; aunque la misma persona ejerce, en muchas ocasiones, todas las funciones (véase Tabla 1).

Tabla 1  
Empresarios, directivos y capitalistas

|                 | Capitalista  | Empresario   | Directivo   |
|-----------------|--|--|---|
| Características | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Propietario: accionista, socio</li> <li>• Accionista de control/ Accionista pasivo</li> <li>• Sin relación laboral</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Descubre y/o crea oportunidades de negocio</li> <li>• Inicia e incentiva el proceso de cambio en la sociedad</li> <li>• Autoempleo</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Administra y gestiona recursos</li> <li>• Un “administrador”</li> <li>• Empleado</li> </ul>  |
| Comportamiento  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Neutral al riesgo</li> <li>• Evaluación de alternativas</li> <li>• Elección de activos de riesgo</li> </ul>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Acepta el riesgo</li> <li>• Intuición, alerta, un visionario</li> <li>• Identificar y explotar oportunidades de negocio</li> </ul>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adverso al riesgo</li> <li>• Decisor “racional”</li> <li>• Crear y mantener ventaja competitiva</li> <li>• Crear confianza para la cooperación</li> <li>• Control y supervisión del proceso de administración</li> </ul> |

El capitalista, bien bajo la figura de accionista en la sociedad anónima, o socio en la limitada, es el propietario del capital que aporta fondos a la empresa, sin relación laboral con la misma. Se diferencian, en la sociedad anónima, dos grupos de accionistas: los denominados de control o referencia, que tienen un peso significativo en el proceso de decisión; accionistas activos frente al accionista pasivo, propio del accionariado diluido de las grandes empresas. El comportamiento del capitalista se presupone neutral al riesgo, dado que a través del mercado de capitales puede llevar a cabo su proceso de diversificación, como decisor racional que trata de evaluar las alternativas de inversión –elección de activos de inversión– con el objetivo de maximizar su riqueza.

El directivo, por el contrario, tiene como función básica supervisar el proceso de combinación de los recursos de la empresa. Su función es clave cuando las empresas, como ocurre en la mayoría de los casos, no operan con eficiencia (Leibenstein, 1979) debido a que están lejos de su frontera de producción. Por ello, la labor del directivo es gestionar, con eficiencia, el proceso empresarial, explotar y sostener las ventajas competitivas de la empresa a partir de algo ya creado. Unido a esta función, se puede considerar la de aprovechar situaciones de información imperfecta o asimétrica (Kirzner, 1979) en el mercado donde actúa la empresa.

Además se debe destacar, como función de los directivos, su papel institucional de liderazgo del proceso de innovación. El empresario inicia o motiva el proceso de cambio en la empresa, “una nueva combinación”, una innovación; no obstante, la implantación de ésta es labor de los directivos. Finalmente, la labor fundamental de un directivo en el presente es la capacidad de comunicar, construir una reputación y un clima de confianza que transforme un sistema conflictivo (individuos con objetivos en conflicto) en un sistema de cooperación donde los agentes actúan racionalmente en nombre de un objetivo común.

La acción directiva implica la asunción de compromisos para mantener una ventaja competitiva a partir de algo ya creado. La dirección se centra en cómo las empresas se adaptan a los cambios en el entorno y explotan los negocios, en crear confianza para la cooperación y llevar a cabo el control interno y supervisión de la administración de la empresa. Los directivos administran y explotan negocios. Los empresarios crean oportunidades y exploran negocios.

La función empresarial se define como: a) creación, innovación –ruptura del equilibrio–, “nueva combinación, destrucción creadora” (Schumpeter, 1936), acto de innovación que implica organizar recursos existentes en una nueva forma de producir riqueza (Drucker, 1985); b) creación de un nuevo negocio, de nuevas organizaciones –empresas–; c) como habilidad en la gestión de la incertidumbre (Knight, 1921); d) alerta para percibir oportunidades de mercado (Kirzner, 1979); e) capacidad de desarrollar decisiones “juiciosas” sobre la coordinación de recursos (Casson, 1992) –crear modelos de negocio– y finalmente capacidad de adaptación a circunstancias imprevistas (Casson y Godley, 2005).

El empresario busca oportunidades para obtener beneficios explotando situaciones que incitan al cambio; lo que Schumpeter llama “una nueva combinación”, que le permita obtener un poder de monopolio temporal. Él es quien ejerce el liderazgo del proceso de cambio, interpretando el futuro económico, tomando decisiones como responsable del cambio. La actividad empresarial, dice Baumol (1993), supone el uso de imaginación, audacia, genialidad, liderazgo, persistencia y determinación en el logro de riqueza, poder y posición, aunque no necesariamente en ese orden. Para Kirzner (1979) la función del empresario es captar oportunidades de beneficio en situaciones de información imperfecta o asimétrica. El empresario opera en situaciones de desequilibrio, con un comportamiento adaptativo. Por ello ve al empresario

superando el “caos” y moviéndose hacia el equilibrio, frente a la función Schumpeteriana de ruptura del equilibrio. Sin duda, ambas funciones van a caracterizar el comportamiento del empresario.

Tabla 2  
Tipología del empresario

|                        | Empresario “puro”   | Empresario capitalista   |
|------------------------|---|--|
| Empresario individual  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arbitraje</li> <li>• Vende “la idea”, la oportunidad de negocio</li> </ul>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pequeña y mediana empresa</li> <li>• Empresa mediana</li> </ul>   |
| Empresario corporativo | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presidente ejecutivo (CEO)</li> <li>• Alta dirección grandes empresas</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ejecutivos con participación en el capital</li> <li>• Accionista de control</li> <li>• Socios empresas familiares segunda y tercera generación</li> </ul> |

La figura del empresario (Tabla 2) se puede diferenciar en empresario individual y empresario corporativo. El empresario individual es la figura analizada por los estudiosos. El empresario puro realiza una actividad sin necesidad de recursos, desarrolla su función de arbitraje o de descubrimiento de una oportunidad –idea– que vende o comercializa para que otros la exploten. Las imperfecciones del mercado de ideas y de capitales, en la mayoría de los casos, les obliga a explotarla y por ello obtener recursos para llevarla a cabo. Por ello al hablar del empresario nos referimos normalmente al empresario capitalista, que está unido a la pequeña y mediana empresa, a la empresa familiar. El empresario capitalista implica normalmente que la misma persona ejerza funciones de empresario, directivo y capitalista.

El empresario no es sólo el emprendedor individual que detecta o crea oportunidades de negocio, como se vive en la actualidad con *start-ups*, sino también el “empresario corporativo”, dado que éste no se limita a gestionar con eficiencia los activos de la empresa y coordinar y controlar la actividad de ésta, sino que, en el momento actual, tiene que anticipar, articular y gestionar el cambio que exige una reevaluación continua de la cartera de negocios de la empresa, de lo que la empresa

hace, así como también de los procesos internos de gestión de cómo lo hace, es decir, reinventar la empresa día a día o crear nuevas empresas. Ante la necesidad de explorar las oportunidades empresariales se debe hablar tanto del empresario individual propio de la literatura tradicional como del empresario corporativo, bajo los nombres de presidente ejecutivo, CEO y/o consejero delegado. Igualmente se deben considerar la función empresarial de los accionistas de referencia o control, de los empresarios de segunda y tercera generación de la empresa familiar, que aunque exista separación de propiedad y control, participan en la exploración de negocios de la empresa.

El término *entrepreneurship* se desglosa en español en una serie de conceptos diferentes y relacionados: factor empresarial, función empresarial, iniciativa empresarial, comportamiento empresarial e incluso “espíritu” empresarial. El factor empresarial se entiende como un nuevo factor de producción distinto de los clásicos tierra, trabajo y capital, que se remunera por medio de la renta del empresario justificada por al escasez de personas con capacidades empresariales, la toma de riesgo y la creación.

No es fácil definir al empresario, dado que se puede destacar tanto al individuo que crea una nueva empresa, desarrolla un nuevo negocio, “una nueva oportunidad empresarial”; como centrar la atención sobre su hacer, es decir, el proceso de descubrir, evaluar y explotar oportunidades de negocios. Hablamos de los emprendedores, personas que identifican y crean oportunidades de negocio, que innovan, que desarrollan nuevas combinaciones de recursos haciendo frente a la incertidumbre.

La actividad empresarial implica pues innovación, intuición, alerta, creatividad, toma de riesgos, orientación al crecimiento. Se destacan, en su hacer cuatro dimensiones: innovación, iniciativa o proactividad, aceptación del riesgo y búsqueda del crecimiento.

Nuestro conocimiento acerca de los empresarios, las oportunidades empresariales, las personas que las persiguen, las habilidades requeridas para descubrir y explotar oportunidades y las condiciones favorables del entorno para estas actividades es limitado. No existe una base teórica para ello, sino aproximaciones basadas en la casuística y las anécdotas, así como planteamientos fragmentados (Shane, 2000). Aún no se ha abierto la caja negra de la función empresarial.

La relevancia del estudio de lo que denominamos factor empresarial está justificada por los frutos del mismo para la dinámica económica, la creación de riqueza y la innovación. No obstante, el estudio del factor empresarial como campo académico de investigación y docencia ha recibido mucha atención, pero quizás poca valoración académica.

Las razones para ello radican en la escasa importancia que los economistas han otorgado al estudio del empresario, quizás justificado por la ausencia de un paradigma explicativo, ya que sólo hay acercamientos desde diferentes campos del conocimiento en economía, psicología, sociologías, etc. Tampoco hay ni una demarcación del campo de estudio, dado que al hablar de *entrepreneurship* no se precisa si nos referimos al factor empresarial y a su oferta, un análisis propio de los economistas, a la función empresarial que estudia la administración de empresas, el comportamiento y el espíritu empresarial, próximos a la psicología y sociología, la innovación y al cambio tecnológico, unidos a los trabajos de economía y administración de empresas, o los análisis del entorno propio de la geografía económica. Finalmente, nos enfrentamos a problemas metodológicos, dado que la legitimidad académica exige una estructura conceptual que explique y prediga un conjunto de fenómenos empíricos no explicados por otros campos del conocimiento (Shaane y Venkataraman, 2000); es decir, la construcción de una teoría, lo que exige el desarrollo de un conjunto de hipótesis falsables capaces de generar un paradigma.

## 2. La razón de ser del empresario individual

### 2.1. Descubrimiento de oportunidades empresariales

La función empresarial aparece como un proceso de descubrimiento en el curso del cual se crean las correspondientes rentas o beneficios. El problema central no es tanto el descubrimiento de oportunidades de beneficio, sino el hacerse con él una vez que ha sido percibido. La función del empresario, de su liderazgo económico, consiste en ser capaz de romper con los modos de actuación establecidos al uso. Lo que necesita no es tanto una capacidad de visión superior cuanto una voluntad o determinación superior. Schumpeter es bien explícito al insistir en que es la innovación y no el descubrimiento, lo que identifica al empresario y en lo que esencialmente consiste su contribución al proceso económico”. Lo que inspira la actividad del empresario con éxito no es el ver lo que otros no ven, sino el poseer la voluntad, la determinación y las cualidades de liderazgo necesarias para hacerse con aquello que todos ven pero con lo que nadie hace (Kirzner 1995, 113).

Lo que requiere el proceso dinámico del descubrimiento competitivo no es tanto la presencia de un número elevado de agentes o partícipes, sino permitir completa libertad de entrada a posibles compradores y vendedores, ya se trate de productores, propietarios de factores o consumidores. La libertad de entrada a recién llegados destruye así cualquier situación de privilegio de que pudieran disfrutar quienes ya se encuentran en el mercado, impidiéndoles dormirse en los laureles o relajar su alerta empresarial. Y es esta misma presión dinámica de la competencia la que genera la incesante serie de descubrimientos lo que Schumpeter llamaba la incesante tormenta de destrucción creativa.

La decisión empresarial adopta la forma de percibir discrepancias en la estructura de precios del mercado; esto es, el empresario cree que puede comprar o desarrollar un producto a un precio menor que aquél que conseguirá al venderlo. La acción del descubrimiento y aprovechamiento de tales oportunidades es la actividad empresarial, es decir, lo que Mises denomina: “la especulación en pos del lucro, constituye la fuerza motriz del mercado, son líderes en el camino que conduce al progreso material, los primeros en comprender la diferencia que existe entre lo que se ha hecho y lo que se podría hacer. Adivinan lo que los consumidores quisieran tener y se toman en serio el intento de proporcionárselo”.

La actividad empresarial se basa, en primer lugar, en la existencia de oportunidades empresariales. Situaciones en las que nuevos productos, servicios, materias primas, métodos de organización pueden ser introducidos y vendidos a un precio mayor que su coste de producción (Casson, 1982). Las oportunidades se presentan con una variedad de formas. Drucker (1985) describe tres categorías diferentes de oportunidades: 1) la creación de nueva información, como ocurre con la invención de una nueva tecnología; 2) la explotación de las ineficiencias en los mercados consecuencia de la información asimétrica en el tiempo o espacio; 3) la reacción a los cambios en los costes relativos y beneficios por usos alternativos de recursos, como ocurre ante políticas regulatorias o cambios demográficos.

El descubrimiento de oportunidades de negocio no es sólo un problema de información, de búsqueda, de inversión en información (Stigler, 1976). El descubrimiento no es una cuestión aleatoria (*serendipity*), de suerte, menos un proceso de optimización. El descubrimiento no es sólo visualizar una oportunidad que está esperando alerta (Kirzner, 1973), sino también creatividad (Schumpeter, 1950) e imaginación (Shackle, 1979).

En suma, desde el ámbito económico el descubrimiento de las oportunidades empresariales por los empresarios se explica a partir de dos proposiciones, una débil y otra fuerte. La primera establece que en la mayoría de las sociedades, la mayoría de los mercados son ineficientes la mayoría del tiempo. Así proporcionan oportunidades a los empresarios para crear riqueza explotando esas ineficiencias (Kirzner, 1979, 1995). Las ineficiencias en las organizaciones crean oportunidades para la actividad empresarial y constituyen una amenaza para las organizaciones ineficientes. El empresario con su acción de mejora de la eficiencia, cubre el desfase –función de arbitraje de Kirzner– y favorece la vuelta al equilibrio.

La proposición fuerte es que aún en mercados en estado de equilibrio, la acción humana, combinada con la búsqueda de beneficio, el avance tecnológico y del conocimiento destruye el equilibrio antes o después es el “proceso de destrucción creadora” de Schumpeter (1934), (Shane y Venkataraman, 2000:5). Por ello, lo relevante en el planteamiento schumpeteriano es la idea de desequilibrio, nueva información, innovación y creación. Las tres mayores fuentes de oportunidades empresariales son para el planteamiento schumpeteriano los cambios tecnológicos, político-regulatorios y social-demográficos.

Schumpeter (1947, 1950) introduce el empresario en la economía como figura distinta del capitalista, directivo o inventor, aunque puedan coincidir en la misma figura física las distintas funciones. El empresario es quien introduce “una innovación o nueva combinación”, lo que le proporciona una situación de monopolio temporal, del que obtendrá unos beneficios extraordinarios, que atraerán la entrada de imitadores y con ello se alcanzara un nuevo equilibrio en el mercado y la desaparición de los beneficios extraordinarios.

El empresario innova cuando: 1) introduce un nuevo bien o con distinta calidad del ya existente; 2) introduce un nuevo método de producción; 3) abre un nuevo mercado; 4) conquista una nueva fuente de aprovechamiento de materias primas o de bienes semiterminados; 5) crea una nueva organización de una industria; como ocurre cuando se obtiene una posición de monopolio o se rompe uno ya existente (Schumpeter, 1950: 181).

El empresario debe continuar tras la primera innovación con otras sucesivas para seguir así generando un flujo continuo de beneficios, que son el motor de la economía. El empresario, en suma, actuando “fuera del campo de la práctica existente”, destruye el equilibrio y lleva a cabo un proceso de destrucción creadora, esencia del desarrollo económico.

Para Schumpeter, el imitador no es el auténtico empresario si no lleva efectivamente a la práctica “nuevas combinaciones”. En el presente, la distinción entre inventor e innovador, innovadores e imitadores son forzadas, ya que gran parte de la innovación es un proceso continuo, que contribuye al desarrollo de un nuevo producto o proceso. No se ve la imitación como una mera reproducción de lo existente, sino un proceso que incluye elementos creativos y de innovación. No existe una línea clara de demarcación entre imitación e innovación, ni todas las innovaciones tienen el carácter de cambios tecnológicos radicales, sino que la mayoría lo son incrementales.

En una línea complementaria se incluyen los trabajos, más recientes, de Israel Kirzner (*Creatividad, capitalismo y justicia distributiva*, 1995). La función del empresario es ahora la identificación de nuevas oportunidades de beneficios en situaciones de información asimétrica o imperfecta. Con ello, cumple una función de arbitraje gracias a su comportamiento adaptativo, orientado hacia la consecución de nuevas situaciones de equilibrio, visión diferenciada o complementaria a la de Schumpeter, para quien el empresario era

precisamente el responsable de los desequilibrios, aunque en ambos planteamientos el empresario tiene un papel proactivo frente a la visión pasiva de los economistas clásicos.

En el planteamiento de Kirzner, las oportunidades empresariales existen porque diferentes miembros de la sociedad tienen diferentes creencias (intuición superior, información privada, premonición o suerte), hacen diferentes conjeturas acerca de los precios futuros o creación de nuevos mercados; es decir, se tienen diferentes valoraciones acerca del valor de los recursos, si todos tuvieran las mismas con relación a la “nueva combinación” la existencia del beneficio desaparecería. Las oportunidades dependen de la asimetría de la información y de las “creencias”. Las oportunidades proveen un beneficio que es, a su vez, incentivo en el surgir de nuevos empresarios y por ello, en su germen lleva su propia destrucción, con los límites unidos a la ambigüedad sobre su combinación y el tiempo de aprendizaje que exige para desarrollar el nuevo “negocio”.

La asimetría de creencias es una precondition para la existencia de oportunidades empresariales; por ello, el empresario se caracteriza por poseer un *stock* de información necesaria para identificar oportunidades y capacidades y para valorar oportunidades donde otros ven riesgos.

## 2.2. Explotar oportunidades empresariales

¿Por qué unos individuos y no otros descubren unas oportunidades? La respuesta está unida a la posesión de información, criterio de decisión y proceso cognitivo, que están distribuidas desigualmente entre las personas. La información hace posible que una persona descubra una oportunidad cuando otras la ignoran en esa situación, como consecuencia de las experiencias vitales unidas al trabajo previo, las relaciones sociales, las redes

de contacto y la búsqueda activa de información (prensa especializada, consultores). El empresario se caracteriza por un criterio o juicio superior con base en información; una percepción subjetiva del riesgo –unos perciben no riesgo donde otros lo ven e invierten cuando otros no lo hace– y por su optimismo y confianza en su criterio de decisión.

La función empresarial no se puede quedar en el descubrimiento de oportunidades de negocio, sino que tiene como función su evaluación y explotación, como consecuencia de las imperfecciones en los “mercados de ideas”, las dificultades para su comercialización”, lo que lleva al empresario a la búsqueda de recursos financieros y organizativos para la explotación de las mismas.

El empresario “puro” podría desarrollar su función de descubrir oportunidades si existiera un mercado perfecto para la compraventa de las ideas. Ello le enfrenta a las imperfecciones de dicho mercado, como consecuencia de las exigencias de facilitar unos niveles de información que pudieran destruir el valor de la misma, y a la distinta valoración de las oportunidades dada la intuición y alerta del mismo así como la disímil valoración del riesgo. Ello lleva a la necesidad de recursos para la explotación de las oportunidades de negocio. Sólo la función empresarial de “puro arbitraje” no exigirá al empresario recursos.

La explotación de las oportunidades de negocio se enfrenta a las imperfecciones del mercado de capitales que exige el contar con socios financieros: familia, amigos, *business angels*, fondos y sociedades de capital riesgo que facilitan la explotación de dichas oportunidades.

Las formas de explotación de las oportunidades empresariales vienen determinadas por los recursos y tipo de conocimiento que se exige para su explotación. Si el empresario controla los recursos requeridos, aunque sea un conocimiento explícito, si existen mecanismos efectivos de aislamiento puede o bien realizar arbitraje o venta del negocio en el mercado. Si, por el contrario, no controla

los recursos o bien se trata de un conocimiento explícito, sin mecanismos de aislamiento o un conocimiento tácito, adquirido por cada individuo en sus propias circunstancias, que crea el “camino” para ver posibilidades de beneficio, ello obliga a explotar la oportunidad a través de la creación de una empresa, es decir, a llevar a cabo la explotación por medio de una empresa creada por él mismo.

Las oportunidades empresariales son una oportunidad económica no esperada y aún no valorada. Si los potenciales empresarios hacen las mismas conjeturas empresariales competirán para capturar los recursos, de tal forma que el beneficio a obtener de la oportunidad se anulará. Las oportunidades existen básicamente porque diferentes miembros de la sociedad tienen diferentes creencias acerca del valor relativo de los recursos, ante su potencial transformación. Su conocer se construye sobre limitadas experiencias clave, creencias y/o expectativas sobre el futuro.

El empresario es una persona que decide hacer algo nuevo o diferente con el propósito de obtener un beneficio y crear riqueza para la sociedad. Los empresarios son líderes en el camino que conduce al progreso material, los primeros en comprender la diferencia que existe entre lo que se ha hecho y lo que se podría hacer. Lo que inspira la actividad del empresario con éxito no es el ver lo que otros no ven, sino el poseer la voluntad, la determinación y las cualidades de liderazgo necesarias para hacerse con aquello que todos ven pero que nadie hace.

La explotación de oportunidades por los individuos viene determinada por factores psicológicos y no psicológicos. Varias teorías buscan diferencias entre el individuo emprendedor y el resto de individuos a partir de determinadas características de la personalidad. Creatividad, propensión a la aceptación de riesgos, necesidad de logros, deseo de autonomía e independencia, búsqueda de mayor poder, la propensión a la asunción de riesgos, etc., son rasgos que se con-

sideran definitorios. Los factores no psicológicos más relevantes unidos a los individuos son: a) la educación, ya que la formación y capacidades del individuo aumenta sus expectativas de obtener los retornos esperados; b) las experiencias previas que animan la explotación de oportunidades, bien sean experiencias funcionales, del sector o de desarrollo de nuevos negocios; c) la posición social –status– y las relaciones con otros miembros de la sociedad facilitan la decisión de explotar oportunidades.

Sin duda en este punto es de destacar la familia como fuente de información, que aporta recursos complementarios, capacidades directivas, redes, capital y/o garantías, incentivo para la reinversión, incentivo de legitimación. Igualmente la actividad empresarial tiene que ver la existencia de minorías no integradas que han contribuido más que proporcionalmente a la oferta de empresarios y el papel de los emigrantes, como los científicos e ingenieros con capacidades que regresan a sus países y explotan oportunidades y desarrollan relaciones; en suma, que incentivan la creación empresarial.

La explotación de oportunidades empresariales se ve condicionada por el entorno económico y financiero, geográfico y político-institucional y por el marco cultural; es decir, los factores del entorno pueden incentivar y hacer posible el desarrollo de la actividad empresarial.

Variables del entorno son también el sistema fiscal, en concreto la tributación de ganancias de capital y renta de sociedades, así como el entorno financiero, ya que la obtención de recursos para nuevos proyectos empresariales se enfrenta a problemas de información asimétrica y la incertidumbre que dificulta evaluar el riesgo del proyecto. Esto explica la acción de las administraciones públicas al tratar de generar confianza, con su participación en sociedades de capital riesgo, incentivos fiscales, préstamos subsidiados, garantías en préstamo. El hecho a destacar es el papel del capital riesgo para la explotación de oportunidades, ya que no sólo facilita la creación de empresas, sino

la compra de empresas por sus directivos. Es fundamental el apoyo al capital riesgo formal e informal (*business-angels*) en un espacio para hacer posible la financiación de las oportunidades empresariales.

En segundo lugar las oportunidades empresariales son explotadas en un espacio geográfico por individuos que han sido educados y trabajan en organizaciones de la región, individuos que aprenden el negocio y los conocimientos tecnológicos en organizaciones del entorno, que tienden a explotar innovaciones con su forma de trabajar. Existen tres características de los *clusters* regionales que influyen en la explotación de oportunidades. Primero, los recursos y capacidades vitales para el éxito de una empresa pueden encontrarse dentro de una región más que una empresa aislada. Segundo, los *clusters* regionales a menudo implican actividades que son compartidas por las empresas que pertenecen a ellos. Ello implica la reducción de los costes de transporte y comunicación, menores inventarios o investigación compartida. Tercero, generan conocimiento específico acumulado y diseminado en un espacio que hace posible el desarrollo de nuevos entrantes. Cuarto, las empresas establecidas favorecen la aparición de nuevas empresas –filiales, *spin-off*, etc.–. Finalmente, los directivos y trabajadores tienden a vivir y trabajar en una pequeña área geográfica. El resultado de esas interrelaciones de propiedad, vínculos sociales y asociación, así como las relaciones entre empresas e instituciones dentro de un área geográfica economías de aglomeración y reducción de costes de transacción –generan una dinámica de creación de nuevas oportunidad y desintegración de las actividades integradas en la empresa.

En cuarto lugar, el entorno político-institucional. Las instituciones y su funcionamiento condicionan el desarrollo empresarial. Instituciones que protejan eficazmente los derechos de propiedad, junto con una disminución de las interferencias administrativas hacen posible una mayor inversión en capital físico y humano y un

mejor uso de estos factores. Está demostrado que diferencias en las instituciones y las políticas de intervención implican diferencias en el desarrollo empresarial en los países, en tanto que afectan al desarrollo de los mercados de capitales y a la valoración en los mismos. Permite el surgir empresarial y el desarrollo de la empresa al facilitar su financiación en mejores condiciones y el desarrollo del capital riesgo.

Es probable que en España la preponderancia de los mercados politizados haya acentuado el peso de los *buscadores de rentas* frente a los empresarios, lo que ha generado un cierto rechazo en la sociedad a la actividad empresarial. El aumento del peso del Estado en la actividad económica y la acción reguladora del mismo, discrecionalidad en muchos casos, han dado lugar a la aparición de una nueva función empresarial centrada en alterar el entorno y el poder de las administraciones públicas para buscar rentas en lo que podemos llamar “mercados politizados”. La actuación del empresario en un momento y lugar dados dependerá básicamente de las reglas del juego, esto es, de la estructura de recompensas que existen en la economía que determinan la asignación de recursos a actividades productivas o improductivas (Baumol, 1993).

### 3. La razón de ser del empresario corporativo

El alto directivo es el empresario corporativo, es una figura diferenciada del modelo del empresario individual schumpeteriano, pero no lejana, debido a que en el presente las grandes empresas, en sus diseños organizativos tratan de imitar las virtudes de las pequeñas, fragmentándose en pequeñas unidades con autonomía para desarrollar sus negocios y, por otro lado, desarrollar las mismas funciones que el empresario individual. La alta dirección necesita disponer de los conocimientos y habilidades de los hombres de la

empresa –capital humano–, de los suministros de tecnologías e *inputs* para competir en los mercados. Sin duda, las prioridades claves en los directivos han evolucionado desde una preocupación centrada en el mercado de capitales, con gran valoración del corto plazo, a un mayor peso de los mercados de “capital humano” y tecnologías y del desarrollo de redes (proveedores-clientes), pues el desarrollo de la empresa va a depender de estos últimos.

En las grandes empresas ha reemplazado la alta dirección al empresario individual. Son reconocibles por sus funciones más que por la personalidad de sus miembros, además de su reflejo de la ascensión de la organización al corazón de los negocios. No obstante, asistimos a la reconsideración de la relevancia de la función del empresario individual al deseo de la dirección de las grandes empresas de crear una atmósfera empresarial dentro de la empresa (*intrapreneurship*). Hemos diferenciado los empresarios individuales unidos a la pequeña y mediana empresa de los empresarios corporativos –altos directivos de las grandes empresas– que anticipan y gestionan el cambio, reinventar la empresa día a día y/o crean nuevas empresas (*spin-offs*), procesos de *outsourcing*, alianzas... Al desarrollar redes de empresas se habla del “empresario red”, consecuencia de las nuevas formas organizativas de la empresa (*network form*, las formas celular, la organización virtual, las empresas sin límites).

La alta dirección ya no se limita a gestionar con eficiencia los activos de la empresa, coordinar y controlar la actividad de la misma. En el momento actual tiene que anticipar, articular y gestionar el cambio. Este proceso exige una reevaluación de la cartera de negocios de la empresa, así como también de los procesos internos de gestión, es decir, reinventar la empresa (Prahalad y Doz, 1995). Los altos directivos encarnan el papel del empresario en la gran empresa, en lo tocante a que tienen que llevar a cabo el cambio del proceso de creación de riqueza de la empresa. Esto implica: 1) configu-

rar los activos y recursos de la empresa, creando rutinas que hagan posible la innovación; 2) crear las competencias básicas de la empresa necesarias para el éxito; y 3) diseñar la estructura organizativa y los procesos administrativos que permitan a la empresa aprender de forma continua.

Es por ello que la empresa necesita desarrollar el espíritu empresarial –*entrepreneurship*–, necesita, simultáneamente del comportamiento empresarial y del estratégico, de la búsqueda de nuevas oportunidades, proactividad, creatividad, toma de riesgos (Hitt *et al.*, 2001: 488). La búsqueda de creatividad, experimentación, novedad, liderazgo en el cambio tecnológico del producto y de los procesos. *Proactivo* se refiere a mirar hacia delante, buscar la ventaja del *first mover*, esfuerzos para configurar el entorno para introducir nuevos productos y procesos antes que la competencia; *tomador de riesgo* se vincula al apalancamiento de deuda, alto porcentaje de inversiones con incertidumbre, entrar en mercados desconocidos. *Autonomía* se vincula a las relaciones con individuos o equipos intentando establecer nuevos negocios, conceptos, ideas o visiones. Ello es especialmente importante en empresas que se enfrentan a rápidos cambios sectoriales, de las estructuras del mercado, de las necesidades de los clientes, tecnologías o de los valores de la sociedad.

La esencia de la empresa moderna está en la especialización de funciones. Por ello, junto al empresario innovador individual, ha surgido el empresario “corporativo” o profesional que asume, igualmente, las funciones de liderar el proceso de cambio mediante la innovación. Este empresario suele ocuparse de la dirección, desarrollando una doble función. Primero, se ocupa de implantar y desarrollar la innovación empresarial al reconfigurar los activos y recursos de la empresa y, segundo, dado que la empresa no opera en la frontera de producción, mejora la organización y ordenación de los procesos productivos, en el logro de eficiencia, en la implantación de la innovación y, lo

que es más relevante, su liderazgo y capacidad de comunicación para construir una reputación y un clima de confianza que transforme un sistema conflictivo en un sistema cooperativo.

Se constata una convergencia del papel del empresario y del directivo, por una mayor preocupación por lo empresarial frente a lo administrativo. Se busca la integración de lo empresarial –comportamiento para la búsqueda de oportunidades– con la estrategia de dirección– búsqueda de ventaja competitiva– para hacer posible la creación de riqueza en la empresa. Se pretende llevar el espíritu empresarial al interior de la empresa: innovación-creatividad, proactividad-autonomía, toma de riesgos y búsqueda del crecimiento. Se está llevando el mercado al interior de la empresa, se pretende convertir a los miembros de la empresa en empresarios.

Las grandes empresas estancadas, sin innovación, con inercia y rutinas propias de sectores maduros, tienen difícil romper los comportamientos de los directivos que tratan de minimizar el riesgo, seguir normas y estándares funcionales, en suma son controladores de cuotas y presupuestos.

Ante una innovación que desplaza el producto o negocio existentes las empresas establecidas tienen menos incentivos que un nuevo entrante porque están acelerando el fin de sus mercados actuales. Por el contrario, en las innovaciones incrementales se suele afianzar el cambio disruptivo por temores de canibalización, aversión al riesgo o inercia organizativa. Ahora bien, cuando perciben una amenaza para sus *core business* o poseen activos especializados que reducen sus costes de entrada en nuevos segmentos su entrada es más probable.

Ante un cambio tecnológico exógeno, las empresas instaladas son desplazadas por las nuevas empresas entrantes. Se hace necesario desaparecer para sobrevivir dado que las rutinas de la innovación, la socialización de los mercados de capitales internos les incapacitan para evaluar tecnologías fuera de sus negocios actuales. Existen oportuni-

dades para los nuevos entrantes en los mercados, incluso cuando los instalados tienen excelentes capacidades, financieras y tecnológicas.

La creación está unida a empresas innovadoras en entornos de capital riesgo, integradas en redes o *clusters*. Para aprovechar la acción de las empresas emprendedoras es condición necesaria la aceptación socio-política de sistemas de producción flexibles y de ordenación de las actividades que posibilitan a las empresas cambiar sus cartera de negocios, externalizar actividades –*outsourcing*– y plantas –*offshoring*– la rotura de los límites de la empresa. Igualmente, se exige flexibilidad en las jornadas y el empleo en los sistemas de remuneración para amortiguar los efectos de cambios en la demanda y en las tecnologías, en suma flexibilidad para lograr eficiencia para sobrevivir en mercados globales.

En el momento actual, la apertura de la economía española, los rápidos cambios tecnológicos, así como las nuevas generaciones con talento y excelente formación, han hecho posible el surgir de nuevos empresarios, como conseguir una visión favorable y la aceptación social de sus labor, al superar la visión de buscadores de rentas, de simples negociantes de posiciones en los mercados nacionales, que en el pasado ha caracterizado al empresario.

La existencia y vigor de las empresas multinacionales españolas nos permite superar una cierta visión pesimista sobre nuestras capacidades empresariales y directivas.

El desarrollo y dinamismo de la economía española en los últimos años es un reflejo de sus capacidades empresariales y su adaptación a las exigencias de los mercados globales. Nos queda el reto de la sociedad del conocimiento, de continuar con la creación de intangibles en las empresas con base en la innovación, de afianzar la imagen de marca y la reputación de nuestras empresas.

## Referencias bibliográficas

- BAUMOL, W. J. (1993): *Entrepreneurship. Management and the Structure of Payoffs*. The MIT Press, Cambridge Mass.
- CASSON, M. (1992): *The Entrepreneur*. Totowa, Nueva York, Barnes & Noble Books.
- CASSON, M.; GODLEY, A. (2005): “Entrepreneurship and and historical explanation”; en CASSI y MINOGLU, eds.: *Entrepreneurship in theory and in history*. Palgrave Macmillan, Hampshire UK; pp. 25-60.
- DRUCKER, P. (1985): *Innovation and Entrepreneurship*. New York, Harper & Row.
- HITT, A. M.; IRELAND, R. D. y HOSKISSON, E. R. (2001): *Strategic Management: Competitiveness and Globalization*. South-Western College Publishing, Cincinnati.
- KIRZNER, I. (1975): *Creatividad, Capitalismo y Justicia Distributiva*. Unión Editorial, Madrid.
- KIRZNER, I. (1979a): *Perception, Oportunity and Profit: Studies in the Theory of Entrepreneurship*. University of Chicago Press. Chicago.
- KIRZNER, I. (1979b): *Competencia y Función Empresarial*. Unión Editorial. Madrid.
- KNIGHT, N. (1947): *Riesgo, Incertidumbre y Beneficio*. Madrid, Aguilar (ed. or.: *Risk, Uncertainty and Profit*, 1921).
- LEIBENSTEIN, H. (1979): “The General X Efficiency Paradigm and the Role of the Entrepreneur”; en RIZZIO, M. J., ed.: *Time Uncertainty and Disequilibrium*; pp. 127-139.
- MISES, L. VON (1995): “La acción humana. Tratado de Economía”. Unión Editorial, Madrid.
- PRAHALAD, C. K. y DOZ, Y. (1995): “El Presidente Ejecutivo. ¿Una Mano Visible en la Creación de Riqueza?”; en *Euroforum*.
- SCHUMPETER, J. A. (1936): *The Theory of Economic Development*. Cambridge Press.

- SCHUMPETER, J. A. (1947): “The creative response in Economic History”; en *Journal of Economic History* (noviembre); pp. 149-159.
- SCHUMPETER, J. A. (1950): *Capitalismo, Socialismo y Democracia*. Ariel, Barcelona.
- SHACKLE, G. (1982): *Imagination and the Nature of Choice*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- SHANE, S. y VENKATARAMAN, S. (2000): “The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research”; en *Academy of Management Review* (25, 1); pp. 217-226.
- STIGLER G. J. (1976): “The existence of X-Efficiency”; en *American Economic Review* (marzo); pp. 213-216.



# LA FUNCIÓN INNOVADORA DEL EMPRESARIO EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO

*Fernando Becker*

Universidad Rey Juan Carlos

## Resumen

La actividad del empresario ha sido un tema ampliamente tratado en la literatura económica. En la historia del pensamiento económico el nacimiento del concepto de emprendedor vino de la mano del desarrollo de la economía de mercado. Ambos van ligados, como un protagonista lo está con su historia. Un repaso al papel del empresario en las diferentes escuelas de pensamiento nos permite sintetizar en tres la enorme diversidad y complejidad de las funciones inherentes al empresario: la financiera, la gerencial y la innovadora. El peso relativo de las funciones que desarrolla el empresario va a depender del grado de desarrollo de la economía en la que se desenvuelven. En el caso de economías más desarrolladas, la prioridad empresarial se concreta en la innovación, lo que resulta imprescindible para lograr diferenciarse, competir exitosamente en los mercados globales y fomentar el crecimiento económico sostenido a largo plazo.

## Abstract

*Business activity has been researched in depth in economic literature. In the history of economic thinking the concept of the entrepreneur, as such, came into being together with the advent of the market economy. They are as closely linked as the main character is to the plot of a story. A close look at the role of an entrepreneur, according to the different schools of thought, will enable us to summarize the great diversity and complexity of an entrepreneur's inherent responsibilities in three key points; financial, managerial and innovative. The relative weight of the tasks carried out by the entrepreneur depends on the degree of development of their economic environment. In the case of more developed economies, the entrepreneurial emphasis is on innovation, on which differentiation depends, to successfully compete on the world market and promote long term, sustained economic growth.*

## 1. Las funciones del empresario en la literatura económica

El análisis del papel del empresario en la economía tiene larga tradición en el pensamiento económico. En la obra póstuma de Schumpeter, *History of Economic Analysis*, se resalta cómo ya en el siglo XVI, destacados miembros de la Escuela de Salamanca dejaron constancia por escrito del importante papel de la figura del empresario en el devenir económico. Sirva como ejemplo las aportaciones del dominico Tomás de Mercado y del jesuita Luis de Molina que, motivados por la observación de un incipiente capitalismo derivado del crecimiento de las actividades comerciales de España con el continente americano, plas-

maron los orígenes de la teoría del riesgo, según la cual los beneficios son de carácter incierto y suponen una remuneración a los *emprendedores* por el servicio que su iniciativa ha prestado al conjunto de la sociedad.

A pesar de las referencias hacia el empresario realizadas por los integrantes de la llamada Escuela de Salamanca, el concepto de empresario tal y como ahora se contempla debe ser atribuido a los economistas franceses de la primera mitad del siglo XVIII (Hébert y Link, 2006). Entre ellos, destaca la figura de Richard Cantillon (1680?-1734), primer autor que utilizó el término *emprendedor* (*entrepreneur*), con el objeto de destacar el papel distintivo que esta categoría de individuos jugaba en la actividad económica. En su ensayo sobre *La*

*naturaleza del comercio en general*, Cantillon realiza un estudio sobre la economía de su época en el que sitúa al emprendedor como pieza fundamental en el flujo de la vida económica.

Para este autor, la función principal del empresario consiste en intermediar entre la adquisición de compromisos *ciertos* de pago por la disposición de factores productivos, y la obtención de ingresos *inciertos* por la venta de los bienes y/o servicios producidos. En este sentido, la asunción de riesgos forma parte fundamental del papel del empresario en el análisis de Cantillon.

Un siglo más tarde, en el tránsito del siglo XVIII al XIX, los economistas pertenecientes a la Escuela Clásica de Economía Política identificaron la figura del *empresario* con la del *capitalista* (Schumpeter, 1954). La visión clásica de la actividad económica de Adam Smith (1723-1790) y David Ricardo (1772-1823), estaba basada en la conjunción de tres factores productivos –capital, tierra y trabajo–, a los que se asociaban los agentes participantes –capitalistas, terratenientes y trabajadores–, que a su vez distribuían la producción obtenida a través de los beneficios, renta de la tierra y salarios. Dado que en la mayoría de las unidades de producción de la época el emprendedor era el que aportaba el capital, se produjo una identificación entre ambos agentes.

Dentro de la doctrina clásica, cabe destacar las aportaciones de J. S. Mill (1806-1876) al estudio de la figura del empresario. J. S. Mill se aproxima al estudio del mismo desde un análisis de las funciones que le son propias. Asigna al empresario las funciones de administración, organización y control de las actividades productivas, y la función directiva de las mismas, función que lleva aparejado la asunción de riesgos al tener que tomar decisiones sobre el futuro.

La incorporación de la función directiva como determinante lleva a Mill a adoptar el término francés *entreprenuer* utilizado por Cantillon para identificar la figura del empresario, y poder

separarla del concepto tradicional de *manager*, circunscrito a las responsabilidades de gestión y control de actividades.

Profundizando en el concepto de riesgo asociado al papel del empresario F. Knight (1885-1972), identifica la incertidumbre como elemento esencial de la actividad empresarial. Knight establece dos tipos de riesgo asociados a la actividad de los empresarios: aquél que es susceptible de ser medido y por tanto asegurado en el mercado, frente a aquel otro cuya naturaleza lo hace plenamente imposible de evaluar y prever y por tanto no puede ser asegurable. Según Knight, la gestión del segundo tipo de riesgo, la incertidumbre, es la función que distingue al empresario. La asunción de responsabilidad por las decisiones tomadas en un entorno de incertidumbre, donde las consecuencias no pueden ser aseguradas en el mercado por terceros, ni garantizadas por eficiencia en la gestión (gerencia), justifica por tanto la figura del empresario y su asignación del beneficio o de las pérdidas resultado de sus decisiones.

Coetáneo de Knight, Schumpeter (1883-1950) desarrollará la teoría del empresario innovador y pondrá el énfasis en su faceta innovadora. En su enfoque, sitúa como base del beneficio empresarial el acierto del empresario en la introducción de innovaciones que lleven a la empresa a disfrutar de una cierta posición de monopolio en su mercado, fruto de la cual obtendrá ingresos extraordinarios.<sup>1</sup> Por tanto, la llave que da acceso a una situación de mercado ventajosa no es otra que la faceta innovadora del empresario. Gracias a la adopción de una innovación, cualquiera que sea su naturaleza (tecnológica, de marca, de producto, de servicio, de organización, de comercialización, de diseño, de medio de pago, etc.), una empresa puede disfrutar de unas ganancias a las que sus competidores, por un periodo de tiempo, no pueden acceder.

<sup>1</sup> Es decir, ingresos superiores a los costes, teniendo en cuenta que en estos costes se incluye ya la retribución al empresario por sus funciones de gestión.

Posteriormente, cuando la innovación se contagia debido al efecto imitación, desaparece el beneficio extraordinario, y en ausencia de barreras que restrinjan la competencia, se vuelve a la situación inicial en la que no hay ventaja innovadora. Esta secuencia se repite cíclicamente con la aparición sucesiva de nuevas innovaciones que relanzan el proceso de manera continua. En este esquema subyace una perspectiva dinámica del crecimiento económico, impulsada por ciclos que el propio Schumpeter caracterizó como de “destrucción creadora”, y que será clave en el futuro desarrollo de las teorías sobre el crecimiento económico.

El breve repaso efectuado sobre el papel del empresario a lo largo de la historia del pensamiento económico pone de manifiesto la complejidad y diversidad de funciones asignadas al emprendedor. En un trabajo reciente de R. Hebert y A. Link (2006), se realiza un análisis exhaustivo de las funciones que a lo largo de las sucesivas corrientes económicas se han atribuido a la figura del emprendedor (Tabla 1).

En línea con el trabajo de Guzmán (2006), las diferentes aproximaciones funcionales se pueden agrupar en tres: las relacionadas con la

función financiera, las vinculadas a la gestión y las que tienen que ver con la función innovadora.

En primer lugar, la función financiera se refiere a la provisión y/o consecución de los recursos monetarios necesarios para la puesta en marcha y el desarrollo del proyecto emprendido. Se trata por tanto, de la tradicional función del capitalista como proveedor de fondos, función que gracias al desarrollo de los mercados de capitales ha evolucionado hacia la captación de recursos financieros.

En segundo lugar, la función gerencial se incluyen las actividades de optimización de procesos, de asignación de recursos entre usos alternativos, de control y supervisión sobre las actividades delegadas en su equipo de trabajo, de ejecución de contratación y reducción de los costes de transacción. En suma, la función de promover en la organización la mejora continua en eficiencia y en calidad.

En tercer lugar, la función innovadora recoge lo que la literatura económica ha denominado como arquetipo del “empresario schumpeteriano”. Esta agruparía todas aquellas tareas relacionadas con la asunción de riesgos asociados a la incertidumbre, el descubrimiento de oportunidades de negocio, la

Tabla 1  
Las funciones del empresario

| Función: el emprendedor es...                                     | Autores   |
|---|---|
| 1. ...la persona que asume riesgos asociados con la incertidumbre | Cantillon, Thünen, Mangoldt, Mill, Hawley, Knight, Mises, Cole y Shackle                                  |
| 2. ...la persona que aporta capital                               | Smith, Turgot, Böhm-Bawerk, Edgeworth, Pigou y Mises  |
| 3. ...un innovador  | Baudeau, Bentham, Thünen, Schmoller, Sombart, Weber y Schumpeter  |
| 4. ...tomador de decisiones                                       | Cantillon, Menger, Marshall, Wieser, Amasa Walker, Francis Walker, Keynes, Mises, Shackle, Cole y Schultz |
| 5. ...un líder industrial   | Say, Saint-Simon, Amasa Walker, Francis Walker, Marshall, Wieser, Sombart, Weber y Schumpeter             |
| 6. ...un gestor o superintendente                                 | Say, Mill, Marshall y Menger  |
| 7. ...un organizador y coordinador de recursos económicos         | Say, Walras, Wieser, Schmoller, Sombart, Weber, Clark, Davenport, Schumpeter y Coase                      |
| 8. ...el propietario de una empresa                               | Quesnay, Wieser, Pigou y Hawley   |
| 9. ...un empleador de factores de producción                      | Amasa Walker, Francis Walker, Wieser y Keynes   |
| 10. ...un contratista   | Bentham   |
| 11. ...un arbitrajista  | Cantillon, Walras y Kirzner   |
| 12. ...un asignador de recursos entre usos alternativos           | Cantillon, Kirzner y Schultz  |

Fuente: Hébert y Link *Historical Perspectives on the Entrepreneur* (2006: 391-392).

innovación en la combinación de factores, la introducción y desarrollo de nuevas formas de trabajo y de nuevas tecnologías, y, en términos de Marshall o del propio Schumpeter, una actividad de liderazgo, de férrea voluntad y profunda determinación con la buena marcha del proyecto.

Adicionalmente, y como factor común a todas las categorías funcionales que se han identificado, cabe destacar como característica determinante del empresario la función de toma de decisiones. Esta característica subyace tanto en la función innovadora como en la de gestión y en la financiera y sintetiza, indudablemente, buena parte de la esencia del emprendedor.

## 2. La figura del empresario en las teorías del crecimiento económico

La concepción funcional del empresario ha estado ligada a la perspectiva del crecimiento económico de las principales corrientes de pensamiento. La visión clásica del funcionamiento económico, guiada bajo los principios de rendimientos decrecientes (Ricardo), una presión demográfica cada vez mayor (Malthus) y en la concepción del ahorro (acumulación de capital) como fuente de todo crecimiento, desemboca en el denominado enfoque estacionario del crecimiento económico a largo plazo. Esta perspectiva es coherente con la visión del empresario centrado especialmente en la función financiera de aportación del capital necesario para poner en marcha una iniciativa.

La perspectiva de la escuela neoclásica, imbuida en el desarrollo conceptual del equilibrio general de L. Walras, entiende el crecimiento económico como un progreso de carácter gradual y sostenido en el tiempo, gracias a las mejoras técnicas que se producen. Así, la posición de equilibrio entre oferta y demanda, que se consigue al operar los agentes con plena información en mercados

perfectamente competitivos, evoluciona gracias al avance del nivel tecnológico. Y lo que es más relevante para el planteamiento del proceso de crecimiento económico neoclásico, el progreso tecnológico tiene un carácter puramente exógeno al propio sistema económico.

Estos autores no niegan la aparición de invenciones tecnológicas disruptivas que ejerzan un profundo efecto expansivo en el crecimiento económico, pero entienden que éstas se producen de forma ocasional y, en cualquier caso, nunca son inducidas por el entramado económico, sino por factores externos. La función primordial que bajo esta perspectiva se asigna al empresario es la gerencial. En este sentido el empresario participa en la consecución del equilibrio mediante la optimización de la operación de su empresa.

Esta visión es la que adoptan Solow y Swan a mediados del siglo XX, al desarrollar el modelo de *crecimiento exógeno*. Como indican Sala i Martín (2003) o Galindo (2003), la contrastación empírica de la falta de convergencia entre países a largo plazo, como debería ocurrir según la concepción neoclásica del crecimiento, y la dificultad para justificar una evolución del progreso tecnológico independiente de las acciones de los agentes económicos públicos y privados (inversión en I+D+i), conllevó el abandono de estos modelos de crecimiento económico a largo plazo.

En el último cuarto del siglo XX, gracias a las aportaciones de Romer, Lucas y Barro, entre otros, se formularon los modelos de *crecimiento endógeno*, que eliminan los automatismos del proceso de crecimiento económico y también de la función empresarial. Esta corriente asigna a la capacidad de innovar, la potencialidad de convertir el tradicional mecanismo ahorro-inversión en crecimiento. El desarrollo de los modelos endógenos de crecimiento fue evolucionando mediante el análisis de aquellas variables susceptibles de contribuir positivamente al desarrollo de la innovación.

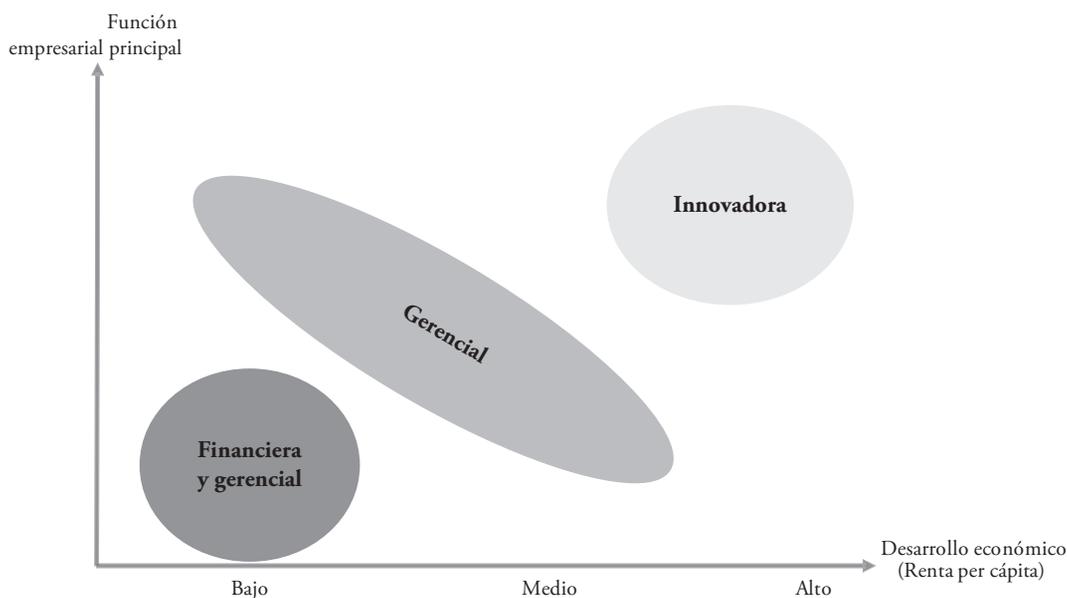
De esta manera se incorporaron sucesivamente al análisis del crecimiento económico factores tales como el capital humano, la inversión en investigación y desarrollo o la disposición de una eficiente arquitectura institucional y regulación económica. Como indica Guzmán (2006), la figura del empresario y su función innovadora no se plantea directamente como un factor explicativo del desarrollo económico a largo plazo en los orígenes de estos modelos, pero la presencia de la figura del emprendedor y de su función innovadora están en buena medida en el fondo de varios de los factores explicativos del crecimiento a largo plazo que plantean los modelos endógenos.

A lo largo de la historia, las diferentes teorías del crecimiento económico han puesto el mayor peso del papel del empresario en una de las tres funciones identificadas: la función financiera, la función gerencial y la función innovadora. En la actualidad, el enfoque que se otorga a la prevalencia de una u otra función empresarial como primordial para el crecimiento depende del nivel

de desarrollo en que se encuentran las economías (Gráfico 1). En línea con la propuesta de Lazoniwck (2006) o Porter (2003) se puede decir que los aspectos fundamentales del desarrollo económico varían en función del nivel de desarrollo en el que se encuentran las distintas economías. Estos autores plantean que para aquellos países que se encuentran en sus niveles iniciales de desarrollo económico, la principal forma de generar crecimiento económico es aumentando la utilización del factor trabajo y de los recursos naturales. En este contexto la función financiera del emprendimiento resulta esencial.

Así lo revelan los programas de microcréditos, que han contribuido en numerosos países a la inserción al mercado laboral de una considerable cantidad de recursos humanos (autónomos y microempresas) que difícilmente podrían haber sido ocupados de otra forma. Su competitividad se basa en bajos salarios, escaso valor añadido y por tanto rentas per cápita reducida. Sin embargo, permiten que se comience a establecer un primer

Gráfico 1  
Funciones empresariales y nivel de desarrollo



clima de negocios, un inicio de generación de ahorro y de acumulación de capital humano, debido principalmente a la progresiva acumulación de experiencia laboral y absorción de capacidad de uso de tecnología.

Por lo tanto, cuando una sociedad se encuentra en la etapa inicial de desarrollo, la función empresarial de captación de recursos contribuye significativamente a sentar las bases del crecimiento económico. La participación de nuevos trabajadores y recursos financieros facilita la mejora del capital humano y la acumulación de ahorro. Si este proceso se ve acompañado por políticas macroeconómicas estables y orientadas al crecimiento, se sientan las bases para avanzar hacia una nueva etapa de desarrollo.

En esta nueva fase, gracias a la mejora en las condiciones para el desarrollo de los negocios derivadas de la progresiva acumulación de experiencia y recursos, es cuando la función gerencial permite mejorar la productividad empresarial y consecuentemente el crecimiento económico. Las nuevas oportunidades que en esta fase de desarrollo ofrece la profesionalización y mejora de la función gerencial suponen un importante espacio para la creación de nuevas empresas. La mejora en las condiciones del entorno económico abre la posibilidad a nuevas formas de organización y captación de los recursos humanos y financieros, que a su vez traen consigo una importante mejora en términos de eficiencia. Así, los gestores pueden reducir los costes acudiendo a nuevas fuentes de financiación, utilizando la captación de nueva tecnología del exterior, o creando nuevas formas de alianzas empresariales tales como *joint ventures* y alianzas estratégicas con empresas extranjeras, entre otras. Cabe señalar que las posibilidades de mejora de la eficiencia, aunque sólo sea por la simple imitación de las prácticas ya consolidadas en economías más avanzadas, son de gran importancia y de difícil enumeración.

Por lo tanto, la transición hacia un nivel de desarrollo medio supone un amplio espacio para el emprendimiento, en el cual la función gerencial juega el papel principal. La profesionalización de la gerencia de las empresas familiares, la apertura a las empresas extranjeras que se instauran en el país y el desarrollo de negocios que imitan y mejoran los que se producen en los países más avanzados, son algunos de estos ejemplos, y contribuyen por tanto a aumentar la productividad, los salarios y la riqueza del país.

Sin embargo, la evolución hacia una economía altamente desarrollada exige en lo que a la función prioritaria del emprendedor se refiere, superar los fundamentos esenciales de etapas anteriores, así como también otros aspectos micro y macroeconómicos. En lo que respecta al emprendedor, su actividad principal se traslada hacia la innovación. En un entorno internacional competitivo y de renta elevada, para garantizar un crecimiento económico sostenido es imprescindible situar a la innovación como una prioridad empresarial. Cuando se ha adquirido un determinado nivel de renta, el crecimiento futuro dependerá de la producción y comercialización de bienes y servicios de alto valor añadido.

La existencia de una organización en la que la innovación se sitúa en el epicentro de la actividad de empresarial requiere plantear para la empresa una estrategia e inversión a largo plazo que permita desarrollar la acumulación de experiencia y capital humano necesario para llevarla a cabo. Así, el empresario se convierte en un innovador y en un catalizador de la innovación del resto de la sociedad. Sin embargo, para que la figura empresarial concentre su actividad en la función innovadora, resulta necesario que el conjunto de la sociedad haya efectuado también una profunda transición que ofrezca a las empresas un entorno favorable para la innovación.

Este enfoque no ha de entenderse como funciones sustitutivas del empresario, sino que en

todas las fases de desarrollo, el empresario ha de ejecutar cada una de las funciones identificadas. La diferencia principal radica en cuál de ellas es la prioritaria, la que se ha de situar en el núcleo de la estrategia, para acomodar a ella las demás.

La configuración de una economía innovadora requiere, por tanto, de un profundo cambio en la forma de actuar del tejido empresarial, y también del conjunto de la sociedad. La innovación es un proceso complejo, acumulativo y de carácter socialmente colectivo en el cual resulta imprescindible contar con instituciones de calidad, un marco regulatorio que fomente el correcto funcionamiento de la competencia de mercado, y un entorno social y financiero que premie la iniciativa empresarial y la asunción de riesgo para actividades innovadoras.

Así lo ha reflejado el *World Economic Forum* en sus informes periódicos anuales sobre competitividad (*The Global Competitiveness Report*), donde una larga serie de autores, encabezados por los profesores Porter y Sala i Martín, han tratado en profundidad las características microeconómicas

de la competitividad. Desde este organismo elaboran el *Índice de Competitividad Global* para evaluar la competitividad y, por tanto, la capacidad de crecer en el largo plazo, de las diferentes economías. La metodología adoptada por el *World Economic Forum* se basa en construir un indicador agregado que resume la información de los doce pilares identificados como claves para la competitividad: las instituciones, la infraestructura, el entorno macroeconómico, la educación primaria y salud, la capacitación y la educación superior, la eficacia de los mercados de bienes y laboral, el desarrollo del mercado financiero, la disponibilidad tecnológica, el tamaño del mercado, la sofisticación empresarial y la innovación. La agregación a un único indicador se realiza utilizando ponderaciones diferentes de los factores de competitividad o pilares, según el nivel de desarrollo en el que se encuentren las economías.

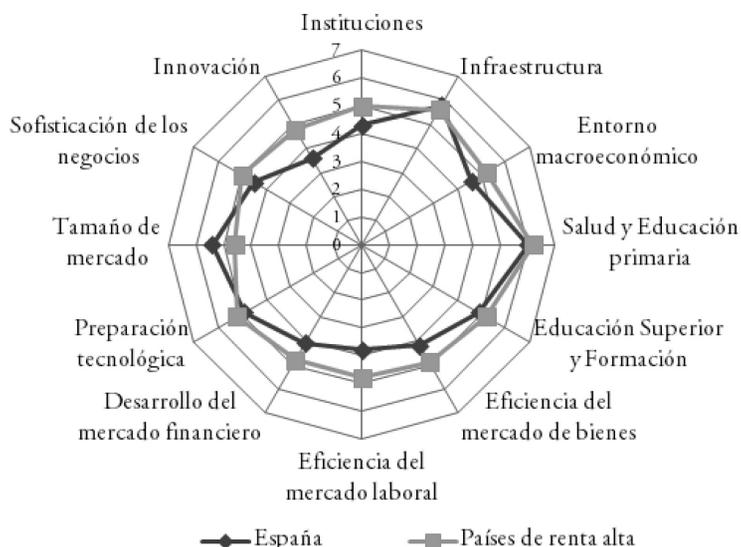
Para los países con niveles bajos de desarrollo, la competitividad tiene que ver con aspectos que giran en torno a la disponibilidad de factores tales como las infraestructuras y cantidad de mano de obra operativa; las actividades relacionadas con

Tabla 2  
Factores de competitividad según el nivel de desarrollo. En porcentaje

|                                   |   | Niveles de desarrollo |                                 |             |                                 |          |
|-----------------------------------|---|-----------------------|---------------------------------|-------------|---------------------------------|----------|
|                                   |   | Nivel 1               | Transición de Nivel 1 a Nivel 2 | Nivel 2     | Transición de Nivel 2 a Nivel 3 | Nivel 3  |
| Umbrales de PIB per cápita (US\$) |   | < 2.000               | 2.000-3.000                     | 3.000-8.999 | 9.000-17.000                    | > 17.000 |
| Requerimientos básicos            | • Infraestructuras                        | 60                    | 40-60                           | 40          | 20-40                           | 20       |
|                                   | • Entorno Macroeconómico                  |                       |                                 |             |                                 |          |
|                                   | • Salud y educación primaria              |                       |                                 |             |                                 |          |
| Potenciadores de eficiencia       | • Educación superior y formación continua | 35                    | 35-50                           | 50          | 50                              | 50       |
|                                   | • Eficiencia mercado de bienes            |                       |                                 |             |                                 |          |
|                                   | • Eficiencia mercado de trabajo           |                       |                                 |             |                                 |          |
|                                   | • Desarrollo del sistema financiero       |                       |                                 |             |                                 |          |
|                                   | • Preparación tecnológica                 |                       |                                 |             |                                 |          |
|                                   | • Tamaño de mercado                       |                       |                                 |             |                                 |          |
| Factores de innovación            | • Sofisticación de negocio                | 5                     | 5-10                            | 10          | 10-30                           | 30       |
|                                   | • Innovación                              |                       |                                 |             |                                 |          |

Fuente: *The Global Competitiveness Report 2011-2012*. World Economic Forum (2011); Figura 1 (p. 9) y Tabla 1 (p. 10). Elaboración propia.

Gráfico 2  
Indicadores parciales de competitividad. España y países desarrollados (economías basadas en la innovación)



Fuente: *The Global Competitiveness Report 2011-2012*. World Economic Forum (2011); p. 324.

la función financiera; la obtención de recursos; del número de empresarios. En cambio, para los niveles medios de desarrollo los factores anteriores pierden relevancia, mientras que la ganan los factores relacionados con las mejoras de eficiencia productiva y comercial. Los requerimientos de capital humano y tecnológico son mayores, y es necesario que los mercados funcionen con cierto nivel de eficiencia para poder facilitar la labor del empresario de optimizar los recursos. La función innovadora, asociada a los factores de innovación va ganando peso, pero su peso en el índice de competitividad sigue siendo escaso (10%).

Por último, en las economías avanzadas la innovación juega un papel fundamental en el crecimiento económico. En esta fase, la innovación en productos, servicios y procesos, constituye un factor decisivo para garantizar la supervivencia de las empresas, en un entorno en el que la competencia se basa en la generación de valor añadido. Por tanto la función innovadora del empresario se constituye en la clave del éxito empresarial.

Como puede observarse en la Tabla 2, en todos los niveles de desarrollo están presentes todos los factores claves de la competitividad microeconómica, y por tanto también de las funciones empresariales. Sin embargo, el matiz diferencial consiste en el grado de relevancia de cada una de ellas.

Analizando la posición de España en relación al *Índice de Competitividad Global* elaborado por el *World Economic Forum*, se observa cómo España obtiene valoraciones inferiores a la media de países de igual nivel de desarrollo en prácticamente todos los factores evaluados. Solamente en infraestructuras y en el tamaño de mercado alcanza una mejor evaluación que los países que están compitiendo a través de la innovación.

Es precisamente en los factores más relacionados con la función innovadora donde obtiene las peores calificaciones, junto con otros problemas tradicionales de nuestra sociedad como la eficiencia del mercado de bienes y especialmente el de trabajo, así como también en el funcionamiento del entramado institucional.

En el informe sobre la competitividad de las economías desarrolladas realizado por Institute for Management Development de Lausana, *The World Competitiveness Yearbook*, se recogen un conjunto de indicadores relacionados sobre la actividad innovadora en las economías más competitivas del mundo. En su edición de 2010 se analizan un total de 58 países y 327 indicadores.

Tabla 3  
Indicadores sobre innovación  
del informe anual del IMD

| Posición de España (2010)                                | Ranking sobre 58 países |
|--|-------------------------|
| Desarrollo y aplicación tecnológica                      | 35                      |
| Capacidad innovadora                                     | 39                      |
| Sistema educativo adecuado para una economía competitiva | 39                      |
| Cooperación tecnológica                                  | 43                      |
| Transferencia de conocimiento universidad-empresa        | 44                      |
| Espíritu emprendedor                                     | 55                      |

Fuente: *Informe Cotec 2011* (Tabla C9-8, p. 97). A partir de *Executive Opinion Survey* del IMD.

La economía española ocupa la posición 36 de las 58 economías analizadas en este índice de competitividad. Se percibe especialmente negativa la predisposición al emprendimiento en nuestra sociedad, así como también la capacidad para llevar a cabo proyectos en los que la colaboración institucional es necesaria. La complejidad de poner en marcha proyectos en cooperación tecnológica y las barreras que impiden que fluya el conocimiento desde la universidad hacia la empresa, son aspectos donde claramente el modelo productivo español destaca negativamente.

En suma, la revisión de los principales análisis sobre el tejido productivo español ponen de manifiesto la existencia de claras carencias en el desarrollo de la función innovadora. Esta disfunción, se ha plasmado en un modelo productivo que a lo largo de los años se ha ido quedando obsoleto y perdiendo competitividad. La modernización del mismo pasa, entre otras cuestiones, por revitalizar y otorgar más valor a la innovación.

### 3. Conclusiones

La actividad del empresario ha sido un tema ampliamente tratado en la literatura económica. En la historia del pensamiento económico el nacimiento del concepto de emprendedor vino de la mano del desarrollo de la economía de mercado. Ambos van ligados, como un protagonista lo está con su historia. Un repaso al papel del empresario en las diferentes escuelas de pensamiento nos permite sintetizar en tres la enorme diversidad y complejidad de las funciones inherentes al empresario: la financiera, la gerencial y la innovadora.

Para poder poner en marcha un negocio y garantizar su sostenibilidad en el tiempo, estas funciones han de ser ejercidas con diligencia. Ello supone operar en un entorno de incertidumbre, y consecuentemente tomar decisiones sujetas a posibles errores. La toma de decisiones es una constante en que se repite en el desempeño de todas las funciones empresariales.

El peso relativo de las funciones que desarrolla el empresario, la financiera, gerencial o innovadora, va a depender del grado de desarrollo de la economía en la que se desenvuelven.

Para los empresarios de economías menos desarrolladas, la función financiera prevalece sobre todas las demás. La captación de los recursos financieros necesarios para poner en marcha un negocio constituye la piedra angular de los proyectos empresariales, dada la relativa abundancia de otros factores básicos, tales como el trabajo. Para niveles superiores de desarrollo, las otras funciones van cobrando mayor protagonismo. Tal es el caso de la función gerencial en aquellos mercados de economías más desarrolladas, por cuanto la capacidad gerencial permite introducir importantes mejoras de eficiencia. Así, mediante el ejercicio de esta función se aprovecha el desarrollo y el mejor funcionamiento de los mercados de bienes, de capitales y del mercado laboral, lo que permite aumentar la productividad y la eficiencia total de la economía.

Por último, en el caso de economías más desarrolladas, la prioridad empresarial se concreta en la innovación, lo que resulta imprescindible para lograr diferenciarse, competir exitosamente en los mercados globales y fomentar el crecimiento económico sostenido a largo plazo.

Para el caso de la economía española, los indicadores internacionales muestran en su comparativa, que el factor de la innovación es uno de los principales puntos débiles del modelo productivo español. Sin embargo, esta cuestión no ha de verse como un factor aislado y de pura responsabilidad de los empresarios, sino como la consecuencia, en cierto modo, de una falta de valoración social y económica de dicha función.

Ello se explica por una parte a que en los últimos años la actividad empresarial ha mostrado sus preferencias hacia negocios menos arriesgados, más repetitivos y menos innovadores. Por otra parte, también se debe a la pérdida de valor y de reconocimiento social hacia el papel del empresario y su capacidad de innovar. Resulta conveniente por tanto, poner nuevamente en valor la función social del empresario. Para que ello se produzca, es imprescindible promover un cambio cultural, en el que se identifique, aflore y retribuya la función del empresario en la sociedad.

En este contexto la modernización de nuestra economía requiere de un importante impulso de fomento de la innovación. Por su parte, las políticas públicas no deben sólo materializarse en un aumento del gasto en investigación, desarrollo e innovación, sino también en una política orientada hacia la obtención de resultados, es decir, en conseguir más negocios innovadores, mediante un apoyo explícito al emprendedor innovador. La cuestión no es sólo crear conocimiento, sino facilitar que este se convierta en emprendimiento.

En suma, si las políticas públicas deben enfocarse hacia los factores más relevantes para el crecimiento económico, en España han de diseñarse pensando en facilitar la innovación. Esto

supone operar transversalmente sobre cuestiones como el sistema educativo, la política fiscal, el funcionamiento de los mercados financieros, de bienes y de trabajo o la estructura institucional.

La configuración de un marco social y económico favorable para la innovación es fundamental. La innovación no es una responsabilidad exclusiva del empresario, aunque es él quien ha de desarrollarla. Si no se crea un clima proclive hacia la misma, difícilmente el empresario puede desarrollar innovación aplicada al mercado. Si lo que se pretende es conseguir que los desarrollos innovadores lleguen al mercado, se ha de imbuir del espíritu innovador al conjunto de los agentes sociales.

El sector financiero ha de ser más proclive a crear nuevas fórmulas para financiar proyectos innovadores, a pesar de tener una mayor exposición al riesgo. Las propias empresas han de desarrollar una cultura innovadora en su propio seno. Las universidades y el conjunto del sistema educativo, también juegan un papel esencial, ya que permiten inculcar a los estudiantes los hábitos, creencias y valores que posibilitan actitudes más innovadoras.

## Referencias bibliográficas

- BAILY, M. y SOLOW, R. (2001): "International Productivity Comparisons built from the firm level"; en *Journal of Economic Perspectives* (summer); pp. pp. 151-172.
- BARRO, R. J. y SALA-i-MARTIN, X. (1995): *Economic growth*. McGraw-Hill, Londres
- BECKER, F. (2006): *¿Es la productividad el problema?* Instituto de Estudios Económicos Madrid.
- BECKER, F. (2011): "El reto empresarial frente el crecimiento a largo plazo: la fuerza innovadora, del emprendedor"; en LÓPEZ MORENO, M. J., dir.: *La empresa en el dominio de la complejidad*. Madrid, Editorial Cinca-UNESA; pp. 367-379.

- BLAUG, M. (1983): “Marx, Schumpeter y la teoría del empresario”; en *Revista Occidente* (21); pp. 117-130.
- CUERVO, A.; RIBEIRO, D. y ROIG, S., coords.: *Entrepreneurship: conceptos, teoría y perspectiva*. Fundación Bancaja.
- COTEC (2011): *Informe COTEC 2011*. Fundación Madrid, Cotec para la Innovación Tecnológica.
- GALINDO, M. A. (2003): “Algunas consideraciones sobre el crecimiento económico”; en *Revista Económica de Castilla la Mancha Crecimiento y Convergencia* (2); pp. 129-177.
- GUZMÁN CUEVAS, J. (2006): “El rol del Entrepreneurship en el proceso de crecimiento económico”; en *Estudios de Economía Aplicada* (24-2); pp. 361-387.
- GUZMÁN CUEVAS, J. (2011): “El empresario y la empresa en el proceso de crecimiento y desarrollo económico”; en *Revista del Instituto de Estudios Económicos* (1): “El papel del empresario en la economía de mercado”; pp. 103-132.
- HÉBERT, R. F. y LINK A. N. (1988): *The Entrepreneur: Mainstream Views and Radical Critiques*. New York, Praeger.
- HÉBERT, R. F. y LINK A. N. (2006): “Historical Perspectives on the Entrepreneur”; en *Foundations and Trends in Entrepreneurship* (2, 4); pp. 261-408.
- IVIE (2005): *Las nuevas tecnologías y el crecimiento económico en España*. Fundación BBVA, Madrid.
- KIRZNER, I. M. (1985): *Discovery and the capitalist process*. Chicago, University of Chicago Press.
- LAZONICK, W. (2007): “Innovative Enterprise and Economic Development”; en CASSIS y COLLI, eds.: *Business Performance in the Twentieth Century: A Comparative Perspective*. Cambridge University Press.
- LEIBENSTEIN, H. (1968): “Entrepreneurship and development”; en *The American Economic Review* (58, 2); pp. 72-83.
- NORTH, D. C. (1993): *Instituciones, cambio institucional y crecimiento*. México, Fondo de Cultura Económica.
- PÉREZ-DÍAZ, V. y RODRÍGUEZ, J. C. (2010): *La cultura de la innovación de los jóvenes españoles en el marco europeo*. Fundación Cotec para la Innovación Tecnológica.
- PORTER, M. (2002): “Building the microeconomics foundations of prosperity: Findings from the microeconomics competitiveness index”; en *The Global Competitiveness Report 2003-2004*; pp. 29-56.
- SAN EMETERIO, N. (2006): *Nueva economía institucional*. Editorial Síntesis, Madrid.
- SALA I MARTÍN, X. (2003): “Algunas lecciones de 10 años de literatura empírica sobre crecimiento”; en *Revista Económica de Castilla la Mancha Crecimiento y Convergencia* (2); pp. 35-53.
- SHUMPETER, J. A. (1942): *Capitalism, socialism and democracy*. Harper, Nueva York.
- SHUMPETER, J. A. (1954): *History of economic analysis*. Nueva York. Oxford University Press.
- TRIGO PORTELA, J. (2011): “La importancia de la función empresarial y del empresario en el crecimiento económico”; en *Revista del Instituto de Estudios Económicos* (1): “El papel del empresario en la economía de mercado”; pp. 23-58.





# EL SENTIDO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL: EL RELATO DEL EMPRESARIO EXCELENTE

Adela Cortina

Universidad de Valencia

## Resumen

Si la pregunta por las causas de las crisis ha generado una buena cantidad de bibliografía, en los últimos tiempos la cuestión clave es la de cómo crear esa riqueza tangible e intangible que sólo las empresas pueden dar. Una de las propuestas en la que coinciden los especialistas consiste en revitalizar el espíritu emprendedor, presentando la forma de vida del empresario como una opción atractiva por el bien que produce y porque goza de reconocimiento social. Aceptando las sugerencias del llamado “giro narrativo”, el artículo analiza las virtualidades de los relatos empresariales para revalorizar el papel de los empresarios. Con ese fin intenta cubrir tres etapas: (1) los relatos son necesarios por tener una base cerebral, (2) conviene averiguar por qué el empresario no suele considerarse como protagonista de buenos relatos, (3) las buenas historias, las que convencen, son las que tienen la capacidad de mostrar el sentido de la actividad empresarial y la verdad de lo que venimos haciendo.

## Abstract

*If the question about the causes of the crises has generated a good deal of literature, the key issue in recent times has been how to create that tangible and intangible wealth that only companies can give. One of the proposals that specialists agree upon is to revitalise the entrepreneurial spirit, presenting the entrepreneurs' way of life as an attractive option, due to the good they produce and the social recognition they enjoy. Accepting the suggestions of the so-called “narrative turn”, the article analyses the virtualities of business narratives in order to enhance the role of entrepreneurs. To this end, the article aims to cover three stages: (1) narratives are necessary because they are brain-based, (2) it is advisable to find out why entrepreneurs are not usually considered as the main characters of good narratives, (3) good narratives, the ones that convince, are the ones that have the capacity to show the meaning of the entrepreneurial activity and the truth of what we have been doing.*

## 1. Fomentar el espíritu emprendedor: un antídoto frente a las crisis

Las crisis que venimos padeciendo al menos desde el año 2007 han generado una buena cantidad de bibliografía y de encuentros dedicados a reflexionar sobre sus posibles causas.<sup>1</sup> Economistas, políticos, sociólogos, filósofos han invertido tiempo y energías en preguntarse qué ha ocurrido en el nivel global y en el local para llegar a una situación de precariedad que en la Unión Europea

se ha hecho especialmente dolorosa.<sup>2</sup> Pero a la vez, y sobre todo en los últimos tiempos, la gran pregunta es qué hacer, cómo crear riqueza tangible e intangible que nos permita llevar adelante nuestros planes de vida contando con la base de bienes que sólo la actividad económica y las empresas pueden dar. Si importa preguntar por la etiología de las crisis y por el diagnóstico de la situación es sobre todo para formular prescripciones bien fundadas para salir del marasmo.

<sup>1</sup> Este estudio se inserta en el Proyecto de Investigación Científica y Desarrollo Tecnológico FFI2010-21639-C02-01, financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación con Fondos FEDER de la Unión Europea, y en las actividades del grupo de investigación de excelencia PROMETEO/2009/085 de la Generalitat Valenciana.

<sup>2</sup> Un buen ejemplo de ello son trabajos como los recogidos en AAVV, *Empresas éticas ante la crisis actual*. Fundación ÉTNOR, Valencia, 2009; AAVV, *Revitalizar las empresas para construir una buena sociedad*, Fundación ÉTNOR, Valencia, 2011; RACMYP, *Crisis económica y financiera: intervenciones en la RACMYP 2000-2010* (Intervenciones de Juan Velarde, Ángel Sánchez Asiaín, Julio Segura, Jaime Tercero, José Barea, José L. García Delgado, José María Serrano y Pedro Schwartz), Real Academia de Ciencias Morales y Políticas, Madrid, 2010; Antón Costas (coord.), *La crisis de 2008. De la economía a la política y más allá*, Fundación Cajamar, 2010.

Obviamente, en todas las propuestas de futuro figura como ineludible la creación de empleo, sobre todo empleo juvenil, tanto desde el sector privado como desde el público, y para lograrlo se sugieren diversas medidas. Una de ellas, en la que coinciden todos los especialistas en la materia, y de la que nos vamos a ocupar en este trabajo, consiste en *revitalizar el espíritu emprendedor*.

Por supuesto, es necesario simplificar al máximo los trámites indispensables para crear empresas, dar facilidades para que quienes deseen darles vida puedan hacerlo sin dificultades insalvables. Pero igualmente necesario es fomentar el espíritu creador de quien está dispuesto a asumir riesgos y a enfrentarse al desafío de tomar decisiones en situaciones de incertidumbre, con tal de proporcionar a la sociedad unos bienes y servicios de los que carecería sin esa iniciativa, y lograrlo a través de la obtención del beneficio empresarial.

Los incentivos para suscitar el deseo de crear empresas pueden y deben ser económicos y sociales, claro está, pero eso no basta, sino que se hace también necesario presentar la forma de vida del empresario o del emprendedor como un proyecto por el que merece la pena apostar, como una opción atractiva por el bien que produce y porque goza de reconocimiento social. Este último punto es también de la mayor importancia. Como bien mostraba Hegel, la base de la vida social no es el individuo aislado, sino el reconocimiento recíproco de individuos que se saben en relación y necesitan el aprecio de las demás personas para poder llevar adelante sus planes de vida.<sup>3</sup> La autoestima personal depende en muy buena medida de la estima que otros tengan de nuestra persona, proyectos y capacidades, y podemos decir por nuestra cuenta y riesgo que si la opción empresarial no cuenta entre

aquellas opciones que son reconocidas socialmente como valiosas resulta muy costoso optar por ella.

Algunos especialistas aconsejan introducir en la enseñanza primaria y media una imagen del empresario diferente de la que aparece en algunos manuales españoles, donde el empresario difícilmente puede presentarse con peor imagen. Y, ciertamente, es un buen consejo, que tal vez debería venir acompañado de esa tarea de mayor calado que proponen quienes desean introducir en el mundo empresarial el *storytelling*.

## 2. Contar cuentos, y no sólo hacer cuentas

Ciertamente, a partir de los años noventa del siglo XX se produjo en Estados Unidos lo que se ha llamado el “giro narrativo” tanto en el mundo del *management* como en el de la comunicación política.<sup>4</sup> Ya en los años ochenta el economista McCloskey había afirmado que la economía es una disciplina esencialmente narrativa,<sup>5</sup> es un arte de contar historias, y a partir de los noventa se extiende el *storytelling*, el arte del contar historias, como una forma de comunicación tanto interna como externa. En el mundo de las ciencias sociales se instaura con ello una era narrativa, que afecta, entre ellas, al de las ciencias empresariales.

Como hemos ido sabiendo poco a poco, una buena comunicación es esencial para generar buena reputación y, por lo tanto, para el éxito de la empresa y, en principio, son los informes anuales y los códigos éticos los encargados de comunicar la actividad empresarial. Sin embargo, en los años noventa del siglo pasado a esas formas tradicionales de comunicación se une la conveniencia de contar la historia de la empresa como una forma de comunicar cuál es su identidad y cuáles son

<sup>3</sup> G. W. F. Hegel, *Principios de la Filosofía del Derecho*, Sudamericana, Buenos Aires, 1975; Karl-Otto Apel, *La transformación de la filosofía*, Taurus, Madrid, 1985, 2 vols.; Jürgen Habermas, *Conciencia moral y acción comunicativa*, Península, Barcelona, 1983; Adela Cortina, *Ética mínima*, Tecnos, Madrid, 1986; Jesús Conill, *El crepúsculo de la metafísica*, Anthropos, Barcelona, 1988; Domingo García-Marzá, *Ética de la justicia*, Tecnos, Madrid, 1992; Axel Honneth, *La lucha por el reconocimiento*, Crítica, Barcelona, 1997; Paul Ricoeur, *Caminos del reconocimiento*, Trotta, Madrid, 2005.

<sup>4</sup> Christian Salomon, *Storytelling, la máquina de fabricar historias y formatear las mentes*, Península, Barcelona, 2008, p. 29.

<sup>5</sup> Donald N. McCloskey, *La retórica de la economía*, Alianza, Madrid, 1990 (publicado en inglés en 1985).

sus objetivos: quiénes somos, adónde vamos y adónde queremos ir. Es, al fin y a la postre, una forma de invitar a los ciudadanos a considerar a la empresa como una aliada con la que merece la pena caminar. Ante la multiplicación de ofertas resulta indispensable crear confianza para fidelizar a los clientes y para ganar otros nuevos, y un buen recurso para lograrlo consiste en hacerles partícipes de la propia historia e integrarles en ella. Desde esta perspectiva ha llegado a decirse que las empresas son historias, y las marcas, por su parte, son historias que la gente siente como propias.

Ante esta propuesta del *storytelling* que busca generar reputación y reconocimiento para las empresas se hace necesario, a mi juicio, realizar al menos *tres consideraciones* esenciales.

En *primer lugar*, importa calibrar hasta qué punto es relevante la narrativa, si es una ocurrencia más o menos ingeniosa que se ha puesto de moda y que, como todas las modas, pasará, o si, por el contrario, es una necesidad para la supervivencia de las empresas, porque las personas vivimos en historias y de historias, y si no se cuenta la buena, se contará la perversa.

En *segundo lugar*, conviene preguntarse por qué el empresario no suele considerarse como protagonista de buenos cuentos, por qué no aparece como un personaje a imitar.

Y, *por último*, pero no en último lugar, sino tal vez en el primero, conviene recordar que las buenas historias son las que tienen la capacidad de mostrar con la narración el *sentido* y la *verdad* de lo que venimos haciendo. Qué duda cabe de que los relatos son reconstrucciones, pero son buenos si saben destacar aquellos episodios que sacan a la luz realmente quiénes somos, a dónde queremos ir y, sobre todo, por qué hacemos lo que hacemos, cuál es el sentido de nuestra actividad. Las historias sin sentido y las mendaces hacen perder al narrador toda credibilidad y reputación. En lo que sigue nos ocuparemos de estos tres puntos.

### 3. Vivimos de historias y en historias

Aseguran los partidarios de la propuesta de contar historias como una forma ineludible de comunicación que los relatos, para ser efectivos, han de transmitir unos valores capaces de sintonizar con las personas, valores de alguna forma heroicos, como sería el caso de la esperanza, la superación o el sacrificio.<sup>6</sup> Pero lo que no suelen decir quienes insisten en la importancia de las historias es que si los relatos tienen un poder es porque existen unas bases cerebrales para que lo tengan, tal como cuentan las ciencias cognitivas. Y esta consideración es, a mi juicio, esencial para el tema que nos ocupa.

En efecto, los avances de las ciencias cognitivas nos muestran que la mente humana es un procesador de historias, más que un procesador lógico, para asombro de quienes se empeñan en ver a los seres humanos como calculadores del máximo beneficio. Por el contrario, nuestros cerebros son vastas redes de neuronas que trabajan para generar nuestra experiencia del mundo y para ello elaboran mapas, marcos de valores.<sup>7</sup> Los marcos están presentes en las sinapsis del cerebro e influyen en nuestras decisiones de forma inconsciente, hasta el punto de que integramos los hechos, los datos de los que tenemos noticia en esos marcos de valores que hemos ido generando emocionalmente desde la infancia y los interpretamos desde ellos. Y resulta ser que conocemos esos marcos de valores a través del lenguaje, que las palabras se definen en relación con los marcos y, cuando se oye una palabra, el marco se activa en el cerebro. No es extraño que en el mundo filosófico haya triunfado la hermenéutica, convencida de que vivimos de interpretaciones<sup>8</sup>.

<sup>6</sup> Joseph Campbell, *El héroe de las mil caras*, FCE, 2006.

<sup>7</sup> George Lakoff, *No pienses en un elefante*, Editorial Complutense, Madrid, 2007, pp. 17 y 18, 39-42, 83-86, 110 y 111; *The Political Mind*, Penguin Books, 2009; Drew Westen, *The Political Brain*, Public Affairs, Nueva York, 2007; Adela Cortina, *Neuroética y neuropolítica*, Tecnos, Madrid, 2011, cap. 4.

<sup>8</sup> Jesús Conill, *Ética hermenéutica*, Tecnos, Madrid, 2009.

Por si faltara poco, los marcos son estructuras de *sentido*, ligadas al lenguaje, y los datos y los hechos de los que tenemos constancia cobran un sentido en el conjunto del marco. Y resulta ser que las historias son estructuras de sentido, ligadas al lenguaje, que se integran emocionalmente en las sinapsis cerebrales. Por eso todas las culturas educan a sus niños contándoles cuentos, por eso las religiones y las filosofías de la historia relatan la historia de la salvación, la del progreso indefinido, la del Espíritu Absoluto, la de la clase universal, la de los sujetos autónomos y solidarios. Incorporando estos relatos desde edades tempranas vamos sabiendo situar los hechos y los datos en el conjunto de las historias de forma que cobren un sentido. Los leemos a la luz de ese sentido por el que cobran un valor, interpretándolos.

Puede decirse entonces que los seres humanos saben acerca de sí mismos más a través de *cuentos* que de *cuentas*, más a través de *metáforas* que de *conceptos*, más a través de *leyendas* que de *informes*. Creer que la mente es una calculadora de intereses desapasionada es un error craso, porque lo bien cierto es que está tan ligada a las emociones y a los valores que sin conectar con unas y otros es imposible transmitir un mensaje. Lo sabía la retórica desde antiguo, pero ahora lo confirman las ciencias cognitivas y las neurociencias.<sup>9</sup> Las historias tienen una capacidad comunicativa y pedagógica. Y, en lo que respecta al tema de este trabajo, si es que se desea revitalizar el espíritu emprendedor, es necesario contar buenas historias del mundo empresarial, porque donde no se cuenten las buenas se apoderan de las mentes las malas.

Pero, si esto es verdad, una pregunta se impone: ¿han sabido las empresas relatar buenas historias o, absorbidas por el afán de hacer cuentas, han ignorado la capacidad comunicativa y pedagógica de los buenos relatos, indispensables para adquirir reputación?

No parece que en el nivel global hayan sido capaces de hacerlo, como muestra, entre otros, el hecho de que el Foro Social Mundial genere muchas más simpatías y adhesiones que el Foro Económico Mundial. Y en lo que hace a España, la situación es idéntica, no se ve al empresario como un aliado en la construcción de un mundo mejor, como el necesario compañero de viaje para llegar a Ítaca. ¿Qué ha ocurrido?

#### 4. El empresario no es un ideal moral

Contaba el filósofo MacIntyre en su libro *Tras la virtud* que es posible detectar la moral distintiva de una época, en un determinado lugar, a través de lo que él llamaba “sus personajes”.<sup>10</sup> Al parecer, en el teatro Noh japonés y en las representaciones del teatro moral inglés aparecen un conjunto de personajes que son reconocidos inmediatamente por los espectadores, porque son los representantes morales de su cultura. Juegan un papel central en las obras, de modo que los demás actores definen sus papeles en relación con ellos. Es como si las ideas morales de una época se encarnaran en ellos, y las gentes los valoran porque les proporcionan un ideal cultural y moral. Lo específico de una cultura sería entonces lo específico de sus personajes.

Como ejemplo de estas afirmaciones menciona MacIntyre los que, a su juicio, son personajes distintivos de dos épocas en dos países distintos. Según él, la cultura de la Inglaterra victoriana estaba definida parcialmente por tres personajes: el Director de Colegio Público, el Explorador y el Ingeniero. Mientras que la cultura de la Alemania guillermina lo estaba por el Oficial prusiano, el Profesor de Universidad y el Socialdemócrata.

<sup>9</sup> Aristóteles, *Retórica*, Centro de Estudios Constitucionales, Madrid, 1985.

<sup>10</sup> Alasdair MacIntyre, *Tras la virtud*, Crítica, Barcelona, 1987, 45-49. Ver también Adela Cortina, “Una ética necesaria para construir verdaderas empresas y sociedades justas”, *lectio* pronunciada en la Invidadura como Doctora *Honoris Causa* de la Universidad Politécnica de Cartagena el día 27 de enero de 2012, en prensa.

Al leer este texto hace algún tiempo me preguntaba cuáles serían los personajes de una época crucial en la historia de España, como podía ser el Siglo de Oro. Y llegué a la conclusión, por supuesto discutible, de que podrían ser igualmente tres: el Soldado (sea el tercio de Flandes, el Conquistador o incluso el caballero andante), el Santo y, cómo no, el Pícaro. El Soldado busca gloria y fortuna; el Santo, la salvación del alma propia y ajena; el Pícaro es el antihéroe, que sólo pretende sobrevivir a costa de la estupidez ajena y suele salir trasquilado. Pero, curiosamente, ninguno de ellos tiene relación alguna con la producción de riqueza material o con el comercio de mercancías, ni siquiera pensando que con ello se lograría un beneficio para la comunidad.

Es verdad que unos principios éticos del comercio estaban presentes en la sociedad española, y de ello son buena muestra textos como el que figura, en latín, en la Lonja de los Mercaderes de la ciudad de Valencia, a lo largo de los cuatro muros de la Sala de Contratación. En el texto, de finales del siglo XV, habla la Lonja a los ciudadanos y les dice así en su versión castellana: “Soy una casa magnífica, edificada en quince años. Gustad y ved, conciudadanos, qué bueno es el comercio que no urde estafa con su lengua; que jura al prójimo y no le defrauda; que no entrega el dinero a usura. Mercaderes, quien así actúa abundará en riqueza y, al final, disfrutará de la vida eterna”.<sup>11</sup>

Al leer estas palabras es fácil pensar que ojalá principios éticos tan básicos se hubieran venido cumpliendo desde el siglo XV hasta nuestros días, en el comercio y en la producción de riqueza, en los bancos, pero también en el conjunto de la vida política y social. Que ojalá la estafa, el fraude y la usura hubieran quedado desterrados de la vida cotidiana.

Con todo, el comerciante no es un personaje moral, no es la encarnación de un ideal moral,

como no lo es el productor, el creador de riqueza material. No es extraño que Ramiro de Maeztu, después de un viaje a Estados Unidos en 1925, del que había regresado entusiasmado por su prosperidad económica, afirmara en *El sentido reverencial del dinero*: “Mi ideal consistiría en multiplicar los líderes de industria, los granjeros modelo, los grandes banqueros, los hombres de negocios [...] en los países de habla hispana. Es mucho más difícil montar un negocio creando riqueza que distribuir nuestra fortuna entre los pobres e ingresar en un convento”.<sup>12</sup>

Tal vez ésta es una de las razones por las que España, aun teniendo una excelente posición geoestratégica para el comercio, no prosperara económicamente como sí lo hicieron otras naciones. Sus formas de vida más apreciadas no se relacionaban con la creación ni con el intercambio de riquezas.

Y es cierto que, rebuscando en el mundo literario, apenas se encuentran novelas y obras de teatro cuyos personajes sean empresarios o banqueros, convertidos en héroes a los que merece la pena imitar. En lo que recuerdo, *El señor Esteve* de Santiago Rusiñol (1907) o las cinco partes de *La ceniza fue árbol* de Ignacio Agustí (1943-1972) son excepciones que, en buena ley, tampoco intentan presentar a sus protagonistas como ideales morales.

Ciertamente, los últimos tiempos no han mejorado mucho las cosas. El pensamiento progresista no incluye en sus relatos a los empresarios y banqueros entre sus personajes, entre sus héroes. No lo han hecho en nuestro país ni el marxismo, ni el anarquismo ni el cristianismo progresista. Pero tampoco los conservadores se han esforzado por escribir relatos que presenten la parte positiva del mundo empresarial. Y las crisis que venimos padeciendo desde 2007 están siendo el último capítulo de una historia en la que esos relatos heroicos quedan descartados.

<sup>11</sup> La traducción al castellano es de Josep Corell, profesor de Filología Latina de la Universidad de Valencia.

<sup>12</sup> Ramiro de Maeztu, *El sentido reverencial del dinero*, Editora Nacional, Madrid, 1957, p. 139.

Si quisiéramos tomar el pulso a nuestra sociedad, los personajes de la España actual podrían ser el Deportista, del estilo de Nadal, que resulta atractivo por su buen hacer, el Cantante que una buena cantidad de jóvenes quisieran ser por su éxito social, el inevitable Pícaro, pero ahora de cuello blanco y, como alguien me dijo con mucho acierto, el Funcionario. No tanto porque sea un ideal moral que merece la pena imitar, como precisamente porque tiene un puesto de trabajo seguro que le evita correr los riesgos empresariales.

Lo bien cierto entonces es que el empresario o el banquero no formarían parte de esos ideales morales, de esos personajes que encarnan el núcleo ético de una época. Pero eso no es bueno ni para las empresas, que necesitan reputación para sobrevivir, ni para generar vocaciones emprendedoras, ni es bueno tampoco para la sociedad que necesita buenas empresas, capaces de generar riqueza en bienes y servicios, para convertirse en una buena sociedad. ¿Qué hacer?

## 5. El sentido de la actividad empresarial

“La vida no es la que uno vivió—decía Gabriel García Márquez al comienzo de su autobiografía—, sino la que uno recuerda y cómo la recuerda para contarla”.<sup>13</sup> Y es verdad que los relatos son reconstrucciones selectivas del pasado, conectadas a menudo con una visión idealizada del futuro. Pero no es menos cierto que lo esencial de esas narraciones para ser buenos relatos son al menos dos cosas: que intenten transmitir valores capaces de sintonizar con las personas, capaces de sintonizar con los valores incrustados en las sinapsis cerebrales de sus destinatarios, dando un *sentido* a los hechos y a los datos, y que esas historias sean veraces, que respondan a la realidad, en este caso, del quehacer de la empresa.

<sup>13</sup> *Vivir para contarla*, Mondadori, Barcelona, 2002, p. 7.

De ahí que resulte indispensable preguntar cuál es el sentido de la actividad empresarial en una sociedad moderna, cuál es la meta por la que cobra legitimidad social, y contar relatos cuyo argumento preste relieve axiológico al buen hacer de la empresa dirigida a alcanzar esa meta.

La meta de la actividad empresarial en el mundo moderno, aquella por la que cobra sentido y legitimidad social, consiste en proporcionar el beneficio de sus productos y servicios a cuantos se ven afectados por ella, ayudando de este modo a construir buenas sociedades, a través de la obtención del beneficio empresarial que se compone de bienes tangibles e intangibles. Es evidente que las empresas deben obtener beneficios no sólo para sobrevivir, sino también para seguir siendo competitivas en un entorno de incertidumbre, pero la forma legítima de hacerlo y a la vez la más inteligente, porque aumenta la probabilidad de supervivencia de la empresa en el medio y largo plazo, consiste en buscar el beneficio de todos los afectados por su actividad.

Las sociedades esperan de las empresas que generen riqueza real, tangible e intangible, que creen puestos de trabajo, que hagan transferencia tecnológica, que formen profesionales, que sean fuente de innovación, que refuercen las redes de capital social. Y, en los últimos tiempos, una nueva sugerencia viene a complementar todo lo anterior, una sugerencia dirigida a las empresas de cualquier tamaño: que colaboren activamente en la defensa de los derechos humanos y en el empoderamiento de las capacidades básicas de las personas.<sup>14</sup>

Porque es imposible conseguir que se respeten los derechos humanos en todos los lugares de la tierra si las empresas no se incorporan a esa tarea, es imposible alcanzar los siempre aplazados Objetivos del Desarrollo del Milenio sin contar con ellas, es en suma imposible conseguir que las sociedades sean justas sin la cooperación de las empresas.<sup>15</sup>

<sup>14</sup> Adela Cortina, “Empresa y Derechos Humanos”, Real Academia de Ciencias Morales y Políticas, Madrid, 2011.

<sup>15</sup> Onora O’Neill, “Agents of Justice”, en Thomas Pogge (comp.), *Global Justice*, Blackwell, Oxford, 2001.

De hecho, en los países en que el grado de corrupción es alto las buenas empresas ayudan a romper el círculo vicioso de las malas prácticas y a iniciar el círculo virtuoso de las buenas prácticas, fomentando el cumplimiento de los contratos, mostrando que es posible y conveniente integrar a los trabajadores en la marcha de la empresa, tratando de satisfacer las expectativas legítimas de los afectados por su actividad, haciendo de la transparencia un hábito de la vida cotidiana y de la confianza, un valor bien conocido.

Y es que sin la confianza indispensable para que funcionen bancos, cajas y empresas, sin el conocimiento que aportan quienes trabajan en las organizaciones, sin un clima ético, sin cohesión, sin conciencia de la propia identidad y sin veracidad no funcionan bien las empresas, con el consiguiente perjuicio para la sociedad. Por el contrario, la empresa que proporciona esos bienes tangibles e intangibles crea una nueva cultura, aprovecha sus “recursos morales” y beneficia con ello en su entorno.<sup>16</sup> Como bien dice Sen, una empresa ética es un bien público.<sup>17</sup>

Este conjunto de bienes que las empresas pueden y deben proporcionar parecía sintetizarse de algún modo en la propuesta de *management* estratégico que R. E. Freeman puso sobre el tapete de la discusión desde 1984 con su enfoque de los *stakeholders*. Según Freeman, los buenos resultados económicos de la empresa no sólo dependen de sus relaciones con los accionistas, sino también con los clientes, proveedores, empleados, reguladores, agentes creadores de opinión (analistas, expertos, medios de comunicación), y con la comunidad en que se instala.

Con lo cual el juego de la empresa vendría a ser un juego de suma positiva, no de suma cero: cuantos más *stakeholders* se vean beneficiados por la

empresa, mejor le irá a la empresa.<sup>18</sup> Este enfoque de lo que en nuestro grupo de trabajo traducimos como el “enfoque de los afectados” por la actividad empresarial ha hecho fortuna en el discurso de la ética de la empresa, en el del *management* y en el de la responsabilidad social empresarial, y es claro que, tomado en serio, hace del empresario un colaborador en la tarea de construir buenas sociedades, convierte a las empresas en “empresas ciudadanas”, dispuestas a trabajar codo a codo con el Estado y con los ciudadanos por mejorar el entorno social y medioambiental.<sup>19</sup> Tomarlo en serio significaría presentar a los empresarios como aliados de los Estados y de los ciudadanos en la tarea de construir un mundo más humano.

Y, puesto que es tarea de la ética preguntarse en el caso de cada actividad social cuál es la meta por la que se legitima socialmente y qué prácticas son las apropiadas para perseguirla, sería conveniente introducir la ética de la profesión u oficio como una asignatura en los planes de estudio, en este caso, en ciencias empresariales y económicas. Ciertamente, una sociedad demuestra que cree imprescindible un tipo de conocimiento para el ejercicio de una profesión –como es el caso de la ética– cuando lo incluye en los planes de estudios para que los futuros profesionales puedan reflexionar sobre cuáles son las metas de su profesión, cuál es la forma de alcanzarlas más justa y prudente, qué problemas éticos pueden encontrarse en el ejercicio cotidiano. En suma, qué les convierte en profesionales y no en simples técnicos, menos aún en manipuladores.

<sup>16</sup> Domingo García-Marzá, *Ética empresarial*, Trotta, Madrid, 2004.

<sup>17</sup> Amartya Sen, “Does business ethics make economic sense?”, *Business Ethics Quarterly*, 3/1 (1993), 45-54; “Ética de la empresa y desarrollo económico”, en Adela Cortina (ed.), *Construir confianza*, Trotta, Madrid, 2003, 39-53; Jesús Conill, *Horizontes de economía ética*, Tecnos, Madrid, 2004.

<sup>18</sup> R. E. Freeman, *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Pitman, Ballinger, Boston; José A. Moreno, “Responsabilidad social corporativa y competitividad: una visión desde la empresa”, en *Revista Valenciana de Economía y Hacienda*, nº 12, III (2004), 9-50.

<sup>19</sup> Adela Cortina, Jesús Conill, Agustín Domingo, Domingo García Marzá, *Ética de la empresa*, Trotta, Madrid, 1994.

## 6. De las declaraciones a las realizaciones. Historias verdaderas

Sin embargo, y como hemos comentado, ni en el ámbito global ni en el local se percibe al empresario como un aliado para cambiar el mundo a mejor. Tal vez porque a pesar de que desde los años setenta del siglo pasado el mundo empresarial se haya visto inundado de expresiones éticas –dirección por valores, códigos éticos, auditorías éticas, responsabilidad social empresarial, códigos de buen gobierno, banca ética, banca solidaria, comercio justo, consumo responsable, observatorios de responsabilidad y de ética, certificaciones éticas–, las crisis que venimos padeciendo sean bien expresivas de que las *declaraciones* no se han plasmado en las *realizaciones*, y esa disonancia haga que las gentes no perciban a las empresas, menos aún a las entidades bancarias, como aliadas en la construcción de una mejor sociedad.

En lo que hace a las entidades bancarias, los sueldos astronómicos de sus responsables, que se han venido manteniendo a pesar de haber recibido las entidades dinero público e incluso habiendo sido intervenidas, el abismo entre el haber declarado y el realmente existente, la contabilidad creativa, los productos opacos, la negativa a prestar dinero han ido creando la imagen de instituciones y personajes realmente inmorales. No sólo no serían héroes, sino que serían antihéroes, y sin suscitar la simpatía que provoca el humilde pícaro de la Edad de Oro, sin mover a compasión, como el Lazarillo o el Buscón D. Pablos, porque ahora de trata de gentes de cuello blanco y de cantidades millonarias.

Las empresas, por su parte, se han visto a menudo obligadas a cerrar o a reducir personal a su pesar; pero en otras ocasiones han recurrido a ERE innecesarios, han aprovechado el momento para desprenderse de trabajadores sin intentar

recolocarlos, sin previo aviso y en condiciones legalmente dudosas, por no decir ilegales.

Qué duda cabe de que estas actuaciones son dañinas para los afectados más directos y para la sociedad en su conjunto, cuando en realidad la meta por la que la empresa cobra sentido consiste en intentar ayudar a formar buenas sociedades proporcionando bienes y servicios, tangibles e intangibles. Pero también estas actuaciones son nocivas para las empresas y para las entidades bancarias que necesitan generar buena reputación para sobrevivir en el medio y largo plazo.

Por otra parte, estas malas prácticas frustran todo intento de prestigiar la figura del empresario, de convertirle en un personaje moral, cuya tarea merece reconocimiento.

Podemos, pues, decir a modo de conclusión que si queremos que las empresas formen parte de las organizaciones e instituciones que los ciudadanos consideran como aliadas para salir de las crisis y para configurar buenas sociedades, es necesario narrar relatos, pero buenos relatos. Lo cual implica contar en las narraciones con los marcos axiológicos de sociedades que dan por irrenunciables los derechos humanos y la sostenibilidad medioambiental. *Pero sobre todo es indispensable contar relatos que expresen a través de la narración el sentido de la actividad empresarial y que sean verdaderos.*

Porque cuando las realizaciones no se ajustan a las declaraciones un día tras otro, cuando se muestra constantemente una disonancia entre lo que se hace y lo que se cuenta, cunde la desconfianza en las organizaciones y en las instituciones, prospera la anomia, y se pierde todo horizonte de sentido. Una pérdida que es suicida para los pueblos y para las empresas.

Si una de las indicaciones para salir de las crisis y para alcanzar el vuelo de crucero de una economía sostenible consiste en prestigiar la figura del empresario o del emprendedor, en hacer de él uno de los personajes de nuestra época, entonces

importa recuperar aquel título que en su momento se hizo célebre *En busca de la excelencia*, pero dando a ese sustantivo “excelencia” la fuerza que tuvo en el mundo homérico.<sup>20</sup>

El excelente, el virtuoso de los poemas homéricos, de la *Iliada* y la *Odisea*, sobresalía ciertamente en habilidades y capacidades, como Príamo en prudencia, Héctor en valor, Aquiles en rapidez, Ulises en astucia, Andrómaca en fidelidad. Pero sobre todo ponía esas capacidades al servicio de la comunidad, que las necesitaba para vivir y vivir bien. Por eso el pueblo admiraba las gestas de sus héroes. Por eso permanecían con gratitud en el recuerdo.

## Referencias bibliográficas

- AGUSTÍ, I. (1942-1972): *La ceniza fue árbol*; en *Obras Completas* (tomos I-IV). Biblioteca Castro, Madrid.
- APEL, K. O. (1985): *La transformación de la filosofía*. Taurus, Madrid; 2 vols.
- ARISTÓTELES (1985): *Retórica*. Centro de Estudios Constitucionales. Madrid.
- AAVV (2009): *Empresas éticas ante la crisis actual*. Fundación ÉTNOR, Valencia.
- AAVV (2011): *Revitalizar las empresas para construir una buena sociedad*. Fundación ÉTNOR, Valencia.
- CAMPBELL, J. (2006): *El héroe de las mil caras*. FCE.
- CONILL, J. (1988): *El crepúsculo de la metafísica*. Anthropos, Barcelona.
- CONILL, J. (2004): *Horizontes de economía ética*. Tecnos, Madrid.
- CONILL, J. (2009): *Ética hermenéutica*. Tecnos, Madrid.
- CORTINA, A. (1993): *Ética aplicada y democracia radical*. Tenos, Madrid.
- CORTINA, A. (2007): *Ética de la razón cordial*. Nobel, Oviedo.
- CORTINA, A. (2010): “Aprendiendo de las crisis. Una lectura ética”; en COSTAS, A., coord.: *Mediterráneo Económico* (18): “La crisis de 2008. De la economía a la política y más allá”. Almería, Fundación Cajamar; pp. 199-214.
- CORTINA, A. (2011): *Neuroética y neuropolítica*. Tecnos, Madrid.
- CORTINA, A. (2011): “Empresa y Derechos Humanos”; Real Academia de Ciencias Morales y Políticas.
- CORTINA, A. (en prensa): “Una ética necesaria para construir verdaderas empresas y sociedades justas”; *lectio* pronunciada el 27 de enero de 2012, en la Universidad Politécnica de Cartagena.
- CORTINA, A.; CONILL, A. D. y GARCÍA-MARZÁ, D. (2011): *Ética de la empresa*. Trotta, Madrid.
- COSTAS, A., coord. (2010): *La crisis de 2008. De la economía a la política y más allá*. Almería, Fundación Cajamar.
- FREEMAN, R. E.: *Strategic Management: A Stakeholder Approach* Pitman, Ballinger, Boston.
- GARCÍA MÁRQUEZ, G. (2012): *Vivir para contarla*. Mondadori, Barcelona.
- GARCÍA-MARZÁ, D. (1992): *Ética de la justicia*. Tecnos, Madrid.
- GARCÍA-MARZÁ, D. (2004): *Ética empresarial*. Trotta, Madrid.
- HABERMAS, J. (1983): *Conciencia moral y acción comunicativa*. Península, Barcelona.
- HEGEL, G. W. (1975): *Principios de la Filosofía del Derecho*. Sudamericana, Buenos Aires.
- HOMERO: *La Iliada*.
- HOMERO: *La Odisea*.
- HONNETH, A. (1997): *La lucha por el reconocimiento*. Crítica, Barcelona.
- LAKOFF, G. (2007): *No pienses en un elefante*. Editorial Complutense, Madrid.
- LAKOFF, G. (2009): *The Political Mind*, Penguin Books.

<sup>20</sup> Homero, *Iliada, Odisea*; T. J. Peters y R. H. Waterman, *En busca de la excelencia*, Folio, Barcelona, 1990.

- MCCLOSKEY, D. N. (1990): *La retórica de la economía*. Alianza, Madrid.
- MACINTYRE, A. (1987): *Tras la virtud*. Crítica, Barcelona.
- MAEZTU, R. DE (1957): *El sentido reverencial del dinero*. Editora Nacional, Madrid.
- MORENO, J. A. (2004): “Responsabilidad social corporativa y competitividad: una visión desde la empresa”; en *Revista Valenciana de Economía y Hacienda* (12, III); pp. 9-50.
- O’NEILL, O. (2001): “Agents of Justice”; en POGGE, T., comp.: *Global Justice*. Blackwell, Oxford.
- PETERS, T. J. Y WATERMAN, R. H. (1990): *En busca de la excelencia*. Folio, Barcelona.
- RACMYP (2010): *Crisis económica y financiera: intervenciones en la RACMYP 2000-2010* (Intervenciones de Juan Velarde, Ángel Sánchez Asiaín, Julio Segura, Jaime Terceiro, José Barea, José L. García Delgado, José M<sup>a</sup> Serrano y Pedro Schwartz). Real Academia de Ciencias Morales y Política, Madrid.
- RICOEUR, P. (2005): *Caminos del reconocimiento*, Trotta, Madrid.
- RUSIÑOL, S. (1967): *El señor Esteve*. Círculo de Lectores, Barcelona.
- SALOMON, C. (2008): *Storytelling, la máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Península, Barcelona.
- SEN, A. (1993): “Does business ethics make economic sense?”; en *Business Ethics Quarterly* (3/1); pp. 45-54.
- SEN, A. (2003): “Ética de la empresa y desarrollo económico”; en CORTINA, A., ed.: *Construir confianza*. Trotta, Madrid; pp. 39-53.
- SEN, A. (2010): *La idea de la justicia*. Taurus, Madrid.
- WESTEN, D. (2007): *The Political Brain*. Public Affairs, New York.



# NATURALEZA DE LA FUNCIÓN EMPRESARIAL

Jesús Banegas  
AMETIC

## Resumen

Cada vez es mayor el consenso doctrinal acerca del porqué o la fórmula del crecimiento económico, que cabría expresar en forma algorítmica a partir de los siguientes factores: empresario, tecnología, innovación y reglas de juego. La riqueza la crea el empresario descubriendo oportunidades de negocio, tomando decisiones de inversión y coordinando sus acciones con los demás agentes del mercado. La innovación asociada a las decisiones empresariales es una condición cuasi necesaria para tener éxito en el mercado, pues repetir lo que hacen los demás difícilmente alcanza para sobrevivir. Las reglas de juego (las instituciones) fundamentalmente las derivadas de las acciones de los gobiernos que facilitan o perjudican las actividades empresariales, son la condición necesaria que hace posible la creación de riqueza.

## Abstract

*There is ever greater doctrinal consensus concerning the reasons for, or the formula of, economic growth. It could even be expressed as an algorithm with the following factors: Entrepreneur, technology, innovation and rules of the game. The wealth created by the entrepreneur by discovering business opportunities, taking investment decisions and coordinating their actions with the other market agents. A virtually essential condition for market success is the connection between innovation and entrepreneurial decision taking, due to the fact that mimicking what others do is hardly a recipe for survival. The rules of the game (the institutions) mainly those derived from government measures, which have either a beneficial or an adverse effect on entrepreneurial activities, create the necessary conditions which enable the creation of wealth.*

## 1. Introducción

A lo largo de la historia del pensamiento económico dos tradiciones epistemológicas se han venido disputando la interpretación de la lógica del funcionamiento de la economía: una de ellas tiende a pensar que la ciencia económica es algo que, como la Física y las Matemáticas, tiene vida propia e independiente de los agentes que con sus decisiones y acciones hacen diariamente economía, mientras que la otra sostiene que economía no es otra cosa que lo que hacen los agentes económicos y la teoría una mera explicación *ex-post* del comportamiento lógico de éstos.

Para los primeros, la teoría económica es como una partitura de música que, escrita por los académicos, debe ser interpretada por los agentes económicos, incluidos los empresarios. Para los segundos, sin embargo, la economía no es otra cosa que lo que hacen los agentes económicos y muy particularmente los empresarios, y que la teoría debe ser capaz de entender y explicar.

Otra característica que distingue a las citadas epistemologías tiene que ver con la creación y distribución de la riqueza: mientras que la primera considera que la riqueza se produce sola y en todo caso asociada al capital –traducido en inversión productiva– y al trabajo –físico, se entiende– y, por tanto, que la ciencia económica debe interesarse por la distribución de la riqueza, la segunda

otorga toda su atención a la creación de riqueza y, en consecuencia, a la figura del empresario y la innovación como ejes vertebradores del progreso económico y social habido en el mundo a lo largo de toda la historia.

En el mundo académico el triunfo doctrinal de la primera corriente de pensamiento –la neoclásica– ha venido siendo la norma, mientras que la excepción ha sido la segunda –la austriaca–. Es tan llamativo como poco divulgado que el empresario, la tecnología y la innovación hayan estado ausentes desde Adam Smith hasta ahora del discurso académico, cuando a la luz de la lógica y la propia experiencia son imprescindibles para entender el devenir histórico.

Merece la pena resaltar que los escolásticos españoles –precursores de la ciencia económica–, cuyas doctrinas mantienen una amplia vigencia, entendieron mejor que los clásicos como Smith y Ricardo la figura del empresario merced a su interpretación del precio: para ellos un concepto subjetivo que debe descubrir la perspicacia empresarial para, a partir de él, buscar los costes que le depararán beneficio; para los clásicos –e incluso para la literatura académica más popular de hoy– el precio es la suma de los costes de producción que administra un gestor. Pocos empresarios se verán retratados por los clásicos, mientras que la mayoría de ellos se encontrarán muy cómodos con las interpretaciones escolástica y austriaca.

## 2. La naturaleza de la función empresarial

Para Kirzner, uno de los principales estudiosos de la creatividad en el ámbito económico, la función empresarial “consiste en la capacidad innata de todo ser humano para apreciar o descubrir las

oportunidades de ganancia que surgen en su entorno, actuando en consecuencia para aprovecharlas”.

En un mercado libre, la producción de bienes y servicios se dirige necesariamente a satisfacer los deseos que se supone tendrán los consumidores mañana, muchos de ellos desconocidos por ellos mismos, hasta que un empresario los revele.

La función empresarial va más allá de romper moldes e innovar, incluye sobre todo el descubrimiento de oportunidades que otros no han vislumbrado siquiera. El emprendedor puro no es otra cosa que un agente decisorio siempre alerta para descubrir nuevos negocios.

El empresario, merced al ahorro previo, paga a sus proveedores y trabajadores conforme recibe de ellos sus medios productivos, mientras que debe aguardar a que los bienes y servicios sean comprados para recuperar su inversión y lograr beneficio.

Cada vez es mayor el consenso doctrinal –previamente soportado por una miríada de investigaciones empíricas– acerca del porqué o la fórmula del crecimiento económico, que cabría expresar en forma algorítmica a partir de los siguientes factores: empresario, tecnología, innovación y reglas de juego.

La riqueza la crea el empresario descubriendo oportunidades de negocio, tomando decisiones de inversión –en tecnología en la mayoría de los casos– y coordinando sus acciones con los demás agentes del mercado. La innovación –no necesariamente tecnológica– asociada a las decisiones empresariales es una condición cuasi necesaria para tener éxito en el mercado, pues repetir lo que hacen los demás difícilmente alcanza para sobrevivir. Las reglas de juego –es decir, las instituciones– fundamentalmente las derivadas de las acciones de los gobiernos que facilitan o perjudican las actividades empresariales, son la condición necesaria que hace posible la creación de riqueza.

### 3. La función empresarial, según la escuela austriaca

Para el principal “austriaco” español, Jesús Huerta Soto, el origen etimológico de *empresa* procede del verbo latino *in prebendo-endi-ensum*, que significa ‘descubrir, ver, percibir, darse cuenta de, atrapar’. La expresión latina *in prehensa* claramente conlleva la idea de acción.

Las características esenciales de la función empresarial para Huerta Soto tienen que ver con conceptos tales como:

- *Perspicacia*, entendida como “vista o mirada muy aguda y que alcanza mucho”.
  - *Conocimiento subjetivo y práctico*, no científico. La función empresarial anida en cualquier persona perspicaz, lo que no exige formación académica ni científica específica. El conocimiento empresarial es privativo –del empresario–, se encuentra disperso en la sociedad, es tácito y no articulable.
  - *Creatividad personal*. No supone coste alguno, es decir, los beneficios surgen de la nada.
  - *Información*. La función empresarial crea y transmite nueva información.
  - *Aprendizaje*. La necesaria coordinación y ajuste de comportamientos individuales para llevara a cabo las acciones empresariales implica “aprender haciendo”.
  - *Arbitraje y especulación*. Forman parte del quehacer empresarial, ya se trate de una acción sincrónica en el presente –arbitraje– o diacrónica entre dos momentos diferentes –especulación–.
  - *Derecho, dinero y cálculo económico*. Las instituciones –básicamente el derecho y el dinero– son tan necesarias para la función empresarial, como el cálculo económico que enlaza el presente con el futuro.
- *Ubicuidad*. Todas las personas que actúan en el mercado –incluidos los consumidores– ejercen la función empresarial. Cuando decidimos comprar algo estamos cambiando dinero por algo, lo que implica tácita o expresamente una decisión empresarial.
  - *Competencia*. Es consustancial con la función empresarial, creadora de nuevos objetivos y conocimientos y, por tanto, de civilización; salvo que las “autoridades” lo eviten, lo que ocurre habitualmente.
  - *Cooperación social*. La función empresarial exige y se enriquece con la interacción personal, por lo que crece con la población.

### 4. El empresario: ¿un personaje popperiano?

Según la revista *Fortune* (9 de abril de 2012), el día que lanzó Macintosh, un reportero de *Popular Science* preguntó a su creador Steve Jobs por el tipo de estudios que Apple había realizado para asegurar que habría mercado para el computador. Con un tono muy ofendido, Jobs contestó: “¿Hizo Alexander Graham Bell algún estudio de mercado antes de inventar el teléfono?”.

La epistemología de la ciencia de Karl Popper refuta que el progreso científico pueda sustentarse en la inducción, es decir, en la observación empírica de regularidades, de las que puedan obtenerse conclusiones válidas. La ciencia avanza a través de hipótesis deductivas sometidas a falsación.

La función empresarial es esencialmente hipotético-deductiva. El empresario tiene una ocurrencia que convierte en una hipótesis en forma de proyecto empresarial, que pone en marcha para ser contrastado por el mercado. En la medida en que el mercado valide la hipótesis empresarial, es decir, pague por sus productos o servicios más de lo

que cuesta producirlos, la empresa sigue adelante. Cuando el mercado los valora por debajo de los costes, refuta el proyecto.

La doctrina económica clásica es, sin embargo, epistemológicamente inductiva: considera al empresario como un mero gestor que administra y optimiza los costes de producción, dando por sentado que el precio se ajustará necesariamente a los mismos.

De acuerdo con la filosofía *popperiana*, la función empresarial no comienza con meros estudios de mercado –observaciones empíricas–, sino a través de ideas convertibles en proyectos –conjeturas– que, confrontadas con la realidad, pueden fracasar o tener éxito.

Para Popper, Karnap e Einstein, no es posible que la inducción –los estudios de mercado– conlleve al descubrimiento de hipótesis –proyectos empresariales–. Para Lakatos, el descubrimiento de ideas nuevas sigue una lógica que es un proceso de pruebas y refutaciones.

Para Pierce, con ejemplos tomados de la historia de la ciencia, una hipótesis es diferente de la propia inducción porque la hipótesis supone algo diferente a lo que directamente observamos, y frecuentemente algo que sería imposible que pudiéramos observar.

Pierce añadió una nueva categoría a la clásica dicotomía entre inducción y deducción, a la cual denominó “abducción”, para referirse al proceso creador mediante el que se formula una hipótesis creativa. Por abducción, Pierce parece entender un destello de creatividad intelectual, una intuición prendida en la mecha de los hechos asimilados; lo que sería equivalente al concepto de *serendipia*, un término anticuado –acuñado por Wiener (1997)– que se aplica al arte de descubrir cosas sin buscarlas.

Paul McCartney, quien dijo que “literalmente soñé la melodía de *Yesterday*”, tuvo un epígonos en Larry Page muchos años después; el creador de Google sostiene que una noche de 1996, cuando tenía 23 años, soñó vívidamente las descargas de todo Internet en los PC.

## 5. La valoración social del empresario

Desde muy antiguo conocemos valoraciones sociales acerca de la posesión de riquezas, asunto que los escolásticos españoles –verdaderos fundadores de la ciencia económica– trataron y resolvieron magistralmente. Manejaron para ello dos categorías de justicia económica: *conmutativa* y *distributiva*.

La primera se resume en los intercambios del libre mercado: en ella, los intercambios se llevan a cabo por un “precio justo”, entendiendo por tal el que está dispuesto a aceptar un vendedor y pagar un comprador en ausencia de coacción o fraude. Nada más justo que esta conmutación, ya que el vendedor cede libremente su bien porque estima que vale menos de lo que cobra por él, y, al mismo tiempo, el comprador asume que el bien recibido vale más que lo que paga por él. Siendo libres las transacciones –conmutación de bienes y/o dinero– la justicia económica siempre está implícita en ellas.

Es axiomático que “todo ser humano tiene derecho natural a los frutos de su propia creatividad empresarial”, sostiene Kirzner. Si alguien crea algo de la nada, tiene derecho a apropiarse de ello, pues no perjudica a nadie. Ningún resultado de la creatividad humana existía antes de ser descubierto o creado empresarialmente. El “principio de Locke” –quien lo descubre se lo queda– es de aplicación aquí.

Colón no creó América, ya que existía antes de su descubrimiento. El título basado en el descubrimiento del productor debe depender de la legitimidad del título sobre los ingredientes necesarios para su producción.

Ni los fines ni los medios están dados; son continuamente ideados y concebidos *ex novo*. La riqueza –“la tarta” o el PIB en términos modernos– de las naciones, no es sino la suma de todo lo descubierto por quienes constituyen el mercado.

Tanto “la tarta” como sus ingredientes deben ser siempre descubiertos, imaginados, creados; en ningún supuesto están dados.

El descubrimiento empresarial no es una cuestión de mera suerte, ya que siempre subyace la posibilidad de error. Sólo la deliberada y calculada decisión de buscar y apostar por algo posibilita acertar y ganar, pero también equivocarse y perder.

La decisión empresarial de producir constituye un descubrimiento, una creación *ex nihilo*; es decir, de la nada.

Producida la natural distribución de riqueza que resulta de los libres intercambios, surge otro concepto de justicia, en este caso distributiva, que viene a cuestionar los resultados *a posteriori* de la justicia conmutativa. Quizás resida aquí una buena parte de la percepción social negativa de la función empresarial, al menos en algunos países en España, no tanto en otras latitudes como EEUU.

La justicia distributiva, que no consiste en otra cosa que “quitar a unos para darlo a otros”, plantea muchos problemas de asunción y ejecución, ya que toda redistribución requiere una previa confiscación. Sólo el Estado y siempre desde una óptica estrictamente legítima y legal dentro de un marco de Estado de Derecho, puede expropiar a unos para beneficiar a otros. En una sociedad avanzada y mínimamente próspera, es razonable que el Estado vele por las condiciones de vida de quienes no puedan valerse por sí mismos, amén de prestar determinados servicios públicos. La financiación de sus costes toma la forma de impuestos, que típicamente afectan más a quienes más ingresos tienen.

Hasta aquí una manera simple y razonada de plantear y resolver el problema de la desigualdad de rentas. Ir más allá, estableciendo impuestos directos crecientes e incluso progresivos a las rentas del trabajo, los beneficios empresariales y el ahorro, puede –ni siquiera es seguro– disminuir la dispersión de rentas, pero también desincentivar su generación; porque en una economía abierta es

cada vez más fácil desplazar la creación de riqueza hacia “medios ambientes” más propicios.

Desde una óptica social, una positiva reputación de la función empresarial, favorece su ejercicio y expansión. Es de sentido común que las sociedades más proclives a la empresa –caso de EEUU– son más prósperas. Una proclividad que no sólo debe ser social, también institucional; es decir, las reglas de juego que encauzan el desempeño empresarial: leyes, cumplimiento de los contratos, seguridad jurídica, fiscalidad, competencia en los mercados, marco de relaciones laborales, etc.

En vísperas –según ha prometido el actual ministro de Educación– de la supresión de la absurda asignatura *Educación para la Ciudadanía*, plagada de referencias en contra del libre mercado y la función empresarial, hay que recordar la investigación –todavía y también absurdamente vigente– llevada a cabo por Manuel Jesús González –recientemente fallecido y a quien rindo merecido homenaje– acerca de los contenidos de los libros de texto de nuestra enseñanza secundaria. Las conclusiones aportadas continúan siendo desoladoras: la mayor parte de las referencias al libre mercado y al empresario son peyorativas.

## 6. Epílogo

La salida de la crisis que hoy asola España sólo será posible si: el gasto público se contrae a un nivel de ingresos tributarios que incentive la función empresarial, fluye el crédito bancario hacia las empresas y se llevan a cabo reformas institucionales favorables a la creación de riqueza.

La desconfianza de nuestros socios europeos y prestamistas internacionales en la recuperación del crecimiento económico, sólo puede ser superada por una proliferación de actividades empresariales capaces de crear empleo y exportar, lo que exige innovación por doquier.

Entre las barreras existentes –incluso después de las reformas bien orientadas, pero insuficientes, que viene adoptando el Gobierno– al desarrollo empresarial, cabe señalar:

Un marco laboral obsoleto, que hace imposible la creación masiva –nuestra más urgente necesidad– de puestos de trabajo a tiempo parcial.

Un sinfín de regulaciones –innecesarias y perjudiciales– que obstaculizan el ejercicio de la función empresarial, además de fragmentar el mercado nacional.

Las dificultades financieras para emprender aventuras empresariales de carácter tecnológico innovador, por ausencia de capital riesgo privado; ignorado por la política fiscal.

Ausencia de políticas industriales favorables a la consolidación y crecimiento de la dimensión empresarial que hace viable la innovación y la internacionalización de las empresas.

Puesto que lo que es bueno para las empresas es aún mejor para el país; es decir, para el empleo, la exportación, el crecimiento económico, la expansión de los ingresos tributarios, el equilibrio presupuestario y de la balanza de pagos, la salida de la crisis y el éxito de la función empresarial son sinónimos de nuestro mejor futuro.

KIRZNER, I. M. (1989): *Creatividad, capitalismo y justicia distributiva*. Unión Editorial (1995).

LAKATOS, I. (1976): *Pruebas y refutaciones. La lógica del descubrimiento matemático*. Alianza Editorial. 1ª edición en español 1978.

PEIRCE, C. S. (1867-1893): *The essential Peirce. Selected Philosophical Writing. Volume 1. Edited by Nathan House and Christian Kloesel*. Indiana University Press. Bloomington and Indianapolis, 1992.

ROTHBARD, M. N. (1973): *Lo esencial de Ludwig von Mises*. Unión Editorial (1985).

## Referencias bibliográficas

GONZÁLEZ, M. J. (2003): *El empresario y la economía de mercado. Breve recorrido por los textos de Historia, Geografía y Economía utilizados en los centros de Enseñanza Media*. Círculo de Empresarios.

HUERTA DE SOTO, J. (1992): *Socialismo, cálculo económico y función empresarial*. Unión Editorial (4ª edición).

KIRZNER, I. M. (1973): *Competition & Entrepreneurship*. The University of Chicago Press (2011).



# EMPRENDIMIENTO UN ESTADO DE LA INVESTIGACIÓN

Rogelio Velasco  
IE Business School

## Resumen

El primer apartado de este trabajo trata sobre quién es emprendedor, qué motiva su comportamiento y por qué unas personas son más emprendedoras que otras. La creatividad, la innovación y el emprendimiento se han asociado tradicionalmente a la inspiración y a la suerte. En la actualidad, el emprendimiento se analiza como un proceso en donde operan redes de personas, de relaciones y comportamientos, que tienen lugar en una determinada localización. Éste es el objeto del segundo apartado. El tercero y último analiza el contexto externo en donde tiene lugar la actividad emprendedora, en donde se yuxtaponen elementos públicos y privados.

## Abstract

*The first section of this work deals with who the entrepreneur is, what motivates their behaviour and why some people are more business minded than others. Creativity, innovation and entrepreneurship have traditionally been associated with inspiration and luck. Nowadays, entrepreneurship is analyzed as a process, taking place in a determined area, in which networks of people, relations, and behaviours operate; this is the object of the second section. The third, and last section, analyses the external context in which entrepreneurial activity takes place, where private and public elements are juxtaposed.*

## 1. Introducción<sup>1</sup>

Por *emprendimiento* suele entenderse la actividad que conduce a la creación de un nuevo negocio, ya sea de manera autónoma o con la colaboración de otras personas. Podemos entenderlo, sin embargo, en un sentido más amplio. Todas las personas son potencialmente innovadoras y emprendedoras, en la medida en que buscan nuevas y mejores formas de hacer las cosas. Es una característica, por lo demás, extendida en el espacio y en el tiempo. En todas las culturas, ahora y en la historia, podemos encontrar este tipo de comportamiento. Napoleón y Alejandro Magno fueron

emprendedores, porque ejercieron un liderazgo y asumieron riesgos distintivos. James Cameron —el director de *Titanic* y *Avatar*— también lo es, por su visión anticipativa de la tecnología y su gran capacidad para formar equipos de trabajo para la consecución de objetivos.

Justamente, el primer apartado recoge esta línea de investigación, que trata sobre quién es emprendedor, qué motiva su comportamiento y por qué unas personas son más emprendedoras que otras. La creatividad, la innovación y el emprendimiento se han asociado tradicionalmente a la inspiración y a la suerte. En la actualidad, el emprendimiento se analiza como un proceso en donde operan redes de personas, de relaciones y comportamientos, que tienen lugar en una determinada localización. Éste es el objeto del segundo

<sup>1</sup> Este trabajo fue realizado durante mi estancia como *Visiting Scholar* en el Berkley Center for Entrepreneurship and Innovation de la Stern School of Business, New York University. Agradezco al profesor William Baumol las orientaciones y comentarios realizados sobre el mismo.

apartado. El tercero y último –y el más prolijo en literatura–, analiza el contexto externo en donde tiene lugar la actividad emprendedora, en donde se yuxtaponen elementos públicos y privados: desde las iniciativas para atraer emprendedores a un lugar concreto, a las fuentes de financiación privadas o las acciones directas de los gobiernos suministrando recursos financieros o infraestructuras.

## 2. Las personas como sujetos emprendedores

Una primera cuestión que se ha analizado extensamente, es quién es emprendedor y qué constituye un comportamiento emprendedor. Este es un tema crucial, porque se trata de dilucidar el objeto de investigación. Se han aportado diferentes respuestas (Gartner, 2001), pero en todo caso, es posible avanzar en quienes son y cómo se comportan si es reconocido como agente del cambio. Agentes del cambio equivale a decir que son innovadores. La teoría ha venido a añadir variables tomadas de la psicología a las consideradas desde el punto de vista de las ciencias sociales, en particular de la economía, el derecho y la sociología.

Notables avances se han producido en el análisis del proceso cognitivo que está presente en la adquisición, transformación y uso de la información, y sus relaciones con los estados emocionales que las personas experimentan (Koellinger, 2008)

La evidencia empírica muestra que los modelos de reconocimiento, forman parte esencial de las herramientas que tenemos para entender el mundo que nos rodea. Se han construido “modelos prototipo” que son los marcos de adquisición de conocimiento que nos permiten identificar las oportunidades. No obstante, desde la publicación seminal de Tversky y Kahneman (2000) se ha aceptado que la lógica que envuelve el reconocimiento y la toma de decisiones por parte de las personas emprendedoras es heurística, pudiendo

apartarse con frecuencia de la racionalidad y de las técnicas formales.

La superposición de técnicas formales con la heurística, ha permitido avanzar en el conocimiento de las diferencias entre las decisiones tomadas en situaciones en las que el riesgo puede ser objetivamente medido, con otras en las que las técnicas heurísticas son las que dominan y explican la toma de decisiones. En todo caso, se han realizado grandes avances –provenientes de la economía general– en el conocimiento de la actitud de los individuos hacia el riesgo. La evidencia empírica parece demostrar que los emprendedores también muestran actitudes de aversión al riesgo, aunque en menor medida que los no emprendedores. Adicionalmente, los problemas de información asimétrica reducen las actividades emprendedoras, al asumirse mayores riesgos en la actividad (Elston, 2010).

Las investigaciones sugieren que, en primer lugar, los emprendedores observan una oportunidad, deciden más tarde explotarla y ese proceso conlleva, de forma inherente, algún grado de riesgo. Podemos aceptar que es ese deseo de asumir riesgos, lo que separa a un emprendedor de otro que no lo es.

Otra de las cuestiones que ha abordado la literatura es la de la elección entre ser un emprendedor o trabajar por cuenta ajena. Numerosos trabajos se han realizado comparando las retribuciones del empleo ajeno con el propio, como variable de decisión que los individuos toman en sus decisiones. En particular, resulta especialmente relevante la capacidad que tienen las personas para influir la retribuciones que perciben cuando trabajan por cuenta ajena. Si la influencia es débil, existirá un sesgo en ese entorno para que los individuos opten por una actividad emprendedora. Sin embargo, si la influencia es fuerte, resulta más difícil anticipar quién optará por el autoempleo y quién por el trabajo para una empresa.

Un área en donde todavía queda mucha investigación por realizar, es la que ofrezca una visión más amplia y profunda entre la decisión de ser emprendedor o trabajar por cuenta ajena, con el funcionamiento del mercado de trabajo, del mercado de capitales, de las actitudes individuales y colectivas y las instituciones. Una legislación dura en relación con el concurso de acreedores, que convierta en una tarea difícil la supervivencia de las empresas con dificultades transitorias, puede inhibir el espíritu emprendedor, frente a otra que la facilite.

Igualmente, el estigma social que el fracaso en un emprendimiento conlleva en muchas sociedades, representa un gran obstáculo para que las personas se sientan estimuladas para iniciar nuevas actividades de riesgo. Frente a la valoración que se tiene en los países mediterráneos y otras geografías, en el mundo anglosajón –especialmente en EEUU– el fracaso en un emprendimiento es valorado positivamente porque se aprecia, sobre todo, los errores aprendidos –improbable que vuelva a repetirse– para iniciar otras aventuras.

Pero además del análisis puramente económico, elementos traídos de la psicología y la sociología se han incorporado para poner de manifiesto la importancia de las redes y las interacciones sociales. El análisis pone de relieve que la actividad de emprendimiento y el nacimiento de emprendedores es un fenómeno tanto social como económico. La actividad emprendedora tiene lugar en un momento del tiempo y en un lugar determinado. En particular, se ha puesto de manifiesto, y dado lugar a una gran literatura, la importancia del capital social para entender las diferencias en la actividad emprendedora entre los distintos territorios.

El capital social subyace en la estructura social de las colectividades y en las relaciones que suministran cohesión a los individuos con la colectividad. Representa las uniones de los distintos individuos entre sí. Es un recurso que crea interde-

pendencia entre los miembros de la colectividad, generando confianza, reduciendo los costes de transacción y estimulando un comportamiento cooperativo entre los mismos.

La literatura sobre capital social ha conducido al estudio de las redes. Los análisis muestran que la pertenencia a redes afecta al comportamiento emprendedor, al facilitar el conocimiento de las oportunidades existentes, el acceso al conocimiento y a la información y a legitimar el comportamiento de los emprendedores. La interrelación entre el capital social y las decisiones de los emprendedores, ha demostrado también que genera externalidades positivas que incrementan la información pública disponible para crear una nueva empresa (Kim y Aldrich, 2005; Kranton y Minehart, 1998, Zheng, 2010).

Los varios elementos que forman el capital social, se miden generalmente utilizando encuestas a emprendedores y directivos de empresas, y tienen en muchos casos un ámbito local o regional, enfocados en *clusters* de pequeñas y medianas empresas o en el estudio de actividades de red entre grupos y personas ubicados en esos ámbitos geográficos. Varias de las encuestas que utilizan la base de datos del Banco Mundial, han permitido medir variables tales como la confianza entre los miembros de un grupo, actividades asociativas y normas de comportamiento de los miembros que, en conjunto, facilitan la coordinación y cooperación para alcanzar beneficios colectivos.

De una perspectiva inicial en donde el capital social se consideraba una variable exógena, el avance en la investigación ha permitido incorporarla como variable endógena, esto es, como una variable dinámica y que se encuentra incorporada en el propio comportamiento de los individuos y los grupos. En particular, las instituciones se han introducido en el análisis como un elemento fundamental para explicar las enormes diferencias en el espacio del comportamiento emprendedor.

Las instituciones son entendidas como el conjunto de reglas y normas, formales e informales, que gobiernan el comportamiento individual. Se ha hecho especial énfasis en las interrelaciones entre instituciones, mercado y emprendimiento. Las instituciones suministran el marco que guía las actividades, reducen o suprimen la incertidumbre y hacen posible que las acciones de otros agentes sean previsibles. Sirven, en última instancia, para reducir los costes de transacción y facilitan la coordinación de distintos agentes y los conocimientos que se encuentran dispersos en la sociedad. Las relaciones entre el marco institucional y el comportamiento emprendedor relativiza la influencia de los valores culturales, porque las mismas personas, con los mismos estímulos, se comportan de manera muy diferente en función del marco institucional en el que se desenvuelven.

Además, las instituciones determinan, en gran medida, el tipo de comportamiento emprendedor. Baumol (1990) en un artículo seminal desarrollado más tarde para diferentes entornos y geografías, ya advirtió de las diferencias entre el comportamiento emprendedor que estimula la innovación y creatividad productivas, aprovechando oportunidades no explotadas o creando otras nuevas, frente a otros comportamientos ligados a actividades económicamente destructivas, porque aumentan los costes de transacción, impiden el aprovechamiento de oportunidades por otros, o imponen obstáculos a actividades que directamente incrementan la productividad de los factores. El análisis del papel de las instituciones, ha extendido también a la arena política las condiciones que tienen que incorporarse al conjunto de normas legales y políticas, para que se cree un marco adecuado para el emprendimiento productivo.

Los emprendedores están presentes en todas las geografías. Son las diferencias en los marcos institucionales, las que generan enormes diferencias en el número de personas que se dedican a actividades emprendedoras productivas, suministrando

los incentivos adecuados para que esas actividades sean retribuidoras del esfuerzo personal y generen crecimiento económico en las economías en las que tiene lugar. Puede afirmarse que son las instituciones la causa primera y más importante de la involucración de las personas en ciertas actividades que son generadoras de crecimiento.

Los últimos esfuerzos para entender el papel de las instituciones, van a dirigidos a un mejor entendimiento de las instituciones privadas y sus relaciones con las públicas. La tesis inicial es que los cambios legales para modificar las instituciones públicas, no tendrán éxito si, paralelamente, no se producen transformaciones en las instituciones privadas que contribuyan a un marco más favorecedor de las actividades emprendedoras. Instituciones privadas que alimentan hábitos personales, estructuras mentales y actitudes públicas y privadas que tienen relaciones directas o indirectas con la actividad económica.

El papel del mercado como mecanismo que suministra incentivos para la adopción de una cultura emprendedora, se ha reforzado extraordinariamente con la globalización de las actividades económicas. Los emprendedores pueden ahora aprovechar oportunidades no sólo dentro del mercado doméstico en donde inicialmente operan, sino en todos los mercados de los países desarrollados y en vías de desarrollo.

Aún cuando la globalización afecta a todas las empresas sometidas a competencia, tiene una incidencia especial en las actividades emprendedoras. Estas actividades están, en muchos casos, asociadas a los desarrollos más novedosos de los mercados, a la innovación tecnológica o a la racionalización de la producción y de los costes, elementos para los que la expansión internacional resulta fundamental. Muchas de las novedades tecnológicas o de racionalización productivas necesitan de mercados más amplios que los nacionales.

La literatura sobre este aspecto, se ha desarrollado notablemente incidiendo en el papel del

emprendedor para aprovechar nuevas oportunidades, viejas oportunidades con mayor intensidad, y para extender modelos de negocio y nuevas tecnologías a través de las fronteras nacionales. Los costes de transacción condicionan extraordinariamente las posibilidades de aprovechamiento transnacionales. Igualmente, las redes de contactos, tanto desde el lado de los *inputs* como de los *outputs*, ocupan un lugar principal en el estudio de la extensión internacional del emprendimiento.

Muchos gobiernos, han incorporado en la agenda de la política económica la internacionalización de las empresas para aprovechar la globalización de las relaciones económicas. Aunque es más reciente, se ha incluido también el apoyo al emprendimiento a una escala global, a través de distintas medidas de apoyo para la internacionalización de pequeñas nuevas empresas, especialmente las que tienen una base tecnológica.

Los obstáculos que los emprendedores encuentran para la expansión de sus actividades en el exterior no han desaparecido. Por un lado, porque importantes países en vías de desarrollo (Brasil, China) practican una política industrial activa que imposibilita la exportación de productos a esos mercados. Y en los países desarrollados —especialmente en la UE— porque el sector servicios continúa disfrutando de una alta protección que obstaculiza el desarrollo de actividades por parte de agentes extranjeros.

### 3. Los procesos en el emprendimiento

Los procesos se consideran como elementos que pertenecen a un ecosistema: una red de personas, lugares, redes de relaciones y comportamientos, que permiten explotar las oportunidades que el mercado ofrece.

Frente a una tradición en la que la creatividad, la innovación y el emprendimiento eran el

resultado de la suerte e inspiración, se han desarrollado modelos en los que el emprendimiento y la innovación son el resultado de un proceso. La idea original se transforma identificándola como una oportunidad, se concibe el producto, la innovación y el conocimiento necesarios, y el contexto en el que genera las ideas y las oportunidades. Estos elementos y su interrelación activan procesos de gran complejidad.

Respecto de la generación de ideas, las investigaciones han señalado que se trata de un proceso antes que de una inspiración causal, por lo que es posible aplicar extraer lecciones de la experiencia para poder aplicarlas, estimulando la generación de las mismas, teniendo en cuenta cómo se conciben, qué papel juega la motivación y en qué contexto se generan.

En particular, se ha desarrollado el concepto de *mindfulness*: estado mental de las personas que genera la búsqueda de oportunidades y los recursos para explotarlas. La evidencia indica que es posible ejercitar ese estado mental y conduce al descubrimiento de mayor número de oportunidades a través de la alerta y la atención (Grégoire, 2011). Percibir una idea y relacionarla con una posibilidad en el mundo real, ser consciente de que esa idea y oportunidad son distintas de las observadas en el mundo real, ser capaces de ordenarlas y transmitir las verbalmente o por otro medio como algo novedoso, percibir un modelo nuevo o distinto respecto del mundo real en relación con la idea y la oportunidad, relacionar esa idea con *inputs* o *outputs* para hacerla más amplia y, en fin, ser finalmente consciente de que algo novedoso se ha creado y tiene posibilidades iniciales de llevarse a cabo.

Es posible practicar este procedimiento para estimular la búsqueda de ideas nuevas en relación con cualquier asunto; no sólo una idea de negocio, sino un problema público o social que es posible atacar desde una perspectiva diferente.

Otro campo de investigación sobre el que se han producido notables avances, es el del equipo

de gestión de los proyectos. De centrarse inicialmente en las personas que tenían una idea que asociaban a una oportunidad y la convertían en un proyecto, se ha pasado a un estudio mucho más detallado y sistemático acerca de cómo se forman los equipos, bajo qué circunstancias, con qué compromisos, etc. El equipo humano es, sin duda, el elemento más importante que explica el éxito o el fracaso del emprendimiento. El desarrollo de una metodología permite hoy analizar las fortalezas y debilidades de los equipos de gestión, en cada una de las etapas de desarrollo de los proyectos. Desde la concepción inicial hasta la maduración del proyecto de empresa, incluyendo, en su caso, la salida a bolsa o la venta a una corporación industrial.

Los individuos que, desde el área de la financiación, hacen posible los proyectos de emprendimiento, han recibido también una notable atención por la investigación. En primer lugar, los *inversores ángeles*.

Resulta complicado obtener información sobre esos primeros financiadores de proyectos de emprendimiento. Primero, y sobre todo, porque la mayoría de ellos prefieren permanecer en el anonimato, lo que dificulta la identificación de las personas, sus motivaciones, así como los recursos globales que un territorio determinado hace uso de esta fuente de financiación. Además, en la mayoría de los casos, no están organizados de manera formal, por lo que tampoco se puede acudir a una fuente de información centralizada para conocer algo más de sus actividades y de los recursos que utilizan.

No obstante, las actividades organizadas de este tipo de inversores en algunas geografías (EEUU, Israel, Suecia) han permitido cubrir algunas lagunas fundamentales sobre el papel que juegan en las etapas muy iniciales de desarrollo de los proyectos acometidos por los emprendedores (Politis, 2008).

Por supuesto, sabemos mucho más sobre los otros agentes fundamentales de la financiación de proyectos: *las empresas de capital riesgo* (VC).

Las empresas de VC representan –junto a la banca–, la principal fuente de financiación de los emprendedores, especialmente cuando se trata de proyectos de nuevas tecnologías con posibilidades de expansión internacional. Una metodología que se utiliza extensamente para conocer el papel de los VC en el emprendimiento, es la de estudiar las relaciones del VC con los emprendedores en cada una de las etapas de desarrollo de la empresa, tanto entre ellos, como entre el VC, los inversores ángeles iniciales y los inversores de las últimas rondas.

Especialmente productiva ha sido la investigación sobre el papel que juegan para el desarrollo del proyecto. Inicialmente, los VC adoptaron una postura muy pasiva, prácticamente limitada a la provisión de recursos a los emprendedores. Sin embargo, con el transcurso del tiempo, y en los últimos veinte años, muchos VC han adoptado un *hands-on approach*; esto es, no se limitan a aportar recursos, sino que a través del órgano de gobierno de la empresa emprendedora contribuyen a facilitar canales de venta para el producto, buscan financiación adicional, abren oportunidades de alianzas y acuerdos con otras empresas, etc. Han pasado de ser meros socios financieros a agentes activos que impulsan el proyecto emprendedor apoyándose en todas las partes interesadas.

Adicionalmente, se ha desarrollado la investigación sobre la financiación de proyectos de emprendimiento por parte de grandes corporaciones industriales. Este desarrollo ha sucedido en paralelo a la investigación sobre la innovación dentro de las grandes empresas, aunque no en todos los casos.

Existen fondos de capital riesgo corporativos cuyo único objetivo es la rentabilidad financiera, como si se tratase de una empresa de VC. Otros, sin embargo, persiguen objetivos diferentes. Típicamente, el apoyo, y ulterior adquisición, de la empresa y de la tecnología que desarrolla, es un objetivo bastante generalizado entre los fondos pertenecientes a empresas muy enfocadas a la

producción de nuevas tecnologías, como lo son en casi todos los casos en las empresas de *software* y *hardware*, o en las empresas farmacéuticas.

La razón estriba en que, por muy potentes que sean los departamentos de I+D de esas grandes corporaciones, les resulta imposible abarcar todas las investigaciones relevantes para su actividad. Las ideas novedosas, además, surgen en todos los lugares, no sólo dentro de las propias empresas. En otros casos, el fondo corporativo invierte en otras empresas porque la corporación quiere lanzar una nueva línea de negocio o producto, e invirtiendo en pequeñas empresas emprendedoras es una forma de aprender sobre esa nueva línea o producto, ya sean canales de comercialización, conocimiento de los clientes, competencia y marco regulatorio, etc.

El análisis del crecimiento de la empresa es clave, porque sin crecimiento la empresa está amenazada con no sobrevivir, por no poder competir. Existe una gran diversidad de estudios sobre el proceso de crecimiento de los proyectos de emprendimiento, pero una de las conclusiones generales extraídas es que los emprendedores que ponen en práctica una estrategia pueden crecer, y es más importante la puesta en práctica que el tipo de acciones que el emprendedor adopta. En particular, se ha puesto de relieve la importancia de la motivación del empresario por crecer, más que la formación y habilidades del mismo.

La importancia del crecimiento se ha acentuado más desde que la globalización de las actividades económicas está afectando a todos los sectores sometidos a competencia internacional. Crecer hoy, en gran medida, significa internacionalizarse. Por un lado, porque justamente la empresa va a estar sometida a competencia internacional. Y por otro, porque internacionalizarse significa aprovechar todas las posibilidades de crecimiento. Se produce para un mercado global, no local.

La estrategia de internacionalización puede ser gradual, como la adoptada tradicionalmente por la mayoría de las actuales empresas multinacionales. Puede responder también a una estrategia defensiva, que adopta la forma de internacionalización como forma de diversificar sus mercados para sobrevivir. Algunas de las grandes empresas españolas de ingeniería civil, responderían a este modelo.

Adicionalmente, existen muchos proyectos de emprendimiento que, desde los momentos iniciales, adoptan una estrategia global de crecimiento. Este modelo es más reciente en el tiempo y está asociado, típicamente, a empresas de producen alta tecnología.

#### 4. El contexto

Se han desarrollado muchas áreas de investigación sobre el clima interno en el que se desarrolla la actividad emprendedora. El equipo de trabajo y su experiencia, las formas de organización –que comprenden los procesos, los sistemas y las estructuras–, la cultura interna de las organizaciones, ciclo de los productos y estadios de desarrollo, entre otros aspectos.

Pero, al mismo tiempo, un gran impulso ha experimentado las investigaciones sobre el contexto externo en donde se desarrolla la actividad emprendedora. Señalemos las más relevantes.

La cantidad y calidad de los emprendedores es fundamental para el entorno en donde se desarrolla la actividad de éstos. En una zona geográfica en donde exista un gran número de emprendedores, éstos interactúan entre sí, colaborando o compitiendo, y estimulando, en consecuencia, la actividad. Si la densidad es suficientemente elevada, se genera una demanda para apoyar a los emprendedores, con recursos públicos y privados, materiales e inmateriales, que contribuyen notablemente a que la actividad se autoalimente y crezca.

Esta dinámica de crecimiento explica que algunas áreas con gran densidad de emprendedores hayan continuado creciendo, y separándose aún más del resto, que cuentan con menor densidad y apoyos más reducidos.

Pero ha conducido también a que se lanzaran iniciativas públicas encaminadas a atraer a emprendedores a una zona determinada, así como a la puesta en marcha de organizaciones y de programas de ayuda para estimular el emprendimiento local. Entre las primeras iniciativas cabe destacar los programas dirigidos a estimular la atracción y organización de *angel investors*, en zonas en donde existe escasa densidad o tradición. El segundo tipo de iniciativas han proliferado notablemente, porque incluyen la creación centros de enseñanza sobre el emprendimiento, que han sido asumidos por las escuelas de negocio, especialmente privadas. Igualmente, las incubadoras de empresas, los centros de desarrollo de negocios y las redes de empresarios, son iniciativas que se utilizan para el soporte y estímulo de la actividad emprendedora.

El manejo de la propiedad intelectual (IP) es también una variable importante del contexto. En la mayoría de los casos, la propiedad intelectual es generada por científicos e ingenieros. Convertir esa IP en un proyecto viable de negocio o comercializarla directamente, a través de licencias, constituyen actividades clave del entorno en donde el emprendimiento tiene lugar y requieren de conocimientos especializados, jurídicos, técnicos y económicos. La IP constituye una variable clave del contexto del emprendimiento.

Otro elemento extensamente estudiado del contexto del emprendimiento es la cultura en torno al fracaso empresarial. Es muy fácil fracasar. Dirigir con acierto el equipo humano, acertar en la elección tecnológica, contar con fuentes de financiación, combatir la competencia, son todos elementos muy difíciles de administrar. En la mayoría de los países, el emprendedor que fracasa queda estigmatizado, disminuyendo notablemente

las probabilidades de intentar otro proyecto. Y lo que es tanto o peor, que no cuenten con él para otro proyecto de emprendimiento.

Sin embargo, en EEUU en particular, los emprendedores que han fracasado en algún intento de iniciativa empresarial son altamente valorados y su experiencia incorporada a proyectos posteriores de emprendimiento.

A veces, esa cultura valoradora del fracaso empresarial no es nacional sino local. En cualquier caso, un punto de vista positivo sobre este elemento estimula la generación de nuevos proyectos contando con personas con mayor experiencia. Uno negativo, alienta a las personas al trabajo en la administración o en la gran empresa.

Los costes de transacción, como costes en que se incurre por participar en un mercado, varían extraordinariamente de unos países a otros, de unos lugares a otros. En aquellos lugares en donde los emprendedores tienen que dedicar mucho tiempo y recursos para superar barreras burocráticas o sortear rigideces institucionales, la incipiente actividad empresarial queda muy obstaculizada. Por el contrario, existen otras localizaciones en donde los costes de transacción derivados de la actividad pública son mínimos. Los marcos institucionales explican, en buena medida, los costes de transacción y la localización de actividades de emprendimiento (Hamel, 2000).

Como es inevitable incurrir en costes de transacción, resulta mucho más favorable para el emprendedor contar con proveedores de servicios asociados a esos costes, que sean eficientes, profesionales y que exista competencia entre ellos. Abogados especializados en distintos aspectos de la actividad económica, banca con servicios especializados, especialistas en propiedad intelectual, consultoras de recursos humanos, consultoras de nuevas tecnologías. Todos estos proveedores de servicios y algunos más son relevantes para facilitar la tarea de emprendimiento a quien la acomete (Rice y Abetti, 1993).

El ritmo al que el cambio tecnológico es adoptado resulta importante para las actividades de emprendimiento. Las actividades de esta naturaleza en la actualidad, suelen ser muy intensivas en el uso de nuevas tecnologías. Emprender en un entorno en donde los agentes –tanto privados como públicos– son rápidos adoptadores de nuevas tecnologías, facilita enormemente la tarea de desarrollar una nueva actividad, porque los adoptantes de nuevas tecnologías sirven como banco de pruebas, a través de la comunicación y del *feed-back* recibido de los mismos, así como prescriptores.

Habitualmente financiado por entes públicos, existen muchas iniciativas dirigidas a apoyar actividades emprendedoras, típicamente asociadas a nuevas tecnologías. Incubadoras de empresas, laboratorios en donde inician sus actividades las compañías en fases muy iniciales (*semilla*), aceleradoras para el desarrollo del negocio, asesoramiento y *coaching* para los integrantes de un equipo de emprendedores, son algunos de los programas que se han ido extendiendo por todos los territorios, como herramientas que impulsan las actividades en etapas iniciales (Storey, 2003)

Muchas iniciativas son financiadas por los propios emprendedores. En otros casos, familiares y amigos aportan recursos de una manera más o menos formal. Pero en muchos otros casos, especialmente cuando el proyecto tiene gran capacidad de crecimiento, contar con capital riesgo disponible resulta fundamental para el desarrollo. La disponibilidad de capital riesgo es importante en ese tipo de iniciativas no sólo por los recursos financieros, sino porque aporta también experiencia derivada de otras operaciones que han realizado, aportando visión de negocio, contactos y otros recursos que son importantes para el éxito final del proyecto.

## 5. Conclusiones

Hemos señalado, que el comportamiento emprendedor se considera como un valor universal de las acciones humanas y está relacionado con la habilidad de percibir oportunidades que generen cambios positivos para las personas y las sociedades, dentro de un abanico muy amplio de actividades. Los emprendedores son individuos que responden a incentivos económicos. Pero también son personas motivadas por razones personales que persiguen tanto objetivos individuales como sociales. Y en la medida en que sus actividades tienen lugar en un momento y espacio determinados, el contexto institucional condiciona notablemente la actividad emprendedora.

La consideración de aspectos estrictamente económicos con otros que no lo son, el análisis teórico junto con estudios aplicados, las diferencias de entornos institucionales, hacen que diferentes disciplinas se hayan interesado y estén realizando contribuciones al estudio del emprendimiento. Desde la teoría económica, a la economía aplicada, la estadística y la econometría, o las aportaciones realizadas por la sociología, la psicología y la antropología.

Como se ha puesto de manifiesto, existen relaciones evidentes entre las personas, los procesos y los lugares. Las instituciones que tienen una influencia directa sobre el entorno en el que se desarrolla la actividad emprendedora, pueden adoptar una actitud no intervencionista o, por el contrario, una activa para ejercer una influencia directa sobre el mismo. En este caso, es esencial entender los obstáculos que sufren los emprendedores para tener éxito y remover los mismos, con el objeto de reducir los costes de transacción, aumentar el número de iniciativas y las posibilidades de éxito de los agentes.

## Referencias bibliográficas

- BAUMOL, W. J. (1990): "Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive"; en *Journal of Political Economy* (98); pp. 893-921.
- ELSTON, J. A. (2010): "Risk attitudes, wealth and sources of entrepreneurial start-up capital"; en *Journal of Economic Behavior & Organization* (76, 1); pp. 82-93.
- ERIKSON, T. y ZACHARAKIS, A. (2010): "The Life Cycle of New Ventures: Emergence, Newness and Growth"; en BRUSH, C. E. *et al.*, eds.: *Exploring the Venture Capitalist/Entrepreneur Relationship: The Effect of Conflict upon Confidence in Partner Cooperation*; pp. 175-187.
- HAMEL, G. (2000): "Bringing Silicon Valley Inside"; en *Harvard Business Review* (1).
- GARTNER, W. B. (2001): "Is There an Elephant in Entrepreneurship? Blind Assumptions in Theory Development"; en *Entrepreneurship Theory and Practice* (25, 4); pp. 27-39.
- GRÉGOIRE, D. A. (2011): "The Cognitive Perspective in Entrepreneurship : An Agenda for Future Research"; en *Journal of Management Studies* (48, 6).
- KIM, P. H. y ALDRICH, H. E. (2005): "Social Capital and Entrepreneurship", en *Foundations and Trends in Entrepreneurship* (1); pp. 56-104.
- KOELLINGER, P. (2008): "Why are some entrepreneurs more innovative than others?"; en *Small Business Economics* (31, 1); pp. 21-37.
- KRANTON, R. y MINEHART, D. (1998): "A Theory of Buyer-Seller Networks"; en *American Economic Review* (1); pp. 570-601.
- POLITIS, D. (2008): "Business angels and value added : what do we know and where do we go?"; en *Venture Capital* (10, 2); pp. 127-47.
- RICE, M. y ABETTI, P. A. (1993): "A FRAMEWORK Defining Levels of Intervention by Managers of Business Incubators in New Venture Creation and Development"; en *Frontiers of Entrepreneurship Research*; pp. 2012-116.
- STOREY, D. J. (2003): "Entrepreneurship, Small and Medium Sized Enterprises and Public Policies"; en ACS, Z. J. y AUDRESCHT, D. B., eds.: *Handbook of Entrepreneurship Research. An Interdisciplinary Survey and Introduction*. Amsterdam, Kluwer Academic Publishers; pp. 473-511.
- TVERSKY, A. y KAHNEMAN, D.: "Judgement under Uncertainty: Heuristics and Biases"; en CONNOLLY, T.; HAL, R. A. y HAMMOND, K. R.: *Judgment and Decision Making. An Interdisciplinary Reader*. Cambridge University Press.
- ZHENG, W. (2010): "A Social Capital Perspective of Innovation from Individuals to Nations: Where is Empirical Literature Directing Us?"; en *International Journal of Management Review*, (12, 2); pp. 151-183.



MEDITERRÁNEO  
ECONÓMICO

21

- I. Legitimación social de la función empresarial y del empresario
- II. Nuevos escenarios y condiciones para la actividad empresarial en el marco internacional
- III. La internacionalización empresarial española





# CALIDAD INSTITUCIONAL Y ENTORNO EMPRESARIAL

*José Antonio Alonso*

Universidad Complutense de Madrid

## Resumen

En este artículo se parte de la premisa de que las empresas son agentes básicos de la vida económica y se encuentran condicionadas por las características del entorno del país en el que operan. De esas características del entorno, una de las más relevantes es la que hace alusión al marco institucional, es decir, al conjunto de las instituciones que rigen la vida colectiva estableciendo reglas, normas, rutinas y valores que condicionan la respuesta de los agentes. En los últimos tiempos se ha avanzado en la creación de indicadores que ayudan a evaluar la calidad de las instituciones de un país. En el caso español, de su estudio se percibe que nuestro país se encuentra alejada de los puestos de cabeza, en algunas dimensiones en manifiesto exceso.

## Abstract

*This article starts from the premise that companies are the basic agents of economic activity and are conditioned by the characteristics of the country in which they operate. Amongst the features of that environment one of the most relevant is the one referring to the institutional framework, that is to say the sum of all the institutions that govern collective life by establishing rules, standards, routines and values which condition the response of the different agents. There has recently been a certain degree of progress in the development of indicators facilitating the task of evaluating the quality of a country's institutions. In the case of Spain, the results of studies indicate that our country is far from the top of the list, in some cases excessively so.*

## 1. Introducción

Una parte central de la vida económica de los países descansa en la actividad de sus empresas. Son las empresas las que concitan el concurso de los factores productivos –trabajo, capital y conocimiento– para producir los bienes y servicios que la sociedad demanda, para transformar iniciativas creadoras en emprendimientos generadores de renta y empleo, para promover el ejercicio competitivo en los mercados o para identificar nuevas necesidades que satisfacer o nuevas formas de satisfacer antiguas necesidades. La empresa es, por tanto, un agente clave en la vida económica en un país y en el mercado internacional. Pero la empresa no opera en el vacío, es parte de un entorno internacional y, sobre todo, nacional que la

condiciona. Como señalara Michael Porter hace más de dos décadas, nadie espera que emerja en Somalia una firma líder a escala internacional, más bien será en Estados Unidos, Alemania, Japón o Suecia, entre otros, donde este tipo de empresas surgen. Existe, pues, una relación estrecha entre las condiciones del entorno nacional y las posibilidades competitivas de la empresa. La Economía no siempre trató esta relación de la manera adecuada: de hecho, las facultades de economía y las escuelas de negocio representaron, en el pasado reciente, posiciones extremas y confrontadas sobre esta relación. Ambas, igualmente parciales.

Para las facultades de economía, amparadas en la consistencia formal de la Microeconomía convencional, la empresa era un agente pasivo cuya función era trasladar a un espacio de concurrencia

las condiciones de coste propias de la economía en la que operaba. Era la dotación de factores propia del país y la gama de opciones tecnológicas disponible los elementos que determinaban los costes con que operaba la empresa. A esta última no le cabía sino aplicar un algoritmo maximizador para decidir las condiciones óptimas de competencia: no hacerlo así supondría su expulsión del mercado. La empresa no era, por tanto, más que un agente formal, reactivo ante las condiciones del mercado.

Para las Escuelas de Negocios, por el contrario, la empresa era un agente activo y estratégico que operaba en un entorno incierto. Ese entorno podía ser condicionado, y hasta modulado, por la acción de la empresa, que trataría de buscar (o, incluso, crear) los entornos competitivos mejor adaptados a sus condiciones. En esa explotación de las propias singularidades, apreciadas por el mercado, radicaba la ventaja competitiva. En ese caso, el éxito competitivo descansaba en la acción autónoma de la empresa, y no tanto en las condiciones del país.

El análisis de la realidad de los mercados puso en evidencia que ambas posiciones, aquí deliberadamente simplificadas, eran parciales. La empresa es, en efecto, un agente activo que define estrategias, se anticipa a la reacción de los rivales y explora respuestas creativas ante las condiciones del entorno. Por ello, ante unas mismas condiciones de partida, dos empresas con criterios directivos diferentes pueden tener trayectorias y resultados abiertamente disímiles. Ahora bien, la empresa es también parte del tejido social y económico del país en el que opera: ciertas condiciones del entorno pueden facilitar o entorpecer aquellos comportamientos que son requeridos para el ejercicio competitivo. Por ello, también las empresas transmiten al mercado las condiciones del entorno en el que operan. Ambos componentes importan.

Ahora bien, de todas las condiciones del entorno, ¿cuáles son las más relevantes? La respuesta de la Economía es bien conocida: las condiciones

de costes que rigen en los mercados. Éstas, a su vez, vienen determinadas por la dotación relativa de factores (capital y trabajo) del país en cuestión. La explicación, por tanto, remite a lo que cabría denominar el *hardware* de la economía, que viene determinado por la estructura productiva y la dotación de factores de la que, en cada caso, se parte. Se trata, sin duda, de una explicación acertada, pero en absoluto única. De nuevo la experiencia revela que países con recursos productivos inicialmente limitados –Japón o Taiwán pueden ser ejemplo– fueron capaces de construir una ventaja competitiva cambiante en el tiempo y altamente dinámica. Ese proceso estuvo motivado no tanto por la estructura productiva de partida, cuanto por la estrategia exitosa que siguieron para crear nuevas capacidades e imponer un ritmo de cambio productivo altamente dinámico, con proyección en los mercados internacionales. Piénsese, por ejemplo, en China: no es la dotación de factores lo que explica la repentina aceleración de la economía China en estas tres últimas décadas, sino el cambio en las instituciones y políticas que se acometieron a partir de finales de los setenta. Cabría decir que, en este caso, lo relevante fue el *software* de la sociedad, entendiendo por tal el conjunto de instituciones y políticas que el país fue capaz de desplegar.

De entre los elementos del *software* de una sociedad, el más importante es, sin duda, el que conforman sus instituciones. En los últimos años ha florecido una abundante literatura que insiste en el papel crucial que las instituciones tienen en el proceso de modernización y crecimiento de las economías (un magnífico exponente de esta posición es el reciente libro de Acemoglu y Robinson, 2012). Al fin, las instituciones conforman el marco de incentivos y penalizaciones, de valores normas y creencias que dan forma y regularidad a la interacción social. Pueden ser formales o informales, expresas y abiertas al escrutinio público (como una ley) o tácitas y enraizadas en la cultura de un pueblo (como una convención o una rutina

social), pero en su conjunto conforman una especie de manual de instrucciones para los agentes sociales, un código que guía su conducta generando regularidades razonablemente predictibles. A través de esa función las instituciones no sólo reducen el riesgo y los costes de transacción, sino también propician la acción colectiva resolviendo los problemas de coordinación que se plantean en un mundo no ergódico, compuesto de agentes que deciden de modo independiente, en un marco de generalizadas interdependencias.

La poderosa y persuasiva intuición que está detrás del enfoque institucionalista ha sido cultivada por una amplia colección de analistas que, desde tradiciones académicas diversas, hicieron avanzar este campo de la doctrina en las últimas cuatro décadas. Cuatro premios Nobel (Coase, North, Williamson y Ostrom) puede ser un buen exponente del vigor y creatividad de este enfoque. No obstante, se está lejos de disponer de un marco teórico unificado y consensuado para el análisis de las instituciones y de sus procesos de cambio. Las muy diversas influencias que el análisis institucional ha recibido, le ha dotado de una riqueza y complejidad notablemente estimulantes, pero a costa de restringir los espacios de consenso. Una carencia que se percibe incluso en el propio concepto de institución, que es objeto de formulaciones diversas, no siempre coincidentes. El enfoque dominante, procedente de la denominada Nueva Economía Institucional, aunque logró asentarse en la corriente principal del pensamiento económico moderno (lo que cabría denominar el *mainstream* de la teoría económica), arrastra muchas simplificaciones poco útiles para entender la compleja respuesta social a los fenómenos derivados de un entorno que se despliega en el tiempo, abierto a la novedad de un futuro por definición incierto (en el sentido fuerte en que ese término fue empleado por Knight en los años veinte).

Al tiempo que se avanzó en el ámbito doctrinal, en las dos últimas décadas se produjo también un esfuerzo por generar bases de datos con indicadores aptos para medir la calidad institucional. En esa tarea participaron instituciones multilaterales (muy particularmente, el Banco Mundial), departamentos universitarios, fundaciones y empresas consultoras. A pesar de que se avanzó en la disponibilidad de datos, un análisis del contenido y la consistencia de los indicadores dejan todavía un amplio espacio a la crítica. Incluso aquellos indicadores contruidos con más cuidado arrastran enormes limitaciones, que hace que el trabajo empírico en este campo esté siempre sometido a reservas por la calidad de la información manejada. Acaso sea una carencia entendible, habida cuenta de lo difícil que resulta encerrar en un guarismo una realidad multifacética y manifiestamente intangible como es un equilibrio institucional.

Es imposible en el marco de este artículo ofrecer un panorama de todas las dimensiones institucionales que son de relevancia para la actividad de la empresa; tampoco cabe ofrecer un panorama completo de los indicadores disponibles, habida cuenta de que en estos momentos existen, según determina el Banco Mundial más de 140 bases de datos accesibles sobre distintos aspectos referidos al marco institucional. Por eso, en este caso, de una forma deliberadamente acotada nos centraremos en analizar cuatro aspectos de especial importancia para la empresa, recurriendo para ello a cuatro de las bases de datos más usadas en el análisis de las instituciones: la gobernanza, el clima de negocios, la competitividad y la corrupción.

## 2. El marco general de la gobernanza

La primera de las perspectivas posibles es la más agregada y, por ello, la más difícil de asir en términos empíricos. De hecho, se antoja una tarea imposible reducir a una única dimensión la valoración que merezca la estructura de gobernanza de un país. ¿Cómo proceder entonces?

El mejor ensayo para resolver este problema fue el ofrecido por Kaufmann, Kraay, Zoido-Lobaton y Mastruzzi, en el marco de un proyecto que auspiciaron el Banco Mundial y la *Brookings Institution*. A partir de una muy amplia relación de datos, provenientes de casi 40 fuentes de información diversas, elaboraron unos indicadores de calidad institucional, que estructuraron en torno a seis dimensiones básicas: voz y rendición de cuentas, estabilidad política, eficacia del gobierno, calidad regulatoria, imperio de la ley y control de la corrupción. Esas dimensiones las integraron en una base de datos –los *Worldwide Governance Indicators*– que está abierto a la consulta pública y que recoge información de más de 200 países. Los países están ordenados de acuerdo a un *ranking* y a una valoración estandarizada en cada una de las dimensiones, pero, además, se ofrece información sobre los intervalos de confianza propios de cada indicador, de modo que los investigadores pueden también formarse un criterio acerca del grado de precisión con que se mide el fenómeno.

No existe una explicación doctrinal acerca de los criterios que amparan la selección de dimensiones realizada. ¿Por qué esas y no otras? Será ese uno de los aspectos que se critique a esta base de datos (véase, por ejemplo, Alonso y Gracimartín, 2008), así como alguno de los procedimientos estadísticos seguidos para construir los índices agregados en cada una de las dimensiones (véase Arndt y Oman, 2006). No obstante, estas limitaciones las comparte la base de datos mencionada con otras

muchas y, sin embargo, pocas tienen el alcance en número de países y fuentes de información, así como la precisión en la medida, de los *Worldwide Governance Indicators*.

Pues bien, la imagen agregada que proporcionan estos indicadores es relativamente nítida. En primer lugar, existe una elevada correlación entre las seis dimensiones de gobernanza que se consideran: los coeficientes de correlación se mueven entre el 0,67 y el 0,96. Esto quiere decir que existe cierta complementariedad o coherencia entre las dimensiones consideradas: esto es, un país con un gobierno eficaz (cuarta dimensión considerada) se espera que sea, asimismo, más respetuoso con el imperio de la ley (quinta dimensión), más estable en términos políticos (segunda dimensión) o menos proclive a la corrupción (sexta dimensión), por sólo poner algunos ejemplos. Pese a esa elevada correlación, en algunos casos se perciben discrepancias entre las dimensiones que es interesante analizar (y que se reflejarán más adelante en los valores agregados por regiones).

Una segunda conclusión relevante es que existe una elevada correlación entre el nivel de desarrollo de los países y los niveles de calidad de sus instituciones. La mera asociación estadística no es prueba de causalidad, pero hace ver que existe una relación que es bastante robusta desde el punto de vista estadístico. De hecho, existen pruebas de que la relación opera en un doble sentido: por una parte, las buenas instituciones facilitan el desarrollo (como han demostrado Acemoglu *et al.*, 2002, Rodrik *et al.*, 2004 o Alonso, 2011, entre otros), por otra, el nivel de desarrollo del país condiciona la capacidad para construir buenas instituciones (como han demostrado, entre otros, Alonso y Garcimartín, 2011). Esta última relación se alimenta a través de dos vías, oferta y demanda: un país más desarrollado tiene más recursos y medios para crear buenas instituciones, pero, al tiempo, tiene también una sociedad más

exigente y demandante de instituciones de calidad. En cualquier caso, la relación de doble sentido que se da entre calidad institucional y nivel de desarrollo sugiere la existencia de un potencial círculo virtuoso de progreso: a mayor desarrollo, mejores instituciones y éstas, a su vez, facilitan un mayor desarrollo futuro. No hace falta indicar que similar dinámica acumulativa, en forma de círculo vicioso, podría operar en sentido inverso.

Más allá de estas conclusiones generales, los datos por regiones ofrecen alguna información adicional de interés. En el panel de Gráficos 1 se ofrece la información correspondiente a los seis indicadores, por regiones de la economía mundial, en el último año del que se dispone de información (2010). Como era esperable, los países de la OCDE encabezan la relación en todos los indicadores, como corresponde a la región más desarrollada del mundo. En un segundo nivel se encuentran tres regiones: Europa del Este, América Latina y Asia Oriental. No siempre, sin embargo, la relación mantiene el mismo orden y, en ocasiones, alguna de estas regiones cede su puesto a

otra, como Oriente Medio y Norte de África. Por ejemplo, Europa del Este es la segunda región (tras la OCDE) con mejores indicadores de calidad institucional, pero en el caso de la estabilidad política o el control de la corrupción, la región pasa a un más lejano tercer puesto. América Latina suele ocupar el tercer puesto en la jerarquía, salvo en el caso de la estabilidad política que pasa a ocupar el cuarto. Por último, en esta jerarquía de regiones ocupan los puestos postreros, con notable regularidad, Asia Meridional y África Subsahariana, las dos regiones más pobres del planeta.

Más allá de esta comparación directa, y habida cuenta de la estrecha relación entre instituciones y desarrollo, puede ser de interés saber si las diversas regiones tienen el nivel de calidad institucional que les corresponde en función de su nivel de PIB per cápita. Cuando este ejercicio se realiza y se incorporan variables ficticias para captar la situación de cada región, se obtiene una información adicional que merece ser comentada (Tabla 1). Resumiendo los resultados, América Latina presenta en cuatro de los indicadores una

Tabla 1  
Calidad institucional y PIB per cápita. Indicadores de gobernanza

|  | (1)            | (2)           | (3)            | (4)           | (5)            | (6)            |
|--|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|----------------|
| <b>Constante</b>                         | -4,69 (-12,15) | -5,31 (-8,71) | -7,31 (-19,37) | -5,64 (-19,0) | -6,72 (-16,68) | -7,00 (-16,31) |
| <b>LNPIBpc</b>                           | 0,55 (12,30)   | 0,60 (9,31)   | 0,84 (20,08)   | 0,67 (19,34)  | 0,78 (17,53)   | 0,81 (17,15)   |
| <b>Países del Golfo *</b>                | -1,76 (-3,95)  | 0,41 (2,34)   | -0,83 (-2,42)  |               |                |                |
| <b>Asia Oriental / Pacífico</b>          |                | 0,39 (2,09)   |                |               |                |                |
| <b>Europa **</b>                         |                |               |                | 0,35 (2,15)   |                |                |
| <b>América Latina ***</b>                |                | -0,46 (-2,64) |                | -0,32 (-2,68) | -0,62 (-4,77)  | -0,51 (-3,62)  |
| <b>Oriente Medio / América del Norte</b> | -0,93 (-4,53)  | -0,46 (-2,17) |                | -0,47 (-3,03) |                |                |
| <b>Asia Meridional</b>                   |                | -0,88 (-2,93) |                |               |                |                |
| <b>África Subsahariana</b>               |                |               | 0,39 (3,68)    |               | 0,30 (2,58)    | 0,42 (3,32)    |
| <b>R<sup>2</sup></b>                     | <b>0,57</b>    | <b>0,58</b>   | <b>0,77</b>    | <b>0,74</b>   | <b>0,75</b>    | <b>0,73</b>    |

(1) Voz y rendición de cuentas. (2) Estabilidad política. (3) Eficacia del gobierno. (4) Calidad de la regulación. (5) Estado de derecho. (6) Control de la corrupción.

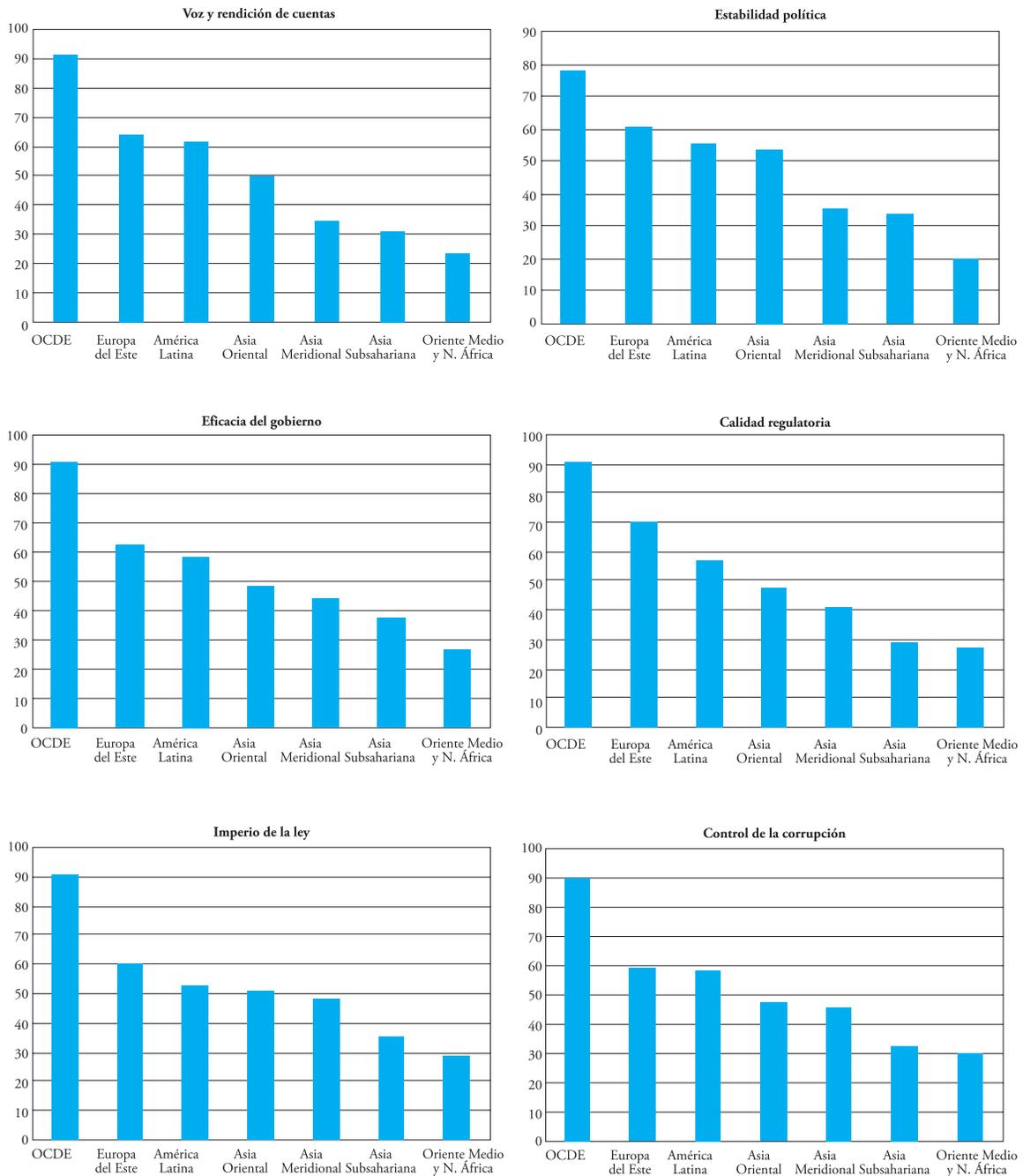
\* Países del Golfo Pérsico de renta alta

\*\* Países de Europa de ingreso medio pertenecientes a la UE.

\*\*\* Sin Chile, Costa Rica y Uruguay. Ratio  $\tau$  entre paréntesis.

Fuente: Alonso y Garcimartin (2008).

Gráfico 1  
Indicadores de gobernanza



calidad institucional significativamente menor que le correspondería, dado su nivel de desarrollo. Eso mismo le sucede a Oriente Medio y Norte de África en tres de los seis indicadores y a Asia

Meridional en uno. Por el contrario, Europa del Este está por encima de su nivel de desarrollo en uno de los indicadores y África Subsahariana en tres. Lo que nos indica este ejercicio es interesante:

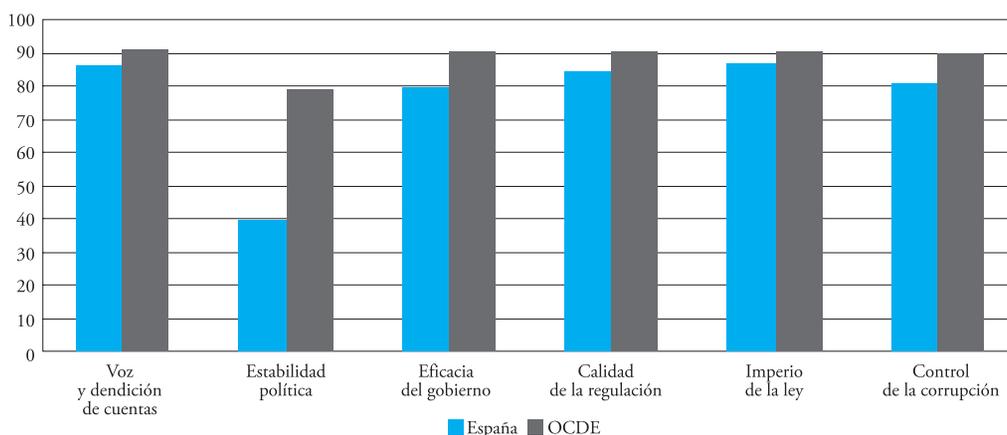
África Subsahariana tiene muy bajos indicadores de calidad institucional, pero básicamente porque es una región muy pobre; y, al contrario, América Latina tiene indicadores de calidad institucional más aceptables, al menos si se comparan con otras regiones del mundo en desarrollo, pero esos indicadores debieran ser superiores si se tiene en cuenta el nivel de renta promedio de la región.

Por último, ¿qué sucede con España? Obviamente, si España se compara con la media mundial está por encima en los seis indicadores considerados, como corresponde a un país de elevada renta per cápita. No obstante, está por debajo de la media que le corresponde a la OCDE, que debiera ser nuestro entorno más natural de comparación. En algunos casos, las diferencias son leves, pero llama la atención el puesto que obtiene en el *ranking* internacional en los casos de la estabilidad política y la eficacia del gobierno, dos dimensiones en la que España se encuentra a distancia respecto a la media de la OCDE.

### 3. Entorno empresarial

Los indicadores anteriormente mencionados aluden la estructura general de la gobernanza de un país: es interesante descender de ese nivel general a aquellos aspectos institucionales que condicionan de una forma más cercana la operativa de una empresa. Por ejemplo, el marco normativo que existe para crear o liquidar una empresa, las facilidades de que se dispone para acceder a contratos públicos, las garantías de cumplimiento de los contratos o la protección frente a los abusos del Estado. Pues bien, para abordar esos aspectos institucionales más cercanos al clima de los negocios existentes en un país, el Banco Mundial creó una base de datos denominada *Doing Business*. La información que proporcionan estos indicadores (en línea con otras bases de datos existentes, como la también creada por el Banco Mundial, *Investment Climate Survey*, o la de naturaleza privada *International Country Risk Guide*) alude al entorno más cercano a la ac-

Gráfico 2  
Calidad institucional: España y la OCDE (*ranking* 2010)



Fuente: *Worldwide Governance Indicators* (*ranking* de 0 a 100).

tividad de la empresa, para ayudar a los agentes a tomar decisiones en materia de inversión. Se trata de una información de interés indudable, pero sería un error suponer que aspectos más generales alusivos al marco institucional de los países no son de interés también para la empresa. Como la “primavera árabe” demuestra, hay aspectos generales de la vida social, no captados en estos indicadores, que son cruciales para que la empresa pueda definir su marco de actuación en el medio plazo.

Pues bien, *Doing Business* es una base de datos amplia, que trata 10 aspectos muy centrales del ambiente económico empresarial, cada uno de ellos compuesto de varios indicadores, con información referida a 183 países. Los diez aspectos considerados hacen referencia al marco regulatorio sobre: tramites para comenzar un negocio, licencias de construcción, acceso a la energía, registros de propiedad, obtención de crédito, protección a los inversores, pago de impuestos, comercio internacional, cumplimiento de los contratos y resolución de quiebras. Para cada uno de ellos se establece un *ranking* en el que se incluyen los países estudiados.

De nuevo, también y en este caso existe una cierta correlación entre los puestos superiores en el *ranking* y el grupo de economías más desarrolladas; al tiempo que los puestos postreros en la jerarquía internacional los ocupan los países más pobres (Tabla 2). Ahora bien, estos indicadores tienen un cierto sesgo en su concepción, de modo que valoran en alta medida la flexibilidad con que operan las instituciones, mucho más que otros factores igualmente deseables como los relacionados con la garantía, la seguridad o la legitimidad social. Por ejemplo, Suecia ocupa el puesto 14 en la jerarquía agregada de países en función de la calidad institucional, pero desciende al puesto 50 cuando lo que se considera es el pago de impuestos. Disponer de un sistema fiscal sólido, como es el caso de Suecia, no debiera ser un criterio penalizador de la calidad institucional,

como sucede en este caso, y menos si ese rasgo va acompañado de una eficiente actividad del Estado en la provisión de bienes públicos a la sociedad. Otro ejemplo, posible es Finlandia que ocupa el puesto 11 en la relación general y desciende al 65 cuando lo que se considera es la protección de los inversores, mientras que, por ejemplo, las Islas Fiji que ocupan el 77 puesto en la jerarquía general ascienden al 46 en el criterio antes citado. En este caso se premia la liberalidad en la norma, pero ha de señalarse que la existencia de una normativa garantista en relación a los intereses nacionales, cuando se ejerce con prudencia, es más un factor de calidad institucional que su opuesto (como, sin embargo, evalúa el indicador señalado). A pesar de estas deficiencias, el indicador es válido para hacerse una idea del clima institucional que, respecto a los negocios, existe en el país.

Tabla 2  
Diez países con mejor y con peor ambiente  
institucional para los negocios (2012)

| 10 con mejor ambiente |         | 10 con peor ambiente |         |
|-----------------------|---------|----------------------|---------|
| Países                | Ranking | Países               | Ranking |
| Singapur              | 1       | Haití                | 174     |
| Hong Kong             | 2       | Benín                | 175     |
| Nueva Zelanda         | 3       | Guinea-Bissau        | 176     |
| Estados Unidos        | 4       | Venezuela            | 177     |
| Dinamarca             | 5       | R.D. Congo           | 178     |
| Noruega               | 6       | Guinea               | 179     |
| Reino Unido           | 7       | Eritrea              | 180     |
| R. Corea              | 8       | R. Congo             | 181     |
| Islandia              | 9       | África Central       | 182     |
| Irlanda               | 10      | Chad                 | 183     |

Fuente: *Doing Business*.

También puede resultar de interés saber cómo esta base de datos evalúa a España. Pues bien, de acuerdo a los datos de 2012, España ocupaba el puesto 44 en la jerarquía de países, muy lejos por tanto de los que ocupan la cabecera. Cabe descender a más detalle observando el puesto que España ocupa en cada una de las diez dimensiones de que

se compone esta base de datos (Tabla 3). De ellas, sólo en una España tiene una posición destacada: en iniciar un negocio ocupa el décimo lugar. Frente a ello, en protección a inversores España ocupa un muy lejano puesto 97, en la segunda mitad de la tabla. En el resto de los indicadores España se mueve entre los puestos 38 y 56 de la jerarquía internacional. Parece, por tanto, que resta un amplio espacio para mejorar el entorno institucional en el que operan los negocios en España.

Tabla 3  
España en el *Doing Business* (2012)

| Criterio                 | Ranking | Criterio                  | Ranking |
|--------------------------|---------|---------------------------|---------|
| Iniciar un negocio       | 10      | Protección a inversores   | 97      |
| Licencia de construcción | 38      | Pago de impuestos         | 48      |
| Obtener electricidad     | 69      | Comercio internacional    | 55      |
| Registro de propiedad    | 56      | Cumplimiento de contratos | 54      |
| Obtener crédito          | 48      | Resolver una quiebra      | 39      |

Fuente: *Doing Business*.

#### 4. Clima de corrupción

Una tercera dimensión importante del marco institucional es la que se refiere a la corrupción. Conviene advertir que la corrupción es un fenómeno no sólo inducido por la Administración Pública, sino también estimulado, en ocasiones, por las empresas que ven en el pago de sobornos, coimas o comisiones una vía para acelerar procedimientos, aliviar controles o eludir de forma ventajosa la competencia. Es una relación, por tanto, en la que pueden existir tanto el corruptor como el corrupto, tanto el que ofrece como el que demanda un pago para beneficio privado y en perjuicio de los intereses públicos.

Durante mucho tiempo los gobiernos de los países desarrollados fueron excesivamente tolerantes con el fenómeno de la corrupción, especialmente si este tenía lugar fuera de sus fronteras.

No se advertía entonces el coste que esa tolerancia tenía no sólo en términos de deterioro de la calidad institucional de los países afectados, sino también de enrarecimiento del clima de competencia en los mercados internacionales. Estados Unidos fue el primero que dio un paso al frente poniendo en marcha una iniciativa legislativa para penalizar las prácticas corruptas en los negocios internacionales, que fue aprobada en 1977 y modificada en 1988. Tras Estados Unidos, tanto la OCDE (a través de la Convención de Lucha contra la Corrupción, que entró en vigor en 1999) como Naciones Unidas (a través de la Convención contra la Corrupción, vigente desde 2005) se sumaron a una campaña activa en contra de las prácticas corruptas en los negocios internacionales.

El cambio en el clima de opinión es consistente con el juicio, cada vez más fundado, acerca de los costes que, en diversos ámbitos, comporta la corrupción (Alonso y Mulas-Granados, 2011). La corrupción afecta al ámbito económico en la medida en que altera los mecanismos de asignación del mercado, abre espacio para la búsqueda de rentas, desestimula inversión al incrementar la incertidumbre sobre los rendimientos esperados y penaliza, al menos bajo determinadas condiciones, el crecimiento. Afecta también al ámbito social en la medida en que detrae recursos públicos que podrían emplearse en necesidades colectivas, genera impactos distributivos perversos al incrementar el coste de acceso a los servicios sociales de los más pobres y acentúa el clima de inseguridad jurídica. Y, en fin, afecta también al marco institucional, restándole legitimidad y apoyo social, lo que termina por minar su capacidad para articular la acción colectiva de una manera eficaz y para gestionar las tensiones distributivas en el seno de la sociedad y promover una adecuada gobernanza.

En el cambio en el clima de opinión tuvo un papel crucial la presión de la sociedad civil: en este campo fue crucial el surgimiento de *Transparency International* (TI), una ONG orientada al

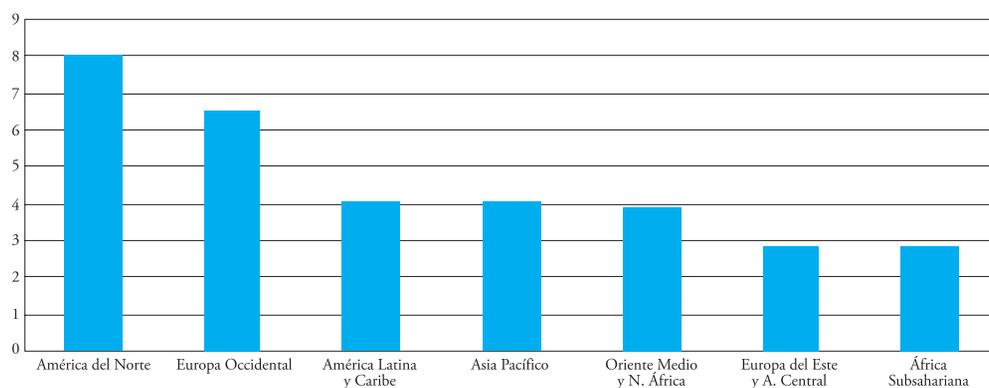
combate contra la corrupción. A los dos años de su nacimiento, en 1995, de forma un tanto inesperada pero con gran eco mediático, TI publicó su Índice de Percepción de la Corrupción (IPC), referido entonces sólo a 42 países. A partir de esa fecha se fue mejorando el Índice y se fue ampliando el número de países objeto de atención, hasta convertir a ese indicador en uno de los más utilizados para aproximar el fenómeno de la corrupción a escala internacional. No obstante, otras bases de datos, como el ya mencionado *Worldwide Governance Indicators* o el *Global Competitiveness Index* que veremos a continuación, reservan una de sus dimensiones para medir el fenómeno de la corrupción, de modo que uno puede obtener una imagen complementaria a través de varios indicadores.

El análisis de la corrupción a escala internacional revela dos rasgos que deben ser tenidos en cuenta incluso en un análisis tan somero como el que aquí se ofrece. En primer lugar, la corrupción es un fenómeno ubicuo: no existe sociedad por desarrollada que sea que esté libre de su presencia. Como es bien conocido manifestaciones de corrupción han aparecido en virtualmente todos los países del mundo, aun a pesar de la existencia de medidas severas para combatirla. Que el fenómeno

sea resistente a su extinción se explica, entre otras cosas, porque se enraíza en el carácter necesariamente imperfecto de las respuestas normativas que la sociedad provee y en la búsqueda de ventajas que está anclada en la conducta humana. Ahora bien, que el fenómeno tenga potencial existencia en cualquier rincón del planeta no quiere decir que en todos ellos la gravedad de su impacto sea similar, como veremos inmediately. La segunda observación es que la corrupción es un fenómeno complejo, que se presenta bajo morfologías muy diversas, teniendo efectos, por tanto, igualmente dispares según los casos. No es lo mismo la pequeña coima que las grandes operaciones de corrupción inmobiliaria, no tiene el mismo efecto una corrupción episódica que una extendida al conjunto del sistema, ni requiere el mismo trato la corrupción manifiestamente ilegal que aquella que se mueve en los espacios grises de la “alegalidad”.

Si con estos criterios en la mente se acude al indicador más canónico —el ofrecido por TI—, que reserva las mejores calificaciones para los países menos corruptos, se observa una marcada jerarquía internacional. Es Norteamérica, con Canadá a la cabeza, la región que más eficazmente ha logrado controlar el fenómeno (Gráfico 3). Le sigue en la jerarquía internacional, aunque a distancia, Eu-

Gráfico 3  
Índice de percepción de la corrupción (2010)



Fuente: *Transparency International*.

ropa Occidental. En un segundo nivel están tres regiones del mundo en desarrollo: América Latina, Asia Pacífico y Oriente Medio y Norte de África. Finalmente, la relación la cierran Europa del Este y Asia Central y África Subsahariana, que son las regiones con mayor presencia del fenómeno.

La información del gráfico precedente puede confirmarse tratando de identificar los países que encabezan la relación de los diez más corruptos del mundo y aquellos diez que han logrado reducir en mayor medida el fenómeno de la corrupción (Tabla 4). En el primer grupo se encuentran fundamentalmente países en desarrollo y en transición, el segundo grupo está compuesto únicamente por países desarrollados, pertenecientes todos ellos a la OCDE. En esta relación España se encuentra en el puesto 30, con un modesto índice de 6.1, alejado del 9 que obtienen Nueva Zelanda, Dinamarca, Finlandia, Suecia, Singapur y Noruega.

Tabla 4  
Relación de los países más y menos corruptos del mundo (2010)

| Diez menos corruptos |     | Diez más corruptos |     |
|----------------------|-----|--------------------|-----|
| Nueva Zelanda        | 9,5 | Venezuela          | 1,9 |
| Dinamarca            | 9,4 | Haití              | 1,8 |
| Finlandia            | 9,4 | Iraq               | 1,8 |
| Suecia               | 9,3 | Sudán              | 1,6 |
| Singapur             | 9,2 | Turkmenistán       | 1,6 |
| Noruega              | 9,0 | Uzbekistán         | 1,6 |
| Holanda              | 8,9 | Afganistán         | 1,5 |
| Australia            | 8,8 | Myanmar            | 1,5 |
| Suiza                | 8,8 | Corea del Norte    | 1,0 |
| Canadá               | 8,7 | Somalia            | 1,0 |

Fuente: *Transparency International*.

## 5. Competitividad global

Hay un último aspecto del marco institucional que puede ser de extraordinaria relevancia para la empresa: ciertos aspectos institucionales condicionan la competitividad internacional. También en este ámbito se han producido avances en los últimos tiempos. Desde 1996, el *World Economic Forum*, una organización privada sin ánimo de lucro que opera a nivel internacional, viene construyendo el *Global Competitiveness Index*. En los últimos años este indicador mejoró notablemente, al fortalecerse tanto el marco doctrinal que sustenta el índice como la base estadística y los procedimientos que se siguen para la determinación de sus valores. El índice está compuesto en la actualidad por cerca de 90 variables, basadas en información tanto objetiva como subjetiva, esta última derivada de encuestas de opinión.

El índice global es el resultado de agregar lo que se denominan los tres grandes pilares que determinan la competitividad de una economía: i) los requerimientos básicos; ii) la exigencia de eficiencia; y iii) la innovación y sofisticación. A su vez, cada pilar está integrado por distintos factores, cada uno de ellos medidos a través de diversos indicadores. Interesa aquí retener el componente de los requerimientos básicos, ya que es el que integra el marco institucional en la medición de la competitividad. Además del marco institucional, en ese componente se consideran, como otros requerimientos básicos, las infraestructuras, el clima macroeconómico, la salud y la educación primaria. Por lo que se refiere al factor que alude al marco institucional, este está a su vez compuesto de variables referidas a las instituciones públicas (entre otros, defensa de los derechos de propiedad, ética y corrupción, indebida influencia en el gobierno, eficiencia del gobierno y seguridad) e instituciones privadas (con factores referidos, básicamente, a ética corporativa y rendición de cuentas).

Los valores sintéticos del indicador ofrecen una visión acerca de la posición que los países ocupan en una jerarquía internacional de la competitividad, así como el peso que en ese resultado tienen los tres grandes pilares antes indicados. Como apunta el Tabla 5 la relación de los diez países más competitivos la encabezan Suiza y Singapur, seguidos de países pertenecientes todos ellos a la OCDE. Es conveniente señalar en este momento de pesimismo europeo que un buen grupo de países de la UE (Suecia, Finlandia, Alemania, Holanda, Dinamarca y Reino Unido) están entre los diez países más competitivos. España ocupa en esa relación el puesto 36, con un indicador equivalente a 4,54, más de un punto por debajo del correspondiente a sus socios comunitarios más competitivos.

Ahora bien, en el contexto de lo que aquí se quiere analizar es importante reparar en el pilar que se refiere al marco institucional. Ese pilar está compuesto por 21 indicadores, que se relacionan con diversos aspectos referidos al comportamiento de las instituciones públicas y a los marcos que regulan el comportamiento de los agentes privados. En este ámbito el país que presenta mejor comportamiento es Singapur, con un índice de 6,11; España ocupa la posición 49, con indicador de 4,3. Donde España presenta una posición más destacada es en los indicadores de confianza en la policía, control de la corrupción, bajos costes del crimen y la violencia y ética empresarial. Por el contrario, las peores posiciones se obtienen en los indicadores de carga regulatoria, derroche público o eficacia de los consejos de administración.

Tabla 5  
*Global Competitiveness Index (2011/2012)*

|                | <b>Global</b> | <b>Basic requirements</b> | <b>Efficiency enforcement</b> | <b>Innovation and sophistication</b> |
|----------------|---------------|---------------------------|-------------------------------|--------------------------------------|
| Suiza          | 5.74          | 6.18                      | 5.53                          | 5.79                                 |
| Singapur       | 5.63          | 6.33                      | 5.58                          | 5.23                                 |
| Suecia         | 5.61          | 6.06                      | 5.33                          | 5.79                                 |
| Finlandia      | 5.47          | 6.02                      | 5.19                          | 5.56                                 |
| Estados Unidos | 5.43          | 5.21                      | 5.49                          | 5.46                                 |
| Alemania       | 5.41          | 5.83                      | 5.18                          | 5.53                                 |
| Holanda        | 5.41          | 5.88                      | 5.29                          | 5.30                                 |
| Dinamarca      | 5.40          | 5.86                      | 5.27                          | 5.31                                 |
| Japón          | 5.40          | 5.40                      | 5.19                          | 5.75                                 |
| Reino Unido    | 5.39          | 5.60                      | 5.43                          | 5.17                                 |

Fuente: *Global Competitiveness Index*.

Tabla 6  
Factores del componente institucional

| Criterio                                   | España |       | País líder    |       |
|--|--------|-------|---------------|-------|
|  | Puesto | Valor | País          | Valor |
| Derechos de propiedad                      | 44     | 4,9   | Finlandia     | 6,4   |
| Derechos de propiedad intelectual          | 43     | 4,1   | Finlandia     | 6,2   |
| Desvío de fondos públicos                  | 46     | 3,9   | Nueva Zelanda | 6,6   |
| Compromiso público con ética               | 73     | 2,6   | Singapur      | 6,4   |
| Pagos irregulares y sobornos               | 38     | 5,0   | Nueva Zelanda | 6,7   |
| Justicia independiente                     | 65     | 3,9   | Nueva Zelanda | 6,7   |
| Favoritismo en decisiones públicas         | 55     | 3,2   | Suecia        | 5,8   |
| Derroche público                           | 108    | 2,6   | Singapur      | 6,1   |
| Carga regulatoria                          | 110    | 2,8   | Singapur      | 5,6   |
| Eficiencia en la regulación                | 73     | 3,5   | Singapur      | 6,3   |
| Eficiencia regulatoria en temas cruciales  | 60     | 3,8   | Finlandia     | 5,7   |
| Transparencia                              | 74     | 4,2   | Singapur      | 6,3   |
| Costes del terrorismo para los negocios    | 97     | 5,1   | Eslovenia     | 6,8   |
| Costes del crimen y la violencia           | 38     | 5,4   | Siria         | 6,6   |
| Crimen organizado                          | 46     | 5,7   | Dinamarca     | 6,8   |
| Confianza en la policía                    | 24     | 5,8   | Finlandia     | 6,7   |
| Ética en las empresas                      | 39     | 4,7   | Dinamarca     | 6,7   |
| Fortaleza de las auditorías                | 54     | 4,9   | Sudáfrica     | 6,5   |
| Eficacia de los consejos de administración | 97     | 4,3   | Suecia        | 5,9   |
| Protección de la minoría en los CA         | 67     | 4,3   | Suecia        | 6,0   |
| Protección del inversor                    | 77     | 5,0   | Nueva Zelanda | 9,7   |

Fuente: *Global Competitiveness Index*.

## 5. Consideraciones finales

A lo largo de las páginas precedentes se ha partido de una primera afirmación que muchos compartirán: aunque las empresas son agentes básicos de la vida económica, se encuentran condicionadas por las características del entorno del país en el que operan. De esas características del entorno, una de las más relevantes es la que hace alusión al marco institucional, es decir, al conjunto de las instituciones que rigen la vida colectiva estableciendo reglas, normas, rutinas y valores que condicionan la respuesta de los agentes. Es difícil encontrar indicadores que ayuden a evaluar, de una manera solvente, ese marco institucional. Aunque

los problemas persisten, ha de reconocerse que en los últimos tiempos se ha avanzado en la creación de indicadores que ayudan a evaluar la calidad de las instituciones de un país y permiten someter el juicio a un ejercicio comparado a escala internacional. Ante la imposibilidad de agotar todas las facetas que presenta un marco institucional, aquí se han elegido cuatro aspectos que resultan altamente relevantes para la actividad de la empresa: el marco general de gobernanza, el clima de negocios, la corrupción y la competitividad. Se ha analizado la situación internacional y la posición de España en ese entorno. En todos los casos se percibe que España se encuentra alejada de los puestos de cabeza, en algunas de las dimensiones en manifiesto

exceso. La coincidencia de los diagnósticos debiera acentuar la seguridad de que las conclusiones superan el rango de una mera coincidencia. España está obligada a mejorar su marco institucional si quiere estar en condiciones de crecer y competir con los países de nuestro entorno, los de la OCDE y los de la UE. En ambos marcos de referencia, España se encuentra muy por debajo de la media en materia de calidad institucional, cualquiera que sea la faceta que se considere.

RODRIK, D., SUBRAMANIAN, A. y TREBBI, F. (2002): “Institutions Rule: The Primacy of Institutions over Geography and Integration in Economic Development”; *IMF Working Paper* 02/189, Washington.

## Referencias bibliográficas

- ACEMOGLU, D. y J. ROBINSON (2012): *Why Nations Fail. The Origins of Power, Prosperity and Poverty*. Nueva York, Crown Publishers.
- ACEMOGLU, D., JOHNSON, S. y ROBINSON, J. A. (2002): “Reversal of fortunes: Geography and institutions in the making of the modern world income distribution”; en *Quarterly Journal of Economics* (117, 4); pp. 1231-94.
- ALONSO, J. A. (2011): “Colonisation, Institutions and Development: New Evidence”; en *Journal of Development Studies* (47, 7); pp. 937-958.
- ALONSO, J. A. y C. GARCIMARTÍN (2008): *Acción colectiva y desarrollo. El papel de las instituciones*. Editorial Complutense, Madrid
- ALONSO, J. A. y C. GARCIMARTÍN (2011): “Criterios y factores de calidad institucional. Un estudio empírico”; en *Revista de Economía Aplicada* (19, 55); pp. 5-31.
- ALONSO, J. A. y MULAS-GRANADOS, C. (2011): *Corrupción, cohesión social y desarrollo. El caso de Iberoamérica*. Madrid, Fondo de Cultura Económica.
- ARNDT, C. y OMAN, C. (2006): *Uses and Abuses of Governance Indicators*. OECD, París.



## EL RE-BALANCEO DEL MUNDO HACIA LOS EMERGENTES

Javier Santiso  
ESADE Business School

### Resumen

El auge de los mercados emergentes representa un reto y una oportunidad, y en este trabajo se subraya el potencial por explotar que ello conlleva. La crisis que azota España con particular virulencia es una invitación para re-inventarnos. España tiene muchas bazas en sus manos para repositionarse internacionalmente. Ya lo ha hecho en el pasado con Europa y luego con América Latina. La apuesta por los mercados emergentes es, sin duda, una de las apuestas acertadas, al igual que lo es Europa. España puede aquí posicionarse como enlace, puente, entre ambos.

### Abstract

*The rise of emerging markets presents a challenge and an opportunity, this work aims to underline the latent potential that entails. The crisis which is currently lashing into Spain relentlessly is an invitation for us to re-invent ourselves. Spain has many aces in its hand when it comes to international repositioning. It has already done it in the past, first in Europe and then in Latin America. A commitment with emerging markets is, without a doubt, a sure bet, as is Europe. Spain can position itself as the liaison officer, a bridge so to speak, between both continents.*

Hemos entrado en una década que será sin duda la de los mercados emergentes. Con la anterior, estas economías han surgido como principales catalizadores de crecimiento. Ahora apuntan a ser los principales protagonistas.

Desde HSBC nos dicen que en 2050, 19 de las 30 mayores economías del mundo serán economías hoy en día calificadas de emergentes.<sup>1</sup> En conjunto pesarán más que los actuales países OCDE. Por su parte BBVA señala que el grupo de países denominado EAGLE (*Emerging and Growth-Leading Economies*) y los países *Nest* (el escalón inferior) contribuirán con más de dos tercios al crecimiento mundial en los próximos diez años, mientras que los siete países más industrializados

del mundo (G-7) aportarán alrededor del 16%.<sup>2</sup> El grueso del crecimiento procederá de Asia emergente (60% del total del crecimiento entre 2011 y 2020), por delante de América latina (8%). Estados Unidos y Europa apenas contribuirán en un 20%. Un país como Brasil contribuirá dos veces más al crecimiento mundial en la próxima década que Japón; México más que Alemania; Colombia más que Francia; Perú y Chile más que Italia.<sup>3</sup>

Dicho de otra manera, el gran evento de principios de este siglo no es la crisis «global» en los países OCDE. Ésta de hecho, hasta hora, no ha sido “global” o “mundial”. Intepretarla así es

<sup>1</sup> Ver <http://www.research.hsbc.com/midas/Res/RDV?p=pdf&key=ej73gSSJVj&n=282364.PDF>

<sup>2</sup> Ver el informe de BBVA disponible en [http://www.bbvarsearch.com/KETD/ketd/bin/ing/publi/eagles/novedades/detalle/348\\_287674.jsp?id=tc:348-176089-64](http://www.bbvarsearch.com/KETD/ketd/bin/ing/publi/eagles/novedades/detalle/348_287674.jsp?id=tc:348-176089-64).

<sup>3</sup> Ver [http://www.bbvarsearch.com/KETD/fbin/mult/120217\\_AGH\\_CAF-Oxford\\_tcm348-287616.pdf?ts=2522012](http://www.bbvarsearch.com/KETD/fbin/mult/120217_AGH_CAF-Oxford_tcm348-287616.pdf?ts=2522012)

un espejismo y olvidarnos que desde Perú hasta Indonesia, China o Brasil muchas economías del mundo han seguido creciendo. Tenemos que *resetear* masivamente nuestros mapas mentales euro-céntricos. El mundo de ayer, centrado sobre Europa y EEUU, ha dejado de ser. La crisis del 2008-2011 está acelerando este descentramiento del mundo. Hoy en día Brasil ya comercia más con China, un emergente, que con cualquier país OCDE, EEUU, Alemania o España. Este cambio no es sólo económico y financiero. Las riquezas de las naciones se están reconfigurando a gran velocidad pero también la innovación y la tecnología.

El año 2011 confirmó en todo caso el re-balanceo del mundo: mientras los países OCDE seguían colapsando, los emergentes siguieron con sus sendas de crecimiento. Símbolo de la gran transformación que estamos viviendo, China se alza ahora por delante de Japón como segunda economía mundial mientras Brasil desbancó Inglaterra después de haberlo hecho con España el año anterior. Símbolo de este auge brasileño, la petrolera Petrobras, una de las mayores del mundo, logró colocar la mayor emisión de la historia (67 mil millones de dólares). En total, en 2011, los emergentes acapararon 40% del PIB mundial, 37% de la inversión extranjera directa global y el grueso del crecimiento mundial.

Uno de los motores de este auge es sin duda la expansión de las clases medias en las economías emergentes. Este dinamismo está atrayendo cada vez más multinacionales OCDE. La francesa Schneider Electric, por ejemplo, ya tiene más de 25.000 empleados en China, el segundo mercado del mundo después de Estados Unidos y por delante de Francia. Para muchas los mercados emergentes ya representan el grueso de sus ingresos por delante Europa o Estados Unidos. En Asia emergente las clases medias ya representan 60% del total de la población (1.900 millones de personas). En 2010, China se ha convertido así en el primer mercado en ventas de vehículos, un

país donde 54 millones de personas ya se clasifican como clases de ingresos altos. La mayor fortuna del planeta ya no está en EEUU sino en México. Las razones de la creciente atracción de las economías emergentes están en estas cifras, apuntando a crecimientos elevados, expansión de clases medias, y todo ello en un entorno de menores endeudamientos, deuda, déficit e inflación bajo control.

Sin embargo existe otra revolución silenciosa que se está dando, una razón más por la cual las empresas de los países OCDE apuestan ahora también por los emergentes: no sólo la década 2010-2020 será la de los emergentes, porque éstos marcarán la pauta de crecimiento, sino también porque veremos surgir cada vez más innovación disruptiva procedente de éstos países. Esto también cambiará el perfil de las multinacionales OCDE. Se cruzan así dos movimientos potentes: por un lado estamos asistiendo al auge de las multinacionales emergentes, incluso en sectores punteros, de alto valor añadido y fuerte componentes tecnológicos; por otro lado estamos viendo cada vez más innovación re-importada por las multinacionales OCDE desde los países emergentes.

## 1. Los países emergentes: nuevos actores del mundo

La gran noticia de este principio de siglo es que los emergentes han dejado de ser testigos pasivos de los acontecimientos del mundo para convertirse en actores y motores de los cambios globales. Hasta la fecha cuando hablábamos de los países emergentes, lo hacíamos nosotros occidentales con cierta compasión: ellos eran los países del tercer mundo o los países en desarrollo. Los tiempos modernos han alterado esa visión y percepción. Ahora son “países emergentes”.

Estamos ahora entrando en una nueva década, la de los años, 2010-2020, que será sin duda la de los mercados emergentes. Con la anterior,

éstas economías han surgido como principales catalizadores de crecimiento. Ahora apuntan a ser los principales protagonistas. El grueso del crecimiento mundial proviene de estos países, en particular de China, India, Brasil y Rusia. Lo que estamos viviendo es un cambio sin precedentes de las riquezas de las naciones que se están requilibrando hacia las economías emergentes, la crisis de los países OCDE siendo un factor adicional acelerando este proceso.

El mundo se está descentrando a gran velocidad: ha dejado de tener un centro ubicado en los países OCDE. Los antiguos conceptos de Centro y Periferia ya son obsoletos: hoy en día las economías emergentes realizan más comercio e inversiones entre ellos que con los países OCDE. Igualmente las clasificaciones “países desarrollados” *versus* “países en desarrollo” o incluso países OCDE y países emergentes son cuestionables: dentro de los países OCDE hay cada vez más emergentes miembros de la organización (Turquía, Corea, México y más recientemente Chile e Israel con todos miembros de la OCDE hoy en día). El país más rico del mundo (Catar) no es OCDE, al igual que algunos de los más industrializados del planeta como Singapur o Taiwán. En 2011, por primera vez, los emergentes superaron en cuota exportadora a la zona euro, a pesar del dinamismo alemán. Así, la cuota exportadora de los emergentes sumó el 26,6% del total mundial, superando por primera vez el porcentaje de los 17 países que componen la zona euro (25,9%).

Este descentramiento acelerado del mundo lo ilustra por ejemplo la creciente relación entre Asia y América latina, es decir el auge de las relaciones sur-sur. Según el informe *New Banks in Town: Chinese finance in Latin America*, los bancos chinos han prestado más de 75.000 millones de dólares a Latinoamérica entre 2005 y 2010, una cifra que supera a la suma de los préstamos realizados por el Banco Mundial, el Banco Interamericano de

Desarrollo y el Ex-Im Bank de Estados Unidos<sup>4</sup>. A lo largo de los últimos 20 años el comercio entre Asia y América latina ha crecido más de 9 veces. En 2010 las exportaciones de América latina hacia Asia superaron los 120 mil millones de dólares y las de Asia hacia América latina casi alcanzan los 140 mil millones de dólares. China ya es en 2010 el primer socio comercial de Brasil, Chile y Perú, por delante de EEUU o de cualquier otro país europeo. China es también el segundo socio comercial de Colombia y de Argentina.

El informe de Transactional Track Record (TTR), en colaboración con IE Business School, apunta por su parte que durante los tres últimos meses de 2011 en América Latina se realizaron 291 transacciones con Asia, entre fusiones o adquisiciones, lo que representa un aumento de 43% sobre el trimestre anterior. Brasil lidera la cifra con 177 transacciones, seguido por Chile con 41, Argentina con 28 y México con 27. En cuanto a adquisiciones de empresas, Asia realizó doce operaciones de compra en América Latina en el último trimestre 2011, dato que contrasta con la única compra latinoamericana en Asia: el 41,9% de Domesco de Vietnam adquirido por los Laboratorios Recalcine de Chile en noviembre.

Incluso cuando los emergentes invierten en países o empresas OCDE, lo hacen con frecuencia con vista a otros mercados emergentes. Las compras chinas en Portugal a finales del 2011 y principios del 2012 lo ilustran: Durante la firma oficial de la venta del 40% de la eléctrica portuguesa Red Eléctrica Nacional (REN) a la china State Grid (y la omaní Oman Oil), el presidente de la firma china subrayó que este acuerdo permitirá a REN expandirse a América del Sur, así como introducirse en los países africanos de lengua portuguesa. Con la privatización, que ha supuesto casi 600 millones de euros, REN dejó de estar controlada por el Estado portugués –antes el

<sup>4</sup> Ver el informe [http://www.asc.tufts.edu/gdae/policy\\_research/AnalysisOfChineseLoansInLAC.html](http://www.asc.tufts.edu/gdae/policy_research/AnalysisOfChineseLoansInLAC.html)

principal accionista y que ahora conserva un 11%— y la china State Grid pasa a controlar el 25% de los títulos, en tanto Oman Oil detenta el 15%. Con esta operación y con la venta de Energías de Portugal (EDP) a la china Three Gorges, el Estado luso ha recibido cerca de 3.300 millones de euros, el 60% del total que pretende recaudar con su programa de privatizaciones.

## 2. Un rebalanceo hacia los emergentes que también será tecnológico

El auge de los emergentes va sin embargo más allá del rebalanceo de los flujos financieros, comerciales o industriales. También abarca la innovación y la tecnología. Los mercados emergentes dejaron de ser entornos de baja intensidad tecnológica.

En la presente década veremos cada más vez multinacionales de éstos países proyectar hacia el mundo sus innovaciones. Existen, según las Naciones Unidas, cerca de 21.500 multinacionales ubicadas en los emergentes. Algunas como la cementera mexicana Cemex o la productora de baterías china BYD ya son líderes mundiales en sus respectivas áreas. Los sectores tecnológicos ya registran también el empuje. Los principales suministradores de las empresas de telecomunicaciones mundiales se encuentran en China: una multinacional como Huawei ya desbancó la franco-estadounidense Alcatel Lucent y se coloca por detrás de la sueca Ericsson. En 2008 esta empresa registró más patentes que cualquiera otra empresa en el mundo y en 2009 sólo la superó la japonesa Panasonic.

En 2010 y en 2011, el principal proveedor mundial de la industria de telecomunicaciones ha dejado de ser americano (Lucent), francés (Alcatel) o sueco (Ericsson) para ser chino: Huawei, una multinacional que brotó en menos de una década desde Shenzhen, al lado de Hong Kong. Después

de EEUU, no es un país europeo sino 2 emergentes que tienen más empresas cotizando en el Nasdaq: concretamente China (37) e Israel (31), por detrás de EEUU (404). Toda Europa tiene 11. Dentro del Top 20 mundial de empresas digitales, después de Apple, Google, o Amazon vienen 4 emergentes (3 chinas y una rusa). Baidu y Tencent son la cuarta y sexta mayor capitalización del mundo internet por delante de eBay.

En el sector de las telecomunicaciones, ya figuran media docena de multinacionales de los países emergentes dentro de las diez primeras mundiales, como China Mobile, la india Bharti Airtel, la surafricana NTM, o la mexicana América Móvil, por no hablar de los grupos del sureste asiático SingTel o Axiata. En la industria aeronáutica la brasileña Embraer revolucionó el sector con un modelo de negocio que otros luego imitaron. El grupo indio Tata está comercializando un coche por 3.000 dólares, tres a cuatro veces menos que sus competidores europeos, y éste no es exactamente de baja intensidad tecnológica: incorpora nada menos que 90 patentes. La china Mindray desarrolló equipos médicos a un coste de 10% de sus competidores occidentales. Desde África, Safaricom, con su sistema de banca móvil, está revolucionando el mercado, al igual que lo han hecho desde India las multinacionales outsourcing como TCS, Wipro e Infosys.

El mundo digital tampoco se salve de la oleada. La red social Facebook podría haber sido latina: uno de sus socios fundadores es brasileño. El grupo internet chino Tencent Holdings es el tercero a nivel mundial en términos de capitalización bursátil (43 mil millones de dólares en 2010). Su primer accionista financiero es otra multinacional emergente, el gigante de medios sur africano Naspers. Tencent y Naspers de hecho se asociaron para invertir en *start-ups* pero, al contrario de Google, sus apuestas no se centran en empresas californianas sino en las de los emergentes. En 2010 ambos invirtieron en el ruso Mail.ru cerca

de 700 millones de dólares. Estos grupos tienen sus bases en Shenzhen, Ciudad del Cabo y Moscú y se están internacionalizando rápidamente. Naspers operó adquisiciones importantes en India y en Brasil (comprando el portal de ventas por internet Buscapé por 340 millones de dólares en 2009). La rusa Digital Sky Technologies (que posee Mail.ru) está presente en las principales *start ups* internet de EEUU como Facebook, Zynga o Groupon. A principios del 2011 acaba de elevar la apuesta en Facebook dónde tiene invertido más de 325 millones de dólares.

Estas multinacionales emergentes producen no sólo innovación disruptiva sino también masivamente frugal, lo cual las convierte en competidores letales: Bharat Biotech, por ejemplo, es una empresa farmacéutica india que vende dosis de vacunas para hepatitis B por un precio de 20 centavos, muy por debajo sus competidores occidentales, mientras su compatriota Ranbaxy ha hecho lo mismo con vacunas contra la malaria. La también india Bharti Airtel provee servicios de telecomunicaciones de los más baratos del mundo con un modelo de negocio externalización masivo y disruptivo. La china BYD ha provocado una revolución en el mercado mundial de baterías a base de litio (que serán claves para los coches eléctricos) bajando los costes a base de innovación e investigación. Estas multinacionales están escalando rápidamente las cadenas de valor: la sur-coreana Samsung entró con fuerza en el 2010 en las 10 primeras mundiales en términos de inversión en I+D, según la clasificación establecida por la consultora Booz & Company. En 2010 se situaba en el puesto 7 mundial, por delante de Nokia o Intel.<sup>5</sup> Israel por su parte lanzó al mundo cerca de 4.000 *start-ups* convirtiéndose en el segundo país que más empresas tiene cotizando en el NASDAQ.

A esta tendencia se suma una segunda. Las multinacionales de la OCDE ya no apuntan hacia

los emergentes sólo como mercados donde expandir sus productos e innovaciones. Éstos países ya se perfilan también como fuente de innovación y todo apunta que será cada vez más disruptiva. El ejemplo más conocido de *reverse innovation*, que se ha convertido en un estudio de caso en la universidad de Harvard, es el de General Electric (GE) que originó una de sus innovaciones más disruptivas (un *kit* de prevención cardiológico) en India, todo ello por un precio más de dos veces inferior al producto que comercializaba anteriormente.<sup>6</sup> Esta innovación fue luego escalada a nivel global dentro de la compañía. Lo mismo ha hecho Siemens con escáner de rayos X de bajo coste puesto en marcha por sus ingenieros indios. Las multinacionales OCDE del *Fortune 500* ya tienen cerca de 100 centro de investigación y desarrollo ubicados en los emergentes, principalmente en India y China. El centro de I+D de GE en India ya es el mayor del mundo de la compañía. Cisco desembolsó mil millones de dólares para construir otro en India. El de Microsoft en Beijing ya es el mayor que tiene la multinacional fuera de EEUU. Por su parte IBM ya emplea más personal en India que en EEUU y la alemana Siemens tiene 12% del total de sus 30.000 ingenieros de I+D en Asia emergente.

Como lo apunta el último informe de la UNESCO 2010 sobre la ciencia, China está a punto de superar a los EEUU y la UE en el número de investigadores. En 2010, el 40% del total de los estudiantes universitarios chinos están concentrados en carreras de ciencia e ingeniería, más del doble de lo que se observa en EEUU. Los mercados emergentes ya concentran cerca de 40% del total de los investigadores en el mundo. Al igual que los equilibrios económicos y financieros, la distribución global del esfuerzo de I+D entre el Norte y el Sur se está desplazando rápidamente: en 1990, más del 95% de la I+D se llevaba acabo en los países desarrollados; una década más tarde este

<sup>5</sup> Ver <http://www.booz.com/media/uploads/BoozCo-Global-Innovation-1000-2011-Culture-Key.pdf>

<sup>6</sup> Ver <http://www.gereports.com/reverse-innovation-how-ge-is-disrupting-itself/>

porcentaje se ha reducido al 76%. La tendencia no se revertirá: China ya gasta más de 100 mil millones de dólares en I+D y planea triplicar este monto de aquí al final de la década, lo cual representaría 2,5% de su PIB (en EEUU representa hoy 2,7% de su PIB).

La década en la cual entramos será la de los mercados emergentes. No sólo porque veremos el grueso del crecimiento mundial concentrado en estos países, sino también porque veremos cada vez más innovación disruptiva y frugal procedente de estos países. Sin duda en esta nueva década, la geografía de la innovación, al igual que la de las riquezas de las naciones, va también experimentar un rebalanceo masivo. ¿Qué implica la emergencia de este nuevo mundo para Europa? ¿Y en particular para España?

### 3. Los emergentes: ¿una oportunidad para España?

Europa, y con ella España, están de rebajas. Casi la totalidad de Europa está colgando el cartel de rebajas en los escaparates. Los activos industriales se desplomaron y la falta de liquidez bancaria transforma a muchas empresas en blancos perfectos. La crisis ha convertido el paisaje empresarial europeo en un gran terreno de caza en el cual abundan las presas. Esta abundancia ha abierto el apetito de las multinacionales de los países emergentes. Los chinos lo entendieron perfectamente: en diciembre 2011 el fondo soberano chino CIC se ha visto otorgar 50 mil millones más para operar adquisiciones en Europa mientras bajo el paraguas del segundo fondo soberano SAFE el gobierno está estructurando un nuevo fondo de 300 mil millones de dólares para operar adquisiciones en EEUU y en Europa.

Uno tras otro los grupos suecos Volvo y Saab pasaron así bajo el control de multinacionales chinas. A finales del 2011, la china Three Gorges

arrebató al grupo alemán Eon el 21% del capital de la lusa EDP. Con esta participación la china no sólo se convertía en el principal accionista del grupo portugués sino que pone pie en Europa (España incluido mediante Hidrocantábrico) y sobre todo en Brasil. La inversión realizada (casi 2,7 mil millones de euros) es también una de las más importantes jamás realizadas por un grupo chino en Europa. Y esto sólo está empezando: la eléctrica REN, la aerolínea lusa TAP, la petrolera Galp, la Radio Televisión pública o Aguas de Portugal son algunas de las empresas que el Estado luso tendrá que vender. En Grecia, en Italia y muchos otros países se colgaron carteles similares.

El desembarco de las multinacionales emergentes en Europa no fecha sin embargo de la crisis. Antes de 2008, los grupos indios Mittal o Tata, por ejemplo, se hicieron con el control de iconos como Arcelor en Francia y Luxemburgo o de Jaguar en Inglaterra respectivamente. La mexicana Cemex lleva más de una década entera haciéndose con el control de activos en España e Inglaterra, arrebatando mercados a la francesa Lafarge y a la suiza Holcim. Estas operaciones no son nuevas. Sin embargo estamos presenciando una aceleración de trasposos de activos financieros e industriales en Europa hacia las economías emergentes. Dicho de otra manera: la crisis está acelerando el rebalanceo de las riquezas industriales y financieras de las naciones.

En España, la necesidad de liquidez —o la simple búsqueda de (nuevos) socios comerciales— orientó también muchos grupos del Ibex 35 hacia las economías emergentes. Éstas ya no son sólo mercados por conquistar o donde invertir sino también socios financieros e industriales y, a veces, simplemente los nuevos dueños del coto de caza. Así, en 2011 se multiplicaron las operaciones: la argelina Sonatrach entró en el capital de Gas Natural tomando casi 4% por un monto de 514 millones de euros; la mexicana Pemex compró hasta el 9,5% del capital de Repsol YPF;

el fondo árabe Qatar Holding adquirió más del 6% de Iberdrola por un monto algo superior a 2 mil millones de euros (el año anterior había hecho lo mismo con Santander, entrando en su filial brasileña con una inversión de algo menos de 2 mil millones de euros por un total del 5% del capital); desde Emiratos IPIC terminó en 2011 por comprar la totalidad de CEPSA en una operación cercana a los 4 mil millones de euros. El gigante brasileño CSN, que intentó una operación de compras en España en 2011 con el grupo Gallardo, está ahora interesado en entrar en Repsol. La participación de Sacyr en la petrolera desató de hecho el apetito de muchos inversores de los países emergentes. El fondo soberano CIC del Gobierno de Beijing junto con la petrolera china Sinopec se han interesado por entrar en Repsol. A finales del 2010, Sinopec y Repsol se unieron para operar conjuntamente en Brasil en una operación que supuso entonces una plusvalía contable para Repsol de 3,7 mil millones de dólares.

Los mercados emergentes, desde Brasil hasta India pasando por China o Medio Oriente, se han transformado a lo largo de las décadas anteriores en oportunidades de inversión y de mercado para muchas multinacionales europeas, españolas incluido (algo que resaltamos en la publicación colectiva Javier Santiso, ed.: *Las economías emergentes y el reequilibrio global: retos y oportunidades para España*, Fundación de Estudios Financieros, Madrid, 2011). Esta relación se ha convertido ahora en más simétrica y equilibrada. Las multinacionales emergentes también se han asomado a Europa como inversores. En el futuro veremos más operaciones de este tipo en Europa. En 2011 Bimbo, la mayor panificadora de América Latina, se hizo con los activos de su rival en España, por 115 millones de euros. ¿Por qué no imaginar que ubique en España la sede corporativa internacional o europea, al igual que lo han hecho en el pasado sus compatriotas Cemex y Pemex? La multilatina Arcor ha decidido ubicar su sede corporativa europea

en Barcelona, ¿por qué no imaginar que otras, chinas, coreanas o brasileñas puedan hacer lo mismo?

En particular, ¿por qué no imaginar que Barcelona (que alberga ahora el *World Mobile Congress*) se convierta en un *hub* de tecnológicas de países emergentes para sus sedes corporativas europeas? Por ahora los gigantes chinos de China Mobile, China Unicom, las tecnológicas Huawei, Lenovo o ZTE, han elegido otras ciudades europeas, principalmente Londres o París. ¿Por qué no imaginar que Barcelona sea en el futuro el epicentro de sus mandos en Europa? Tencent, Baidu, Alibaba, o Renren, son algunas de las *startups* chinas con más empuje (algunas se sitúan apenas por detrás de Google o Amazon en términos de capitalización bursátil). ¿Por qué no imaginar que elijan Cataluña para su base europea?

Esta (nueva) tendencia también abre oportunidades para las multinacionales españolas y para España. Las multinacionales emergentes no sólo se pueden convertir en socios financieros sino que además se podría plantear que ubiquen sus sedes corporativas y plantas industriales europeas (o latinoamericanas) en España. Europa y España tienen que (re)pensar su relación con éstos países. No sólo son retos sino también oportunidades las que se asoman con ellos.

#### 4. El imperativo de los emergentes para España

Esta perspectiva aquí planteada se hace todavía más necesaria cuando uno mira el declive de las inversiones extranjeras en España también. Últimamente se ha visto cómo España perdía peso en la atracción de las inversiones extranjeras directas. En 2009, la entrada de inversiones extranjeras directas (IED) brutas alcanzó apenas 15 mil millones de euros, es decir una contracción superior al 60% con respecto al año anterior. Esta caída es debida en gran parte a la crisis global que afecta los países

OCDE desde el 2008. También se debe a que los puntos de referencias, los años 2007 y 2008, han sido años de récord de IED en España. Aún así, el descenso es superior al registrado por los demás países de la Unión Europea (-40% en promedio).

Atraer IED, y más allá atraer centro de decisiones corporaciones, es un mercado en el cuál están involucrados ahora todos los países. En Europa, por ejemplo, Londres, vía su agencia Think London, se ha convertido en un *hub* para sedes corporativas del mundo entero, sean de multinacionales europeas, asiáticas o americanas. Una multitud de empresas japonesas como Canon, Docomo, Ricoh o Nomura tienen su sede corporativa europea en Londres. Los centros de decisión mundiales de empresas globales como las anglo australianas Rio Tinto o BHP Billiton, las anglo holandesas Unilever o Royal Dutch Shell, las surafricanas Anglo American o SAB Millar, las de origen indio como Arcelor Mittal o Vedanta, tienen incluso sus centros de mando globales, parcialmente o totalmente, en la capital británica.

En el área financiera obviamente la mayoría de los bancos tienen sus sedes europeas o internacionales en la *City*, como por ejemplo Goldman Sachs Internacional o JP Morgan International. Últimamente la *City* ha conseguido atraer los bancos e inversores de los países emergentes, en particular de China, India, e incluso Brasil. Hace poco la China International Capital Corporation Limited (CICC) eligió Londres para su sede europea. El fondo soberano GIC de Singapur tiene sus oficinas para Europa, África y Medio Oriente en la capital británica. Kuwait Investment Authority (KIA) tiene su principal oficina fuera del país en Londres, al igual que el fondo de los Emiratos, ADIA. El chino CIC, que maneja más de 200 mil millones de dólares, está considerando igualmente Londres para su sede europea.

En esta carrera por captar las sedes mundiales, europeas o regionales de multinacionales, también están muchas más capitales europeas como París

(sede internacional de Microsoft), Luxemburgo (sede mundial de Skype por ejemplo), o las diferentes ciudades suizas (sede mundial del gigante del sector minero Glencore por ejemplo). No falta competencia. España tiene agencias e instrumentos también importantes. Sin embargo se podría diseñar una estrategia más ambiciosa, con una vicepresidencia de Gobierno, enteramente dedicada a ello. Esta persona tendría como principal función atraer inversores y sedes corporativas. Dedicaría el grueso de su tiempo a sentarse con presidentes y consejeros delegados en las Américas, Asia o Europa, para convencerles de asentar sede corporativa en España y acometer inversiones. La métrica de su éxito se haría en torno a este objetivo central (volumen adicional de IED y número de centros de decisión corporativos logrados). Como en el sector privado, para fomentar la ejecución y atraer talento, el logro o no de este objetivo llevaría incentivos.

¿Cuál sería una estrategia posible? Se podrían considerar tres núcleos de corporaciones como objetivos principales: en primer lugar, las multinacionales de los países emergentes en proceso de internacionalización; en segundo lugar, las multinacionales europeas en proceso de expansión hacia América latina; por último, las *start-ups* (tecnológicas, biotecnológicas, nanotecnológicas, de energías renovables, etc.).

Para seleccionar el primer núcleo, el de las multinacionales de los mercados emergentes, se podría arrancar focalizándose, por ejemplo, en las 100 mayores multinacionales de estos países en proceso de internacionalización identificadas por el Boston Consulting Group. A este núcleo habría que añadirle el de las 500 mayores corporaciones de América Latina que identifica cada año la revista *América Economía*: si bien la batalla por convencer empresas indias o chinas de ubicar su sede europea o su sede EMEA en España será particularmente difícil, España tiene una ventaja comparativa con

las multilatinas, las multinacionales latinas<sup>7</sup>. No quiere decir que no hay que descartar las asiática e incluso el Medio Oriente.

De hecho algunos empresarios españoles, como el dirigente en la península del grupo indio Suzlon, en el sector eólico, están buscando que nuestro país pueda albergar la sede corporativa para Europa del Sur y África. Podríamos imaginar que el grupo filipino dueño de la San Miguel haga lo mismo o empresas chinas como Huawei y ZTE (éstas con sedes europeas por ahora en Londres y París respectivamente) que tienen en España uno de sus mayores clientes mundiales. Igualmente la petrolera china Sinopec, que acaba de entrar en el capital de Repsol Brasil, podría ubicar sus sede europea y latinoamericana en España. Y, ¿Por qué no imaginar también que el grupo de electrodomésticos chino Haier reubique su sede europea desde Varese, en Italia, a Barcelona o Foton Motors desde Moscú a Madrid? La empresa de automóvil china Chery, que busca abrir una planta industrial en Europa y expandirse hacia América Latina, podría igualmente elegir Barcelona o Bilbao (donde tiene un acuerdo con el grupo Bergé). Se podría imaginar que la rusa Vimpelcom traslade su sede desde Ámsterdam hasta alguna ciudad española o que su competidora Millicom (con varios latinoamericanos en su comité de dirección) haga lo mismo desde Luxemburgo.

Grupos del Medio Oriente también podrían ser considerados como, por ejemplo, el grupo petroquímico saudí Sabic o la farmacéutica israelí Teva (ambos con sedes europeas en Holanda). La multinacional emiratí DP World, uno de los mayores actores en infraestructuras portuarias en el mundo y con presencia en España (Tarragona) y América Latina, podría relocalizar sus sedes europeas y latinoamericanas, actualmente en Londres para la primera y en EEUU para la segunda, en Barcelona, por ejemplo. Habría

<sup>7</sup> Ver sobre este tema Javier Santiso, *La década de las multilatinas*, Madrid, Fundación Carolina y Siglo XXI, 2011. <http://www.fundacioncarolina.es/es-ES/Publicaciones/Paginas/Multilatinas.aspx>.

que identificar grupos, sectores, ejecutivos, en particular para desencadenar acciones. En esta estrategia, las multinacionales españolas que trabajan o tienen socios en estos países podrían ser aliados claves por ser algunas de ellas clientes globales de peso o tener socios internacionales que buscan asentarse en Europa.

En este primer círculo, las multinacionales de América latina en proceso de expansión son de particular interés. Lo cierto es que queda mucho recorrido: al final el Banco de Desarrollo brasileño, el BNDES, ha elegido, en 2010, a Londres para ubicar su oficina europea, al igual que Petrobras. La chilena Antofagasta, filial del grupo minero Luksic, tiene su sede corporativa mundial también en Londres. Otros como el grupo argentino Tenaris deslocalizó su sede corporativa enteramente a Luxemburgo, mientras la constructora brasileña Odebrecht a decidido operar en Europa, Medio Oriente y África a partir de Lisboa.

Pero existen ya ejemplos de ubicaciones ibéricas de centros de decisiones europeos o internacionales por parte de empresas latinoamericanas. Los casos más llamativos son los mexicanos Cemex y PEMEX. La Corporación Andina de Fomento (CAF), un organismo financiero internacional creado por los Estados de América Latina, ha decidido también abrir su oficina europea en Madrid. Por su parte, la compañía de calzado brasileña Alpargatas, dueña de la marca Havaianas, asentó también su sede europea en España para abrirse así paso a todo el mercado europeo. Sin embargo se podría ir a más, mucho más: los bancos brasileños (Bradesco, Itaú Unibanco, Banco do Brasil), se están internacionalizando. España podría ser una ubicación para una matriz europea. Lo mismo para los mexicanos Banorte, los colombianos Bancolombia, o el venezolano Mercantil. El fondo soberano chileno o el brasileño podrían considerar abrir oficinas europeas y asentarlas en España. España podría ser un punto de entrada

para ello, ofreciendo ubicación para sedes corporativas EMEA (Europa, Medio Oriente, África) de estas multinacionales.

A este primer círculo de empresas se le podría añadir un segundo en una estrategia de atracción sistemática. Aquí estarían en particular empresas europeas con matrices y operaciones latino-americanas. ¿Por qué no imaginar que el grupo EADS, participado por el Estado español, además de tener CASA en España, instale sus operaciones latinoamericanas en la península?

El gigante minero Xstrata, con sede corporativa en Suiza, en Zug, tiene entre sus tres máximos directivos a un español, ¿por qué no imaginar que este grupo instale su matriz de decisión latinoamericana en Madrid, una ciudad infinitamente mejor conectada que el pueblo de Zug? El gigante finlandés Nokia tiene su sede para América latina en Miami, ¿por qué no imaginarla en Madrid, igual sino mejor conectada con la región y más cercano de la sede corporativa global de Helsinki? ¿Por qué no imaginar que el grupo británico BUPA (propietario de Sanitas en España) traspase igualmente su sede latino-americana de Miami a España al igual que el gigante alemán SAP?

Al igual que las empresas españolas podrían ayudar en atraer empresas del primer círculo, aquí también podrían ser de gran ayuda, siendo probablemente muchas de ellas los mayores clientes o socios en América Latina para grupos europeos. A estos dos primeros círculos se podrían añadir un tercero, más vinculado al mundo de las *start-ups* y de empresas punteras en particular en los sectores del mundo de las nuevas tecnologías, de las nuevas energías o de las biotecnológicas y nanotecnológicas. Aquí probablemente habría que seguir lo emprendido y buscar de manera agresiva atraer el talento de emprendedores e innovadores ofreciéndoles una fiscalidad digna de los jugadores de la Liga de fútbol.

## 5. España y China

Más allá de la estrategia general diseñada anteriormente, uno puede ilustrar con un país emergente concreto cómo España podría aprovechar más el auge de este nuevo mundo que estamos viendo confirmarse bajo nuestros ojos.

Lejos de perfilarse como amenaza estos países brindan oportunidades. La relación de España con América Latina lo muestra: si no fuera por este continente hoy en días las grandes empresas del país, del IBEX 35, no estarían en la situación de poder encarar la embestida de la crisis que azota España y Europa. Es más: estamos ahora viendo como se han convertido en aliados en muchos casos. El fondo soberano de Catar (Qatar Holding) entró así en 2010 y en 2011 en el capital del Banco Santander y de Iberdrola, reforzando ambas empresas. Por su parte, la china Sinopec se alió con Repsol que cuenta también con Pemex como aliado. Por su parte el magnate Carlos Slim se ha unido a “La Caixa”. Y podemos seguir multiplicando los ejemplos.

Además de América Latina, Asia merece una atención especial y muy particularmente China. Al final el reequilibrio del mundo que estamos viviendo se explica en gran parte por el auge de China. ¿Cómo puede este auge ayudar a España, convertirse en un vector positivo para el país? La idea principal es que España podría posicionarse como puerto de entrada para China en Europa. Servir de enlace entre ambos continentes, al igual que sirve de enlace con América Latina y Europa.

China se ha convertido en una potencia económica y política a lo largo de los últimos años. Los organismos internacionales registraron esta conmoción haciéndole un hueco cada vez más importante en sus órganos de decisión, como por ejemplo el Fondo Monetario Internacional, o dándole puestos clave, como el del economista jefe en el caso del Banco Mundial. No hay tema de la agenda política y económica global en la cual hoy

en día China no sea imprescindible. El auge de este país representa, sin duda, uno de los grandes cambios mundiales que estamos presenciando en el marco de esta masiva redistribución de las riquezas y los poderes hacia los países emergentes.

La visita que realizó en 2011 a España Li Keqiang, el entonces delfín del primer ministro chino, ha puesto de relieve, una vez más, la importancia creciente del gigante asiático para todas las economías del mundo, incluidas las europeas y la española. Paradojas de la historia: ahora son las economías emergentes, como la china, las que se han convertido en salvavidas de muchas de las economías desarrolladas. Desde la crisis global de 2008, no hay gira financiera para vender deuda soberana que no pase por Beijing. En el caso de España, la visita nos recordó que China ya posee cerca de 20% de los bonos colocados por el Tesoro español, un monto equivalente a 43.000 millones de euros.

Esta visita también invita a pensar en la oportunidad para España de establecer una relación estratégica con China, posicionando al país como un *hub* de entrada hacia Europa y América Latina de la potencia asiática. Es una idea que hemos desarrollado en un ESADE Position Paper publicado por el Centro de Economía Global y Geopolítica de ESADE (<http://www.esade.edu/research-webs/eng/esadegeo/publications/position>), a partir de una reunión del Club España 2020, una plataforma que busca fomentar el diálogo entre altos directivos españoles ubicados en la Península y los que están fuera del país en puestos clave de muchas multinacionales europeas y estadounidenses.

Las empresas chinas acaban de cerrar importantes operaciones con empresas españolas a lo largo de 2010 y 2011. Esto representa una oportunidad para fomentar que algunas de ellas localicen sus sedes corporativas europeas (e incluso latinoamericanas) en España. Así por ejemplo, la petrolera Sinopec entró en el capital de Repsol Brasil, adquiriendo un 40% de esta. BYD (Build Your Dreams), uno de los líderes mundiales en

el sector de las baterías eléctricas (que será clave para la industria del coche eléctrico en el futuro), firmó también un acuerdo con el grupo vasco Bergé para la distribución de sus coches en España. Por su parte el presidente de Endesa, y el de BYD, firmaron un acuerdo de colaboración. Actualmente, otro grupo de automóvil chino importante, Chery, busca también expandirse en Europa y en América Latina. En 2010, China ha decidido instalar una planta industrial en Brasil. Por su parte, la entidad china ICBC ha decidido abrir oficinas en España para competir en la banca minorista. Están ahora en la Castellana. Se trata de uno de los mayores bancos chinos con casi 400.000 empleados y una capitalización bursátil que roza los 170.000 millones de dólares. Tiene 18.000 sucursales en todo el mundo y presencia en 110 países. La sucursal española dependerá, por ahora, de la filial que el banco chino tiene en Luxemburgo.

Todas estas operaciones abren una ventana de oportunidad para que algunos socios chinos localicen en España sus sedes europeas (y/o europeas y latinoamericanas). Para ello, se podría llevar a cabo una acción concertada público-privada, entre Gobierno y empresas. Por ahora, las multinacionales chinas no tienen ubicadas en España ninguna de sus sedes corporativas internacionales, sea para Europa o para América Latina. Sinopec, por ejemplo, tiene varias filiales con sedes en Europa, principalmente en Londres. No tiene tampoco por ahora sede integrada para Europa y/o América Latina. La operación con Repsol YPF presenta una oportunidad única para que ésta empresa establezca en Madrid su sede europea, al igual que ha hecho años atrás otra multinacional emergente, la mexicana Pemex, también accionista de la española. Además, por las vinculaciones de Repsol YPF con América Latina, Madrid podría también ser el lugar donde ubicar la sede operativa para Latinoamérica.

En el caso de BYD, la filial europea está en Róterdam: ¿por qué no imaginar que la trasladen

a España? Además de facilitar desde esta base la expansión hacia Europa, los socios españoles de BYD podrían ofrecer la expansión hacia América Latina, haciendo valer su conocimiento de la región. En 2010, BYD ya eligió Los Ángeles como sede para América del Norte. El Grupo Bergé tiene, además, amplias conexiones con América Latina: ¿por qué no ubicar no sólo la sede europea, sino también latinoamericana de BYD en España, pudiendo ser Bilbao o Madrid los centros operativos?

A estos ejemplos podríamos añadir más: los de China Investment Corporation, el fondo soberano chino, que busca actualmente una sede internacional en Europa; los de los suministradores de la industria de telecomunicaciones, Huawei y ZTE, que tienen sus sedes europeas en Londres y París, pero concentran en España uno de sus mayores clientes globales (Telefónica); el gigante de Hong Kong Hutchinson, que ha invertido 400 millones en el puerto de Barcelona; Citic, el socio chino estratégico de BBVA, que tiene varias filiales, en particular las de gestión de activos, que podrían abrir oficinas en Madrid para distribuir fondos chinos en Europa e incluso utilizar esta plataforma también para América Latina.

## 6. Conclusión

El auge de los mercados emergentes representa un reto y una oportunidad. Sin embargo cabe subrayar el potencial aquí por activar. La crisis que azota España con particular virulencia es una invitación para reinventarnos. España tiene muchas bazas en sus manos para reposicionarse internacionalmente. Ya lo ha hecho en el pasado con Europa y luego con América latina.

La apuesta por los mercados emergentes es, sin duda, una de las apuestas acertadas, al igual que lo es Europa. España puede aquí posicionarse como enlace, puente, entre ambos. Muchas de las empresas españolas se han proyectado de manera

magistral hacia los mercados emergentes en el pasado. Esto también se convierte en un activo estratégico para que el país pueda aspirar a convertirse en un eje central para la expansión de estas multinacionales emergentes, incluso las chinas.

No dejemos pasar esta oportunidad. Churchill dijo en su día: «Un optimista ve una oportunidad en toda calamidad, un pesimista ve una calamidad en toda oportunidad». Nunca desaproveches una buena crisis, solía decir también. Ésta más que nunca no es para desperdiciar. Nos invita a cambiar, a reinvertar. El año pasado ha fallecido Steve Jobs. Como nación también deberíamos hacer nuestro su lema, eso que contó en su discurso de Stanford, en 2005: *stay hungry, stay foolish*. En 2012 y en España en particular nos toca recordar también estas palabras. Y para ello estaríamos bien inspirados de mirar más todavía que en el pasado hacia los mercados emergentes, ya no sólo hacia América Latina sino también hacia Asia, Medio Oriente e incluso África.



# HACER EMPRESA EN UN ENTORNO TECNOLÓGICO GLOBAL

*José María O’Kean*

Universidad Pablo de Olavide / IE Business School

## Resumen

Hacer empresa en el nuevo entorno tecnológico global requiere empresarios y directivos que sean capaces de desarrollar las cuatro funciones empresariales en un espacio que requiere cuatro capacidades fundamentales: una visión global de las oportunidades de beneficios existentes, un conocimiento tecnológico que les permita mejorar la eficiencia y crear valor, una adaptación permanente al cambio y a afrontar un entorno incierto y una imaginación innovadora que les permita anticiparse a los cambios sociales y a los nuevos consumidores de este nuevo espacio digital de juego.

## Abstract

*Doing business in the new technological environment requires entrepreneurs and managers capable of carrying out the four entrepreneurial tasks in a space which requires four fundamental abilities: Global vision of the existing profit opportunities, application of technological knowhow for the optimisation of efficiency and value creation, permanent adaptation to change in the face of an uncertain environment and an innovative imagination enabling anticipation of social change and the new consumers of this new digital playing field.*

## 1. El entorno tecnológico global

Los tiempos actuales son tiempos difíciles, son tiempos para los empresarios. La crisis financiera ha dejado al descubierto las propiedades más profundas de la economía global. Lo que parecía un equilibrio estable de los flujos comerciales y financieros, hoy se atisba como un entorno definido como de incertidumbre, que reclama agentes dispuestos a asumir un futuro del que se desconoce los escenarios posibles y las probabilidades de que acontezcan.

Desde la mitad de la década de los 90 hasta la crisis de 2008, se ha ido construyendo una estructura económica global que tiene una serie de características propias enraizadas en una revolución tecnológica que la ha hecho posible.

La primera y más evidente de estas características ha sido la globalidad en la movilidad de bienes, servicios y factores productivos. Indudablemente el comercio de mercancías siempre ha existido y también el flujo de capitales, pero la revolución tecnológica que ha irrumpido en estos años, ha provocado un escenario de movilidad completa de capitales financieros y ha convertido en comerciables servicios que antes tenían un ámbito local. La prestación de estos servicios y los flujos de información internos de las empresas, ha permitido la deslocalización y externalización de áreas funcionales de las empresas, la implantación de actividades económicas de avanzada calidad tecnológica en países emergentes, la amplitud horaria en su funcionamiento de los mercados de bienes, servicios y factores y la extensión de

las transacciones a la globalidad del planeta; convirtiendo el trabajo, en un factor comerciable sin necesidad de movilizar a las personas. Y, a su vez, ha convertido el mercado de capitales financieros en un mercado abierto, escasamente regulado, imperfecto por diversas causas y capaz de prestar financiación a cualquier proyecto de inversión pública o privada o a cualquier deseo de consumo o gasto público. Algo que ahora estamos lamentando.

Estas características de los mercados financieros –global, expansiva y desregulada–, ha sido la causa de cómo ha funcionado la economía global, el origen de su crisis y está suponiendo el lastre para la salida de la misma y el principal foco de incertidumbre económica.

En efecto, y en segundo lugar, si queremos comprender la razón última de la crisis, debemos focalizar nuestra atención en el desequilibrio de los flujos comerciales de los años anteriores. Países como EEUU, Reino Unido, Grecia, Portugal e incluso España, presentaban elevados déficit en sus cuentas corrientes que requerían financiación internacional. En el caso de la economía norteamericana, con un PIB superior al 25% de la producción mundial, su déficit exterior, en torno al 5% de su PIB, absorbía buena parte del ahorro internacional, obligaba a una emisión monetaria norteamericana excesiva, que ha operado a modo de reservas internacionales y, en última instancia, reflejaba la situación de un enorme país que vivía por encima de sus posibilidades. Seguramente, por primera vez en la historia económica no colonial, un país como China, con bajo nivel de renta por habitante, ha financiado con sus ahorros a otro de elevada renta per cápita para que gastara más de lo que producía. Y con este exceso de gasto norteamericano, se ha originado la demanda que ha hecho crecer la economía china. Por tanto, el ahorro chino, ha financiado a través de los mercados financieros el déficit exterior norteamericano, que a su vez, ha servido para tirar de la economía asiática. Indudablemente, este desequilibrio no se

ha limitado a estos dos países. Junto a los citados países con déficit exterior, otros han operado como grandes vendedores, como es el caso de Alemania y Japón, y aún otros como grandes ahorradores, como es el caso de los países productores de gas y petróleo.

Este sostenido desequilibrio, ha sido posible por unos mercados financieros que han sido capaces de canalizar un enorme flujo de capitales emitiendo una gran variedad de activos financieros de dudosa rentabilidad, liquidez y solvencia, que han terminado minando todo el sistema financiero internacional. Como puede adivinarse, cuando queremos abordar políticas de salida de la crisis internacional actual, no es posible volver a un modelo tan desequilibrado, pero, hasta el momento, no se percibe cuál será el nuevo equilibrio, ni si será estable y sostenible en el tiempo. Y así es difícil acertar en el diseño de las políticas económicas de salida de esta gran crisis de la economía global.

La tercera característica de la actual economía está relacionada con las limitaciones institucionales de los agentes que han de marcar y facilitar el camino de salida de la crisis. Cuando analizamos las economías nacionales de los países occidentales, nos movemos entre distintos modelos de economías mixtas, con una elevada participación pública y una fuerte regulación económica, lejos de lo que podríamos considerar una economía puramente capitalista.

En efecto, en los países occidentales, los Estados intentan, con su intervención, corregir los fallos del mercado. El mercado es el mejor sistema de asignación de recursos, pero tiene fallos, que son bien conocidos, debidos a las situaciones de poder del mercado, la falta de información de los bienes, servicios o activos que se intercambian, las externalidades, el ciclo económico, la desigualdad, etc. De ahí que todos vivamos en economías mixtas y el papel de lo público en estas economías sea preponderante, en aras de corregir estos fallos del mercado.

Sin embargo, cuando consideramos la naturaleza de la economía global, ésta se mueve como una economía capitalista, sin que exista organización supraestatal alguna que pudiera corregir los fallos del mercado global, que son muchos. De hecho, buena parte de las razones de la crisis de estos años se deben a la escasa regulación del sistema financiero internacional, lo que ha originado la proliferación de activos de los que no se tenía una información completa y, junto a las situaciones de riesgo moral y selección adversa que se han producido por parte de los gestores financieros, han originado una combinación de fallos de mercado con resultados letales.

En los tiempos presentes, no existe un Estado Global que corrija los fallos del mercado global, y todo parece aventurar que será imposible constituirlo, en la medida que en una hipotética democracia global, no hay proporción entre la población de algunos países y su poder económico, militar y tecnológico. De esta forma, y en la medida que las organizaciones internacionales precrisis se están mostrando inoperantes en el actual contexto, no se va a abordar de manera conjunta una solución global y conjunta a la crisis económica, sino que será cada país quien diseñe su modelo y habrá que esperar el nuevo equilibrio global al que se llega con unas decisiones que están siendo muy descoordinadas y que ni tan siquiera en las transacciones financieras se están alcanzando acuerdos que eviten nuevos sucesos sistémicos globales.

Finalmente, la cuarta característica de la economía global actual es el elevado componente tecnológico que rige las nuevas relaciones comerciales y sociales. No es simplemente la aparición del espacio de Internet como el nuevo y predominante escenario de juego económico. Sino el uso de este espacio por un nuevo factor productivo esencial en el diseño de las nuevas estrategias empresariales: los sistemas de información.

Son los sistemas de información los que permiten interconectar las diferentes áreas funcionales

de las empresas y consiguen, con estos flujos de información, mejorar la eficiencia de los procesos productivos. Igualmente permiten conectar directamente las empresas con los proveedores y en general los mercados de factores, consiguiendo aminorar gastos de almacén, disminuir las existencias y reducir el tiempo de los suministros.

Sin embargo, a pesar de estas relevantes mejoras que los sistemas de información pueden conseguir en relación con la eficiencia productiva, la auténtica revolución digital, ha venido marcada por la conexión del sistema de información con los clientes. Lo cual ha permitido versionar y diferenciar bienes y servicios, con el consiguiente incremento de valor, extender la relación comercial a una prestación de servicios de mantenimiento, consulta y garantía y, al mismo tiempo, los propios sistemas de información en el espacio de Internet, se han configurado como la principal y más efectiva fuente de información del consumidor y el soporte más directo para las acciones de publicidad y marketing; alcanzando una sofisticación extrema en la manera de segmentar los mercados, influir en las decisiones de consumo, crear nuevos bienes y servicios y prestar a cada cliente un trato absolutamente individualizado como antes no era posible.

Todo ello constituye el entorno en el que los agentes empresariales deben desempeñar su función. Un entorno amplio y global, con una regulación fragmentada e incompleta, sin proyecto económico o político común y con un carácter digital que requiere unos conocimientos tecnológicos imprescindibles para entender la nueva sociedad en la que están compitiendo las empresas.

## 2. La función empresarial en el nuevo entorno económico

*Empresa, empresarios, emprendedores, directivos*, son términos que usamos de manera poco precisa, a veces confusa y en ocasiones desafortu-

nada. Una vez que diferenciamos con nitidez a los empresarios de los banqueros, los financieros y los puros propietarios de los capitales financieros, lo relevante de estos agentes económicos, en los tiempos actuales, es que tienen que asumir el desempeño de la función empresarial y que ésta es la clave para afrontar el futuro en los entornos globales actuales.

Cuando intentamos precisar el objeto de la función empresarial, podemos concluir que existen cuatro teorías que nos permiten aproximarnos a la complejidad de esta función económica y que resultan absolutamente claves para abordar el entorno económico actual.

La primera de estas teorías, tiene que ver con la dirección de las empresas y la gestión del proceso productivo. Fue elaborada por Leibenstein y se conoce como la teoría de la *X-Ineficiencia* (1969). Según esta elaboración, siempre existe un grado de ineficiencia en las empresas debida a múltiples factores y la función empresarial consiste, de manera permanente, en reducirlas. Indudablemente esta función empresarial se suele visualizar en dos indicadores relevantes: la mejora de la productividad y la reducción de los costes medios de producción, y requiere el uso de múltiples acciones en el ámbito empresarial encaminadas a este objetivo y, a este efecto, el uso de los sistemas de información mencionados, se convierte en principal factor capaz de reducir las ineficiencias existentes.

La segunda teoría, y quizás la que podría tener un carácter más general, es la elaborada por Kirzner (1973), quien estima que los mercados siempre están en situaciones de desequilibrio y en continuos procesos de ajustes. Estos desequilibrios muestran situaciones en los que los deseos de los consumidores no están siendo satisfechos adecuadamente y es por ello por lo que siempre existen nuevas oportunidades de beneficios. La función empresarial consiste en permanecer constantemente alerta ante los flujos de información para detectar estas oportunidades y acometer las acciones

necesarias para captar estos beneficios. Esta visión de Kirzner, considera que ante el desequilibrio permanente de los mercados, el empresario es el agente fundamental para contribuir a realizar estos ajustes que cada vez son más demandados en el entorno económico global en los tiempos actuales, en los que la existencia de información sobre mercados y consumidores es masiva.

La tercera teoría fue elaborada por Frank Knight (1921) y es aquella que distingue las situaciones de incertidumbre de las situaciones de riesgo. En las primeras, a diferencia de las segundas, los escenarios no son conocidos y tampoco es conocida, lógicamente, la probabilidad de que ocurran cada uno de dichos escenarios. La función empresarial consiste, para este autor, en afrontar la situación de incertidumbre para convertirla en una situación de riesgo. El capitalista, propietario de los recursos financieros necesarios, asume el riesgo mientras que el empresario es quien afronta la incertidumbre. Como puede comprenderse, esta teoría es absolutamente actual, en la medida que ante la amplitud de los mercados y la rapidez de los cambios que se están produciendo, estimar los escenarios futuros posibles se convierte en una función valiosa y estratégica.

La cuarta teoría sobre la función empresarial es la de Schumpeter (1912) sobre la innovación. El empresario innovador es el agente que rompe el equilibrio económico con el proceso de destrucción creadora. El empresario imitador es aquél que copiando la acción del innovador restituye el equilibrio y este proceso es la esencia, para este autor, del desenvolvimiento económico. Indudablemente el alcance de esta función en plena revolución digital ha desbordado todas las viejas teorías sobre las tipologías y fuentes de innovación. El espacio de Internet, el comercio electrónico, la consideración de la información no sólo como un factor productivo sino a la vez como un bien demandado y la versatilidad que los sistemas de información han dado a la imaginación digital,

han originado una auténtica fuente de innovación en un entorno global en el que la competitividad es una exigencia y el factor empresarial es la variable clave para afrontarla.

### 3. El reto de la competitividad

Si, en estos tiempos, los agentes empresariales son los elementos clave en la economía global, la competitividad es el reto de las economías actuales y la prueba de calidad a la que debe someterse el desempeño de la función empresarial. En entornos globales, con las economías abiertas y el espacio tecnológico de Internet abierto a la competencia, o se es competitivo o se debe buscar un entorno más proteccionista.

El concepto de *competitividad* es un concepto un tanto difuso. Puede abordarse como la excelencia de un país. Un país competitivo sería un país con un alto nivel de renta por habitante, atractivo para inversiones extranjeras, con buenas expectativas de futuro y elevada calidad de vida.

Igualmente puede concebirse la competitividad como un concepto relacionado con la creación de valor y su reflejo en el saldo positivo de la cuenta corriente. Desde esta perspectiva, un tejido productivo competitivo produce bienes y servicios de valor, apreciados por consumidores nacionales y extranjeros y un país que no lo es, ve como sus importaciones superan sistemáticamente a las exportaciones y se va endedando progresivamente con el exterior.

Finalmente, una tercera perspectiva de la competitividad está vinculada a la capacidad de una empresa o sector para ganar cuota de mercado. Desde esta visión, un sector es competitivo cuando sus ventas siguen creciendo y su participación, en el mercado en el que compite, aumenta año tras año.

La competitividad es además un concepto relativo. Se trata de ser competitivo en relación con el área comercial de cada país. Si adoptamos la segun-

da perspectiva, que en cierta medida comprende a las otras dos, un país o un tejido productivo es competitivo cuando su saldo exterior mejora en relación a los países con los que compite.

Para mejorar la competitividad, una economía debe mejorar cuatro registros en relación a sus competidores: el tipo de cambio, los precios, los costes y la productividad. El tipo de cambio permite ajustes nominales poco costosos en términos sociales, pero por sí solos no suele suponer una solución a medio plazo. La inflación y los diferentes costes de producción son igualmente ajustes nominales, pero que reflejan la manera de negociar los salarios y los costes de la energía, la financiación, las trabas administrativas, etc.

Finalmente, la productividad es la variable clave y en la que más puede incidir la función empresarial, en la medida que es una variable que explicita el valor creado por hora de trabajo y muestra tanto la capacidad para generar dicho valor como la eficiencia con la que se genera.

La situación actual de la economía española puede explicarse muy bien si atendemos a sus indicadores de competitividad. Con anterioridad a la crisis, y teniendo en cuenta que sus principales socios comerciales pertenecen al área monetaria del euro, la economía española perdió sistemáticamente competitividad vía precios y costes, y vió como entre 1995 y 2006 fue a la única economía que en plena revolución tecnológica tuvo incrementos medios de productividad negativos (O'Kean, 2010).

Una vez que las devaluaciones no son posibles, los resultados son bien conocidos y nos los muestra la Tabla 1, en la que se puede apreciar la pérdida del tejido productivo que hemos sufrido: el 16% del empleo privado, el 20% de los empleadores, el 23% de las empresas entre 10 y 99 trabajadores y el 21% de las empresas entre 100 y 499 trabajadores, por resaltar sólo los datos más relevantes.

La falta de competitividad, una vez que las devaluaciones no son posibles y en una situación

Tabla 1  
Tejido productivo (España)

|                                  | 2011 IV T           | 2008 I T            | Diferencias        | Porcentaje    |
|----------------------------------|---------------------|---------------------|--------------------|---------------|
| <b>Empresarios</b>               | <b>2.968,70</b>     | <b>3.584,00</b>     | <b>-615,30</b>     | <b>-17,17</b> |
| Empleadores                      | 903,60              | 1.139,00            | -235,40            | -20,67        |
| Autónomos                        | 1.904,90            | 2.146,00            | -241,10            | -11,23        |
| Miembros cooperativas            | 30,30               | 71,00               | -40,70             | -57,32        |
| Ayuda familiar                   | 129,00              | 216,00              | -87,00             | -40,28        |
| <b>Asalariados</b>               | <b>14.892,20</b>    | <b>16.817,00</b>    | <b>-1.924,80</b>   | <b>-11,45</b> |
| Asalariados públicos             | 3.136,10            | 2.873,00            | 263,10             | 9,16          |
| Asalariados privados             | 11.693,10           | 13.944,00           | -2.250,90          | -16,14        |
| Asalariados privados/empresarios | 12,94057105         | 12,24231782         | 0,69825323         | 5,70          |
| De 1 a 9                         | 1.299.400,00        | 1.575.388,00        | -275.988,00        | -17,52        |
| De 10 a 99                       | 144.273,00          | 188.320,00          | -44.047,00         | -23,39        |
| De 100 a 499                     | 9.873,00            | 12.572,00           | -2.699,00          | -21,47        |
| De 500 en adelante               | 1.709,00            | 1.954,00            | -245,00            | -12,54        |
| <b>Empresas con asalariados</b>  | <b>1.455.255,00</b> | <b>1.667.865,00</b> | <b>-212.610,00</b> | <b>-12,75</b> |

Datos: INE.

de crisis financiera e imposibilidad de endeudamiento fácil, ha barrido más de una quinta parte del tejido productivo, y esto es lo que tenemos que reponer. Necesitamos más empresas y más empresarios, que sean competitivos y que puedan asumir el reto del entorno económico que nos envuelve.

#### 4. Empresas, tecnología y competitividad

La economía global requiere empresarios y directivos que afronten este complejo y amplio entorno competitivo en el que los factores tecnológicos se han convertido en el elemento clave del que depende el éxito y el fracaso. En el ámbito de la empresa, la tecnología es un factor esencial que adquiere diversas facetas, pero, de todas ellas, son los sistemas de información los que están marcando las ventajas competitivas de las empresas y las naciones.

Definir los sistemas de información no es tarea fácil. Incluso si existiera una definición

precisa, ésta podría interpretarse de diferentes maneras. Para algunos un sistema de información en la empresa significa tener algunas aplicaciones informáticas gestionando algunas de las diferentes áreas funcionales de la empresa. En un paso más avanzado, las diferentes aplicaciones estarían integradas en un único sistema y tendrían en común las bases de datos. De ser así, estaríamos considerando sistemas de información que, en el mejor de los casos, serían capaces de aumentar la productividad de las empresas mediante la mejora de la eficiencia. Pero en el espacio digital, el uso de los sistemas de información en las empresas debe buscar, además de la mejora de la eficiencia, la creación de valor que es lo que realmente hace mejorar la productividad y la competitividad de las empresas.

Entender que los sistemas de información se han convertido en el nuevo factor de creación de valor no es tarea sencilla. Y mucho menos lo es comprender que está cambiando la consideración de la cadena de valor de las empresas.

En efecto, la tradicional cadena de valor de las empresas tenía un diseño lineal que se extendía

desde la compra y los aprovisionamientos hasta las ventas y la atención al cliente, pasando por los procesos productivos y comerciales. Hoy las empresas conciben su cadena de valor en tres capas desde la capa central, el *back-office*, en el que alojamos el conjunto de recursos humanos, tecnológicos y financieros, pasando por el *middleware*, que concibe el modelo de negocio empresarial y diseña la estrategia competitiva, para llegar a la tercera capa, el *front-office*, que mantiene a la empresa en relación con los clientes, los proveedores, los trabajadores, las administraciones públicas y la sociedad en general.

Es la concepción de esta estructura empresarial la que permite mejorar la eficiencia al tener un único flujo de información, reducir tiempo y costes y obtener una capacidad de respuesta adaptativa a un entorno incierto y cambiante. Pero es también esta estructura organizativa la que permite generar valor obteniendo una información personalizada de los clientes, diferenciando bienes y servicios y la manera de prestarlos, innovando al establecer nuevas relaciones comerciales y atención a los clientes y usuarios y, en ocasiones, generando nuevos modelos de negocios basados en la publicidad, la segmentación de los mercados, la información sobre los perfiles de los usuarios y el modo con el que el usuario consume y satisface sus necesidades.

Es esta diferenciación en los bienes y servicios y también en los clientes lo que genera valor y lo que permite competir con éxito. Las empresas de los países occidentales en la economía global no pueden competir exclusivamente en costes. Los esfuerzos en diseño y calidad ya se han convertido en procesos *commodities* de los que cualquier empresa puede disponer. Las empresas necesitan ofrecer un concepto de bienes diferente, que incluye el bien o el servicio en sí mismo con sus componentes físicos, lo que llamaríamos la parte *hard* de la oferta, junto a una serie de valores, percepciones y sensaciones que podríamos denominar el com-

ponente *soft*. Y es esta combinación entre lo *hard* y lo *soft* lo que permite generar un valor que el mercado transforma en un precio y un ingreso para la empresa. Y si lo pensamos, buena parte de este componente *soft* se puede generar digitalmente y se percibe por los canales de información de las TIC.

Si esto es así, la función empresarial tiene que superar, para un desempeño exitoso, una barrera tecnológica importante, rupturista y compleja como es la que ha provocado la revolución digital. Hay quien afirma que si en la revolución agraria el cambio tecnológico se inspira en la naturaleza y en la revolución industrial lo hace en la mecánica del cuerpo humano, en la revolución digital nos inspiramos en el funcionamiento del cerebro humano. Y la verdad es que aún sabemos poco de cómo funciona realmente. Quizás por ello no es fácil de entender las nuevas oportunidades que el espacio digital ofrece, las posibilidades expansivas de innovaciones que permite, las mejoras de eficiencia de toda índole que puede conseguirse y también la enorme incertidumbre que genera.

## 5. Los nuevos empresarios

Vemos, pues, que hacer empresa en el nuevo entorno tecnológico global requiere empresarios y directivos que sean capaces de desarrollar las cuatro funciones empresariales en un espacio que requiere cuatro capacidades fundamentales: una visión global de las oportunidades de beneficios existentes; un conocimiento tecnológico que les permita mejorar la eficiencia y crear valor; una adaptación permanente al cambio y a afrontar un entorno incierto; y una imaginación innovadora que les permita anticiparse a los cambios sociales y a los nuevos consumidores de este nuevo espacio digital de juego.

La economía española tiene que regenerar el tejido productivo con estos nuevos empresarios y estas nuevas empresas. Recurrir a los sectores

tradicionales no tiene sentido si estos sectores no asumen el nuevo entorno tecnológico de las empresas y el reto de la competitividad. En esto consiste la definición del nuevo modelo productivo y a esto deben ir dirigidas las políticas sobre la oferta agregada, que son las que la economía española requiere en estos momentos.

## Referencias bibliográficas

- BAUMOL, W. (1990): “Entrepreneurship, Productive, Unproductive, and Destructive”; en *Journal of Political Economy* (98, 5); pp. 893-921.
- CASSON, M. (1982): *The entrepreneur. An economic theory*. Barnes & Noble Books-Totowa NJ.
- KIRZNER, I. (1973): *Competencia y función empresarial*. Unión Editorial, Madrid.
- KNIGHT, F. (1921): *Riesgo, incertidumbre y beneficio*. Aguilar, Madrid.
- LEIBENSTEIN, H. (1969): “Entrepreneurship and Development”; en *American Economic Review* 58(2); pp. 72-83.
- O’KEAN, J. M. (2000): *La teoría económica de la función empresarial: el mercado de empresarios*. Madrid, Alianza.
- O’KEAN, J. M. (2010): *España Competitiva*. E-book, Madrid.
- SCHUMPETER, J. A. (1912): *Teoría del desarrollo económico*. Fondo de Cultura Económica, México.



# EL ESTÍMULO DE LA ORIENTACIÓN EXPORTADORA COMO ESTRATEGIA ANTI-CRISIS: EL PAPEL DEL CAPITAL HUMANO

*Emilio Congregado y Concepción Román*  
Universidad de Huelva

## Resumen

En un momento como el actual, en el que nuevas soluciones han de abrirse paso, ante la ineffectividad o falta de autonomía para aplicar algunas de las recetas tradicionales de política anti-cíclica, la potenciación de la orientación exportadora de nuestro tejido empresarial, se configura como un elemento potencialmente útil como alternativa a los tradicionales instrumentos de política comercial. Sobre esta base, hemos analizado y comprobado el papel de algunos determinantes de la orientación exportadora de las empresas españolas y la existencia de efectos diferentes según sea la fase del ciclo de vida de la empresa.

## Abstract

*At a time such as this, in which new solutions must begin to jostle for position in the face of ineffectiveness or the inability to apply traditional anti-cyclic policies, the empowerment of our business fabric with regards to exportation orientation appears as a potentially useful instrument, an alternative to the traditional tools of a commercial policy. Based on this, the role of some of the export orientation determinants for Spanish companies were analysed and tested together with the existence of diverse effects at different phases of the companies' life cycles.*

## 1. Introducción

Los dos grandes retos a los que se enfrenta la economía española se centran en la búsqueda de fórmulas que permitan salir de la actual fase recesiva del ciclo y de nuevos instrumentos con los que combatir la alta y persistente tasa de desempleo.

En lo que se refiere al primero de estos retos, y una vez agotado el margen de actuación a través de estímulos fiscales, que coexisten con unos altos niveles de endeudamiento público y privado, sin el control de la política monetaria y sin la posibilidad de recurrir a una devaluación competitiva, la salida a corto plazo, se basa en el deseo de que un *shock*

positivo de demanda externa permita alcanzar la ansiada recuperación.<sup>1</sup>

Centrándonos en esta opción, y frente a los que confían en el “contagio”, esto es, en la recuperación de aquellas economías con mayor peso relativo en el total de nuestras exportaciones, hay quienes abogan por la adopción de una actitud proactiva, dirigida a potenciar la intensidad exportadora de nuestro tejido empresarial.

Sin embargo, y en general, las empresas no suelen intentar salir de una situación de crisis a través de la exploración de nuevos mercados. Más bien, intentan sobrevivir a través de reducciones de costes y de redimensionamientos, de forma que la

<sup>1</sup> No negamos aquí la necesidad de aplicar políticas de oferta que mejoren la competitividad de la economía española, pero como bien es sabido estas políticas no suelen tener efectos inmediatos.

crisis genera más bien un efecto de “saneamiento”, del que suele resultar un reemplazamiento de las empresas menos eficientes de cada sector por las más eficientes (Caballero y Hammour, 1994).

Por otro lado, centrándonos ahora en las *start-up*, los estudios existentes no parecen avalar la idea de que las nuevas empresas, “nacidas” durante una recesión, posean unas características mejores que las de las empresas ya existentes, sino más bien al contrario (Millán *et al.*, 2012), resultado éste que debemos entender como consecuencia directa de los efectos que la crisis económica tiene sobre la elección de ocupación, sobre la entrada al autoempleo. Así, hemos de pensar que, durante las recesiones, la caída en los precios de los factores –incluyendo el del capital– y la caída de la tasa de llegada de ofertas de empleo asalariado, provocan que el coste de oportunidad del autoempleo descienda drásticamente. De esta forma, en aquellas economías en las que altas tasas de desempleo coexisten con un amplio abanico de instrumentos de promoción empresarial, como sucede en la economía española, puede llegar incluso a observarse un cierto repunte del autoempleo en períodos de recesión. Sin embargo, estas nuevas estructuras empresariales que emergen en tiempos de crisis darán lugar, probablemente, a un empobrecimiento de la calidad media del tejido empresarial, debido a la entrada de agentes que llegan al desempeño de la función empresarial como una alternativa al desempleo (Ghatak *et al.*, 2007).<sup>2</sup> Este fenómeno podría estar detrás de la aparición de cooperativas y otras formas empresariales “marginales” durante las recesiones, que suelen disolverse cuando la recuperación alcanza niveles en los que las oportunidades de empleo vuelven a niveles convencionales (Ben-Ner, 1988; Pérotin, 2006).

De esta manera, fomentar el acceso a la función empresarial como alternativa al desempleo:

<sup>2</sup> Hay que advertir, no obstante, que hay quienes ven en este fenómeno factores positivos, al concebir la promoción del autoempleo como un instrumento más dentro de las políticas activas de empleo –véase por ejemplo el trabajo de Pfeiffer y Reize (2000)–.

i) no contribuye necesariamente a la generación de empleo asalariado, generando incluso la aparición de formas dependientes de autoempleo (Román *et al.*, 2011); ii) genera nuevos empresarios que presentan una menor probabilidad de supervivencia (Millán *et al.*, 2012); de forma que más empresarios no es sinónimo de mayor productividad per cápita, e incluso su incentivación puede llegar a deteriorar las condiciones de supervivencia de los empresarios existentes (Blanchflower, 2004; Shane, 2009; Congregado *et al.*, 2010).

A tenor de estos argumentos, y dejando a un lado otras estrategias entre las que podríamos incluir las políticas de oferta, la reducción de ineficiencias existentes en las empresas e incluso la reducción de la dependencia de contratos y subvenciones públicas, este artículo pretende explorar cuáles son los factores determinantes de la orientación exportadora de los empresarios españoles, para que a partir de su conocimiento se pueda diseñar una estrategia nacional efectiva que permita la potenciación de su carácter exportador, y que pueda configurarse como un mecanismo efectivo sobre el que asentar una estrategia proactiva de recuperación de la demanda.

La idea que subyace al anterior argumento es que probablemente, ante los niveles observados en la demanda interna, las empresas deben ir allí donde esté el crecimiento: las oportunidades de negocio más atractivas quizá se encuentren en aquellas economías que crecen más deprisa, de forma que la mejor estrategia para la supervivencia y la expansión pase por la internacionalización, de forma que los esfuerzos de la intervención pública en materia de promoción empresarial deberían dirigirse a la potenciación de la orientación exportadora de las configuraciones empresariales.

La hipótesis central de nuestro análisis se centra en determinar las implicaciones de la asignación del talento entre la actividad empresarial y el empleo asalariado. En principio, una distribución del talento repartida asimétricamente a

favor del empleo asalariado, generará la existencia de un tejido empresarial que tendrá acceso a un menor conjunto de oportunidades de beneficio que en otras economías en las que la asignación del talento esté distorsionada en sentido contrario. Esta asignación ha de tener implicaciones directas sobre el acceso a ciertos sectores de especialización –por ejemplo, sobre el acceso a los sectores de actividad más innovadores y generadores de mayor valor añadido–, que probablemente se encontrarán fuera del alcance de muchos de estos empresarios, y que no serán tampoco capaces de aprovechar las ventajas que sobre las escalas de producción permite el acceso a los mercados exteriores, con los consiguientes efectos sobre su competitividad. Todo ello ha de tener consecuencias no sólo en sus tasas de rentabilidad sino también en su exposición a los vaivenes del mercado y a su capacidad de generar empleo y sobre la calidad de éste.

Así, nuestro primer objetivo será comprobar si la calidad del tejido, medida a través del capital humano empresarial, tiene o no incidencia sobre la intensidad exportadora, haciendo uso de datos agregados de la UE-15.

Junto a este análisis agregado, nuestro estudio se completa con la realización de una serie de estimaciones haciendo uso de los microdatos españoles del *Global Entrepreneurship Monitor* (en adelante GEM), encuesta realizada por la *Global Entrepreneurship Research Association*, en los que la probabilidad de realizar actividades exportadoras, es estimada en función de una serie de características individuales tanto del empresario como del negocio.

Para nuestros objetivos, la idoneidad del uso de esta fuente viene dada porque el GEM, nos aporta datos, tanto sobre sus características individuales y sectoriales como sobre la actividad exportadora o su intención de llevarla a cabo, datos éstos no recogidos en fuentes de datos alternativas<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Los datos procedentes de encuestas de fuerzas de trabajo o de los censos de empresas, no nos permiten analizar las dos dimensiones que constituyen el núcleo de nuestro análisis: la orientación exportadora y el carácter naciente de la actividad empresarial.

y que nos permite diferenciar entre individuos que están en las etapas iniciales de su actividad, definidas en términos de que éstos se encuentren en la fase de puesta en marcha o en los 42 primeros meses de actividad.

El artículo se estructura en cinco apartados, el primero de los cuales es esta introducción. El segundo apartado, revisa los efectos de la internacionalización de la actividad empresarial desde una triple perspectiva: para las empresas, para los empresarios y a nivel macroeconómico. La tercera sección, realiza una revisión selectiva de la literatura teórica y empírica acerca de los factores que determinan la decisión exportar, que ha de servirnos de base para las especificaciones de los modelos empíricos que se estiman en el cuarto apartado. Finalmente, la quinta y última sección se reserva para la presentación de las conclusiones.

## 2. Sobre los efectos de la internacionalización de la actividad empresarial

La importancia concedida por los gobiernos a la actividad exportadora de sus empresas, a la captación de oportunidades de beneficio en el exterior, viene marcada por su contribución al crecimiento económico (Lages y Montgomery, 2004). En este sentido se puede argumentar que las exportaciones contribuyen al desarrollo de las industrias nacionales, mejorando la productividad y contribuyendo a la generación de empleo.

Estos efectos favorables han llevado a que el análisis de los efectos de la apertura se haya convertido en un nuevo tópico de interés. La mayor parte de los trabajos en esta línea argumentan que los países con un mayor número de empresas exportadoras experimentan una mejora global en su nivel de competitividad, dado que estas empresas obligan al resto a realizar un esfuerzo de modernización –ya sea a través de un efecto

demostración o a través de plantear exigencias a las empresas nacionales que operan con ellas— (Girma *et al.*, 2004). De esta forma, es un hecho aceptado que la orientación exportadora de las empresas es un factor que favorece el crecimiento económico (Moen, 2002), si bien son escasos los estudios de carácter empírico que lo han contrastado. Lo que sí existe es una abundante literatura en análisis descriptivos *expost*, que caracterizan a las empresas exportadoras como más productivas, de mayor tamaño, con mayor probabilidad de supervivencia y capaces de pagar mayores salarios que las que no exportan (Aw *et al.*, 2000). En un estudio reciente, Hessels y van Stel (2011), sugieren que las nuevas aventuras empresariales orientadas a la exportación generan efectos indirectos, contribuyendo a generar externalidades del conocimiento, mayores niveles de competencia y mayores dosis de diversificación productiva, contribuyendo por ello al crecimiento empresarial.

Ahora bien, lo que no está tan claro es si la mayor productividad que muestran estas empresas tiene su origen en su orientación exportadora—que les permite generar nuevos conocimientos, acceder a nuevas tecnologías y que las obliga a ser más competitivas—, o si es la propia innovación y competitividad la que orienta a estas empresas hacia posiciones exportadoras.

Por un lado, Grossman y Helpman (1991), definen el concepto de *learning by exporting*, consolidando la idea de que la actividad exportadora implica una mejora de la productividad y de la competitividad de las empresas. Ahn (2001), por su parte, utilizando microdatos de empresas para los países de la OCDE, concluye que la exposición de las empresas a mayores grados de competencia, medido éste a través del grado de apertura de las empresas a los mercados internacionales, juega un papel fundamental en la mejora de la productividad de la actividad empresarial. Sin embargo, los trabajos de Clerides *et al.* (1998) o Bernard y

Jensen (1999), rechazan esta relación de causalidad entre exportación-competitividad.

En cualquier caso, convendremos en la búsqueda de una escala óptima, con la que competir en un mundo cada vez más globalizado, hace que la internacionalización se configure cada vez más como un elemento imprescindible no sólo para el crecimiento, sino para la propia supervivencia empresarial. De esta forma, el fenómeno no sólo afecta a grandes empresas, sino que un número cada vez mayor de pequeñas y medianas empresas se enfrenta a la necesidad de internacionalizar su actividad, incluso desde las etapas más tempranas de su desarrollo.

Aunque el grado de internacionalización puede tomar diferentes variantes—que van desde la inversión directa en el exterior a la simple exportación, pasando por diferentes formas de cooperación internacional— resulta habitual que la actividad exportadora se convierta en el primer paso de cualquier estrategia de expansión internacional (Young, 1987; Young *et al.*, 1988; Zahra *et al.*, 1997), al no requerir de cuantiosas inversiones de capital (Erramilli y D'Souza, 1993) y presentar un riesgo más bajo que el de las inversiones directas en el exterior (Jaffe y Pasternak, 1994).

Hay quienes advierten que son precisamente, las restricciones financieras, las que limitan la salida al exterior de muchas empresas—especialmente, para las de reciente creación y de tamaño reducido— aunque posiblemente, entre los factores que propician u obstaculizan la capacidad exportadora no sólo se encuentren estas restricciones (Lu y Beamish, 2001). En este sentido, la ausencia de estrategia exportadora puede ser el resultado de ineficiencias—que se atenúan en el mercado interior gracias a la existencia de posiciones dominantes o de limitaciones a la competencia— o bien de una incapacidad para asumir nuevos retos o para introducir cambios en los productos o servicios que ofrecen, para adaptarse a las peculiaridades de los mercados exteriores.

Así, y en ausencia de restricciones crediticias, convendremos en que, en general, las empresas estarán dispuestas a iniciar una estrategia de internacionalización siempre que los costes que les genere la puesta en marcha de la misma sean inferiores a los beneficios potenciales que se puedan derivar de la misma, tales como la expansión de su base de potencial de clientes o el acercamiento a escalas óptimas (Oviatt y McDougall, 1997; Zahra *et al.*, 1997).

Entre estos beneficios que se derivan de la decisión de exportar cabe distinguir entre aquéllos que alcanzan al plano individual del empresario y los que se derivan para la propia empresa. A nivel individual, el desarrollo de la actividad exportadora se puede traducir en una serie de ganancias en términos de capital humano y en el desarrollo de capital social. La orientación exportadora puede, en efecto, permitir el acceso a nuevos conocimientos que no se encuentran disponibles en el mercado interior, a la vez que puede contribuir a la adquisición de experiencia y habilidades, a través del aprendizaje que se deriva de la participación en negocios a escala internacional. Además, la actividad exportadora puede generar impactos positivos al potenciar el capital social y la generación de redes internacionales, gracias a los contactos que se establecen con nuevos proveedores.

Por otro lado, es de esperar que las ventas en el exterior tengan un impacto positivo sobre la empresa al traducirse en una expansión de la cartera de clientes y por tanto, son una forma de potenciar el crecimiento de la empresa (Lu y Beamish, 2006). Por otro lado, las exportaciones pueden estar asociadas al aprendizaje en términos de adquisición de nuevo conocimiento y tecnología (Lu y Beamish, 2006; Blalock y Gertler, 2004; Branstetter, 2006; Chuang, 1998; Yeoh, 2004), lo que puede también contribuir a mejorar la marcha del negocio y su posible expansión. En línea con la idea del efecto *learning-by-exporting*, se sugiere que las operaciones en los mercados exteriores constituyen un medio a través del cual los nuevos

proyectos empresariales acceden a nuevos recursos, que constituyen la base para posteriores expansiones (Autio, 2005; Kuemmerle, 1999; 2002; Oviatt y McDougall, 1994). Por tanto, el aprendizaje a través de la exportación se puede traducir en la acumulación de conocimientos de los mercados exteriores y en el desarrollo de nuevas capacidades organizativas (Zahra *et al.*, 2000). Algunos estudios recientes, incluso apuntan la existencia de una ventaja derivada del aprendizaje de lo novedoso *learning advantage of newness*, para las nuevas empresas (Autio *et al.*, 2000; Knight y Cavusgil, 2004; Yeoh, 2004). La idea, en este caso, es que las nuevas aventuras empresariales tienen una mayor capacidad de adaptación y de aprendizaje gracias a la internacionalización, porque tienen una menor probabilidad de sufrir rigideces o de estar sometidas a inercias estructurales.

### 3. Factores que determinan la orientación exportadora del tejido empresarial

De lo apuntado en la sección anterior, se colige que la potenciación de la orientación exportadora del tejido empresarial ha de ser uno de los pilares sobre los que diseñar una estrategia de crecimiento y competitividad.

Sin embargo, y como ya se ha apuntado, una política de promoción empresarial de carácter horizontal, en un período de crisis como el actual, corre el riesgo de fomentar la aparición de estructuras empresariales “marginales”, de carácter coyuntural, abocadas a la desaparición en el momento en el que la recuperación ofrezca oportunidades de empleo asalariado a estos agentes que se “refugian” en el autoempleo como alternativa al desempleo.

Por ello, conocer los elementos que propician que las aventuras empresariales deriven hacia la internacionalización, son un elemento clave para diseñar una política de promoción empresarial

que contenga instrumentos que discriminen positivamente en favor de actividades orientadas a la internacionalización. Este es precisamente el objetivo de nuestro análisis. Pero antes de adentrarnos en el análisis empírico de estos factores, realicemos una revisión selectiva de la literatura previa acerca de los elementos que propician la orientación exportadora de la actividad empresarial.

Mientras que la internacionalización de las grandes empresas sólidamente establecidas ha sido un tópico ampliamente analizado (Buckley, 1989; Coviello y McAuley, 1999; Fujita, 1995; Hollenstein, 2005), el análisis específico de las conductas de las pequeñas y medianas empresas y de los empresarios con actividad exportadora, es más escaso, sobre todo en el caso de las empresas que se encuentran en sus primeras fases de desarrollo. Sin embargo, es probable que el potencial para la internacionalización y los factores que la determinan sean distintos para las empresas pequeñas y nuevas por un lado y para las grandes empresas por otro. Las empresas pequeñas y las nuevas, por ejemplo, se encuentran habitualmente más restringidas en términos de recursos humanos y financieros. Por tanto, la internacionalización es percibida como algo más difícil para éste tipo de empresas (Coviello y McAuley, 1999).

En cualquier caso, convendremos que, con independencia de la fase de desarrollo en la que se encuentren, el papel del empresario será especialmente importante a la hora de decidir sobre la puesta en marcha de operaciones en mercados exteriores. Características del empresario tales como el nivel de educación (Simpson y Kujawa, 1974), su edad (Westhead, 1995), el conocimiento de la legislación vigente en los otros mercados, de su lengua o incluso su experiencia previa en la gestión internacional de un negocio (Bloodgood *et al.*, 1996; Eriksson *et al.*, 1997; Oviatt y McDougall, 1995; Reuber y Fischer, 1997) se tornan decisivas. Junto a éstas, otras características relevantes del empresario/directivo estudiadas recientemente

incluyen su visión global, y la pertenencia a redes y asociaciones empresariales (Gassmann y Keupp, 2007; Loane y Bell, 2006).

La decisión de exportar por parte de un empresario puede tener también su raíz en características idiosincráticas de la empresa. Entre estos factores específicos que afectan positivamente a la internacionalización se encuentran el tamaño, ya sea en términos de empleo como de volumen de ventas (Chetty y Hamilton, 1993; Lefebvre y Lefebvre, 2002; Westhead, 1995), la especialización en un único producto (Akoorie y Enderwick, 1992; Cavusgil y Nevin, 1981), la posesión de la propiedad de la tecnología, así como, la posesión de capacidades específicas de gestión (Autio *et al.*, 2000; Cavusgil y Nevin, 1981; Keeble *et al.*, 1998; Roberts y Senturia, 1996) y activos intangibles (Loane *et al.*, 2007). Algunos de esos estudios afirman que los exportadores pueden generar ventajas competitivas en los mercados exteriores si transfieren el valor generado por un recurso existente a un nuevo mercado. Además, también se afirma que algunas estrategias empresariales, diseñadas a nivel de empresa, contribuyen a la exportación, como por ejemplo, la estrategia de búsqueda de nichos de mercado a escala internacional (Gassmann y Keupp, 2007) o la orientación al cliente. A este respecto, merece la pena mencionar que parece comprobado que las empresas exportadoras suelen tener como antecedente común, el de las compras a proveedores extranjeros (Liang y Parkhe, 1997), que suele servir de catalizador para la exportación, al contribuir a la adquisición de conocimientos acerca de los mercados internacionales y a la creación de redes de contactos en aquéllos mercados.

Finalmente, una serie de factores específicos del entorno tanto en los mercados domésticos como exteriores, pueden tener efectos sobre la internacionalización. Las variaciones en los costes de producción en el mercado nacional (Axinn, 1988), la protección de la propiedad intelectual (Gassmann y Keupp, 2007), los cambios políticos

(Bell *et al.*, 2001), la regulación del comercio internacional (De Clercq *et al.*, 2008) o el tamaño del mercado nacional, son algunos de los factores del entorno que inciden en la proyección internacional de las empresas. Sin embargo, y frente a lo que cabría esperar, los factores culturales nacionales no parecen jugar un papel determinante en esta proyección (Boter y Holmquist, 1996; Perks y Hughes, 2008).

En conjunto, el análisis de la literatura previa acerca de los factores determinantes de la orientación exportadora ha proporcionado hallazgos útiles acerca de las características que favorecen el desarrollo de esta faceta, frente a aquellas empresas o empresarios que no han desarrollado actividades internacionales. Sin embargo, es un rasgo común a estos estudios la ausencia casi generalizada de análisis sobre empresas en sus etapas iniciales o sobre empresarios potenciales que se encuentran en la etapa de puesta en marcha, dado que estos análisis se suelen basar en decisiones *expost*.

A cubrir, al menos parcialmente, este *gap* dedicamos el siguiente apartado, en el que tras testar el papel del capital humano sobre la intensidad exportadora, en clave comparada, se procede a estimar un modelo discreto en el que la decisión de exportar se hace depender de un conjunto de características individuales del emprendedor y el negocio, para una muestra de empresarios españoles que nos permite distinguir entre los empresarios que se encuentran en la fase de puesta en marcha o en los 42 primeros meses desde que la aventura empresarial dio comienzo frente a los ya establecidos, que se definen como aquéllos que llevan más de 42 meses de actividad.

## 4. El capital humano como determinante de la intensidad exportadora

### 4.1. Determinantes de la intensidad exportadora en la UE-15

En este apartado tratamos de testar si la calidad del tejido empresarial de una economía determina la intensidad exportadora del mismo. Como se ha mencionado con anterioridad, la intuición que subyace a esta hipótesis reside en que la asignación del talento a favor de las actividades empresariales ha de tener efecto sobre el tipo de oportunidades de beneficio que, potencialmente, pueden capturar sus integrantes.

Así, si pensamos en un tejido empresarial en el que predominan empresarios con un bajo nivel de conocimientos, cabe esperar que este tejido tenga acceso a un menor número de oportunidades de beneficio y, probablemente, una menor capacidad de capturar aquéllas que se derivan de la internacionalización de la actividad.

Para testar esta hipótesis acerca de la relación entre el capital humano empresarial y la intensidad exportadora del tejido empresarial, hacemos uso de un panel de datos configurado por observaciones anuales de la UE-15, para el período 1999-2009, lo que se traduce en una muestra de 165 observaciones.

En particular, utilizamos datos homogéneos sobre el capital humano de los autoempleados, medido a través de la fracción de autoempleados que ha alcanzado estudios de educación superior. Junto a esta variable, incluimos las tasas de desempleo armonizadas, como *proxy* de las condiciones del entorno económico vigentes en el mercado interior.

### Variables utilizadas en el análisis

- Intensidad exportadora ( $X_{it}$ ): ratio entre el volumen de exportaciones y el número de autoempleados. Fuente: *National Accounts* y *Labour Force Survey* (Eurostat).
- Capital humano empresarial ( $H_{it}$ ): porcentaje de autoempleados con educación superior. Fuente: *Labour Force Survey* (Eurostat).
- Tasa de desempleo armonizada ( $u_{it}$ ). Fuente: *Labour Force Survey* (Eurostat).

### Marco econométrico

A partir de la información de las anteriores variables, se configura el panel sobre el que se estiman las especificaciones alternativas de la intensidad exportadora de las economías de la UE-15 durante el período 1999-2009. Nuestra ecuación básica a estimar viene dada por:

$$X_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 H_{it} + \alpha_2 u_{it} + \varepsilon_{it}$$

Donde los subíndices  $i$  y  $t$  expresan respectivamente las unidades transversales y las unidades longitudinales, y el término de error  $\varepsilon_{it}$  es independiente e idénticamente distribuido (*iid*) entre países y en el tiempo.

Una forma de modelar el efecto de cada unidad transversal, es el modelo de efectos fijos. Este modelo no supone que las diferencias entre estados sean aleatorias, sino constantes o “fijas” y por ello debemos estimar cada  $\alpha_{0i}$ . El modelo de efectos fijos se puede representar en nuestro caso como:

$$X_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 H_{it} + \alpha_2 u_{it} + \varepsilon_{it}$$

Este modelo es superior al modelo restringido, el *pooled*, que asume una constante común para todas las unidades transversales. Para discriminar entre estos dos modelos podemos usar la prueba de significación de los efectos fijos.

### Resultados

La Tabla 1 presenta los resultados del análisis empírico realizado acerca del efecto del capital humano empresarial sobre la intensidad exportadora en la UE-15. En nuestro caso, el valor del estadístico  $F$  de la prueba de significación de los efectos fijos  $-F(2,148) = 25.72$ - nos permite rechazar la hipótesis nula, por lo que es preferible usar el método de efectos fijos que el modelo agrupado. Los signos de los coeficientes estimados son los esperados desde una perspectiva teórica, aunque la tasa de desempleo no muestra un efecto estadísticamente significativo sobre la intensidad exportadora.

Tabla 1  
Análisis de la intensidad exportadora en la UE-15 (1999-2009). Estimación de efectos fijos

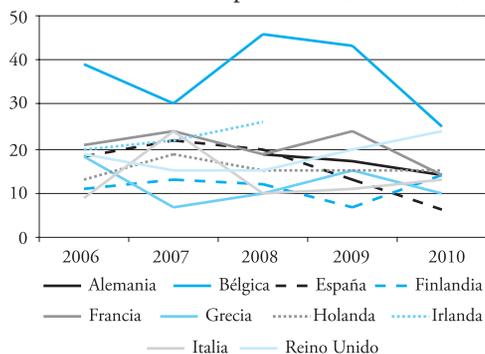
| Var.     | Coefficiente | Error estándar | t    | P> t  | Intervalo de confianza 95% |         |
|----------|--------------|----------------|------|-------|----------------------------|---------|
| $H_{it}$ | 4.315883     | 0.6153737      | 7.01 | 0.000 | 3.0998                     | 5.5319  |
| $u_{it}$ | 0.017091     | 0.0170742      | 1.00 | 0.318 | -0.0167                    | 0.05083 |
| $\alpha$ | -0.408958    | 0.1927051      | 2.12 | 0.035 | 0.7898                     | 0.02815 |

Variable de grupo (i): país; R-sq: within = 0.2579; F(2,148)=25.72; Prob > F=0.0000; Num. de obs.=165; Num. de grupos=15; Obs. por grupo: min=11.

Si bien este análisis nos confirma nuestra hipótesis acerca de la importancia de la calidad del tejido empresarial sobre las oportunidades potenciales a capturar y, por tanto, sobre su potencial exportador, necesitamos hallazgos adicionales que nos permitan afinar el conocimiento de los factores que favorecen el desarrollo de la faceta exportadora. Además, estamos interesados en conocer si existen diferencias sustanciales entre la capacidad exportadora y sus determinantes, en función de la fase de desarrollo de las empresas. Este último aspecto, tradicionalmente no cubierto por las estadísticas convencionalmente utilizadas, ha sido parcialmente subsanado por el GEM. Así, el GEM proporciona datos, internacionalmente comparables, de empresas que se encuentran en distintas fases del proceso emprendedor.

En el siguiente gráfico se representa, el porcentaje de empresarios que exportan el 25% o más de su producción de entre los que se encuentran en la fase de puesta en marcha<sup>4</sup> de un negocio o dispone de uno hace menos de 42 meses (en terminología GEM, las empresas en estas dos fases de desarrollo conforman la actividad emprendedora total, TEA). Como se observa, y aunque la crisis ha producido un efecto negativo sobre este porcentaje en la mayor parte de las economías analizadas, convendremos que en caso español este efecto ha sido dramático.

Gráfico 1  
TEA: Orientación exportadora (2006-2010)



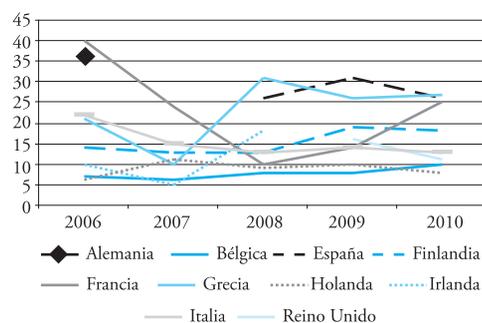
Fuente: GEM. Elaboración propia.

Quizá el crecimiento del porcentaje de nuevos empresarios que han optado por el desempeño de la función empresarial debido a la caída del coste de oportunidad de ésta como consecuencia de la crisis pueda encontrarse detrás de este fenómeno y ayude a entender la caída de la intensidad exportadora durante la crisis. El Gráfico 2 muestra el porcentaje de TEA cuya motivación para emprender es no tener una mejor opción.

Sorprende el hecho de que en España la crisis haya hecho disminuir el porcentaje de emprendedores por motivo necesidad. Tal y como comentaremos en el siguiente apartado, hecho nos hace plantearnos si la forma en que el GEM identifica a estos empresarios es la más adecuada.

<sup>4</sup> En el caso de los que se encuentran en fase de puesta en marcha, se trata del volumen de exportaciones previstos.

Gráfico 2  
TEA: Motivo necesidad (2006-2010)



Fuente: GEM. Elaboración propia.

## 4.2. Los determinantes de la orientación exportadora en España

En este apartado indagamos en los determinantes de la orientación exportadora de las empresas españolas, intentando analizar si estos factores son diferentes en función de la fase del ciclo de vida en que se encuentre la empresa.

Para ello, utilizaremos los microdatos de la encuesta de población adulta del GEM para España correspondientes al período comprendido entre 2004 y 2008. Como bien es sabido, el GEM es un proyecto a escala mundial para poder caracterizar y analizar la actividad empresarial y las condiciones institucionales en el que a través de una encuesta armonizada aleatoriamente, y realizada con una periodicidad anual, se obtienen datos no cubiertos por las encuestas y datos registrales recogidos por otros organismos nacionales e internacionales. (Reynolds *et al.*, 2005).

En este sentido, y para los objetivos de este estudio, la principal ventaja de los datos del GEM reside en que nos ofrece datos de exportaciones para pequeñas empresas, además de permitirnos distinguir cuatro fases dentro del proceso emprendedor:

- *Fase potencial:* en esta fase, el individuo tiene la idea de emprender, pero todavía no ha empezado a ponerla en práctica. Se trata, por tanto, de un *emprendedor potencial*.

- *Fase naciente*: en esta fase se encuentran las iniciativas que se hallan en fase de despegue. Se han realizado acciones de puesta en marcha sin que la actividad de la empresa o negocio haya sobrepasado los 3 meses. Las empresas en esta fase se conocen como *start-ups* o nacientes y las personas que están tras la iniciativa se llaman *emprendedores nacientes (SU)*.
- *Fase nueva*: estarían en esta fase iniciativas que se hallan en fase de consolidación, es decir, que llevan en funcionamiento entre 3 y 42 meses. Las empresas en esta fase se llaman *baby businesses* o nuevas y las personas que están tras la iniciativa se conocen como *emprendedores nuevos (BB)*.
- *Fase consolidada*: se considera en esta fase si la empresa lleva más de 42 meses funcionando. Es lo que se conoce como *established businesses* o empresas consolidadas y los individuos que están detrás de las mismas son *empresarios consolidados o maduros (EB)*.

Así mismo, como ya hemos mencionado anteriormente, la actividad emprendedora total (*TEA*) incluye las iniciativas incluidas en las fases naciente y nueva.

Para analizar los determinantes de la orientación exportadora, seleccionamos a aquellos individuos clasificados como (i) emprendedores nacientes –*SU*–; (ii) emprendedores nuevos –*BB*–; o (iii) empresarios consolidados –*EB*–.<sup>5</sup>

Una vez eliminados aquellos individuos para los que no se dispone información de alguna de las variables consideradas relevantes para este análisis, la muestra final está formada por 12.483 observaciones, hombres y mujeres con edades compren-

<sup>5</sup> Para evitar problemas de interpretación, excluimos de nuestra muestra a aquellos individuos que son clasificados en más de una de las tres categorías anteriores: *SU*, *BB* y *EB*. Así mismo, hemos excluido de la muestra a algunos individuos que, a pesar de ser clasificados como *SU*, *BB* o *EB*, declaran no trabajar o estar retirados.

didadas entre los 18 y los 65 años, involucrados en alguna de las tres fases de la iniciativa empresarial mencionadas con anterioridad.

### Variables utilizadas en el análisis

- *Variable dependiente: la orientación exportadora*: La variable dependiente es una variable discreta, que toma el valor uno si el emprendedor atiende algún cliente fuera del territorio nacional y cero si todos sus clientes son nacionales.
- *Variables explicativas*: Nuestras estimaciones incluyen un conjunto de variables explicativas relacionadas con (i) la fase en la que se encuentra la iniciativa empresarial desarrollada (*SU*, *BB* o *EB*); (ii) las características del emprendedor, tales como el género, la edad, el nivel educativo, la motivación para emprender y la pertenencia a redes sociales de emprendedores; (iii) las características de la iniciativa empresarial, entre las que se incluyen el carácter innovador del producto, el nivel de competencia afrontado, las expectativas de empleo en 5 años, el número de propietarios y el grado de novedad de la tecnología empleada. Además, incluimos *dummies* de sector de actividad y de período.<sup>6</sup>

### Marco econométrico

Dada la naturaleza discreta y binaria de nuestra variable dependiente, en nuestro análisis empírico hacemos uso de modelos *probit*.<sup>7</sup>

<sup>6</sup> La Tabla A1 del apéndice ofrece una descripción detallada de todas las variables incluidas en el análisis. Además, la Tabla A2 muestra información descriptiva de las mismas.

<sup>7</sup> Otras estrategias de estimación utilizadas ofrecen resultados muy similares. Tanto aplicando modelos *logit* a la misma variable dependiente, como usando como variable dependiente una multinomial con distintos niveles de intensidad exportadora y estimando modelos ordenados, los resultados no difieren de forma sustancial.

Tal y como hemos mencionado con anterioridad, la probabilidad de que la iniciativa empresarial del individuo  $i$  atienda a algún cliente fuera del territorio nacional es función de una serie de variables explicativas, que podemos escribir como:

$$Prob(y_i = 1) = F(x_i'\beta)$$

donde  $F$  representa la función de distribución acumulada de una  $N(0,1)$ :

$$Prob(y_i = 1) = \int_{-\infty}^{x_i'\beta} \frac{1}{\sqrt{2\pi}} \cdot e^{-t^2/2} \cdot dt$$

Tras estimar el modelo mediante el método de máxima verosimilitud, podemos calcular el efecto marginal de la variable explicativa  $j$  sobre la probabilidad de que la variable dependiente tome el valor 1:

$$\frac{\partial P(y_i = 1)}{\partial x_j} = \frac{\partial F(x_i'\beta)}{\partial x_j} = \frac{\partial F(x_i'\beta)}{\partial x_i'\beta} \cdot \frac{\partial x_i'\beta}{\partial x_j} = f(x_i'\beta)\beta_j$$

donde  $f$  es la función de densidad de una distribución  $N(0,1)$ .

## Resultados

Los resultados del análisis empírico realizado acerca de los determinantes de la orientación exportadora en España se presentan en la Tabla 2. Esta tabla incluye tres especificaciones, dependiendo de la muestra considerada. La primera especificación incluye el total de iniciativas empresariales, lo que incluye a los emprendedores nacientes (SU), a los emprendedores nuevos o en consolidación (BB) y a los empresarios consolidados (EB). La segunda especificación se centra en la actividad emprendedora total (TEA), que incluye tanto los SU como los BB. Finalmente, la tercera especificación analiza por separado la orientación exportadora de los EB.

Los resultados se presentan del siguiente modo. Cada especificación muestra su correspondiente probabilidad predicha para los valores medios, tanto de variables explicativas continuas como discretas. Además, cada especificación se presenta en un formato de dos columnas, en el que se muestran los efectos marginales relativos (y no los coeficientes) junto con los estadísticos  $t$ .

En la primera estimación podemos observar cómo la probabilidad de exportar de las empresas nuevas y nacientes superior que la de las ya establecidas (un 10,6% superior en el caso de las BB y un 6,38% mayor si se trata de las SU). En la segunda estimación podemos observar, además, que la diferencia en la probabilidad de exportar entre estas dos categorías incluidas en TEA no es estadísticamente significativa.

En relación a las variables relacionadas con las características del emprendedor, destaca el claro efecto positivo de la educación superior y de la pertenencia a redes empresariales sobre la probabilidad de exportar. Estos dos hallazgos nos alertan sobre la importancia del capital humano individual y del capital social sobre la probabilidad de exportar, en línea con hallazgos previos (Simpson y Kujawa, 1974; Gassmann y Keupp, 2007; Loane y Bell, 2006).

Sin embargo, no parece observarse que el motivo necesidad para acceder a la función empresarial, tal y como lo define el GEM, tenga la repercusión esperada sobre la decisión de exportar. En este punto y tal y como hemos avanzado en el apartado anterior, cabe advertir de la peculiar forma de definir a los empresarios por necesidad en el GEM. Resulta habitual en la literatura que para distinguir a los individuos que llegan al autoempleo como último recurso se analice su estado inicial en el mercado de trabajo. El GEM, en cambio, define a los *necessity* en función de que la actividad empresarial resulte la opción más ventajosa. Así, durante períodos de recesión, la caída en el precio de los factores y la caída en la tasa de

Tabla 2  
Análisis de los determinantes de la orientación exportadora

|   | TOTAL              |       |     | TEA (SU y BB)      |       |     | EB                 |       |     |
|---|--------------------|-------|-----|--------------------|-------|-----|--------------------|-------|-----|
| Probabilidad predicha (y)                             | 0.3418             |       |     | 0.3736             |       |     | 0.3136             |       |     |
| Variables independientes (x)                          | $\frac{dy}{dx} \%$ | $t$   |     | $\frac{dy}{dx} \%$ | $t$   |     | $\frac{dy}{dx} \%$ | $t$   |     |
| <i>Tipo de iniciativa empresarial</i>                 |                    |       |     |                    |       |     |                    |       |     |
| Emprendedor naciente (SU)                             | 6.38               | 1.82  | *   | (ref.)             |       |     | -                  |       |     |
| Emprendedor nuevo (BB)                                | 10.60              | 3.49  | *** | 4.07               | 1.15  |     | -                  |       |     |
| Empresario consolidado (EB)                           | (ref.)             |       |     | -                  |       |     | -                  |       |     |
| <i>Características del emprendedor</i>                |                    |       |     |                    |       |     |                    |       |     |
| Varón   | 2.20               | 0.84  |     | 5.59               | 1.58  |     | -1.14              | -0.3  |     |
| Edad  | -0.17              | -1.46 |     | -0.10              | -0.6  |     | -0.27              | -1.53 |     |
| Educación superior                                    | 16.91              | 5.37  | *** | 14.42              | 3.54  | *** | 19.42              | 3.97  | *** |
| Motivo necesidad                                      | 4.44               | 1.28  |     | 13.40              | 2.74  | *** | -4.07              | -0.82 |     |
| Red social de emprendimiento                          | 14.86              | 5.82  | *** | 13.02              | 3.74  | *** | 16.82              | 4.49  | *** |
| <i>Características de la iniciativa</i>               |                    |       |     |                    |       |     |                    |       |     |
| Innovadora en producto                                | 36.44              | 9.77  | *** | 38.91              | 8.34  | *** | 30.78              | 5.15  | *** |
| Elevado nivel de competencia afrontado                | -12.00             | -4.43 | *** | -16.28             | -4.51 | *** | -6.60              | -1.62 |     |
| Expectativa de empleo en 5 años                       | 0.48               | 5.19  | *** | 0.27               | 1.47  |     | 0.53               | 4.75  | *** |
| Número de propietarios                                | 2.83               | 2.45  | **  | 0.69               | 0.44  |     | 5.17               | 3.02  | *** |
| Novedad de la tecnología utilizada                    | 21.44              | 3.91  | *** | 18.95              | 2.46  | **  | 23.43              | 2.99  | *** |
| <i>Sector de actividad</i>                            |                    |       |     |                    |       |     |                    |       |     |
| Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca          |                    |       |     |                    |       |     |                    |       |     |
| Minería y construcción                                | -26.13             | -4.16 | *** | -32.14             | -3.51 | *** | -21.91             | -2.51 | **  |
| Industria manufacturera                               | 3.32               | 0.51  |     | -5.21              | -0.54 |     | 10.59              | 1.17  |     |
| Suministros, transporte, almacenaje y comunicaciones  | 28.64              | 3.88  | *** | 22.54              | 2.05  | **  | 33.53              | 3.31  | *** |
| Comercio al por mayor                                 | 8.28               | 1.25  |     | -7.83              | -0.84 |     | 23.57              | 2.48  | **  |
| Comercio al por menor, hoteles y restaurantes         | 27.21              | 4.8   | *** | 15.67              | 1.88  | *   | 36.70              | 4.63  | *** |
| Intermediación financiera y actividades inmobiliarias | 23.47              | 2.64  | *** | 2.16               | 0.19  |     | 48.15              | 3.46  | *** |
| Servicios a las empresas                              | 8.53               | 1.43  |     | -4.48              | -0.53 |     | 19.98              | 2.32  | **  |
| Sector público, salud, educación y servicios sociales | -7.91              | -1.15 |     | -12.05             | -1.27 |     | -9.88              | -0.96 |     |
| Servicios a los consumidores                          | 10.42              | 1.42  |     | -8.87              | -0.89 |     | 29.70              | 2.73  | *** |
| <i>Período</i>  |                    |       |     |                    |       |     |                    |       |     |
| 2004  |                    |       |     |                    |       |     |                    |       |     |
| 2005  | 4.16               | 0.87  |     | 10.06              | 1.4   |     | -0.39              | -0.06 |     |
| 2006  | 20.11              | 4.43  | *** | 24.61              | 3.86  | *** | 15.64              | 2.38  | **  |
| 2007  | 21.49              | 4.8   | *** | 24.28              | 3.92  | *** | 20.15              | 3.05  | *** |
| 2008  | 22.00              | 5.09  | *** | 23.44              | 3.71  | *** | 22.57              | 3.75  | *** |
| Log likelihood  | -7,775.3           |       |     | -3,772.5           |       |     | -3,982.7           |       |     |

\*  $0.1 > p \geq 0.05$ ; \*\*  $0.05 > p \geq 0.01$ ; \*\*\*  $p < 0.01$ .

llegada de ofertas de empleo asalariado deberían hacer que la mayoría de actividades empresariales comiencen porque no hay otra opción mejor, no distinguiendo esta variable realmente a los verdaderos empresarios de aquellos que simplemente utilizan el emprendimiento como refugio. Los resultados en relación a esta variable deben ser tomados, por tanto, con cierta cautela.

En cuanto a las características de la iniciativa empresarial, podemos observar cómo los negocios más innovadores –tanto en términos de producto como de tecnología–, con mayores expectativas de crecimiento en términos de empleo y con mayor número de propietarios son los más proclives a orientar su actividad hacia la exportación. Además, como cabría esperar, observamos cómo el sector de actividad del negocio influye en la orientación exportadora del mismo. Así, hay un conjunto de sectores que favorecen la actividad exportadora (los mayores efectos marginales se presentan en el sector suministros, transporte y comunicaciones, para las empresas TEA e intermediación financiera y actividades inmobiliarias para las EB). Finalmente, y atendiendo a las diferencias entre las EB y las recogidas en TEA, el principal elemento de discrepancia es el efecto de la competencia. En las nacientes y nuevas más competencia implica menos probabilidad exportar, efecto éste que no se da entre las ya establecidas.

En suma, convendremos que, con independencia de la fase de desarrollo en la que se encuentren, el papel del capital humano empresarial y la pertenencia a asociaciones y redes empresariales será especialmente importante a la hora de decidir sobre la puesta en marcha de operaciones en mercados exteriores. Igualmente, la decisión de participar en mercados exteriores tendrá mucho que ver con características idiosincráticas de la empresa –nivel tecnológico y carácter innovador de su producto– y del mercado en el que opera.

## 5. Conclusiones

En un momento, como el actual, en el que nuevas soluciones han de abrirse paso, ante la ineffectividad o falta de autonomía para aplicar algunas de las recetas tradicionales de política anti-cíclica, la potenciación de la orientación exportadora de nuestro tejido empresarial, se configura como un elemento potencialmente útil como alternativa a los tradicionales instrumentos de política comercial.

Sobre esta base, hemos analizado y comprobado el papel de algunos determinantes de la orientación exportadora de las empresas españolas y la existencia de efectos diferentes según sea la fase del ciclo de vida de la empresa. El valor de estos hallazgos, debe ser interpretado en clave de guías y principios orientadores para una política de promoción de estas características, al proporcionar información sobre qué tipo de empresarios y empresas son las más proclives a la internacionalización y sobre condiciones del entorno pueden favorecer u obstaculizar el que las empresas adquieran proyección internacional.

Nuestros principales hallazgos se resumen en que tanto el capital humano y como el capital social son factores determinantes de la decisión de exportar, cualquiera que sea la fase del ciclo de vida en la que se encuentre la empresa, al igual que el carácter innovador tanto del producto como de la tecnología utilizada.

Es por ello, que la introducción de elementos de discriminación positiva en la promoción empresarial, queda justificada en aras a lograr una mayor intensidad exportadora de nuestro tejido empresarial, con la que contribuir a la recuperación económica. Todo ello, ha de tener consecuencias no sólo en sus tasas de rentabilidad sino también en su exposición a los vaivenes del mercado y a su capacidad de generar empleo y sobre la calidad de éste.

En balance, convendremos que las empresas deben ir allí donde esté el crecimiento: es decir, quizá las oportunidades de negocio más atractivas estén en aquellas economías que crecen más deprisa, de forma que la mejor estrategia para la supervivencia y la expansión –tanto de las empresas como de la economía– pase por la internacionalización, de forma que los esfuerzos de la intervención pública deberían dirigirse a la potenciación de la orientación exportadora de nuestras empresas, con independencia de que éstas, sean empresas sólidamente establecidas o no.

## Referencias bibliográficas

- AKOORIE, M. y ENDERWICK, P. (1992): “The International Operations of New Zealand Companies”; en *Asia Pacific Journal of Management* 9(1); pp. 51-69.
- AUTIO, E. (2005): “Creative Tension: The Significance of Ben Oviatt’s and Patricia McDougall’s Article ‘Toward a Theory of International New Ventures’”; en *Journal of International Business Studies* (36, 1); pp. 9-19.
- AUTIO, E., SAPIENZA, H. J. y ALMEIDA, J. G. (2000): “Effects of Age at Entry, Knowledge Intensity, and Imitability on International Growth”; en *Academy of Management Journal* (43, 5); pp. 909-924.
- AXINN, C. N. (1988): “Export Performance: Do Managerial Perceptions Make a Difference?”; en *International Marketing Review* (5, 5); pp. 67-71.
- AW, B. Y., CHUNG, S. y ROBERTS, M. J. (2000): “Productivity and Turnover in the Export Market: Micro-Level Evidence from the Republic of Korea and Taiwan (China)”; en *World Bank Economic Review* (14, 1); pp. 65-90
- BELL, J., McNAUGHTON, R. y YOUNG, S. (2001): “Born-Again Global Firms: An Extension to the Born Global Phenomenon”; en *Journal of International Management* (7, 3); pp. 173-190.
- BEN-NER, A. (1988): “The life-cycle of worker-owned firms in market economies: a theoretical analysis”; en *Journal of Economic Behavior and Organization* (10); pp. 287-313.
- BERNARD, A. B. y JENSEN, J. B. (1999): “Exceptional export performance: cause, effect or both”; en *Journal of International Economics*, (47, 1); pp. 1-25.
- BERNARD, A. y JENSEN, J. B. (2004): “Why Do Some Firms Export?”; en *Review of Economics and Statistics* (86); pp. 561-569.
- BLALOCK, G. y GERTLER, P. J. (2004): “Learning from exporting revisited in a less developed setting”; en *Journal of Development Economics* (75, 2); pp. 397-416.
- BLANCHFLOWER, D. G. (2004): “Self-employment: More may not be better”. NBER Working Paper Series, 10286. National Bureau of Economic Research.
- BLOODGOOD, J. M., SAPIENZA, H. J. y ALMEIDA, J. G. (1996): “The Internationalization of New High-Potential U.S. Ventures: Antecedents and Outcomes”; en *Entrepreneurship Theory and Practice* (20, 4); pp. 61-76.
- BOTER, H. y HOLMQUIST, C. (1996): “Industry characteristics and internationalization processes in small firms”; en *Journal of Business Venturing* (11, 6); pp. 471-487.
- BRANSTETTER, L. (2006): “Is foreign direct investment a channel of knowledge spillovers? Evidence from Japan’s FDI in the United States”; en *Journal of International Economics* (68); pp. 325-344.
- BUCKLEY, P. J. (1989): “Foreign Direct Investment by Small and Medium Sized Enterprises: The Theoretical Background”; en *Small Business Economics* (9, 1); pp. 67-78.
- CABALLERO, R. J. y HAMMOUR, M. L. (1994): “The cleansing effect of recessions”; en *American Economic Review* (84); pp. 1350-68.

- CAVUSGIL, T. y NEVIN, J. R. (1981): "Internal Determinants of Export Marketing Behavior: An Empirical Investigation"; en *Journal of Marketing Research* (18, 1); pp. 114-119.
- CHETTY, S.K. y HAMILTON, R. K. (1993): "Firm Level Determinants of Export Performance: A Meta-Analysis"; en *International Marketing Review* (10, 3); pp. 26-34.
- CHUANG, Y. (1998): "Learning by doing, the technology gap, and growth"; en *International Economic Review* (39, 3); pp. 697-721.
- CLERIDES, S. K., LACH, S. y TYBOUT, J. R. (1998): "Is learning by exporting important? Micro-Dynamic Evidence from Colombia, Mexico and Morocco"; en *The Quarterly Journal of Economics* (113, 1); pp. 903-947.
- CONGREGADO, E., GOLPE, A. A. y CARMONA, M. (2010): "Is it a good public policy to promote more self-employment to contribute for job creation? Evidence from Spain"; en *Journal of Policy Modeling* (32, 6); pp. 828-842.
- COVIELLO, N. E. y MCAULEY, A. (1999): "Internationalisation and the Smaller Firm: A Review of Contemporary Empirical Research"; en *Management International Review* (39, 3); pp. 223-256.
- DE CLERCQ, D., HESSELS J. y VAN STEL, A. (2008): "Knowledge Spillovers and New Ventures' Export Orientation"; en *Small Business Economics* (31, 3); pp. 283-303.
- ERIKSSON, K., JOHANSON, J., MAJKGÅRD, A. y SHARMA, D. D. (1997): "Experiential Knowledge and Cost in the Internationalization Process"; en *Journal of International Business Studies* (28, 2); pp. 337-360.
- ERRAMILI, M. K. y D'SOUZA, D. E. (1993): "Venturing into Foreign Markets: The Case of the Small Service Firm"; en *Entrepreneurship Theory and Practice* (17, 3); pp. 29-41.
- FUJITA, M. (1995): "Small and Medium Sized Transnational Corporations: Trends and Patterns of Foreign Direct Investment"; en *Small Business Economics* (7, 3); pp. 183-204.
- GASSMANN O. y KEUPP, M. M. (2007): "The competitive advantage of early and rapidly internationalizing SMEs in the biotechnology industry: a knowledge-based view"; en *Journal of World Business* (42, 3); pp. 350-366.
- GHATAK, M., MORELLI, M. y SJÖSTRÖM, T. (2007): "Entrepreneurial income, occupational choice, and trickle up policies"; en *Journal of Economic Theory* (137); pp. 27-48.
- HESSELS, J. y VAN STEL, A. J. (2011): "Entrepreneurship, export orientation and economic growth"; en *Small Business Economics* (37); pp. 255-268.
- HOLLENSTEIN, H. (2005): "Determinants of International Activities: Are SMEs Different?"; *Small Business Economics* (24, 5); pp. 431-450.
- GIRMA, S., GOERG, H. y STROBL, E. (2004): "Exports, International Investment and Plant Performance: evidence from a non parametric test"; en *Core Discussion Paper* 2004/09.
- GROSSMAN, G y HELPMAN, E. (1991): "Trade, Knowledge Spillovers and Growth"; en *European Economic Review*; pp. 517-526.
- JAFFE, E. D. y PASTERNAK, H. (1994): "An Attitudinal Model to Determine the Export Intention of Non-Exporting Small Manufacturers"; en *International Marketing Review* (11, 3); pp. 17-32.
- KEEBLE, D., LAWSON, C., SMITH, H., MOORE, B. y WILKINSON, F. (1998): "Internationalisation Processes, Networking and Local Embeddedness in Technology-Intensive Small Firms"; en *Small Business Economics* (11, 4); pp. 327-342.
- KNIGHT, G. A. y CAVUSGIL, S. T. (2004): "Innovation, Organizational Capabilities, and the Born-Global Firm"; en *Journal of International Business Studies* (35, 2); pp. 124-141.
- KUEMMERLE, W. (1999): "Foreign direct investment in industrial research in the pharmaceutical and electronics industries. Results from a survey of multinational firms"; en *Research Policy* (28, 2-3); pp. 179-193.

- LEFEBVRE, E. y LEFEBVRE, L.-A. (2002): “Innovative Capabilities as Determinants of Export Performance and Behaviour: A Longitudinal Study of Manufacturing SMEs”; en KLEINKNECHT, A. y MOHNEN, P., eds.: *Innovation and Firm Performance: Econometric Explorations of Survey Data*. Palgrave, Londres; pp. 281-309.
- LAGES, L. F. y MONTGOMERY, D. B. (2004): “Export Performance as an Antecedent of Export Commitment and Marketing Strategy Adaptation: Evidence from Small and Medium Sized Exporters”; en *European Journal of Marketing* (38, 9/10); pp. 1186-1214.
- LIANG, N. y PARKHE, A. (1997): “Importer behavior: the neglected counterpart of international exchange”; en *Journal of International Business Studies* (28, 3); pp. 495-530.
- LOANE, S. y BELL J. (2006): “Rapid internationalization among entrepreneurial firms in Australia, Canada, Ireland and New Zealand”; en *International Marketing Review* (23, 5); pp. 467-485.
- LU, J.W. y BEAMISH, P. W. (2001): “The Internationalization and Performance of SMEs”; en *Strategic Management Journal* (22, 6/7); pp. 565-586.
- LU, J. W. y BEAMISH, P. W. (2006): “Partnering strategies and performance of SMEs’ international joint ventures”; en *Journal of Business Venturing* (21); pp. 461-486.
- MILLÁN, J. M., CONGREGADO, E. y ROMÁN, C. (2012): “Determinants of self-employment survival in Europe”; en *Small Business Economics* (38, 2); pp. 231-258.
- MOEN, Ø. (2002): “The born globals. A new generation of small European exporters”; en *International Marketing Review* (19,2); pp. 156-175.
- MOEN, Ø. y SERVAIS, P. (2002): “Born Global or Gradual Global? Examining the Export Behavior of Small and Medium-Sized Enterprises”; en *Journal of International Marketing* (10, 3); pp. 49-72.
- OVIATT, B. M. y McDOUGALL, P. P. (1995): “Global Start-Ups: Entrepreneurs on a Worldwide Stage”; en *Academy of Management Executive* (9,2); pp. 30-44.
- OVIATT, B. M. y McDOUGALL, P. P. (1997): “Challenges for internationalization process theory: The case of international new ventures”; en *Management International Review* (37, 2); pp. 85-99.
- PENG, M. W. (2001): “The resource-based view and international business”; en *Journal of Management* (27); pp. 803-829.
- PERKS, K. y HUGHES, M. (2008): “Entrepreneurial decision-making in internationalization: Propositions from mid-size firms”; en *International Business Review* (17, 3); pp. 310-330.
- PÉROTIN, V. (2006): “Entry, exit and the business cycle: are cooperatives different?”; en *Journal of Comparative Economics* (34); pp. 295-316.
- PFEIFFER, F y REIZE, F. (2000): “Business start-ups by the unemployed — an econometric analysis based on firm data”; en *Labour Economics* (7); pp. 629-663.
- REUBER, A. R. y FISCHER, E. (1997): “The Influence of the Management Team’s International Experience on the Internationalization Behaviors of SMEs”; en *Journal of International Business Studies* (28, 4); pp. 807-825.
- REYNOLDS, P. D., BOSMA, N., AUTIO, E., HUNT, S., DE BONO, N., SERVAIS, I., LÓPEZ, P. y CHIN, N. (2005): “Global entrepreneurship monitor: Data collection design and implementation 1998-2003”; en *Small Business Economics* (24); pp. 205-231.
- ROBERTS, E. B. y SENTURIA, T. A. (1996): “Globalizing the Emerging High-Technology Company”; en *Industrial Marketing Management* (25, 6); pp. 491-506.
- ROMÁN, C., CONGREGADO, E., y MILLÁN, J. M. (2011): “Dependent self-employment as a way to evade employment protection legislation”; en *Small Business Economics* (37, 3); pp. 363-392.

- SHANE, S. (2009): "Why encouraging more people to become entrepreneurs is bad public policy?"; en *Small Business Economics* (33); pp. 141-149.
- SIMPSON, C. L. y KUJAWA, D. (1974): "The Export Decision Process: An Empirical Inquiry"; en *Journal of International Business Studies* (5, 1); pp. 107-117.
- WESTHEAD, P. (1995): "Exporting and Non-Exporting Small Firms in Great Britain", en *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research* (1, 2); pp. 6-36.
- WESTHEAD, P., WRIGHT, M., y UCASARAN, D. (2001): "The internationalization of new and small firms: A resource based view"; en *Journal of Business Venturing* (16, 4); pp. 333-358.
- YEOH, P. L. (2004): "International Learning: Antecedents and Performance Implications among Newly Internationalizing Companies in an Exporting Context"; en *International Marketing Review* (21, 4-5); pp. 511-535.
- YOUNG, S. (1987): "Business Strategy and the Internationalization of Business: Recent Approaches"; *Managerial and Decision Economics* (8, 1); pp. 31-40.
- YOUNG, S., HOOD N. y DUNLOP, S. (1988): "Global Strategies, Multinational Subsidiary Roles and Economic Impact in Scotland"; en *Regional Studies* (22, 6); pp. 487-497.
- ZAHRA, S. A., IRELAND, R. y HITT, M. A. (2000): International Expansion by New Venture Firms: International Diversity, Mode of Market Entry, Technological Learning, and Performance, *Academy of Management Journal*, 43(5), 925-950.
- S.A., Neubaum, D.O. y Huse, M. 1997. The effect of the environment on export performance among telecommunications new ventures, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 22(1), 25-46.

## Apéndice

Tabla A1  
Descripción de variables

| Variable                                | Descripción   |
|---|---|
| <i>Variable dependiente</i>             |   |
| Orientación exportadora                 | <i>Dummy</i> igual a uno si la iniciativa atiende clientes fuera del territorio nacional.   |
| <i>Tipo de iniciativa empresarial</i>   |   |
| Emprendedor naciente (SU)               | <i>Dummy</i> igual a uno si la iniciativa se halla en fase de despegue -entre 0 y 3 meses de actividad.                                 |
| Emprendedor nuevo (BB)                  | <i>Dummy</i> igual a uno si la iniciativa se halla en fase de consolidación -entre 3 y 42 meses de actividad.                           |
| Empresario consolidado (EB)             | <i>Dummy</i> igual a uno si la empresa ha superado las fases de despegue y consolidación y lleva más de 42 meses en el mercado.         |
| <i>Características del emprendedor</i>  |   |
| Varón                                   | <i>Dummy</i> igual a uno si el emprendedor es varón.  |
| Edad                                    | Edad del emprendedor.   |
| Educación superior                      | <i>Dummy</i> igual a uno si el emprendedor posee educación superior.  |
| Motivo necesidad                        | <i>Dummy</i> igual a uno si emprendedor comienza la iniciativas empresarial motivado por la necesidad, al carecer de otro empleo mejor. |
| Red social de emprendimiento            | <i>Dummy</i> igual a uno si el emprendedor conoce a emprendedores recientes.  |
| <i>Características de la iniciativa</i> |   |
| Innovadora en producto                  | <i>Dummy</i> igual a uno si el emprendedor responde que todos los clientes consideran el producto nuevo.                                |
| Elevado nivel de competencia afrontado  | <i>Dummy</i> igual a uno si el emprendedor considera que hay muchos negocios que ofrecen el mismo producto.                             |
| Expectativa de empleo en 5 años         | Número esperado de empleados al cabo de cinco años, incluyendo a los actuales.  |
| Número de propietarios                  | Número de propietarios.   |
| Novedad de la tecnología utilizada      | <i>Dummy</i> igual a uno si la iniciativa utiliza tecnología de última generación.  |
| <i>Sector de actividad</i>              |   |
| 10 <i>dummies</i> de sector             | <i>Dummy</i> igual a uno si la iniciativa pertenece al sector en cuestión.  |
| <i>Período</i>                          |   |
| 5 <i>dummies</i> de período             | <i>Dummy</i> igual a uno si la observación pertenece al período en cuestión.  |

Tabla A2  
Estadísticos descriptivos

|   | Total  | TEA (SU* y BB**) | EB***  |
|---|--------|------------------|--------|
| Número de observaciones                               | 12,483 | 5,903            | 6,580  |
| <i>Variable dependiente</i>                           |        |                  |        |
| Orientación exportadora                               | 34.71% | 37.79%           | 31.95% |
| <i>Tipo de iniciativa empresarial</i>                 |        |                  |        |
| Emprendedor naciente (SU)*                            | 18.94% | 40.05%           | -      |
| Emprendedor nuevo (BB)**                              | 28.35% | 59.95%           | -      |
| Empresario consolidado (EB)***                        | 52.71% | -                | -      |
| <i>Características del emprendedor</i>                |        |                  |        |
| Varón   | 61.38% | 60.87%           | 61.84% |
| Edad  | 41.93  | 39.37            | 44.23  |
| Educación superior                                    | 24.66% | 27.33%           | 22.26% |
| Motivo necesidad                                      | 15.85% | 14.62%           | 16.95% |
| Red social de emprendimiento                          | 51.32% | 55.06%           | 47.96% |
| <i>Características de la iniciativa</i>               |        |                  |        |
| Innovadora en producto                                | 13.97% | 17.13%           | 11.14% |
| Elevado nivel de competencia afrontado                | 65.76% | 61.39%           | 69.68% |
| Expectativa de empleo en 5 años                       | 5.34   | 5.19             | 5.47   |
| Número de propietarios                                | 1.71   | 1.81             | 1.63   |
| Novedad de la tecnología utilizada                    | 6.00%  | 5.52%            | 6.43%  |
| <i>Sector de actividad</i>                            |        |                  |        |
| Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca          | 6.78%  | 5.25%            | 8.15%  |
| Minería y construcción                                | 10.01% | 8.74%            | 11.14% |
| Industria manufacturera                               | 8.80%  | 7.39%            | 10.08% |
| Suministros, transporte, almacenaje y comunicaciones  | 5.87%  | 4.71%            | 6.91%  |
| Comercio al por mayor                                 | 9.44%  | 9.81%            | 9.10%  |
| Comercio al por menor, hoteles y restaurantes         | 25.57% | 26.29%           | 24.92% |
| Intermediación financiera y actividades inmobiliarias | 3.15%  | 3.78%            | 2.58%  |
| Servicios a las empresas                              | 17.53% | 19.46%           | 15.79% |
| Sector público, salud, educación y servicios sociales | 7.06%  | 8.30%            | 5.94%  |
| Servicios a los consumidores                          | 5.80%  | 6.27%            | 5.38%  |
| <i>Período</i>  |        |                  |        |
| 2004  | 16.45% | 13.67%           | 18.94% |
| 2005  | 16.11% | 13.16%           | 18.75% |
| 2006  | 19.81% | 22.55%           | 17.36% |
| 2007  | 21.73% | 26.38%           | 17.55% |
| 2008  | 25.91% | 24.24%           | 27.40% |





MEDITERRÁNEO  
ECONÓMICO

21

- I. Legitimación social de la función empresarial y del empresario
- II. Nuevos escenarios y condiciones para la actividad empresarial en el marco internacional
- III. La internacionalización empresarial española





# LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA

*Emilio Ontiveros y Sara Baliña*

Afi (Analistas Financieros Internacionales)

## Resumen

Describir los rasgos básicos que caracterizan el proceso de apertura al exterior de la economía española es el propósito de este trabajo. Lo hemos abordado descomponiendo esa dinámica en los dos grandes ámbitos, comercial y financiero, en los que se manifiesta la internacionalización de cualquier economía. Aun cuando los orígenes de ese proceso puedan situarse al comienzo de la década de los sesenta del siglo pasado, la atención preferente en estas notas se ha centrado en el cuarto de siglo que transcurre desde la adhesión de España a las Comunidades Europeas. Dentro de ese periodo, la incorporación de nuestro país a la fase final de la Unión Económica y Monetaria, en 1999, define el inicio de un período claramente diferenciado, no sólo por su mayor permeabilidad comercial y financiera en el seno de la eurozona, sino por la muy significativa aceleración del crecimiento económico y la incubación durante esos años de algunos desequilibrios relevantes. Una vez desencadenada la crisis económica y financiera global, la excesiva dependencia del ahorro exterior, en particular por parte del sector privado, convertirían a la española en una de las economías más vulnerables.

## Abstract

*The aim of the present work is to describe the basic features characterising the process of Spain's opening-up to the outside world. We have confronted the situation by decomposing the dynamics of the two great areas, commercial and financial, in which the internationalization of any economy becomes apparent. Even though the origins of the process may be at the beginning of the decade of the sixties, last century, the preferential attention is concentrated on the last quarter of a century since the beginning Spain's membership of the European Community. Within this period, the incorporation of our country to the final phase of the Economic and Monetary Union, in 1999, defines the start of clearly different period, not just due to the greater commercial and financial permeability in the heart of the Eurozone, but also due to the significant acceleration of economic growth and the incubation, during those years, of certain relevant imbalances. Once the global economic and financial crisis had been unleashed the excessive dependence on foreign savings, particularly by the private sector, was to turn Spain's economy into one of the most vulnerable.*

## 1. Introducción

Describir los rasgos básicos que caracterizan el proceso de apertura al exterior de la economía española es el propósito de este trabajo. Lo hemos abordado descomponiendo esa dinámica en los dos grandes ámbitos, comercial y financiero, en los que se manifiesta la internacionalización de cualquier economía. Aun cuando los orígenes de ese proceso puedan situarse al comienzo de la década de los sesenta del siglo pasado, la atención preferente en estas notas se ha centrado en el cuarto de siglo que transcurre desde la adhesión de España a las Comunidades Europeas. Dentro de ese periodo, la incorporación de nuestro país a la fase final de la Unión Económica y Monetaria, en 1999, define el inicio de un período claramente

diferenciado, no sólo por su mayor permeabilidad comercial y financiera en el seno de la eurozona, sino por la muy significativa aceleración del crecimiento económico y la incubación durante esos años de algunos desequilibrios relevantes. Una vez desencadenada la crisis económica y financiera global, la excesiva dependencia del ahorro exterior, en particular por parte del sector privado, convertirían a la española en una de las economías más vulnerables.

La estructura del trabajo gira en torno a dos ejes fundamentales: el constituido por las transacciones de bienes y servicios y el que articula las operaciones financieras. Se trata, en definitiva, de un marco o contexto general en el que apoyar una mejor comprensión de las aportaciones más específicas que se realicen a este volumen.

## 2. Delimitación conceptual

A menudo, se identifica la internacionalización de una economía con el aumento significativo de sus relaciones comerciales con el resto del mundo. Sin embargo, y aun cuando el mayor grado de apertura comercial de un país sea indicativo de avances en su proceso de internacionalización, éste debe entenderse en un sentido más amplio, en la medida en que lleva aparejado una integración sustancial de su tejido económico en los mercados mundiales de productos y servicios, de factores (trabajo y capital) y de activos financieros.

En el primer caso, con el objetivo de aprovechar las ventajas competitivas que cada país ofrece en términos de disponibilidad, precio y calidad de los bienes y servicios generados; en el segundo, como resultado de las diferencias en costes laborales y dotaciones de capital, tecnológico y no tecnológico, que incentiva la deslocalización por parte de las empresas de una parte más o menos significativa de su cadena de valor; y, por último, como respuesta a las posibilidades que ofrecen unos mercados financieros cada vez más profundos y líquidos, no sólo en términos de oportunidades de inversión en activos con distintos perfiles de rentabilidad-riesgo sino, y principalmente, como vía para obtener los recursos necesarios con los que financiar tanto la mayor presencia comercial en el resto del mundo como los procesos de deslocalización productiva.

En líneas generales, la internacionalización económica se puede entender desde una triple perspectiva:

- Apertura comercial
- Deslocalización de los factores productivos e intensificación de los flujos migratorios
- Internacionalización financiera y, en particular, de las decisiones de inversión directa y de cartera.

La apertura comercial suele constituir la primera fase de los procesos de internacionalización económica, sobre todo en el caso de empresas manufactureras, y tiende a venir precedida de avances significativos en el grado de liberalización exterior (reducción de aranceles y otras modalidades de restricciones comerciales). La creación de áreas de libre comercio, uniones económicas o áreas monetarias, en su máximo exponente, juega un papel clave a la hora de otorgar dimensión a esta modalidad de internacionalización. La constitución de la Unión Europea (UE), primero, y la Unión Económica y Monetaria (UEM), posteriormente, explican en buena parte el incremento de la apertura comercial de economías como la española en el último cuarto de siglo.

Por lo que respecta a la deslocalización, los progresos tecnológicos que ha experimentado el sector servicios, en términos de menores costes de transporte y comunicación, mejor conectividad y mayor desarrollo de los mercados financieros, han propiciado una acentuación de las decisiones de deslocalización empresarial por parte de la mayoría de economías de la OCDE. Los procesos de deslocalización, presentes en gran parte de los sectores de actividad, son especialmente relevantes en las ramas de textil, confección y calzado, producción de componentes electrónicos o en el sector del automóvil. El comportamiento de los flujos migratorios, aunque en sentido estricto no se incluye en el enfoque de internacionalización de una economía es, en muchas de ellas, un exponente más del grado de integración de su sistema productivo en la economía global.

El análisis de los flujos de variación de activos y pasivos financieros de un país frente al resto de mundo que ofrece la alanza Financiera, y la evolución de la Posición de Inversión Internacional (PII) de una economía, entendida ésta como la diferencia entre el valor de los activos y pasivos financieros de un país frente al resto del mundo, ofrece una visión más amplia del grado de inter-

nacionalización financiera. Esta tiene en las decisiones de inversión directa en el exterior (IDE) su principal exponente. Se trata de inversiones en las que el emisor pretende asumir el control e influir en la gestión de la empresa que se crea (modalidades *greenfield*), en la que se integra mediante fusiones o directamente que absorbe a través de adquisiciones. En todos los casos, y a diferencia de otros flujos de inversión, las IED asumen un mayor grado de permanencia en el país de destino. La modalidad más frecuente y la más importante cuantitativamente en las últimas décadas es la de inversiones amparadas en operaciones de fusión y adquisición. El vehículo que las materializa son las empresas multinacionales, aun cuando la proyección operativa de una empresa de esta naturaleza vaya más allá de la mera materialización de operaciones de IED. En general, lo que trata de hacer cualquier empresa multinacional es replicar en otros países las ventajas competitivas provenientes del país de origen u otras adquiridas y susceptibles de exhibir más directamente en el exterior.

A la internacionalización financiera de una economía contribuyen igualmente otros flujos de inversión como los de cartera, materializados en acciones y otras formas representativas del capital, pero de forma minoritaria, sin ánimo de control ni de influir en la gestión de la empresa destinataria. Además de participaciones accionariales no mayoritarias, en esa categoría de inversiones de cartera se incluyen también las concretadas en títulos de renta fija, tanto pública como privada. Un capítulo residual de flujos de capital, denominado “otras inversiones”, agrupa la financiación bancaria (depósitos y préstamos), así como operaciones con derivados financieros, entre otros.

### 3. De la empresa exportadora a la multinacional

Como en la mayoría de los países, los primeros compases del proceso de internacionalización de la economía española tuvieron un carácter eminentemente comercial, a través del incremento del volumen de importaciones y exportaciones. La entrada en lo que hoy se denomina Unión europea (UE) en 1986, con el consiguiente refuerzo de los flujos de intercambio con los principales países que la integraban y que llegaron a explicar más del 70% del total de exportaciones de España, es el episodio de referencia en esa dinámica. Se trata del inicio de una fase cuyos perfiles se han ido aproximando a los de otras economías avanzadas. Aunque algunas decisiones relevantes de inversiones directas en el extranjero mediante adquisición de empresas se remontan a finales de los ochenta y principios de los noventa, no fue hasta principios de la década de los 2000 cuando el proceso de internacionalización empezó a materializarse en decisiones de inversión extranjera de una cuantía significativa: de los 10.000 millones de euros anuales de entonces a los casi 50.000 millones de 2006-07.

El proceso de integración de la economía española con las europeas se completa formalmente con la participación en la fase definitiva de la UEM, a partir de enero de 1999. Una cesión de soberanía que, en el contexto de este trabajo, tiene en la renuncia a la manipulación del tipo de cambio su hecho diferencial más destacado. La economía española accedería a las ventajas que en términos de credibilidad de la política monetaria y nivel de tipos de interés nominales compartían las economías más estables, al tiempo que desaparecería el riesgo de cambio en las transacciones con los países de la eurozona. Junto a esos incentivos al crecimiento, esa homologación también significaría un mayor grado de integración financiera y una mayor competencia en todos los sectores, incluida la industria de servicios financieros.

Es la década que se inicia con el nacimiento del euro la que también estará presidida a escala global por una intensificación de la globalización financiera, amparada en un incremento sustancial de la desregulación de ese tipo de transacciones y la correspondiente ampliación de los flujos de capital transfronterizos. Las medidas convencionales de integración financiera revelan la importancia creciente del Área euro a nivel mundial, llegando a suponer, en media entre 2007 y 2010, el 21% del volumen total de activos y pasivos financieros extranjeros del mundo, un porcentaje incluso ligeramente superior al de EEUU.

Una dinámica de integración que resulta más acentuada si la relativización se establece respecto al propio PIB del Área euro (véase BCE, 2012), y de la que ha participado España, con la conversión de muchas de sus empresas exportadoras o simplemente con una posición ventajosa en el mercado doméstico de servicios, en verdaderas empresas multinacionales, que apelando a las distintas modalidades de IED, lograron materializar su incursión en el mercado internacional. El recurso a la creación de nuevas empresas *—greenfield—* fue menor en comparación a estrategias dominantes de adquisición total o parcial de empresas extranjeras, o de concesión de préstamos de larga duración entre compañías vinculadas accionarialmente.

Ha sido el periodo más reciente previo a la emergencia de la crisis, el comprendido entre los años 2003-06, el que ha pasado a tener en los flujos de inversión de cartera su principal manifestación y en el sector bancario su principal receptor. Aun cuando España ha incrementado de forma notoria sus posiciones en cartera en el exterior, ha sido el volumen de los flujos de inversión recibidos en esta misma modalidad de cartera el que ha establecido la diferencia a lo largo de esta última fase. Un volumen de inversión cuantitativamente muy elevado, y suficiente para cubrir las necesidades de

financiación asociadas a las posiciones de IED y a la expansión del gasto doméstico. Al igual que la media de países del Área euro, España ha sido desde principios de los 2000 importador neto de flujos de inversión de cartera y exportador neto de IED.

Para muchas economías el análisis de su proceso de internacionalización apenas hace referencia al grado de apertura a los movimientos de personas (factor trabajo), por ser su importancia relativa residual. En el caso de España merece cuando menos dejar constancia de su singularidad en los años finales a los que se refiere este análisis. Es verdad que su significación en la economía española no se limita sólo a su dimensión estrictamente demográfica sino también a su influencia en los flujos de rentas entre España y el resto del mundo. Es difícil entender la fase expansiva que concluye con la emergencia de la crisis en 2007 sin esos flujos masivos de trabajadores extranjeros.

En la balanza de rentas del trabajo los volúmenes de ingresos y pagos son en ambos casos muy reducidos, no superiores a los 1.800 millones de euros anuales en los últimos años (menos de un 2% del PIB). Sin embargo, en esta balanza suelen recogerse las remuneraciones a trabajadores que de forma puntual han contribuido al proceso productivo de un país. Donde queda patente el impacto de la inmigración en España es en la balanza de transferencias corrientes y, en concreto, en la rúbrica de remesas de trabajadores, ligeramente superavitaria hasta el 2004 y deficitaria desde entonces por algo menos de un 0,5% del PIB. Los pagos por remesas de España, según las cifras de Balanza de Pagos, han ascendido en 2011 a casi 7.500 millones de euros frente a los 1.500 millones del 2000. Considerando los datos ofrecidos por la UNCTAD, este importe es equiparable al de Italia en los últimos años, llegando incluso a alcanzar el de Alemania en 2007.

### 3.1. Internacionalización comercial

Los avances en la internacionalización comercial de la economía española han sido muy significativos, en particular en el segmento de bienes. La entrada de España en la UE es el hito central en este proceso, que se consolidaría con la participación en la fase final de la UEM. La evolución de la tasa de apertura comercial es más que representativa de este patrón: el peso de las exportaciones e importaciones totales de España en el PIB se situaba en cotas del 50% a mediados de los años noventa; en 2007, antes del inicio de la crisis económica, ese porcentaje superaba ligeramente el 60%. De estos 10 puntos de aumento relativo, casi seis se correspondieron al comercio de bienes.

La explicación a este comportamiento es doble: por una parte, la naturaleza del modelo de crecimiento registrado por la economía española en ese período, altamente intensivo en factores productivos y demandante de bienes y servicios de importación (las importaciones incrementaron su peso relativo en la economía en casi 6 puntos porcentuales entre 1998 y 2007); por otra, los esfuerzos de las empresas españolas por lograr una mayor presencia en los mercados exteriores y la consolidación de España como uno de los principales destinos turísticos a nivel mundial.

La radiografía que ofrece el análisis comparado de los ingresos de las principales compañías españolas cotizadas en el IBEX, entre los años 2001 y 2010, representa bien los avances en el proceso de internacionalización: limitando la muestra de empresas seleccionadas a aquellas que ya en 2001 tenían presencia en el exterior, el volumen de ingresos generados en España pasó de significar un 65% de total en media en 2001 a situarse en el 48% en 2010. En el caso de empresas como Ebro Puleva, Inditex, Abengoa o Técnicas Reunidas el porcentaje de ingresos por ventas al exterior superó en 2010 el 70% del total. Las cifras preliminares de 2011 ponen de manifiesto hasta qué punto la

exposición al mercado internacional ha contribuido a amortiguar el impacto que sobre el nivel de beneficios del grueso de empresas del IBEX está teniendo una demanda interna muy deprimida.

Tabla 1  
Compañías del IBEX35. Porcentajes de ingresos generados fuera de España

|                   | 2010 | Anterior |      |
|-------------------|------|----------|------|
|                   | %    | Año      | %    |
| Abengoa           | 74,3 | 2001     | 36,3 |
| Abertis           | 50,0 | 2001     | 15,6 |
| Acciona           | 24,3 | 2003     | 23,3 |
| Acerinox          | 90,5 |          | n.d  |
| ACS               | 31,8 | 2001     | 15,6 |
| Amadeus           | 8,0  | 2008     | 8,7  |
| Banco Sabadell    | 2,6  | 2001     | 9,1  |
| BME               | 0,0  | 2008     | 0,0  |
| DIA               | 57,1 |          | n.d  |
| Ebro Foods        | 93,6 | 2001     | 40,6 |
| Enagás            | 0,0  | 2006     | 0,0  |
| Endesa            | 31,7 |          | n.d  |
| FCC               | 43,1 | 2006     | 18,1 |
| Ferrovial         | 68,3 | 2001     | 42,3 |
| Gamesa            | 88,7 | 2005     | 50,9 |
| Gas natural       | 40,0 | 2001     | 21,5 |
| Grifols           | n.d  |          | n.d  |
| Inditex           | 70,6 | 2002     | 54,0 |
| Red eléctrica     | 2,8  | 2001     | 0,0  |
| Sacyr             | 30,3 | 2001     | 0,0  |
| Técnicas reunidas | 83,8 | 2003     | 58,1 |
| Teléfonica        | 68,8 | 2001     | 49,0 |

Fuente: Afí, JCF.

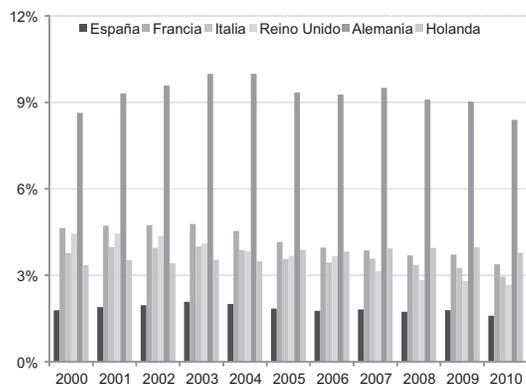
Por lo que respecta a la capacidad exportadora de España en el segmento de bienes, es destacable el hecho de que su cuota en el comercio mundial se haya mantenido prácticamente inalterada en la última década, aun cuando los indicadores tradicionales de competitividad-precio cifran la pérdida de competitividad exterior de la economía española desde su pertenencia al área euro en un rango comprendido entre el 10 y 15%, y la presencia de competidores emergentes haya sido sustancialmente superior a lo largo de este período.

Así, China, ha cuadruplicado su importancia relativa en el comercio mundial hasta convertirse en la segunda economía, sólo por detrás de Alemania, con mayor cuota de mercado.

En el período 2000-10, la cuota de España en el comercio mundial de bienes se ha mantenido estable en niveles del 2% (frente al 1% de principios de los noventa), contrastando con las reducciones observadas en las correspondientes cuotas de Francia (del 4,6 al 3,8%), Italia (del 3,77 al 2,95%) o incluso Alemania (en medio punto hasta el 8,3%). Sin embargo, España sigue teniendo como asignatura pendiente el tamaño relativo de su sector de exportación de mercancías. Mientras que en Italia o Francia el volumen de exportaciones supera el 20% del PIB, y en Alemania ronda el 40%, en España todavía representa en torno a un 16-17%.

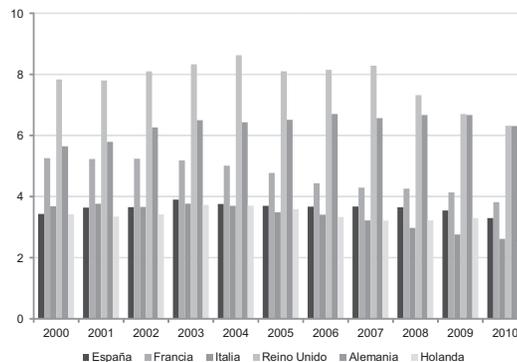
Donde la economía española mantiene una posición destacada es en los intercambios de servicios, con una cuota de mercado en el comercio mundial estable y próxima al 4%. Que España continúe estando entre los tres países del mundo con mayor entrada de turistas e ingresos por turismo justifica, en gran medida, esta evolución. Pero aunque el turismo y el transporte sigan teniendo

Gráfico 1  
Cuota mundial de exportaciones de bienes



Fuente: Afí, UNCTAD.

Gráfico 2  
Cuota mundial de exportaciones de servicios.  
En porcentaje



Fuente: Afí, UNCTAD.

un peso muy significativo en las exportaciones totales de servicios (cerca de un 60%), otros servicios, como los empresariales o de construcción, han ganado importancia relativa y lo han hecho a ritmos superiores a los observados en la mayoría de países de la UE.

### 3.1.1. Intercambios de bienes

El déficit de la balanza comercial ha constituido un rasgo característico de la economía española desde los primeros compases de su proceso de apertura exterior, aunque sería a partir de la entrada en la UME cuando se intensifica y adquiere mayor dimensión. En realidad, ha sido la magnitud de ese desequilibrio comercial el que ha explicado desde finales de los años noventa el grueso de las crecientes necesidades de financiación exterior de la economía, que alcanzarían el 10% del PIB en el momento álgido del último ciclo expansivo y situarían a España, junto con Portugal e Islandia, como una de las economías del mundo con un déficit por cuenta corriente más abultado. La causa del déficit de la balanza de mercancías (rozó el 9% del PIB en 2008) no reside tanto en

un pobre comportamiento de las exportaciones de bienes, con un crecimiento promedio en términos reales entre el 2000 y el 2007 próximo al 5,5% anual (superior al registrado por Francia, Italia o Portugal), como en la elevada importancia relativa de las importaciones, debido, en gran parte, a la tradicional dependencia energética española. Ello queda reflejado en una reducción persistente de la tasa de cobertura (volumen de importaciones de bienes que pueden ser cubiertas con las ventas de mercancías al exterior), que pasó de situarse en el 80% entre 2001 y 2003 a registrar un mínimo a mediados de 2008 en cotas del 67%, y en el hecho de que el déficit por energía haya llegado a representar, en media entre 2000-08, el 35% del déficit comercial total. La fase de expansión económica que caracterizó a la economía española en esos años también explica el importante aumento de las compras de bienes intermedios y de capital, con avances promedios del 6% anual.

Sin embargo, y con independencia de este crónico desequilibrio comercial, es necesario destacar dos factores diferenciales que han tenido lugar en la dinámica exportadora de España en la última década y que ayudan a justificar tanto la resistencia del flujo de exportaciones a cambios en el ciclo de comercio mundial (de la magnitud del experimentado entre 2008-09 y del iniciado a mediados de 2011), como su buen comportamiento relativo a pesar de que los índices de tipo de cambio efectivo real revelasen pérdidas de competitividad exterior elevadas desde la incorporación de España a la eurozona. El primero de ellos hace referencia al mayor grado de diversificación geográfica alcanzado por las ventas de bienes de España al exterior, y el segundo a su patrón de especialización por tipo de producto.

Así, en 2000, el 60% del total de exportaciones de mercancías se dirigía a países con los que compartíamos moneda; en el 2010-11, este porcentaje se ha reducido al 55%, compensado por una mayor presencia en países de Europa del Este,

Asia industrializada, Oriente Medio o el Magreb. Que el grupo de países BRIC haya incrementado su cuota en las exportaciones españolas de apenas un 2% a principios de década al 4,3% de finales de 2011, es otro de los factores que da cuenta de esa mayor diversificación. Generar mayores ganancias en este ámbito continúa siendo un reto importante para el comercio español, en un contexto en el que las perspectivas de crecimiento económico para los principales socios comerciales de España a medio plazo son, cuando menos, moderadas. Aun reconociendo la importancia de aumentar la presencia en economías emergentes, también es necesario recordar que sólo Francia, Alemania, Italia o Portugal concentran hoy el 45% del total de exportaciones. En los cuatro casos, estamos ante mercados maduros, donde es difícil incrementar cuota de mercado, pero donde el mantenimiento de la presencia actual puede ser suficiente para evitar un deterioro en la posición competidora española a escala mundial.

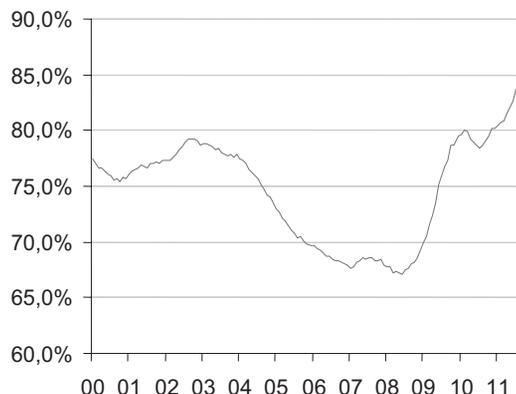
La explicación del segundo factor diferencial, la especialización por tipo de producto, exige distinguir entre los dos principales tipos de competitividad y su reflejo en las exportaciones españolas. El primer tipo se basa en la evolución de los indicadores que aproximan la competitividad de una economía a través de sus precios relativos frente a los países con los que realiza la mayoría de sus intercambios comerciales. En este sentido, y tal como hemos comentado, España se sitúa, junto a economías como Portugal o Irlanda, entre aquellas de la eurozona que más competitividad han perdido desde su creación: el aumento de precios al consumo y costes laborales ha sido superior al de la media del área monetaria, en un contexto de ritmos de crecimiento muy reducidos de la productividad del trabajo. Sin embargo, esta idea general debe ser matizada por el hecho de que muchas de las empresas exportadoras españolas, en particular las de mayor tamaño, se caracterizan por presentar niveles de productividad e incre-

mentos en costes similares a los de sus mayores competidores en los mercados internacionales, de ahí que no puedan homologarse los umbrales de competitividad agregada con los que poseen las empresas con mayor vocación exportadora.

El segundo tipo de aproximación a la competitividad de las exportaciones tiene en cuenta el grado de diferenciación del producto vendido y, en general, sus ventajas comparativas en términos de calidad o localización. Es en este punto donde España destaca por disponer de una oferta más diversificada y en algunas gamas con menor sensibilidad a alteraciones en los precios como destaca Myro (2012). En Fedea (2010) se subraya que las exportaciones españolas están especializadas en bienes intermedios expuestos a la competencia internacional, pero con un perfil tecnológico medio-alto (exportaciones basadas en innovación en sectores como el químico, el de fabricación de material de transporte o maquinaria) y bienes con un perfil tecnológico medio-bajo pero diferenciados por su calidad o localización (alimentación, bebidas, calzado, etc.). Es por ello que no existe una relación histórica robusta entre la evolución de las exportaciones de bienes españolas y la de su tipo de cambio efectivo real.

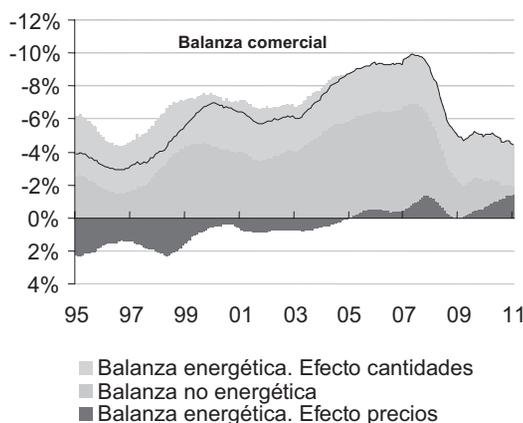
Ahora bien, el proceso de ajuste interno en el que se haya inmersa la economía, y que además de contener el crecimiento de las importaciones de bienes se está traduciendo en una corrección significativa de los precios relativos con el área

Gráfico 3  
Tasa de cobertura comercial de España.  
En porcentaje



Fuente: Afi, Banco de España.

Gráfico 4  
Composición del saldo balanza comercial de España.  
En porcentaje del PIB



Fuente: Afi, Banco de España y Ministerio de Economía.

Tabla 2  
Cuota de cada país en las importaciones de bienes de Alemania. En porcentaje sobre el total

|               | Área Euros | España | Francia | Italia | Portugal | Holanda |
|---------------|------------|--------|---------|--------|----------|---------|
| Media 2000/07 | 41,7       | 2,9    | 9,0     | 6,3    | 0,8      | 8,1     |
| 2008          | 39,7       | 2,6    | 8,0     | 5,8    | 0,5      | 8,3     |
| 2009          | 38,9       | 2,7    | 8,0     | 5,7    | 0,5      | 8,4     |
| 2010          | 38,3       | 2,8    | 7,8     | 5,4    | 0,5      | 8,4     |
| 2011          | 37,6       | 2,6    | 7,5     | 5,3    | 0,5      | 8,8     |

Fuente: Afi y Datastream.

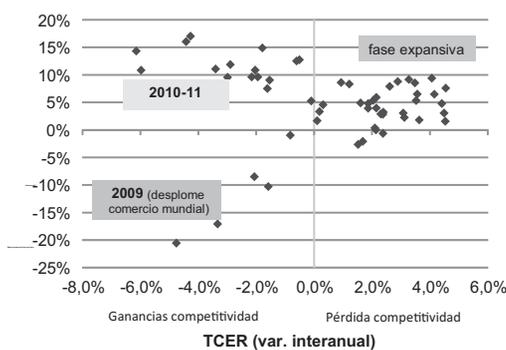
euro, ha reducido el déficit comercial de 2011 (en el 3,8% del PIB) a menos de la mitad del nivel de pre-crisis. Y lo que es más relevante, ha prácticamente anulado el desequilibrio en el saldo de intercambios de bienes no energéticos. Que España haya logrado convertir en superavitaria su balanza comercial con el Área euro y el conjunto de la UE es igualmente sintomático de la alteración que la crisis está originando sobre su posición comercial con el resto del mundo.

### 3.1.2. Balanza de servicios

A diferencia de la balanza comercial, la de servicios ha presentado en España históricamente un saldo superavitario, que ha oscilado entre el 2,5 y el 3,5% del PIB. Ha sido la rúbrica de servicios turísticos la que lo ha hecho posible, ya que no fue hasta mediados de 2010, cuando la balanza del resto de servicios se hizo ligeramente positiva, tras presentar déficit por un 0,5-1,0% del PIB desde principios de los años noventa. El hecho de que de la producción de bienes y servicios ligados a turismo suponga en torno a un 10% del PIB total tiene su correspondencia en las cifras de ingresos por turismo extranjero. Con cifras a 2010, España era el tercer destino del mundo por entrada de turistas extranjeros (sólo superada por Francia y EEUU), y el segundo con mayor generación de ingresos por este concepto, del orden de 40.000 millones de euros anuales.

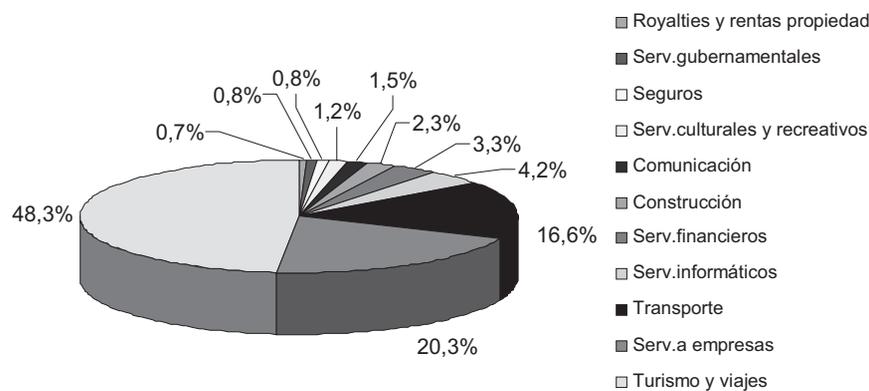
Sin embargo, y al igual que en el caso de las exportaciones de bienes, en las de servicios se han hecho esfuerzos relevantes por aumentar su grado de diversificación, aunque en este caso el predominio de los servicios turísticos y de viajes

Gráfico 5  
Evolución de las exportaciones de bienes españolas y del tipo de cambio efectivo real de España según costes laborales unitarios



Fuente: Afí, INE, BCE.

Gráfico 6  
Distribución de las exportaciones de servicios de España. En promedio 2000/11 en porcentaje sobre el total



Fuente: Afí, Banco de España.

continúa siendo muy elevado: en media, entre el 2000 y 2011 supusieron el 48% de las exportaciones totales de servicios. Sin duda, las ganancias más elevadas se dan en los servicios prestados a empresas, casi duplicando su cuota en la última década: representan ya el 20% del agregado. Desde niveles más reducidos pero con una progresión igualmente destacable, están los servicios financieros, informáticos o de construcción. Geográficamente, la diversificación en servicios ha sido menor: el Área euro, Reino Unido, Suecia y Dinamarca concentran en los últimos el 70% de las exportaciones de servicios, un porcentaje similar al observado a principios de los 2000.

### 3.1.3. Importancia relativa y principales características de las empresas exportadoras españolas

Las empresas exportadoras españolas constituyen un porcentaje bastante reducido del total (en 2009, las empresas exportadoras manufactureras representaban en torno a un 3% del total<sup>1</sup>) y se caracterizan por presentar una elevada heterogeneidad: empresas de elevada dimensión, con ratios de productividad y eficiencia similares a los de sus comparables europeas, y de pequeño y mediano tamaño. Consecuentemente, tienen más dificultades para participar de las estrategias de internacionalización en su sentido más amplio y estructuras financieras más vulnerables.

Aun cuando en los últimos años se ha producido un incremento del censo de empresas exportadoras, la concentración de la actividad generada en un número reducido de ellas es significativa: en 2009, las 25 principales empresas exportadoras explicaban un 23% de las ventas exteriores totales

<sup>1</sup> Según datos de la Secretaría de Estado de Comercio (SEC), ICEX y CSC, a partir de Aduanas, y el Directorio Central de Empresas (DIRCE), del INE. Véase Afi: "Internacionalización, empleo y modernización de la economía española", 2010. ICEX.

de España y las 500 mayores el 56,1% del volumen total anual de exportaciones.

En todo caso, las empresas exportadoras españolas poseen, en media, niveles de productividad, intensidad innovadora y ratios de capital físico por trabajador superiores a los del promedio de empresas no exportadoras (véase Afi e ICEX, 2010), lo que ayuda a explicar el mantenimiento de la cuota mundial de España en el comercio de bienes y servicios en la última década, pese a la irrupción en el comercio internacional de economías emergentes altamente competitivas en precio.

El obstáculo que representa el escaso tamaño del promedio de empresas exportadoras tiene consecuencias relevantes en términos de:

- Restricciones de España para incrementar su presencia en el comercio internacional y, en particular, en aquellas áreas donde los costes de entrada y establecimiento son especialmente significativos. Es el caso de los países del Asia industrializada: el peso de las exportaciones de bienes de España a esta área ha oscilado entre el 1,5-2,0% en la última década, situándose incluso por debajo del peso promedio de los años noventa.
- Menor importancia relativa de las estrategias de deslocalización empresarial. Según Gordo y Tello (2012), tan sólo un 4% de las empresas españolas participa en operaciones de deslocalización o inversión directa en otros países, cuando, por ejemplo, en Alemania, este porcentaje representa el 9%.
- Elevado grado de rotación: entre el año 2003 y 2010, el porcentaje de empresas que inician en cada ejercicio su actividad exportadora y aquellas que la abandonan es bastante similar y en ambos casos oscila entre el 28 y el 32%.

Tabla 3  
Evolución del censo de empresas españolas exportadoras y totales

|                       | 2002      | 2001      | 2002      | 2003      | 2004      | 2005      | 2006      | 2007      | 2008      | 2009      | 2010      | 2011      |
|-----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Empresas exportadoras | 66.278    | 69.307    | 90.082    | 93.279    | 96.401    | 99.232    | 100.177   | 97.418    | 101.395   | 107.579   | 109.363   | 116.322*  |
| Total (DIRCE)         | 2.595.392 | 2.645.317 | 2.710.400 | 2.813.159 | 2.942.583 | 3.064.129 | 3.174.393 | 3.336.657 | 3.422.239 | 3.355.830 | 3.291.263 | 3.250.576 |
| Sin asalariados       | 1.417.221 | 1.408.792 | 1.425.332 | 1.459.938 | 1.500.396 | 1.574.166 | 1.616.883 | 1.706.140 | 1.754.374 | 1.767.470 | 1.774.005 | 1.795.321 |
| < 10 asalariados      | 1.021.248 | 1.078.778 | 1.120.344 | 1.182.845 | 1.265.349 | 1.306.597 | 1.365.203 | 1.431.323 | 1.465.019 | 1.402.996 | 1.354.176 | 1.299.400 |
| 10-49 asalariados     | 135.114   | 134.513   | 140.435   | 145.442   | 151.512   | 156.471   | 164.195   | 169.604   | 172.078   | 157.242   | 137.161   | 130.994   |
| 50-199 asalariados    | 17.735    | 18.820    | 19.658    | 19.888    | 20.120    | 21.397    | 22.454    | 23.517    | 24.303    | 22.747    | 20.843    | 19.864    |
| >200 asalariados      | 4.074     | 4.414     | 4.631     | 5.046     | 5.206     | 5.498     | 5.658     | 6.073     | 6.464     | 5.375     | 5.078     | 4.997     |

\* Dato hasta noviembre.

Fuente: SEC, cámaras, ICEX, INE.

- Diferencias significativas en las tasas de supervivencia ante cambios en el ciclo del comercio mundial. González, Rodríguez y Tello (2012) constatan que ante la fuerte corrección del comercio internacional de bienes en 2009, las empresas exportadoras más pequeñas, menos productivas, que han apostado en menor medida por la IDE y cuentan con una estructura de financiación menos diversificada, han sido las que redujeron su volumen de exportación en mayor medida y las que también registraron tasas de abandono de la actividad exportadora más elevadas.

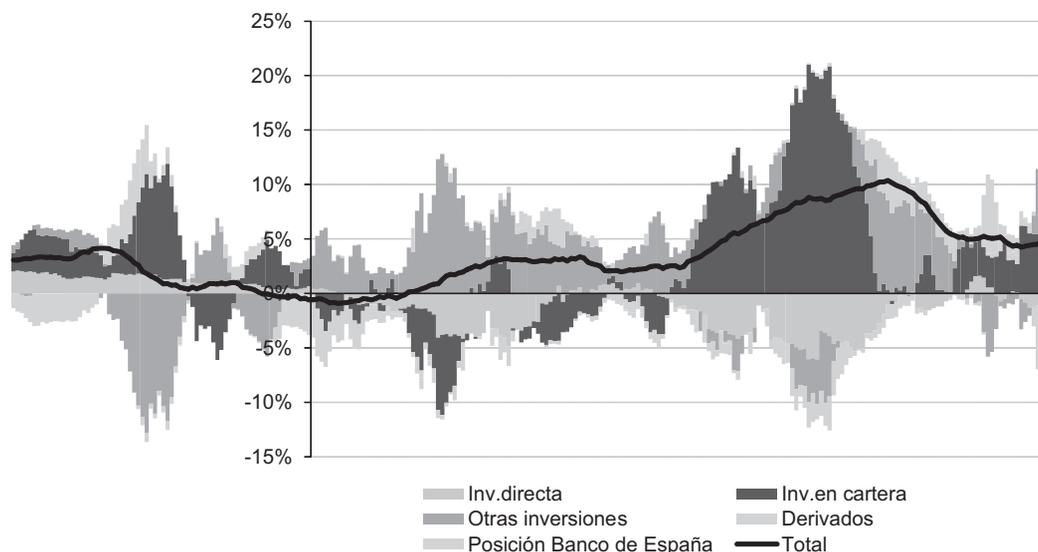
### 3.2. Internacionalización financiera

Entender el proceso inversor en la economía española durante la última década exige su contextualización en la que, probablemente, fue la fase de mayor apertura financiera de la historia de España de la mano de su presencia en la zona monetaria común. Recordemos que la pertenencia

a la UEM dispuso, entre otras muchas consecuencias, la de igualar prácticamente los tipos de interés a corto plazo con los vigentes en las economías más estables, Alemania de forma destacada. También significó, obviamente, la desaparición del riesgo de cambio y la asimilación a la “tradición cultural” del Bundesbank de mantenimiento de un tipo de cambio suficientemente defensivo de filtraciones inflacionistas.

Todavía en vísperas de la crisis, esa dinámica inversora alcanzaba niveles propios de algunas economías emergentes. En 2007 la tasa de inversión agregada alcanzó cotas superiores al 31% del PIB (coincidiendo con los máximos del último ciclo expansivo), mientras que la tasa de ahorro doméstico permaneció estable en niveles del 22-23%. Esta brecha de financiación fue cubierta con ahorro externo, canalizado, en los primeros años 2000 a través de inversiones a corto plazo (préstamos, depósitos, etc.) pero, a partir de 2003, en forma de inversiones en cartera. Los principales acreedores de España fueron los grandes países del Área euro, en concreto Alemania y Francia. El exceso de ahorro de su sector privado, intermediado por el sector bancario, se materializó en compras

Gráfico 7  
Balance financiera de la economía española. Porcentaje del PIB



Fuente: Afí, Banco de España.

de títulos de deuda española con los que financiar las decisiones de inversión de hogares y empresas. En esos años, las familias españolas, con acceso a la financiación bancaria en condiciones de precio y plazo históricamente favorables, vieron fuertemente alterada su posición de balance: se convirtieron en el segundo sector institucional de la economía con mayores necesidades de financiación (prestarios netos). La deuda bruta contraída para la adquisición de vivienda superó el 170% de su renta disponible y, en agregado, el importe de sus préstamos llegó a ser de casi dos veces el volumen de sus activos financieros en efectivo y depósitos bancarios. El deterioro en la posición deudora de las empresas no financieras fue también relevante, si bien es cierto que la naturaleza de la inversión que llevaron a cabo (inversión en equipo, infraestructuras, IED, etc.) le restaba vulnerabilidad ante episodios de estrés como el vivido a partir de 2007.

Para el resto del mundo, el atractivo de realizar inversiones de cartera en España de la magnitud observada entre 2004-07 residía en la

propia naturaleza de las inversiones. En su mayoría se trataba de títulos de deuda emitidos por el sector bancario con garantía hipotecaria. Contar con el respaldo de la cartera hipotecaria de las entidades le otorgaba una calidad crediticia elevada y el hecho de que la evolución de su valor estuviese ligada al propio comportamiento del mercado inmobiliario español, en una fase alcista como la de entonces, con perspectivas elevadas de revalorización del precio de la vivienda, le confería, además, el atractivo de una apreciable rentabilidad. En la deuda del Tesoro, el porcentaje de tenencias del sector de no residentes sobre el total también se vio fuertemente incrementado, tanto que en algunos meses de 2007 llegó a suponer el 50% del total.

Sin la afluencia de ahorro externo, por importes próximos al 10% del PIB durante casi tres años, no se entenderían los elevados ratios de endeudamiento privado de la economía española (excluyendo al sector financiero, en torno al 225% del PIB en 2010, de los más elevados de las economías de la eurozona comparables, con la

excepción de Portugal e Irlanda) ni el deterioro en su PII, deficitaria por casi la misma cuantía que el tamaño del PIB. Sin embargo, y en línea con lo comentado en apartados anteriores, ese ahorro externo también fue clave para financiar procesos de crecimiento empresarial, incluido la implantación de las empresas españolas en el exterior.

Pero así como la financiación procedente del resto del mundo fue clave para consolidar la mayor fase expansiva de la economía española también constituyó uno de los principales catalizadores de la recesión de los años 2008-09. La desconfianza en la posición del sector bancario, primero, y en la sostenibilidad de las cuentas públicas, posteriormente, se tradujo en fuertes ventas de deuda española, bancaria y pública, principalmente por parte de los países europeos que habían liderado las entradas de inversión en los años de crecimiento. La sequía de financiación privada, en sus distintas modalidades, y la reacción de los bancos centrales, reforzando la operativa de inyección de liquidez al sector bancario, alteró el patrón de financiación exterior de España y de la mayoría de economías con dependencia elevada del ahorro externo y vulnerabilidades internas significativas. La liquidez inyectada por el Eurosistema y canalizada por las entidades bancarias residentes a los mercados domésticos se ha convertido, desde finales de 2009, en la principal fuente de financiación de España. La pérdida de importancia relativa del sector no residente en las tenencias de deuda soberana hasta cotas inferiores al 40% en 2011 es representativa de ello.

Con todo, la composición de la Balanza Financiera de la Balanza de Pagos es, sin duda, la mejor muestra de este patrón y de los cambios que se han producido en la estructura y naturaleza de la financiación exterior de la economía española desde mediados de los noventa.

Desde 1995 hasta principios de la década de los 2000, la sub-balanza de “otras inversiones” constituía la principal fuente de financiación de un déficit por cuenta corriente que en esos años pasó

de representar apenas un 1% del PIB a superar el 4%. En ese período, el saldo de IED se hizo progresivamente más negativo (representando casi un 5% del PIB), a pesar de la mayor presencia del resto del mundo en España bajo esta modalidad de inversión. En el 2000, consolidada la incorporación a la UEM, el volumen de entradas de IED superó los 40.000 millones de euros. La economía española exhibía sus menores costes laborales españoles como una ventaja competitiva sobre otros países miembros y las expectativas de rentabilidad generadas por un ciclo económico expansivo. También fue en esos años cuando se produjo una nueva fase de expansión de IED por parte de las empresas españolas, alcanzando importes anuales promedio de inversión de 60.000 millones de euros, un 10% del PIB.

Tras la desaceleración de 2001-02, las empresas españolas iniciaron la que sería la segunda oleada relevante de IED, con flujos de salida por este concepto próximos a los 100.000 millones de euros anuales en los años de mayor crecimiento (2006-07). El resultado fue un incremento sustancial del *stock* de IED emitida por España, que pasó de un 7% del PIB en promedio durante los años noventa a más del 30% entre los años 2000 y 2010. El atractivo de España como país receptor de IED tampoco decayó durante estos años, y de hecho, el nivel del *stock* de IED del resto del mundo en nuestro país (en torno a un 38% del PIB) lo ha situado en una posición destacada a escala mundial.

Es en este último período cuando, además, la inversión en cartera se erige como la principal fuente de captación de ahorro exterior, contribuyendo, en parte, a dar soporte a las decisiones en IED de las empresas españolas pero, sobre todo, a financiar el ciclo de inversión doméstica. Con un saldo positivo en la balanza de inversión en cartera cercano al 20% del PIB en 2005 y 2006, España llegó a registrar entradas en esos ejercicios por más de 200.000 millones de euros. Se materiali-

zaron, mayoritariamente, en compras de bonos bancarios respaldados por activos inmobiliarios (cédulas hipotecarias y bonos de titulización), al hilo del auge del mercado inmobiliario y del proceso de endeudamiento del sector privado español durante esta fase.

El deterioro de la PII española, pese a los esfuerzos de internacionalización antes comentados, es el reflejo de un endeudamiento externo persistente. En 2011, la deuda con el resto del mundo ascendió a cotas próximas al 170% del PIB y el valor total de los pasivos españoles con el exterior a 2,35 billones de euros, dos veces el PIB. Por tipología de inversión, es la modalidad de inversión en cartera la que presenta una posición neta más negativa: el valor de los activos en cartera de España es inferior al valor de sus pasivos. La posición en IED, por el contrario, se ha situado en los últimos años, prácticamente, en equilibrio.

Tras la fuerte reducción experimentada en el volumen de flujos de capital transfronterizos a escala mundial, y con especial intensidad en el Área euro, entre 2008 y 2009, la recuperación incipiente iniciada a partir de 2010 nos deja una

radiografía que difiere de forma sustancial de la de los años previos a la crisis. Por un parte, porque los importes son ahora muy inferiores, en respuesta a un entorno de volatilidad y aversión al riesgo mayores, y en consonancia con el proceso de reducción de deuda que está acometiendo el sector privado (en especial el bancario) de EEUU y de algunas de las principales economías europeas. Por otra, e íntimamente ligada a la anterior, porque la naturaleza de los flujos de inversión vuelve a situar en un primer plano a las fuentes de financiación con vocación más cortoplacista y al sector público como el sector institucional que más contribuye a explicar el incremento relativo en el volumen de pasivos con el exterior.

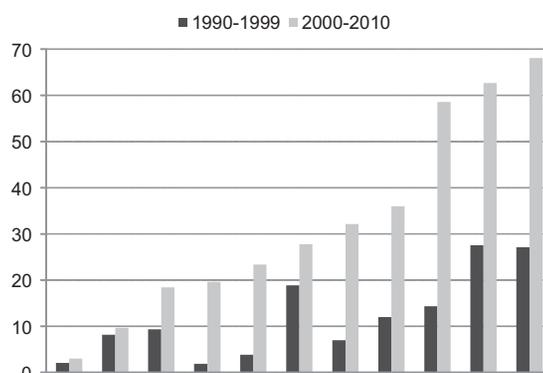
España no constituye una excepción a esta tendencia general. Las restricciones de liquidez y las estrategias de adelgazamiento de balance a nivel empresarial están siendo sinónimo de reducción en el volumen de activos y pasivos de España en IED. La intensidad del proceso de reestructuración del sistema bancario europeo, el reducido apetito por activos de deuda bancaria y la desconfianza que genera la deuda soberana de economías con una

Gráfico 8  
Balance de IED de España. En millones de euros



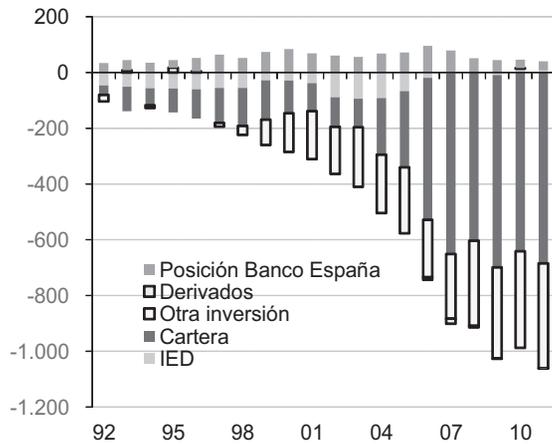
Fuente: Afí, Banco de España.

Gráfico 9  
Stock de IED de cada país en el exterior. Porcentaje del PIB de cada país, media del período



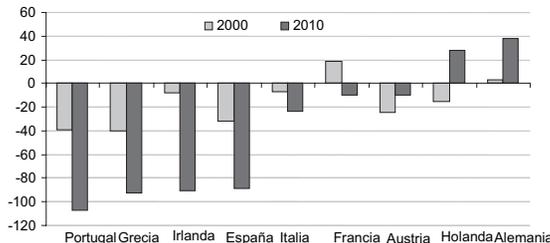
Fuente: Afí, Banco de España.

**Gráfico 10**  
Posición de inversión internacional de España por tipología de inversión. En miles de millones de euros



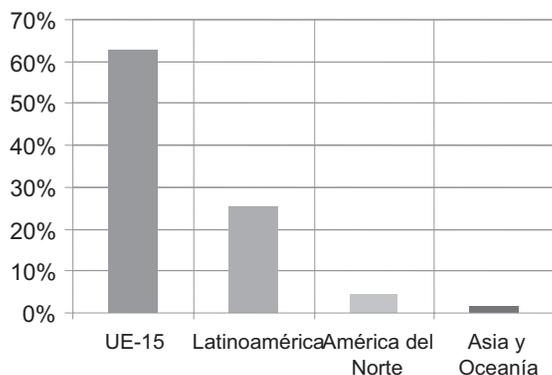
Fuente: Afí, Banco de España.

**Gráfico 11**  
Estructura de tenencias de deuda del Tesoro español. En porcentaje sobre el total



Fuente: Afí, Tesoro de España.

**Gráfico 12**  
Posición de inversión internacional. Porcentaje del PIB



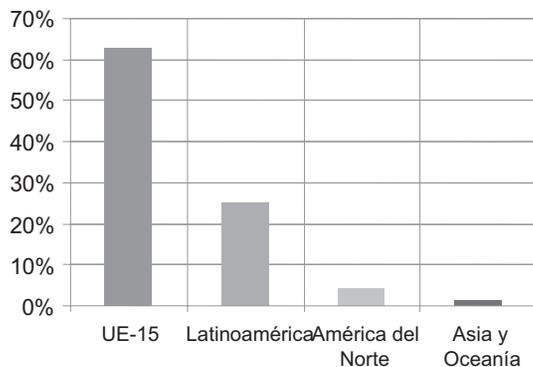
Fuente: Afí, EUROSTAT.

posición de sus cuentas públicas menos saneada y con peores perspectivas de crecimiento, continúa limitando la recuperación de los flujos de inversión de cartera. Casi de forma ininterrumpida desde mediados de 2008, España ha registrado salidas netas de este tipo de inversión por parte del resto del mundo, un fenómeno que ha tenido réplica en la intensa caída que también han experimentaron las posiciones de activo de España en el exterior por este mismo concepto. Atendiendo a la evolución del valor de los pasivos exteriores de la economía española por sector que los contrae, destaca claramente el fuerte aumento del pasivo de las Administraciones públicas (lógico teniendo en cuenta los niveles de déficit público de los tres últimos años y el deterioro en el ratio de deuda pública sobre PIB), en clara contraposición con la cesión experimentada por el valor de los pasivos contraídos por el sector privado no financiero.

### 3.2.1. Naturaleza de los flujos de IED de España en el exterior

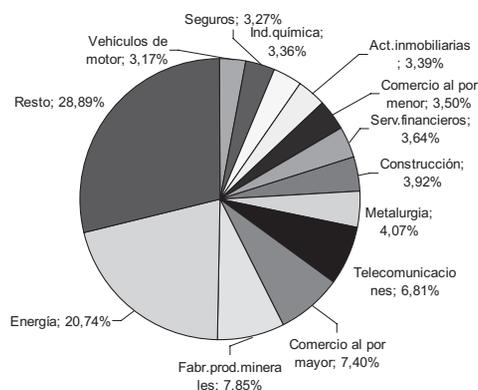
Llegado a este punto, conviene analizar brevemente la naturaleza de los flujos de IED realizados por España en el exterior. En la primera oleada de expansión internacional por las empresas españolas (desde finales de los noventa hasta 2001-02), el grueso de las inversiones en IED se materializaron en Latinoamérica y, especialmente, en los sectores de la energía y las comunicaciones. En esta fase se llevaron a cabo operaciones como la adquisición por parte de Repsol de la argentina YPF en 1999, que supuso casi el 90% de los flujos de inversión neta de España en el exterior durante ese ejercicio. Según el análisis realizado por Menéndez y Méndez (2011), las emisiones de acciones y participaciones, junto con la contratación de préstamos bancarios, constituyeron las dos vías fundamentales de financiación de la IED en estos años.

Gráfico 13  
*Stock* de IED de España en 2009 por destino.  
 En porcentaje sobre el total



Fuente: Afi, DATAINVEX.

Gráfico 14  
*Stock* de IED de España en 2009 por sector.  
 En porcentaje sobre el total



Fuente: Afi, DATAINVEX.

En la segunda fase, coincidiendo con los años expansivos del último ciclo económico, la Unión Europea sustituyó a Latinoamérica como principal destino de la IED española, elevando al 60% su participación en el *stock* total de IED emitida por España en 2009. Sectorialmente, la energía y las telecomunicaciones siguieron concentrando un porcentaje significativo de la inversión total, si bien en el *stock* de 2009, la industria llegó a suponer algo más del 25% de la IED agregada. La construcción también ganó peso en el *stock* total de IED. Las operaciones de Telefónica con la compra de O2, o la de Iberdrola con la adquisición de Scottish Power, son algunas de las más destacadas. La financiación vía deuda o préstamos con entidades bancarias residentes, en línea con el patrón de financiación comentado anteriormente para el conjunto de la economía, sustituyó a los recursos propios como principal fuente de financiación de la IED. El deterioro en las condiciones de acceso al crédito bancario y a las emisiones de bonos corporativos que trajo consigo la crisis, ha vuelto a postular a la emisión de acciones como la vía más utilizada para financiar la expansión exterior empresarial.

La combinación de una financiación ajena abundante y a costes reducidos, con rentas crecientes de las inversiones realizadas, a través fundamentalmente de dividendos, y una cifra de negocios apoyada por una coyuntura favorable en las economías objeto de inversión, explican que la rentabilidad de las empresas multinacionales se haya situado, en media, por encima de la del conjunto de empresas no financieras.

Dos retos son los que afronta la presencia inversora en el exterior de las empresas españolas:

- En primer lugar, al igual que en los flujos de exportación, la penetración de España en América del Norte o Asia, ambas regiones con perspectivas de crecimiento a medio plazo favorables, continúa siendo

reducida, en gran medida por las dificultades de establecimiento en algunos de estos países (sobre todo en la última región) y por no estar suficientemente afianzada la fase embrionaria de la internacionalización, la apertura comercial.

- Desde una perspectiva sectorial, todavía existe recorrido para incrementar el grado de diversificación. Tal y como se recoge en Fernández-Otheo (2012), en el sector servicios, la inversión en IED es especialmente significativa en actividades de intermediación financiera, transporte o comunicaciones, pero todavía es escasa, sobre todo desde una perspectiva internacional, en otros servicios empresariales. En el caso de las manufacturas, la presencia española en sectores como el químico, el de fabricación de equipo de transporte o el de componentes electrónicos es reducida.

### 3.2.2. La balanza de rentas

Una de las contrapartidas del proceso de internacionalización productiva y financiera de España es la evolución de la balanza de rentas del capital, en la que se recogen los ingresos generados por las inversiones en el exterior (repatriación de dividendos y reinversiones) y los pagos asociados al endeudamiento externo. Dado el signo y las cuantías de los ratios de deuda externa y PII, no es difícil anticipar el saldo deficitario de esa balanza de rentas. Desde 2006 ronda los 30.000 millones de euros (un 3% del PIB), contribuyendo de forma muy significativa a mantener en cotas elevadas el déficit por cuenta corriente. Es más que representativo el hecho de que en algunos momentos de los últimos cuatro años el superávit por servicios turísticos no haya sido suficiente para compensar el déficit por rentas del capital.

Este deterioro de la rúbrica de rentas no se ha debido tanto a un perfil de rentabilidades reducidas de las inversiones de España en el exterior, aun cuando éstas pudiesen haber sido más elevadas (Fernández-Otheo, 2012), como a los pagos por intereses asociados al volumen de entradas de inversión en cartera registradas desde 2003 al muy elevado endeudamiento privado. En realidad, no fue hasta 2004 cuando la divergencia entre ingresos y pagos se hizo más patente, pese a que los primeros lograron encadenar varios ejercicios con crecimientos nominales próximos al 25%, a medida que se consolidaba la segunda oleada de IED de las multinacionales españolas.

## 4. Conclusiones

A la hora de recapitular e intentar valorar la internacionalización de la economía española en la última década, no es fácil sustraerse al impacto diferencial que la crisis económica y financiera global está teniendo sobre la misma. Es cierto que el grado de vulnerabilidad está estrechamente asociado a la dependencia de los flujos de capital del resto del mundo. En el caso de España, como se ha comentado anteriormente, ha sido hacia el endeudamiento de los agentes privados donde de forma muy mayoritaria se ha canalizado la apelación al ahorro exterior. Y el hecho de que la intermediación dominante haya sido la desempeñada por el sistema bancario nacional ha acentuado la propia fragilidad de las empresas bancarias a medida que la crisis se prolonga. Las tensiones de liquidez en gran medida derivadas del comportamiento disfuncional de los mercados mayoristas de financiación bancaria, o la erosión en la calidad de los activos, en especial de los de naturaleza inmobiliaria representativos de algo más del 50% del total al inicio de la crisis, ayudan a explicar las implicaciones adversas que sobre la propia actividad española está teniendo la crisis global.

Sería un error deducir que la severidad de esa crisis invalida el potencial derivado de la creciente internacionalización de la economía española en los últimos años. Su apertura en distintos ámbitos, especialmente a partir de la incorporación a las instituciones europeas, ha sido una consecuencia natural de la propia dinámica de modernización. Un resultado necesario, aun cuando sólo fuera por el conjunto de incentivos y estímulos asociados a esa permeabilidad al comercio y a los flujos financieros internacionales.

Del análisis realizado en páginas anteriores cabe deducir que esa dinámica de internacionalización en modo alguno puede darse por concluida. A las nuevas oportunidades que surgen como consecuencia del espacio comercial abierto con la creciente incorporación de las economías emergentes, se añade la no menos explícita intensificación de la integración financiera global. Si existe una conclusión difícil de contestar en el análisis de ese proceso de internacionalización de nuestra economía, es la necesidad de que nuestros agentes económicos asuman con todas sus consecuencias una integración internacional creciente de la economía española. Desde las empresas de pequeña dimensión, hasta las que operan en sectores aparentemente protegidos, han de ser conscientes de que el espacio relevante hace tiempo que dejó de ser exclusivamente el propio mercado español. Aumentar las cuotas de exportaciones y profundizar en inversiones rentables y de dividendos fácilmente transferibles, constituyen prioridades tanto más asumibles cuanto más débiles son las expectativas de recuperación de la demanda nacional en los próximos años. Las señales favorables aportadas por el sector exterior en estos primeros cuatro años de crisis, lejos de representar un recurso de emergencia, pueden significar, al menos en muchos casos, el reflejo de esas irreversibles apuestas a una internacionalización inteligente.

## Referencias bibliográficas

- AFI (2009): *España en contraste: crecimiento económico*. Vol. II. Directores: Emilio Ontiveros, Francisco J. Valero y Sara Baliña
- AFI e ICEX (2010): “Internacionalización, empleo y modernización de la economía española”.
- BCE (2012): “Euro Area cross-border financial flows”. Boletín Mensual. Febrero.
- DE LA DEHESA, G. (2011): “¿Qué determina la competitividad en la eurozona?”; en *El País*.
- FEDEA y MCKINSEY&COMPANY (2010): “Una agenda de crecimiento para España”.
- FERNÁNDEZ-OTHEO, C. (2012): “El patrón inversor español en el exterior. Dimensión y rentabilidad”. *Economistas*. Colegio de Madrid.
- GONZÁLEZ, M. J., RODRÍGUEZ, A. y TELLO, P. (2012): “La respuesta de las empresas exportadoras españolas a los cambios del comercio mundial (2008-10)”. Boletín Económico del Banco de España.
- GORDO, E. y TELLO, P. (2012): “La competitividad de la economía española en la UME”. *Economistas*. Colegio de Madrid.
- BERGES, A., ONTIVEROS, E. y VALERO, F. (2011): “La internacionalización del sistema financiero español”. Un siglo de historia del sistema financiero español. Malo de Molina, J. y Martín-Aceña, P., eds.
- MENÉNDEZ, A. y MÉNDEZ, M. (2011): “Evolución de las inversiones en el extranjero de las empresas no financieras españolas e implicaciones para su estructura financiera y rentabilidad”. Boletín Económico del Banco de España.
- MYRO, R. (2012): “La competitividad exterior de la economía española y sus determinantes”. *Economistas*. Colegio de Madrid.
- SANTISO GUIMARAS, J. (2007): “La internacionalización de las empresas españolas: hitos y retos. ICE. La internacionalización de la empresa española”.



# LA INVERSIÓN INTERNACIONAL DE LA EMPRESA ESPAÑOLA. LOS EFECTOS DE LA CRISIS

Rafael Myro y Carlos Manuel Fernández-Otheo  
Universidad Complutense de Madrid

## Resumen

Durante el decenio de 1990, las empresas españolas iniciaron un proceso de inversión en otros países que se aceleró de forma muy notable en la década siguiente, en el período expansivo que siguió a la crisis de las *punto.com*, de forma que, en 2007, al final de ese período, España poseía el 3,7% del *stock* de inversión extranjera directa (IED) mundial, y obtenía de él una elevada rentabilidad. En un corto período pues, la importancia de España en este terreno superaba a la que tiene en las exportaciones mundiales de bienes e igualaba a la que posee en las de servicios, merced al turismo. A continuación se aborda cómo han gestionado las empresas españolas sus inversiones en el exterior en la etapa de crisis, buscando con ello añadir evidencia acerca de la fortaleza de un patrón inversor que ha dado muestras claras de solidez, pero también, conocer mejor sus debilidades. Con el mismo objetivo, también se profundizará en su configuración por países y sectores, un extremo menos conocido.

## Abstract

*During the 1990's Spanish companies started an investment program in other countries which gathered speed noticeably in the following decade, in the period of expansion which followed the dot com crisis. In 2007, at the end of that period Spain held 3.7% of the world DFI (Direct Foreign Investment) and got a very profitable return on it. A short time later the importance of Spain in that terrain was even greater than that of its ranking in goods exports and, thanks to tourism, drawing even in services. The following is an appraisal of the management of foreign investments by Spanish companies and the aim is to add evidence to the strength of an investment pattern of proven solidity but also to find out its weaknesses. Although it is a slightly less well known area, we will also go into its composition by country and sector in greater detail.*

## 1. Introducción

Durante el decenio de 1990, las empresas españolas iniciaron un proceso de inversión en otros países que se aceleró de forma muy notable en la década siguiente, en el período expansivo que siguió a la crisis de las *punto.com*, de forma que, en 2007, al final de ese período, España poseía el 3,7% del *stock* de inversión extranjera directa (IED) mundial, y obtenía de él una elevada rentabilidad. En un corto período pues, la importancia de España en este terreno superaba a la que tiene en las exportaciones mundiales de bienes e igualaba a la que posee en las de servicios, merced al turismo.

Este proceso, tan ambicioso y exitoso, admite poco parangón, y ha alterado la imagen que poseíamos de nuestras grandes empresas, acostumbradas a vivir de y para el mercado interior. En trabajos anteriores, hemos dado cuenta de su evolución, estructura por sectores de actividad y por países de localización, así como de su rentabilidad<sup>1</sup>, como también lo han hecho otros estudiosos en estos y en otros diversos aspectos<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> El patrón inversor, su evolución y sus puntos fuertes y débiles, la medición del esfuerzo inversor realizado por las empresas, o su rentabilidad, entre otros aspectos, han sido abordados en distintos trabajos por los autores. Por ejemplo, Fernández-Otheo y Myro (2008), Myro y Fernández-Otheo (2011), Myro, Álvarez, Fernández-Otheo y Vega (2011) y Fernández-Otheo (2012).

<sup>2</sup> Por ejemplo, los informes anuales: Esade-Icex (2010), Círculo de Empresarios-Wharton (2011), o más centrados en el ámbito empresarial: Durán (2002), Guillén y Canal (2007), Gordo, Martín y Tello (2008). Sobre la rentabilidad de la IED en el exterior, véase Banco de España (2007).

Pues bien, nuestra preocupación aquí es ver cómo han gestionado las empresas españolas sus inversiones en el exterior en la etapa de crisis, buscando con ello añadir evidencia acerca de la fortaleza de un patrón inversor que ha dado muestras claras de solidez, pero también, conocer mejor sus debilidades. Con el mismo objetivo, también se profundizará en su configuración por países y sectores, un extremo menos conocido.

Para este ejercicio, que exige comparaciones internacionales, utilizamos la información que suministra la OCDE de flujos y *stocks* de IED.<sup>3</sup> Para actualizar los *stocks* a 2011, con el fin de captar los cuatro años de crisis ya acumulados, añadimos a la última cifra ofrecida por la OCDE, correspondiente a 2010, una estimación de su evolución en durante 2011, basada en la dinámica de los flujos en los tres primeros trimestres de ese año, que no se acompaña de los ajustes de valoración habituales (variaciones de precios de los activos, tipos de cambio...). Además de esta información, se utiliza la del Registro de Inversiones Exteriores de España (RIE), que ofrece valores de la Posición de Inversión Exterior de España (PIED), obtenida mediante la suma de los fondos propios contables de las empresas inversoras en sus participadas en otros países y de la financiación obtenida de la casa matriz y otras filiales del grupo. El último año para el que se dispone de esta información es 2009.

La exposición se ordena de la siguiente manera. En un primer apartado se muestra la evolución comparada del *stock* de IED de España durante los años 2007-2011. En los apartados segundo y tercero se abordan las perspectivas sectorial y geográfica, respectivamente. Finalmente, en un cuarto y último apartado, se utiliza la matriz sectores-países de destino para profundizar en los cambios estudiados en los epígrafes anteriores. El trabajo se cierra con unas breves conclusiones.

## 2. La crisis y la IED. Una perspectiva comparada

Los flujos de IED mundial están estrechamente relacionados con el ciclo económico, lo que se traduce en su descenso pronunciado en los primeros años de la actual crisis, y en su atenuación posterior (Gráfico 1), al comenzar el proceso de ajuste y vislumbrarse tímidas recuperaciones que no han acabado por apuntalarse, y no parece que vayan a hacerlo durante 2012, año para el que se prevé una vuelta a la recesión en la Unión Europea. En cualquier caso, a tenor de las altas cifras que durante los años anteriores se alcanzaron, muy superiores a las de la década de los noventa y a las de los primeros años de la última década, puede afirmarse que la IED constituye un fenómeno muy consolidado ya en la economía mundial, sustentado no sólo por sus tradicionales agentes, los países desarrollados, sino también, y crecientemente, por los emergentes (muy activos también en las adquisiciones transfronterizas), que han contrarrestado parcialmente la caída de actividad de los primeros durante la actual crisis. Esta, como ya se ha señalado, afecta hoy con especial intensidad a una de las áreas económicas más activas en la inversión, la UE, que en los últimos cuatro años ha perdido tres puntos porcentuales de la posición alcanzada en 2007 (52%).<sup>4</sup>

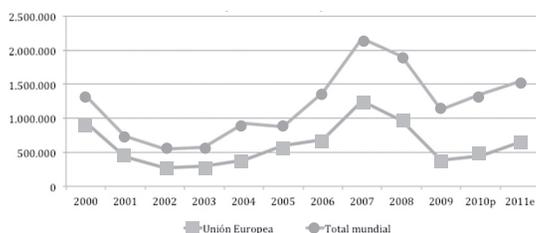
Con mayor detalle puede comprobarse que la evolución reciente de los flujos de los países comunitarios de mayor dimensión, recogida en el Gráfico 2, ha seguido pautas similares a las del conjunto de la OCDE y mundial, aunque registrando disminuciones de más calado en los últimos años.

No obstante, la posición relativa de estos países en la IED mundial sigue siendo muy fuerte, según puede comprobarse en el Gráfico 3, que combina datos de niveles y variaciones en

<sup>3</sup> Sobre la metodología, véanse: OCDE (2008, 2011a).

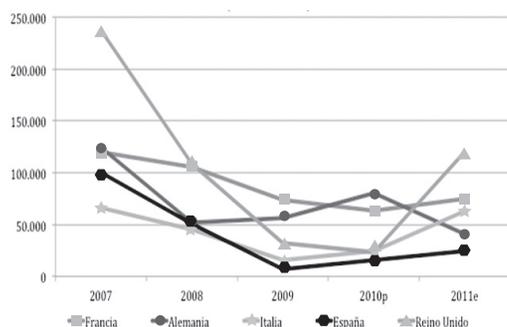
<sup>4</sup> Información reciente sobre las tendencias de la IED pueden verse en OCDE (2011b) y UNCTAD(2011a,b).

Gráfico 1  
Evolución de los flujos de IED en el exterior de la Unión Europea y del total mundial (2000-2011). En millones de dólares



Fuente: OCDE.

Gráfico 2  
Evolución de los flujos de IED en los principales países comunitarios (2008-2011). En millones de euros



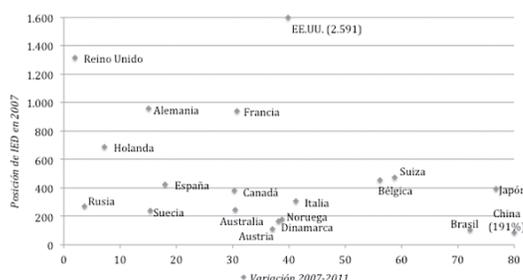
Fuente: OCDE.

los *stocks*, mostrando en el eje de ordenadas el *stock* que poseían en 2007, y en el de abscisas, su variación durante la crisis (de 2008 a 2011, ambos años incluidos). Los *stocks* no han dejado de crecer (entre un 20-30% entre 2007 y 2011), aunque no a las tasas de los años anteriores de esplendor, 2006 y 2007. En suma, al finalizar 2011, siete países de la UE siguen figurando entre los diez primeros inversores mundiales. El gráfico es bien expresivo también del gran salto realizado por los países emergentes, y de modo especial China y Brasil; en contraste, el parco crecimiento de Rusia.

España, donde la crisis está teniendo especial virulencia, ha mostrado un crecimiento de su *stock* de inversión en el exterior del 22%, muy lejos de Brasil o China, y también por debajo de Italia o Francia y de otros países europeos pequeños; similar, sin embargo, al de Alemania o Suecia y muy superior al del Reino Unido, prácticamente inalterado. Como consecuencia de esta evolución, su cuota en el *stock* mundial se redujo del 3,7% en 2007 al 3,3% en 2011, bastante menos que la de Reino Unido y Holanda, y algo menos que la de Alemania, pero aun así perdió algo de peso en la UE-27 (sólo 3 décimas, pasando de 7,1 al 6,8%).

Para el conjunto de la UE-27 y la zona euro, esta pérdida de cuota es sobre todo el reflejo del impresionante ascenso de las economías emergentes, y muy especialmente de China, de ahí que España mantenga prácticamente su cuota en la Europa comunitaria. Pero también sugiere que las empresas han necesitado desprenderse de activos empresariales en el exterior para atender el saneamiento de la casa matriz. Desafortunadamente, este proceso desinversor no puede ser captado mediante las balanzas de pagos, origen de las cifras que se comentan aquí, al ofrecerse estas en términos netos, por lo que poco puede decirse al respecto.

**Gráfico 3**  
Evolución de los *stocks* en el exterior de los principales inversores mundiales (2007-2011). En millones de euros y porcentajes



Nota: Excluida en Holanda y Austria la IED de intermediación (Sociedades ETVE).

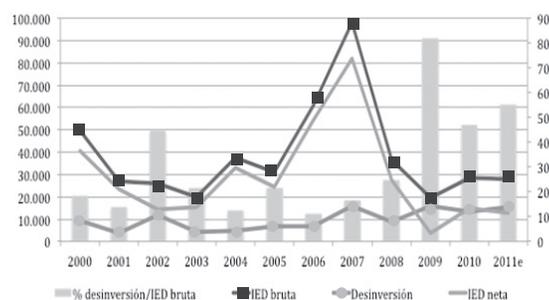
Fuente: Elaborados con datos de OCDE.

En el caso de España, sin embargo, si es posible captar, de alguna manera,<sup>5</sup> la evolución de las desinversiones a través de una segunda fuente, el Registro de Inversiones Exteriores. Pues bien, como puede verse en el Gráfico 4, estas aumentaron de manera significativa ya desde 2007, sobre todo en relación con la inversión bruta anual, que disminuyó, pero sin alcanzar cifras muy alarmantes, ni desde luego frenar el ascenso en el *stock* de IED, como ya se ha puesto de manifiesto anteriormente. De esta forma, si bien es claro que la crisis ha comprometido la inversión en el exterior de las empresas españolas, rompiendo el proceso de rápido ascenso seguido en los años anteriores, también lo es que no lo ha hecho hasta ahora de forma acusada, y aún menos en términos comparados con otros principales países de la UE, lo que debe interpretarse como un signo más de la fortaleza del patrón inversor español.

Por otra parte, sabido es que una proporción elevada de los flujos de IED proviene de adquisiciones empresariales transfronterizas. Pues bien, aquí España ha desempeñado un papel más activo que el resto de países comunitarios, a pesar de sus mayores restricciones crediticias. De hecho,

<sup>5</sup> Téngase en cuenta que los flujos recogidos por el Registro están infravalorados, al no seguir la metodología del FMI sobre la IED (*V Manual*). Véase, al respecto, los informes anuales del Registro de Inversiones Exteriores.

**Gráfico 4**  
Evolución de los flujos de IED de España en el exterior (2000-2011). En millones de euros y porcentajes



Fuente: Elaborados con los datos del Registro de Inversiones Exteriores.

habría sido el segundo país comunitario (después de Reino Unido) por número de acuerdos (más de quinientos) y por el volumen implicado en estas operaciones (15% del total) en el periodo 2008-2011. Especial atención merecen, por su volumen, las adquisiciones accionariales del último año: la brasileña Vivo por parte de Telefónica, el banco polaco Bank Zachodni WBK por parte del Santander y el turco Turkiye Garanti Bankasi por el BBVA, o la estadounidense Telecris Biotherapeutics por Grisol, todas ellas con una valor por encima de los 3.000 millones de dólares. Con mayor relieve pues que en otros países, la crisis parece haber propiciado el aprovechamiento de oportunidades para la implantación en el exterior de aquellas empresas con mejor posición financiera.

Resumiendo lo expuesto, todo parece avallar el alto grado de madurez alcanzado por las empresas españolas en la inversión internacional, aun cuando deba esperarse de ellas un esfuerzo adicional que lleve a España a igualar el nivel de *stock* de IDE sobre el PIB que como media registra la UEM, que se apoya en las abultados volúmenes alcanzados por Holanda, Reino Unido, Suecia o Francia (por encima del 70%). Debe advertirse, en cualquier caso, que España se encuentra ya por encima de Alemania y, sobre todo, de Italia, lo que

resulta muy destacable al no tratarse de un país que destaque por su tradición inversora y por su I+D, aspectos clave en el proceso de internacionalización productiva, lo que, por otra parte, muestra la complejidad y versatilidad de los procesos de desarrollo. En definitiva, el patrón inversor sigue siendo muy sólido. Ciertamente, la crisis ha afectado a su expansión, moderando su crecimiento, pero, al cerrarse 2011, su valor podría estimarse en más de 500.000 millones de euros, una quinta parte más de lo que alcanzaba en 2007.

### 3. Una perspectiva sectorial del impacto de la crisis en la inversión exterior

Esta primera descripción de las dimensiones globales de la inversión exterior de las empresas españolas, de su comportamiento en los recientes años de crisis, y de la posición comparada que alcanza al final de ese problemático año que ha sido 2011, preludio de una nueva recesión que se hará realidad al menos durante 2012, debe ser completada con una perspectiva sectorial y espacial, con el fin de captar en qué medida la crisis actual ha alterado la configuración anterior de la IDE. Para su análisis es preciso transitar a las estadísticas del Registro de Inversiones Exteriores, conjugando la Posición de IED (PIED), o *stocks*, provenientes de los balances empresariales, (fondos propios contables más financiación intragrupo), con los flujos recogidos en las operaciones de IED realizadas anualmente desde 2009, último año para el que se dispone de cifras de *stock*.<sup>6</sup>

El sector servicios ha sido el pilar de la internacionalización española desde mediados de la década de los noventa (67% en 2007), si se tiene

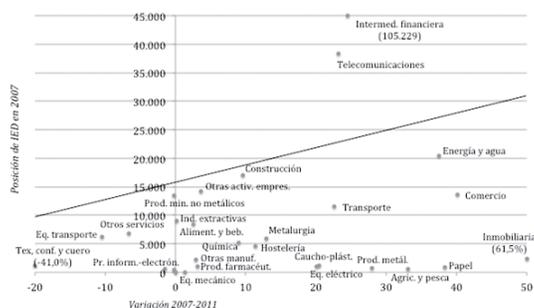
en cuenta el volumen invertido. Las manufacturas figuran en segundo lugar (16,6%) y a continuación energía y agua, construcción e industrias extractivas (7%, 6% y 3%, respectivamente). La concordancia con la estructura productiva es evidente, y no pasa desapercibido que dicha composición refleja bastante bien dónde se encuentran las ventajas competitivas de las empresas españolas así como sus limitaciones tecnológicas. La presencia de Agricultura, ganadería y pesca, es, por otra parte, testimonial.

Pues bien, el periodo de crisis ha afectado de modo desigual a las distintas actividades, como puede verse en el Gráfico 5. La mayoría de los servicios crecieron a buen ritmo, por encima de la media en los casos de comercio, actividad inmobiliaria, y transporte, y en los dos principales: banca, seguros y pensiones (que ha continuado su estrategia inversora a pesar de sus problemas en España) y telecomunicaciones; otras actividades empresariales apenas se ha movido, y la parte negativa correspondió a otros servicios.

Las manufacturas ofrecen un perfil bien distinto. Por un lado, de los dos sectores más destacados en la inversión, uno se estancó (otros productos de minerales no metálicos) y el otro retrocedió (equipo de transporte). Tímidos avances se observan, sin embargo, en metalurgia y química, los siguientes en importancia. Una evolución mucho más favorable se constata entre las actividades menos significativas en el plano inversor, que son de variado nivel tecnológico (papel, productos metálicos, caucho y plásticos y equipo eléctrico). En cambio, permanecen inalteradas en sus cifras de 2007 las actividades de productos farmacéuticos (no parece haberse registrado la ya mencionada operación de la empresa Grifols en 2011), otras manufacturas, alimentación, bebidas y tabaco, maquinaria y equipo mecánico y productos informáticos y electrónica. Por último, cae abruptamente textil, confección y cuero.

<sup>6</sup> La información estadística utilizada excluye la actividad de las denominadas Entidades Tenedoras de Valores Extranjeros (ETVE) controladas por no residentes, es decir, la IED asociada explícitamente con papel de España como país de tránsito hacia los países destinatarios últimos. Más detalles sobre esta cuestión pueden verse en Banco de España (2011), los informes anuales del Registro de Inversiones Exteriores, o en Fernández-Otheo (2012).

Gráfico 5  
Evolución sectorial de los *stocks* de IED de España en el exterior (2007-2011).  
En millones de euros y porcentajes

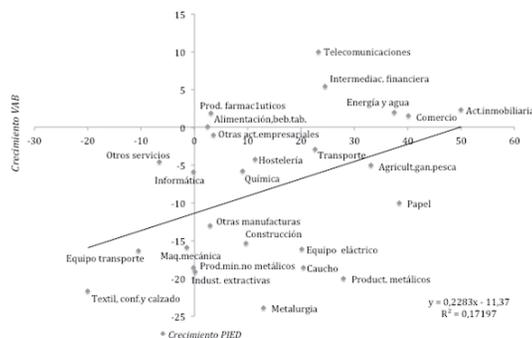


Fuente: Registro de Inversiones Exteriores. Elaboración propia.

Especialmente dinámico se ha mostrado el sector de energía y agua, y en particular las actividades de generación de electricidad ligadas a las energías renovables, de igual modo que agricultura, ganadería y pesca; también lo ha hecho construcción, sin duda empujado por la debilidad de la demanda interna; en tanto que industrias extractivas no se ha movido.

De forma resumida, tal y como revela la línea de tendencia dibujada en el Gráfico 5, existe una cierta asociación positiva entre los grandes inversores en el exterior y los que más aumentan la inversión en los años de crisis, indicativa de que la inversión de España en el exterior ha visto reforzadas sus bases sectoriales en el período de crisis. Sin embargo, esta asociación no es muy estrecha, porque descansa sobre todo en el elevado protagonismo de las telecomunicaciones y de intermediación financiera; y también de energía, construcción, transporte y comercio. Por el contrario, entre los inversores menores, se vislumbra una tendencia a un mayor crecimiento de los situados en la escala inferior del *stock* de IED (caucho y plástico, productos metálicos, equipo eléctrico, papel e inmobiliarias). Esta tendencia es muy positiva, y debe ser resaltada, porque promueve una menor concentración sectorial de

Gráfico 6  
Relación sectorial entre el VAB y *stock* de IED (2007-2010). En porcentajes



Fuente: INE y Registro de Inversiones Exteriores. Elaboración propia.

la IDE, e indica una incorporación de un número mayor de sectores a la inversión exterior. Por otra parte, resulta preocupante el retroceso de equipo de transporte y de otros servicios; en tanto que el más pronunciado repliegue de todos ellos, textil, confección, cuero y calzado, muy poco inversor, requiere de más información para explicar su comportamiento.

Sin duda los factores que pueden explicar la dinámica de los diferentes sectores en la inversión durante estos años son varios y de diferente naturaleza. Pero entre ellos aparentemente desempeña un papel importante la crisis. En efecto, el Gráfico 6 muestra una relación positiva y significativa entre la evolución registrada por el valor añadido entre 2007 y 2010, el último año para el que la CNE ofrece datos, y la del *stock* de IDE, que se mide en el eje de ordenadas.

En una perspectiva de los grandes agregados, la evolución de la IDE en servicios y energía y agua ha sido más positiva, de acuerdo con su trayectoria productiva en el interior de España. Lo contrario ha sucedido con las manufacturas. Con más detalle, destacan algunos sectores en los que su valor añadido ha caído mucho, al tiempo que ha aumentado de forma notable su inversión exterior (papel, productos metálicos, equipo eléctrico, cau-

cho y plásticos) y aquellos en los que ha ocurrido lo contrario, que su mejor situación relativa en estos años de crisis no ha impulsado su inversiones fuera de España (productos farmacéuticos, alimentos y otras actividades empresariales).

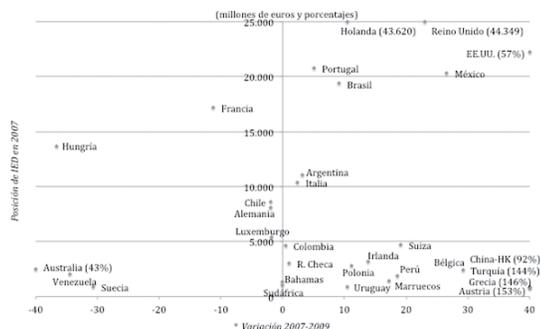
#### 4. La estructura espacial de la IED española

El análisis de los países de localización de las inversiones es el siguiente paso que debe darse en el estudio de la IED durante la crisis. Reviste una mayor complejidad que el de los sectores, observándose diferencias considerables, para algunos países muy relevantes, entre lo recopilado como flujos, en un primer momento, y lo que declaran las empresas inversoras como PIED, más adelante.<sup>7</sup> Para solventar en parte estos problemas, se fracciona el análisis en dos periodos: se parte, en el primero, de la PIED de 2007 y de la variación de los flujos entre dicho año y 2009, que recoge el primer impacto de la crisis, mientras que en el segundo se toma la PIED de 2009 y la variación estimada de los flujos hasta 2011. Se muestran, de este modo, en dos gráficos los resultados para los principales países receptores (definidos como aquéllos que reciben más de 700 millones de euros en 2009 y 2011).

En los años iniciales de la crisis (2007-2009) (Gráfico 7a), casi todos los principales países destinatarios de la inversión española (por encima de 15.000 millones de euros) vieron crecer el volumen de fondos recibidos de nuestro país, en unos casos en proporciones muy elevadas, como Estados Unidos, Reino Unido, México, y en otros moderadamente (Holanda, Brasil y Portugal), siendo Francia el único país con flujos netos ne-

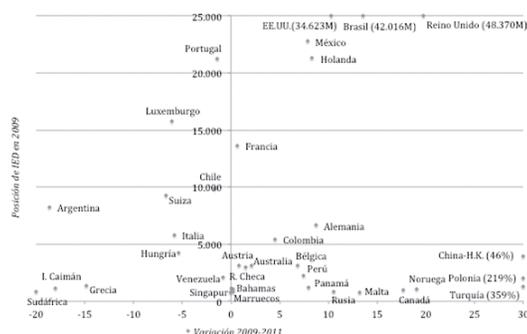
gativos. En el grupo intermedio, con volúmenes entre 5.000 y 15.000 millones, son más numerosos los países que muestran retrocesos en los fondos recibidos desde España, de forma leve en el caso de Chile o Alemania, o muy fuerte en el de Hungría, que aquellos que registran avances, aunque sea de pequeña dimensión (Argentina, Italia). Por debajo

Gráfico 7a  
Evolución del stock de IED de España en el exterior según países (2007-2009).  
En millones de euros y porcentajes



Fuente: Registro de Inversiones Exteriores. Elaboración propia.

Gráfico 7b  
Evolución del stock de IED en el exterior según países (2007-2011).  
En millones de euros y porcentajes



Fuente: Registro de Inversiones Exteriores. Elaboración propia.

<sup>7</sup> Se ha dicho ya que los flujos contabilizados por el Registro no incluyen las transacciones realizadas como financiación relacionada dentro del mismo grupo, al margen de otras partidas; téngase en cuenta, además, que las operaciones pueden asignarse al "país inmediato" (en aquellos casos en que ese país participe de estrategias de intermediación) y al "país último", verdadero destinatario de la inversión. El hecho de que Holanda sea el país donde se advierten cambios radicales en sus cifras entre periodos avala la existencia de este tipo de problemas.

de 5.000 millones, muchos países receptores de los fondos españoles mejoran su posición inicial, tanto entre los comunitarios (Austria, Bélgica o Irlanda), como entre los emergentes (China, Turquía), o vecinos, como Marruecos; correspondiendo desinversiones muy significativas a Australia, Venezuela o Suecia. En conjunto, la media de crecimiento de la treintena de países que concentran el grueso de la inversión fue del 8%.

Lo interesante de este período es que el crecimiento de la IDE española se centra en parte de los países destinatarios tradicionales, pero también en otros con escasa presencia de nuestras empresas en términos cuantitativos, como Marruecos, Turquía, Austria o China.

En los años finales del periodo, 2009-2011 (Gráfico 7b), el crecimiento medio de los flujos enviados a los principales países decae ligeramente, indicando sin duda la acumulación de años problemáticos y la falta de perspectivas claras de recuperación de la economía española. Los grandes receptores siguen siendo los mismos ya citados, aunque con un cambio significativo de posiciones entre Holanda y Brasil; Reino Unido lidera la tasa de crecimiento, casi al mismo nivel que en el periodo previo, y Brasil también la mejora, concentrando las preferencias de las empresas en el área latinoamericana; Estados Unidos, Holanda y México siguen recibiendo capitales, mientras se detienen los flujos dirigidos a Francia y se repatrian algunos capitales desde Portugal.

En el grupo intermedio (entre 15.000 y 5.000 millones) es patente la recuperación de la inversión dirigida a Alemania, al contrario de lo que ocurre con la orientada hacia Argentina y, aunque en menor grado, a Suiza e Italia. Ya en un tercer nivel en cuanto a la posición inversora, países como Grecia y Hungría se han visto muy afectados por la crisis, lo que habría originado el retorno de inversiones hacia España. Con todo, son más los países que mantuvieron posiciones neutras o crecimientos moderados; y destacan por

el extraordinario vigor de los flujos, una vez más, Turquía y China, a los que se añade ahora Polonia.

De nuevo, en esta segunda etapa de la crisis, son los grandes países destinatarios quienes justifican el grueso del crecimiento del *stock* de IDE, lo que no desmerece el esfuerzo inversor realizado por España en muchos otros. Frente a lo visto en la fase previa, la creciente gravedad de la situación se advierte ahora en el retroceso de las cifras de un mayor número de países, entre ellos Argentina y Hungría de forma destacada.

Si bien es cierto que el patrón geográfico de la IDE española no ha variado mucho durante la crisis, sobre todo por áreas, sí se ha alterado su estructura por países. Dentro de Latinoamérica se ha primado a Brasil, muy especialmente, a Perú y a Colombia; en cambio Argentina está siendo la gran perdedora (por razones quizá próximas a la esfera política) y, en alguna medida, Chile. Por otro lado, la localización de las inversiones se ha hecho más centroeuropea y oriental, con mayor presencia de Austria, Polonia, Turquía y, más allá, China; dentro de la UE, se ha orientado hacia los países con menores problemas, permaneciendo relativamente estables las dirigidas a Francia, Portugal e Italia, y retirándose capital de Hungría y Grecia. Así pues, conviven la incertidumbre económica de unos y las prometedoras perspectivas de otros con cambios en las estrategias de internacionalización, que primarían la cercanía de Marruecos, por ejemplo, y la cada vez más decidida apuesta por países apenas explorados hasta ahora y de gran tamaño y crecimiento.

En todo caso, son cambios que parecen mostrar y afianzar la fortaleza del patrón inversor de España en el exterior. El examen de las cuotas alcanzadas en cada país refuerza aún más esta conclusión, confirmando al tiempo trayectorias ya marcadas antes de la crisis (Fernández-Otheo, 2012). En trece países (con inversiones por encima de 1.000 millones de euros) la cuota aumentó entre 1 y 10 puntos porcentuales, y sólo en tres

disminuyó. Entre los primeros están los pilares del patrón actual: Brasil, México, Reino Unido, Estados Unidos, Portugal, Francia o Turquía. Los tres en los que disminuyó fueron Argentina, Chile y Perú (éste a pesar del incremento de nuestras inversiones).

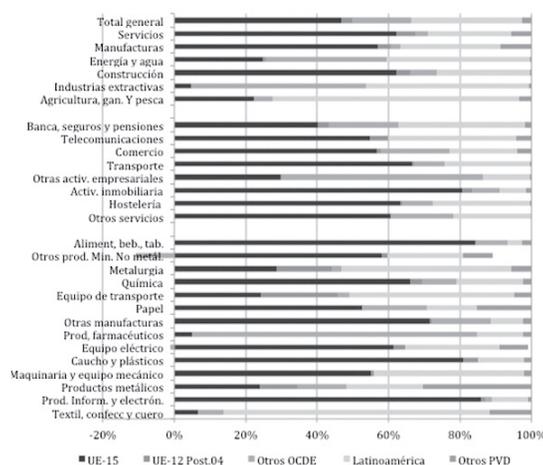
Por lo demás, los cambios observados en América Latina podrían guardar alguna relación con la irrupción de China, cuyos flujos igualaron a los de España en 2010 y los superaron con creces en 2011 (OCDE 2011), aunque los sectores de localización de España y China no coinciden.

## 5. La matriz inversora de España: combinación de actividades y países

Algunas pautas evolutivas descritas hasta ahora pueden encontrar explicación en la diversa naturaleza sectorial de la inversión realizada en cada país. Por otra parte, el cruce de sectores de actividad y países, o matriz inversora, permite un conocimiento más profundo de la estructura de la IED española, de forma que el análisis de este apartado buscará también resaltar algunas fortalezas poco conocidas del patrón inversor. Desafortunadamente, la evolución de esta matriz durante la crisis sólo es factible para la primera parte de ella, de 2007 a 2009, y aun así, se deja aparte aquí la matriz completa por razones de espacio. El análisis se centra, por tanto, en dos aspectos: el primero describe brevemente el patrón de inversión que se desprende de ella; el segundo, trata de encontrar explicaciones adicionales a la evolución anteriormente descrita de la IED española en ese cruce entre sectores y países.

Un acercamiento simplificado a esa matriz se obtiene si agrupamos los países en áreas geográficas (Gráfico 8). Para empezar, en 2009 todas las actividades con excepción de dos (agricultura, ganadería y pesca y textil) tenían la mitad de su *stock* inversor en países de la OCDE, mostrando

Gráfico 8  
Composición del *stock* de IED de España en el exterior por sectores y áreas geográficas (2009).  
En porcentajes



Nota: (1) Se excluyen países receptores de más de 600 millones de euros; ordenados según la importancia de los subsectores en la IED. (2) En PVD: China, Turquía, Rusia, Sudáfrica y Marruecos.

Fuente: Registro de Inversiones Exteriores. Elaboración propia.

muchas de ellas una preferencia por países de la UE (más concretamente de la UE-15). También se observa que las manufacturas se concentran más en la UE que las restantes actividades, al tiempo que localizan una mayor proporción de sus inversiones en países en desarrollo diferentes de los latinoamericanos. Pero, ciertamente, son pocas las actividades que no tienen presencia en todas las áreas consideradas, lo que habla de un patrón inversor, de una parte, extendido a todo el mundo, y de otra, localizado predominantemente en países avanzados. Una prueba más de su solidez.

Pueden añadirse algunos detalles adicionales, también referidos a las características sectoriales del *stock* en los países destinatarios, a partir del examen de la Tabla 1. En primer lugar, los sectores que lideran la IDE, intermediación financiera, telecomunicaciones y energía y agua poseen un elevado volumen de inversión media por país, concentrando su actividad en Estados Unidos, Reino Unido, Portugal, Brasil, México, Argentina

y Chile; y congregan además un notable número de empresas, sobre todo en el primer sector citado, que no requiere de grandes economías de escala. También aglutinan un número apreciable de empresas muy grandes, con inversiones por encima de 1.000 millones de euros.

Un segundo grupo de sectores, construcción, comercio, transporte, otros productos de minerales no metálicos, actividades empresariales e industrias extractivas, participan de igual modo de este perfil, pero sus inversiones por país son sensiblemente menores y también lo es el número de empresas grandes, lo que justifica su menor peso en el *stock* total. Difieren más entre ellos, por otra parte, en su dispersión geográfica: construcción se centra en la UE-15 y México, Brasil y Chile, con un pie en Estados Unidos, al igual que comercio, que ha ido extendiendo sus actividad por China y Turquía; transporte está en la UE y en Chile; extractivas se concentra en Estados Unidos, Australia y Argentina; otras actividades empresariales se localiza en la UE-15 y en Suiza, con extensiones moderadas en algunos países de Latinoamérica; por último, otros productos de minerales no metálicos está muy diversificado.

Como cabe esperar de la naturaleza del tejido productivo español, manufacturas alcanza cifras más reducidas de inversión media y de grandes empresas, pero, también muestra una mayor diversificación por áreas y países, algo que no puede dejar de sorprender, pero que probablemente guarde relación con un mayor relieve del fenómeno del *offshoring*, la producción de partes y componentes en países de mano de obra más barata. Esto parece evidente en el caso de Marruecos, donde lidera la IED española, y es extensible a Asia, donde sólo intermediación financiera acompaña a las manufacturas.

Veamos ahora en qué medida los cambios en la matriz de inversión entre 2007 y 2009 explica la evolución de la IED descrita en los apartados anteriores. Únicamente se acomete el análisis de

una parte de la información que proporciona dicha matriz: aquellas actividades en las que el *stock* de IED ha menguado o ha crecido muy poco, y aquellos países en los que las empresas españolas han aumentado escasamente sus inversiones o las han reducido. La Tabla 2 ofrece esta información.

Por lo que respecta a las inversiones en industrias extractivas, su lento crecimiento está relacionado con la desinversión producida en Argentina. Este país, no obstante, se ha enfrentado a otras desinversiones españolas que tienen una raíz sectorial, a juzgar por su extensión a otros países, en concreto en otras manufacturas, otras actividades empresariales y otros servicios. La diversidad de actividades en estos sectores y la multiplicidad de empresas medianas y pequeñas dificulta un análisis más detenido de este asunto. En todo caso, son países de la UE (Reino Unido, Francia y Portugal) los que presentan disminuciones más importantes de la IED española, que, aparentemente, se desplaza a otras áreas. Esto es particularmente claro en el caso de otras actividades empresariales, donde el *stock* global de IDE creció de 2007 a 2009. También la desinversión de las industrias extractivas en Argentina (extracción de crudos de petróleo, en particular) ha sido compensada con inversiones en otros lugares. Puede verse así que la crisis (aunque se trata aquí de su primera fase) no ha impedido la relocalización de las inversiones españolas en el mundo.

En cambio, la reducción en el textil, confección, cuero y calzado es consecuencia, básicamente, de la impresionante desinversión (el *stock* se ha quedado reducido a menos de la mitad) que tuvo lugar en el Reino Unido. Lo mismo puede decirse de los sectores de otros productos de minerales no metálicos y de transporte, reflejando una notable remodelación sectorial de las actividades empresariales españolas en el Reino Unido, si bien las disminuciones comentadas, algunas derivadas de requerimientos explícitos del regulador de la actividad (la venta de aeropuertos

Tabla 1  
Características sectoriales del *stock* de IED en los países receptores (2009)\*

| Sectores                               | Inversores (número) <sup>**</sup> | Países con alta PIED (>media)   | Inversión media PIED país (mill. euros) | Intervalos de la PIED (mill. euros) |           |            |            |            |
|--|-----------------------------------|---|---|-------------------------------------|-----------|------------|------------|------------|
|  |                                   |   |   | >1.000                              | 500-1.000 | 100-500    | 10-100     | >10 M      |
| Agricultura, ganadería y pesca         | 43                                | Chile, Argentina, Portugal, Perú  | 36,7                                    |                                     |           | 3          | 9          | 12         |
| Industrias extractivas                 | 9                                 | Australia, Argentina, EEUU, Bolivia, Perú, Colombia   | 488,3                                   | 3                                   | 3         | 7          | 3          | 16         |
| Energía y agua                         | 84                                | EEUU, Brasil, R. Unido, Chile, Colombia, México, Portugal   | 703,1                                   | 7                                   |           | 11         | 11         | 29         |
| Alimentación, bebidas y tabaco         | 120                               | R. Unido, Francia, Holanda, Portugal, EEUU, Marruecos   | 355,9                                   | 2                                   | 3         | 6          | 14         | 25         |
| Textil, confecciones y cuero           | 11                                | Brasil, Chile, Marruecos, EEUU, México  | 23,3                                    |                                     |           | 1          | 7          | 8          |
| Papel                                  | 14                                | Turquía, R. Unido, Rusia, Italia  | 118,3                                   |                                     |           | 7          | 9          | 16         |
| Metalurgia                             | 36                                | Brasil, Hungría, Portugal, Irlanda, Alemania, Sudáfrica   | 266,0                                   | 2                                   | 2         | 9          | 8          | 21         |
| Productos metálicos                    | 99                                | Turquía, Colombia, EEUU, México, Polonia, Portugal, Brasil, R. Unido, Italia  | 26,8                                    |                                     |           | 1          | 17         | 18         |
| Otros productos minerales no metálicos | 100                               | Luxemburgo, Perú, R. Checa, México, Francia, Portugal, Singapur, Brasil, Grecia, Colombia, Sudáfrica, Argentina, Egipto     | 296,2                                   | 3                                   | 7         | 12         | 15         | 37         |
| Otras manufacturas                     | 38                                | R. Unido, Francia, EEUU, Portugal, Holanda  | 66,8                                    |                                     | 1         | 4          |            | 15         |
| Química                                | 139                               | Holanda, R. Unido, Portugal, Brasil, Bélgica, Alemania, Argentina, Polonia, Noruega, Turquía, Corea del Sur, Francia, Suiza | 142,2                                   |                                     | 4         | 11         | 12         | 27         |
| Productos farmacéuticos                | 30                                | Suiza, Brasil   | 91,9                                    | 1                                   |           | 1          | 8          | 10         |
| Caucho y plásticos                     | 78                                | Holanda, Costa Rica, Francia, Brasil, Luxemburgo, Portugal, República Checa, R. Unido, Irlanda                              | 41,5                                    |                                     | 1         | 1          | 16         | 18         |
| Maquinaria y equipo mecánico           | 27                                | Brasil, Alemania, R. Unido, Portugal  | 32,1                                    |                                     |           | 3          | 6          | 9          |
| Equipo de transporte                   | 99                                | Brasil, Argentina, Polonia, R. Checa, Alemania, Portugal, Italia, Francia   | 143,2                                   | 1                                   |           | 10         | 9          | 20         |
| Equipo eléctrico                       | 50                                | Alemania, Italia, Brasil, Venezuela, Portugal, Turquía  | 47,7                                    |                                     |           | 4          | 11         | 15         |
| Prod. informáticos y electrónicos      | 3                                 | Holanda, Francia, Italia, Chile   | 25,1                                    |                                     |           | 2          | 3          | 5          |
| Construcción                           | 484                               | Holanda, Francia, Brasil, Portugal, México, EEUU, Alemania, Chile, Polonia  | 359,0                                   | 6                                   | 3         | 6          | 19         | 34         |
| Comercio                               | 870                               | Holanda, EEUU, Portugal, Francia, Brasil, Argentina, Italia, R. Unido, Suiza, Austria                                       | 324,9                                   | 5                                   | 4         | 9          | 20         | 38         |
| Hostelería                             | 132                               | Holanda, México, Luxemburgo, R. Dominicana, Ecuador, EEUU, Italia   | 152,1                                   | 1                                   | 1         | 8          | 13         | 23         |
| Transporte                             | 120                               | R. Unido, Francia, Portugal, Brasil, México, Canadá, EEUU, Suiza  | 210,6                                   | 4                                   |           | 8          | 9          | 21         |
| Telecomunicaciones                     | 49                                | R. Unido, Brasil, Holanda, México, Chile, R. Checa, China, Italia, Argentina  | 1.174,5                                 | 9                                   | 1         | 6          | 3          | 19         |
| Intermediación financiera              | 398                               | Brasil, EEUU, R. Unido, Luxemburgo, México, Portugal, Hungría, Alemania   | 2.468,7                                 | 17                                  | 2         | 8          | 11         | 38         |
| Actividad inmobiliaria                 | 80                                | Francia, Austria, Holanda, EEUU, Portugal, México, Luxemburgo, Alemania, R. Unido   | 162,7                                   | 1                                   | 1         | 8          | 9          | 19         |
| Otras actividades empresariales        | 492                               | Suiza, Holanda, Francia, Brasil, EEUU, México, R. Unido, Portugal   | 167,4                                   | 1                                   | 2         | 7          | 17         | 27         |
| Otros servicios                        | 178                               | R. Unido, Portugal, Suiza, Holanda, Francia, Argentina, Bélgica   | 104,7                                   |                                     | 2         | 8          | 9          | 19         |
| <b>Total</b>                           | <b>3.783</b>                      |   | <b>5.333,4</b>                          | <b>63</b>                           | <b>37</b> | <b>161</b> | <b>278</b> | <b>539</b> |

\* Se incluyen países receptores de más de 100 millones de euros.

\*\* No se incluyen los inversores con menos de dos operaciones de inversión por país.

Registro de Inversiones Exteriores. Elaboración propia.

por la filial de Ferrovial) han sido más que compensadas por aumentos en sectores clásicos de la inversión española: energía y agua, alimentos, intermediación financiera y telecomunicaciones. En esta remodelación también se ha reducido el peso de las actividades inmobiliarias, a causa del apremiante desendeudamiento en que se han visto inmersas las empresas del sector por causa de la crisis; algo similar ha ocurrido en Francia, donde a diferencia del Reino Unido, sí se redujo la importancia de la IED española en los dos años considerados.

La caída en el *stock* inversor que ha registrado equipo de transporte está asociada estrechamente con la inversión española en Alemania. Este país también refleja una remodelación de la naturaleza sectorial de la IED española, aunque no de tanta envergadura como la del Reino Unido; el ascenso del peso de la banca española no llega a compensar la desinversión en otras actividades.

En cuatro actividades, equipo mecánico, equipo eléctrico, productos farmacéuticos y hostelería, el lento aumento de los *stocks* podría obedecer a aspectos sectoriales específicos, pues resulta independiente de los países.

Tabla 2  
Diferencias sectoriales del *stock* de IED en un grupo seleccionado de países (2007 y 2009).  
En millones de euros

| Sector                                 | Alemania      | Argentina     | Australia  | Chile        | Francia       | Grecia     | Hungría       | Portugal   | R. Unido     | Suecia      | Venezuela | Total         |
|--|---------------|---------------|------------|--------------|---------------|------------|---------------|------------|--------------|-------------|-----------|---------------|
| Agricultura, ganadería y pesca         | 0             | 10            | 8          | 16           | 6             | 0          | 0             | 100        | 12           | 0           | 5         | 251           |
| Industrias extractivas                 | 0             | -2.580        | 1.391      | 0            | -12           | 0          | 0             | 5          | -14          | 0           | -183      | 2.918         |
| Energía y agua                         | 27            | 188           | 6          | 1.938        | 70            | 217        | 81            | 1.985      | 2.197        | 0           | 121       | 5.937         |
| Alimentación, bebidas y tabaco         | -6            | 6             | 3          | 20           | -417          | 15         | 0             | -34        | 6.149        | 5           | 2         | 5.440         |
| Textil, confección y cuero             | 1             | -4            | 0          | 22           | 3             | -3         | 0             | -2         | -709         | 0           | 1         | -633          |
| Papel                                  | 0             | 0             | 0          | 42           | 14            | 0          | 0             | -74        | 161          | 0           | 36        | 1.428         |
| Metalurgia                             | 1             | 179           | 0          | 0            | -47           | 0          | 500           | 133        | -20          | -193        | 89        | -2.282        |
| Productos metálicos                    | 28            | 6             | 0          | 0            | 0             | 0          | 0             | -61        | -5           | -19         | -1        | 55            |
| Otros productos minerales no metálicos | 3             | -10           | -856       | -9           | -164          | 376        | 1             | -77        | -781         | 0           | 33        | -858          |
| Otras manufacturas                     | -204          | -332          | 0          | -2.034       | -473          | -214       | 0             | -1.217     | -607         | 0           | -49       | -461          |
| Química                                | -90           | -84           | 9          | 0            | 34            | -7         | -83           | -132       | 64           | -8          | -140      | 972           |
| Productos farmacéuticos                | 8             | 0             | 0          | 7            | -12           | 0          | 0             | 8          | 0            | 0           | 0         | 866           |
| Caucho y plásticos                     | -5            | 11            | 0          | 7            | -2            | 0          | 0             | -12        | 8            | -1          | 17        | 146           |
| Maquinaria y equipo mecánico           | 27            | 0             | 0          | 2            | -2            | -2         | 1             | 19         | 5            | 4           | 9         | 194           |
| Equipo de transporte                   | -1.410        | -112          | 0          | -3           | 19            | 0          | -33           | -20        | 11           | -10         | 11        | -2.211        |
| Equipo eléctrico                       | 220           | -2            | 0          | 0            | -81           | 0          | 0             | -4         | -10          | -6          | 67        | 272           |
| Productos informáticos y electrónicos  | 44            | 3             | -11        | 30           | -27           | 0          | 3             | -2         | -18          | 0           | 0         | 48            |
| Construcción                           | 402           | 49            | 93         | 74           | 2.545         | 5          | 10            | 1.025      | 49           | 0           | 10        | 1.020         |
| Comercio                               | -27           | 294           | 14         | 58           | -63           | 99         | 19            | -47        | 7            | -7          | 46        | 3.744         |
| Hostelería                             | 31            | 42            | 0          | -35          | 66            | 2          | 18            | -196       | 31           | 0           | 114       | 701           |
| Transporte                             | -122          | -93           | 0          | 219          | -210          | 41         | -17           | 330        | -2.181       | 0           | -70       | -2.296        |
| Telecomunicaciones                     | 6             | 1.334         | 0          | 2.056        | 442           | 0          | 0             | 457        | 14.816       | 69          | -15       | 2.947         |
| Intermediación financiera              | 2.521         | 852           | -4         | 1.847        | 1.023         | -26        | 2.969         | 8.347      | 13.960       | 60          | 895       | 3.763         |
| Actividad inmobiliaria                 | 70            | 21            | 10         | 3            | -1.407        | 0          | 48            | -82        | -1.282       | 0           | -2        | -4.697        |
| Otras actividades empresariales        | -2.784        | -610          | -4         | -1.415       | -997          | 4          | -12.918       | -8.203     | -10.925      | -421        | -991      | 3.116         |
| Otros servicios                        | -178          | -2.034        | 0          | -1.548       | -3.893        | 0          | -32           | -1.737     | -16.855      | 7           | 35        | -2.695        |
| <b>Total</b>                           | <b>-1.437</b> | <b>-2.865</b> | <b>660</b> | <b>1.299</b> | <b>-3.584</b> | <b>507</b> | <b>-9.434</b> | <b>509</b> | <b>4.033</b> | <b>-520</b> | <b>51</b> | <b>22.248</b> |

Fuente: Registro de Inversiones Exteriores. Elaboración propia.

Algunos de los ajustes que parecen tener un carácter sectorial explican, sin embargo, la reducción de la IDE española en algunos países. En efecto, esta disminuye de forma importante en Argentina, Francia y Hungría, en valores muy parecidos e incluso inferiores a la caída de las rúbricas en otras actividades empresariales y en otros servicios.

Un apunte adicional merece Portugal, donde también se ha producido, como en el Reino Unido, una remodelación de la IDE española sin llegar a reducir el volumen total de ésta. Pero probablemente en este caso ha sido sólo el prelude de la reducción que ha tenido lugar en los dos años posteriores, 2010 y 2011, a tenor de lo que sugieren los flujos.

En definitiva, la positiva evolución del *stock* de inversión de las empresas españolas en el exterior parece haberse visto afectada especialmente por las graves dificultades que han atravesado durante la crisis algunos pocos sectores (otras manufacturas y otros servicios reducen su inversión, mientras que se estancan equipo mecánico, equipo eléctrico y productos informáticos), así como por la relocalización en el plano mundial de las operaciones de otros (otras actividades empresariales); y, en fin, por las aparentes dificultades que han encontrado otros en países específicos (industrias extractivas en Argentina, textil y transporte en Reino Unido; equipo de transporte en Alemania; y actividades inmobiliarias en Francia y Reino Unido).

Estas primeras explicaciones reflejan, sin duda, las dificultades que la crisis está imponiendo a sectores y países, pero también el papel de los Gobiernos con sus regulaciones y de las estrategias de relocalización puestas en marcha por las empresas. En todo caso, muestran la viveza de un patrón inversor cambiante y adaptable a un escenario económico internacional en profunda alteración.

## 6. Conclusiones

En este artículo se ha analizado la inversión exterior de las empresas españolas durante los años de crisis, es decir los cuatro años que transcurren entre 2007 y 2011. Con ello, se ha buscado confirmar la fortaleza del patrón inversor español, ya destacada en estudios previos, en este nuevo escenario hostil.

Para ello, se ha analizado primero la evolución comparada del *stock* español de IED, observando que, aunque a un ritmo sensiblemente inferior al período de expansión económica cerrado en 2007, ha seguido creciendo, superando en su tasa de avance a algunos de los principales países de la UE, como Alemania o el Reino Unido, aunque ligeramente por debajo del conjunto de la UE. Los efectos de la crisis se han dejado notar en un ascenso de las desinversiones.

Desde el punto de vista sectorial, la IED ha seguido liderada por los sectores más inversores de servicios, con intermediación financiera y telecomunicaciones a la cabeza, aunque se ha visto también el despertar de algunos sectores que apenas tenían experiencia en este terreno, como productos metálicos, caucho y plásticos, papel o equipo eléctrico, dentro de la industria, y hostelería o actividades inmobiliarias, en la esfera de los servicios. En todo caso, los sectores más afectados por la crisis han mostrado más dificultad para aumentar su *stock* de IED. En términos de grandes agregados, la industria ha acusado más, en su expansión productiva internacional, el mayor impacto que está sufriendo con la crisis. Por lo demás, cuatro sectores han visto recortado su volumen total de IED: otros servicios, equipo de transporte, productos informáticos y textil, confección y cuero. Los dos primeros poseen importancia cuantitativa.

Pero la evolución de la inversión exterior de las empresas españolas se ha visto afectada también por alteraciones en su geografía, esto es, en su localización por países, que ha obedecido bien a la

puesta en marcha de estrategias de relocalización internacional, guiadas por objetivos empresariales diversos, bien a conflictos de diferente índole-de seguridad o regulatorios, principalmente- en países específicos, que han afectado principalmente a cuatro actividades: extractivas, otras actividades empresariales, otros servicios y transportes.

En efecto, en los años de crisis, las empresas españolas han relocalizado sus inversiones dentro de América Latina, primando Brasil, Perú, Colombia y otros países, y abandonando relativamente Argentina, y en menor medida, Chile. De otro lado, las inversiones se han hecho más centro-europeas y orientales, con mayor presencia de Austria, Polonia, Turquía y China. Dentro de la UE, se han redirigido hacia los países con menores problemas, manteniendo relativamente estables sus posiciones en Portugal e Italia, y reduciéndolas en Hungría y Grecia.

Todo lo expuesto muestra la viveza de la actividad inversora en el exterior de las empresas españolas, que al final de 2011, después de cuatro años de profunda crisis, seguía manteniendo un importante peso en el mundo, el 3,3% del total. Junto al ascenso en volumen, casi 100.000 millones de euros más que en 2007, destaca la afirmación de los sectores claves, el despertar de algunos nuevos (industriales sobre todo, pero también de servicios) y la remodelación de la estructura por países, afirmándose en los de mayor nivel desarrollo, en los que se sitúa más del 65% del *stock* de IED.

## Referencias bibliográficas

- BANCO DE ESPAÑA (2007, 2011): *Balanza de Pagos y Posición Internacional de España 2007 y 2010*.
- CÍRCULO DE EMPRESARIOS-WHARTON (2011): *Anuario 2010. Internacionalización de la empresa española*. Madrid.
- ESADE-ICEX (2010): *La multinacional española ante un nuevo escenario internacional*. Barcelona-Madrid
- FERNÁNDEZ-OTHEO, C. M. y MYRO, R. (2008): “Profitability of Spanish foreign Direct Investment”; en *GCG Georgetown University-Universia* (2, 3).
- FERNÁNDEZ-OTHEO, C. M. (2010): “Inversión directa extranjera de España a finales de los noventa”; en *Economistas* (123): “España, un balance”. Colegio de Economistas de Madrid.
- FERNÁNDEZ-OTHEO, C. M. (2012): “El patrón inversor español en el exterior. Dimensión y rentabilidad”; en MYRO, R., coord.: *La competitividad exterior de la economía española*; nº 130, febrero.
- GORDO, E., MARTÍN, C. y TELLO, P. (2008): “Internacionalización de las empresas no financieras mediante inversión exterior directa”; en *Papeles de Economía Española* (116).
- GULLÉN, M. y GARCÍA CANAL, E. (2007): “La expansión internacional de la empresa española: una nueva base de datos sistemática”; en *Información Comercial Española* (839).
- MYRO, R. y FERNÁNDEZ-OTHEO, C. M. (2011), “Rentabilidad de la Inversión Extranjera Directa de España en el exterior”; en *Principios. Estudios de Economía Política* (18).
- MYRO, R., ÁLVAREZ, E., FERNÁNDEZ-OTHEO, C. M. y VEGA, J. (2011): “Líneas de orientación para una política de apoyo a la internacionalización de la empresa”; P4R Apertura española, marzo, Madrid, mimeo.
- OCDE (2008): *Benchmark definition of foreign direct investment*. París.
- OCDE (2011a): *Foreign direct investment statistics: notes*, abril 2011, Ginebra.
- OCDE (2011b): *Investments news*, nº 16, octubre.
- Subdirección General de Inversiones Exteriores, Posición de inversión exterior directa, varios
- UNCTAD (2011a): *World Investment Report*, Nueva York-Ginebra.
- UNCTAD (2011b): *Global Investment Trends Monitor* (7), octubre.



# INNOVACIÓN Y EXPANSIÓN INTERNACIONAL DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS

*Mauro F. Guillén y Esteban García-Canal*

Wharton School (Universidad de Pensilvania) / Universidad de Oviedo

## Resumen

Las empresas españolas que han logrado equipararse a sus homólogas de los países más avanzados del mundo no han basado su expansión internacional en la posesión de tecnologías de vanguardia y marcas renombradas. Al igual que otras nuevas multinacionales han seguido un modelo de desarrollo que incluye tres componentes fundamentales. Primero, el crecimiento nacional e internacional ayuda a la empresa a alcanzar economías de escala, lo que facilita no sólo inversiones en tecnología y marcas, sino también el desarrollo de un amplio conjunto de recursos, como los enumerados en la sección anterior. Segundo, entrar en mercados más sofisticados proporciona un estímulo para innovar y mejorar capacidades. Y tercero, ser un seguidor más que un líder puede permitir a la empresa multinacional superar a los competidores establecidos al utilizar plenamente sus capacidades organizativas, directivas, de ejecución de proyectos y relacionales, al mismo tiempo que crea nuevas capacidades en tecnología y marcas.

## Abstract

*The Spanish companies which have managed to equal their counterparts in the most advanced countries of the world have not based their international expansion on the possession of leading technology or well known brand names. As with other new multinationals they have followed the model of development which includes three fundamental components. Firstly, national and international growth enable the company to achieve economies of scale, which facilitates not only investment into technology and brands but also the development of a wide range of resources, such as those mentioned in the previous section. Secondly, entering into more sophisticated markets provides a stimulus for innovation and to improve capabilities. Thirdly, being a follower rather than a leader may enable multinational companies to overcome established competitors by using their ability to organize, manage, execute projects, and relate whilst creating new capabilities in technology and brands.*

## 1. Introducción<sup>1</sup>

De entre todos los países que en los años 60 estaban todavía intentando desarrollar una base industrial sólida, España ha sido, junto con Corea del Sur y Taiwán, el país que ha generado el mayor número de empresas multinacionales realmente globales (Guillén, 2005, Guillén y García-Canal, 2010a, Guillén y García-Canal, 2010b). La Tabla 1 enumera los ejemplos más destacados de las empresas españolas con una importante presencia en el extranjero. Incluye empresas ubicadas en todos los grandes rubros industriales, excepto en los sectores químico, electrónico y del auto-

móvil, en los que sólo hay unas pocas compañías que sean de propiedad española. Con todo, los sectores en los que las multinacionales españolas han sido más conocidas internacionalmente son las infraestructuras, ocio y servicios financieros, lo que muestra inequívocamente que el país no ha desarrollado una importante base tecnológica.

Esta ausencia de una sólida ventaja tecnológica en el caso de las empresas españolas contrasta con la visión clásica de las teorías de la empresa multinacional, que explican la existencia de estas empresas a partir de la posesión de tecnologías de vanguardia o marcas reconocidas internacionalmente (Guillén y García-Canal, 2009). Sin embargo, cabe reseñar que el caso de las empresas españolas no es único. En efecto, el panorama competitivo global está cada vez más poblado por

<sup>1</sup> Agradecemos la generosa ayuda financiera de la Fundación Rafael del Pino para la realización del proyecto inicial del que se deriva este trabajo, que también se integra dentro del proyecto ECO2010-18718 del Ministerio de Ciencia e Innovación.

Tabla 1  
Las multinacionales españolas con las posiciones más relevantes en el mercado global a finales de 2009

| Empresa             | Sector                       | Posición en el mercado global a finales de 2009  | Posición en el mercado global anteriormente  |
|---------------------|------------------------------|--|--|
| Ebro Foods          | Alimentación                 | Primer productor de arroz y segundo de pasta<br>Principal competidor: Grupo SOS  | Primer productor de arroz en 2001  |
| Grupo SOS           | Alimentación                 | Primer productor de aceite oliva   | Primer productor de aceite oliva en 2000   |
| Chupa Chups         | Alimentación                 | Primer productor de caramelos con palo y segundo de dulces   |  |
| Viscofán            | Alimentación                 | Primer productor de revestimientos artificiales para la industria cárnica  | Primer productor de revestimientos artificiales para la industria cárnica en 2005  |
| Freixenet           | Vino espumoso                | Primer productor de vino espumoso<br>Principal competidor: Codorníu  | Primer productor de vino espumoso en 2002  |
| Tavex               | Textiles                     | Primer productor de tela vaquera   | Primer productor de tela vaquera en 2005   |
| Zara (Inditex)      | Confección                   | Segunda marca de ropa más valiosa (Interbrand 2010)  | Segunda marca de ropa más valiosa en 2005  |
| Pronovias           | Confección                   | Primer fabricante de ropa nupcial  |  |
| Acerinox            | Siderurgia                   | Quinto productor de acero inoxidable   | Tercer productor de acero inoxidable en 2003   |
| Repsol-Gas Natural* | Gas                          | Primer distribuidor de gas natural<br>Principal competidor: Enagás (12º)   | Segundo distribuidor de gas natural en 2006  |
| Roca                | Sanitarios                   | Primer fabricante de sanitarios  | Primer fabricante de sanitarios en 2000  |
| Grupo Antolín       | Componentes automovilísticos | Primer productor de revestimientos interiores de automóvil   |  |
| Zanini              | Componentes automovilísticos | Primer productor de embellecedores de ruedas (tapacubos)   |  |
| Gamesa              | Maquinaria                   | Sexto fabricante de turbinas eólicas   | Segundo fabricante de turbinas eólicas en 2000   |
| Indo                | Equipamiento óptico          | Tercer fabricante de lentes  |  |
| Mondragón           | Diversificado                | Primer grupo cooperativo por cifra de ventas   | Novena cooperativa propiedad de trabajadores en 2005   |
| Grupo Ferrovial     | Infraestructuras             | Cuarto promotor y gestor de infraestructuras de transporte ( <i>ranking</i> de Public Works Financing 2010).<br>Principales competidores: ACS (1º) y Sacyr (9º)  | Segundo promotor y gestor de infraestructuras de transporte en 2000  |
| ACS                 | Infraestructuras             | Primer promotor y gestor de infraestructuras de transporte ( <i>ranking</i> de Public Works Financing 2010). Cuarta compañía constructora ( <i>ranking</i> Forbes 2010).<br>Principales competidores: Acciona (14º) y FCC (17º). | Primer promotor y gestor de infraestructuras de transporte (Dragados, hoy filial de ACS; <i>ranking</i> de Public Works Financing) |
| Acciona             | Infraestructuras             | Primer promotor de parques eólicos<br>Principales competidores: Iberdrola, Endesa  |  |
| Iberdrola           | Electricidad                 | Primer operador de parques eólicos<br>Principal competidor: Acciona Energy (3º)  |  |
| Telefónica          | Telecomunicaciones           | Quinto operador de telecomunicaciones por número de accesos  | Tercer operador de telecomunicaciones por número de clientes en 2006   |
| Santander           | Banca                        | Cuarto banco por capitalización bursátil, Primera marca de banca minorista<br>Principales competidores: BBVA (10º y 6º, respectivamente)   | Cuarto banco por capitalización bursátil en la eurozona en 2001  |
| Prosegur            | Seguridad                    | Tercera compañía por ventas  |  |
| Sol Meliá           | Hoteles                      | 17ª cadena hotelera por número de habitaciones<br>21ª NH Hoteles; 24ª Barceló  | Décima cadena de hoteles de vacaciones por número de camas en 2000   |
| Real Madrid         | Deportes                     | Primer club de fútbol por ingresos<br>Principal competidor: FC Barcelona (2º)  | Segundo club de fútbol por ingresos en 2000  |

\* Joint venture entre Repsol-YPF y Gas Natural.

Fuente: Compilada por William Chislett, Esteban García-Canal y Mauro F. Guillén de varias fuentes.

empresas multinacionales que tienen sus orígenes en países que no se encuentran entre los más avanzados del mundo desde un punto de vista tecnológico o de reputación de marca. Estas *nuevas* multinacionales proceden: (1) de economías con un nivel de ingresos medio-alto como España, Irlanda, Portugal, Corea del Sur o Taiwán; (2) de economías emergentes como Brasil, Chile, México, China, India o Turquía; (3) de países en vías de desarrollo como Egipto, Indonesia o Tailandia; o (4) de países ricos en petróleo como los Emiratos Árabes Unidos, Nigeria, Rusia o Venezuela. Los libros se han referido a ellas de muchas maneras, incluyendo términos como *multinacionales del tercer mundo* (Wells, 1983), *empresas tardías* (Mathews, 2002), *multinacionales poco convencionales* (Li, 2003), *retadoras globales* (BCG, 2011), o *multinacionales emergentes* (Accenture, 2008; *Economist*, 2008; Goldstein, 2007; Ramamurti y Singh, eds., 2009). En algunos casos, estas empresas son etiquetadas dependiendo de su región de origen, utilizando términos como *multinacionales dragón* (Mathews, 2002), o *multilatinas* (Cuervo-Cazurra, 2008). Las nuevas multinacionales se han convertido en importantes actores en los procesos de inversión directa en el exterior y en las adquisiciones transfronterizas (UNCTAD, 2008). A pesar de que no suelen contar con la mejor tecnología de vanguardia o habilidades comerciales en sus respectivas industrias, se han expandido por el mundo utilizando fórmulas innovadoras. En general los tipos de innovación que más han utilizado estas empresas han sido de tipo organizativo y de procesos, aunque algunas empresas orientadas a nichos de mercado específicos han realizado innovaciones de producto y/o comerciales.

Los trabajos de investigación sobre las nuevas multinacionales han discurrido en paralelo con el fenómeno en sí, pero son pocos los que se han pronunciado o han documentado las capacidades competitivas en poder de las nuevas multinacionales. En este trabajo, resumimos los resultados de

una investigación más amplia (Guillén y García-Canal, 2010a), en la que analizamos cuáles han sido las ventajas competitivas en las que ha basado su expansión internacional la empresa española, analizando el proceso por el cual estas empresas han desarrollado y acumulado capacidades sobre las que asentar su expansión internacional.

## 2. Las nuevas multinacionales

Aunque las empresas multinacionales han existido desde hace siglos, los investigadores no intentaron entender la naturaleza y los factores determinantes de sus actividades transfronterizas hasta la década de los 50 del siglo pasado. El mérito de ofrecer el primer análisis global de la empresa multinacional y de la inversión directa en el exterior se le reconoce a un economista, Stephen Hymer, que en su tesis doctoral observó que el “control de la empresa extranjera se desea para acabar con la competencia entre aquella empresa extranjera y las empresas en otros países... o el control se desea para apropiarse de la totalidad de los rendimientos de determinadas habilidades y capacidades” (Hymer, 1960:25). Su aportación fundamental fue que las empresas multinacionales poseen cierto tipo de ventajas propias que las diferencian de las empresas meramente nacionales, ayudándoles de esta forma a superar la “desventaja del extranjero”.

Las multinacionales existen porque ciertas condiciones económicas y ventajas propias hacen que sea conveniente y posible para ellas realizar de manera rentable la producción de un bien o de un servicio en un emplazamiento extranjero. El caso más representativo de inversión exterior es la denominada *expansión horizontal*, que ocurre cuando la empresa establece una planta de producción o una instalación de distribución en un emplazamiento en el extranjero con el objetivo de vender en ese mercado y sin abandonar la produc-

ción de bienes o servicios en el país de origen. La producción de un bien o servicio en un mercado exterior es aconsejable cuando existen barreras proteccionistas, altos costes de transporte, tipos de cambio de moneda desfavorables o una necesidad imperiosa para la adaptación a las peculiaridades de la demanda local que hacen que la exportación desde el país de origen sea inviable o no rentable. Con todo, estos obstáculos son simplemente una condición necesaria pero no suficiente. La empresa podría considerar las ventajas relativas de otorgar una licencia a un productor local en el mercado extranjero o de establecer una alianza con una empresa local. La condición suficiente para establecer una planta en propiedad o una instalación de distribución se da cuando la posesión de activos intangibles –marcas, tecnología, experiencia y otras habilidades específicas de la empresa– hacen que otorgar una licencia sea un riesgo porque el titular de la licencia podría apropiarse, perjudicar o hacer mal uso de los activos de la empresa<sup>2</sup>.

Los investigadores en el campo de la gestión internacional también han reconocido que las empresas que poseen las ventajas competitivas necesarias no se convierten en multinacionales de la noche a la mañana, sino de forma gradual, pasando por diferentes etapas. De acuerdo con el marco conceptual propuesto originalmente por los investigadores de la Universidad de Uppsala en Suecia (Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975; Johanson y Vahlne, 1977), las empresas se expanden al exterior según las características de cada país, comenzando por aquéllos más similares en términos de distancia socio-cultural. Estos autores también proponen que en cada país extranjero las empresas establecen operaciones siguiendo una secuencia de pasos: exportaciones de manera irregular, exportaciones a través de agentes o dis-

tribuidores locales, filiales de ventas y, por último, filiales de producción y distribución.

Los primeros investigadores del fenómeno de las empresas multinacionales de los países en vías de desarrollo, recientemente industrializados, encontraron difícil explicar los procesos de expansión horizontal de estas empresas, pues se supone que las inversiones directas en el exterior son una consecuencia de la posesión de activos intangibles, y las empresas de países en vías de desarrollo no se espera que los posean, al menos la misma clase de activos intangibles que las multinacionales ya establecidas procedentes de los países ricos (Lall, 1983: 4). Esta paradoja se hace más evidente con la segunda oleada de inversión en el exterior procedente de países en vías de desarrollo, que comienza a finales de los años 80. A diferencia de la primera oleada de inversión en el exterior proveniente de los países en vías de desarrollo que tuvo lugar en los años 60 y los 70 (Lall, 1983; Wells, 1983), las nuevas multinacionales de los ochenta y los noventa pretenden convertirse en líderes mundiales en sus respectivos sectores, dejando de ser jugadores marginales (Mathews, 2006). Además, las nuevas empresas multinacionales no proceden sólo de países emergentes. Algunas empresas catalogadas como empresas nacidas globales (*born-globals*) o renacidas globales (*born-again born-globals*) (Bell, McNaughton y Young, 2001; Rialp *et al.*, 2005) han surgido de países desarrollados siguiendo trayectorias aceleradas de internacionalización que desafían la visión gradual de la expansión internacional.

Las principales características de las nuevas multinacionales, comparándolas con las tradicionales, aparecen en la Tabla 2. Las dimensiones de la tabla realzan las diferencias clave entre las multinacionales nuevas y las convencionales. Quizá lo que más llama la atención es el ritmo acelerado de la internacionalización de las nuevas multinacionales, a medida que han intentado reducir la distancia entre su cobertura de mercado y

<sup>2</sup> Para una síntesis del modelo económico básico de la empresa multinacional, ver Caves (1996). Stephen Hymers (1960) fue el primero en observar que las empresas se expanden horizontalmente para proteger (y monopolizar) sus activos intangibles. Otras aportaciones importantes son las de Buckley y Casson (1976), Teece (1977) y Hennart (1982).

Tabla 2  
Las nuevas multinacionales comparadas con las multinacionales tradicionales

| Dimensión                                     | Nuevas multinacionales  | Multinacionales tradicionales                                   |
|---|---|---|
| Velocidad del proceso de internacionalización | Acelerada   | Desarrollo gradual  |
| Ventajas competitivas                         | Débiles: desarrollo de recursos requerido   | Fuertes: los recursos necesarios están disponibles internamente |
| Capacidades políticas                         | Fuertes: empresas acostumbradas a entornos políticos inestables   | Débiles: empresas acostumbradas a entornos políticos estables   |
| Trayectoria de expansión                      | Trayectoria dual: entrada en países emergentes para acceder a sus mercados y en países desarrollados para desarrollar y renovar sus capacidades | Trayectoria sencilla: de países más cercanos a más distantes    |
| Modos de entrada preferidos                   | Crecimiento externo: alianzas, empresas conjuntas y adquisiciones   | Desarrollo interno: filiales de plena propiedad                 |
| Adaptabilidad organizativa                    | Alta, debido a su reciente y relativamente limitada presencia internacional   | Baja, debido a su arraigada estructura y cultura organizativas  |

Fuente: Guillén y García-Canal (2010a).

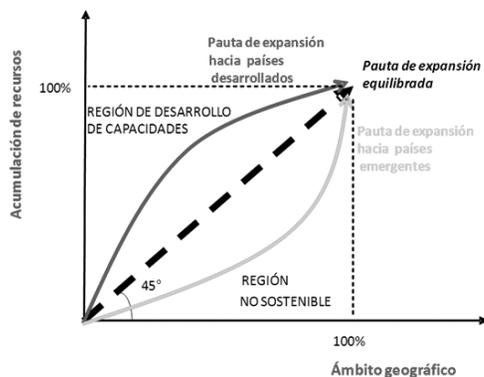
la presencia global de las empresas multinacionales de los países más desarrollados (Matthews, 2006).

Una segunda característica de las nuevas multinacionales es que, independientemente del país de origen, han estado obligadas a superar no sólo la desventaja del extranjero, sino también la desventaja de ser recién llegados a la escena internacional y carecer, por tanto, de los recursos y de las capacidades de las multinacionales establecidas de los países más avanzados. Por esta razón, la expansión internacional de las nuevas multinacionales corre en paralelo al proceso de mejora y actualización de capacidades a través del cual los recién llegados buscan el acceso a recursos y capacidades externas para ponerse al nivel de sus competidores más avanzados, reduciendo su diferencial de competitividad con respecto a las multinacionales establecidas (Mathews, 2006; Aulakh, 2007; Li 2007). No obstante, a pesar de carecer de una dotación de recursos equivalente a los de las empresas multinacionales de los países desarrollados, las nuevas multinacionales tienen, normalmente, una ventaja sobre ellas, y que es que tienden a poseer unas capacidades políticas más fuertes. Como las nuevas multinacionales están más acostumbradas a relacionarse con gobiernos discrecionales y/o inestables en sus países de origen, están mejor preparadas que las multinacionales tradicionales para triunfar en países extranjeros caracterizados por un entorno

institucional débil (Cuervo-Cazurra y Genc, 2008; García-Canal y Guillén, 2008). Teniendo en cuenta la alta tasa de crecimiento de los países emergentes y su peculiar ambiente institucional, las capacidades políticas han sido especialmente valiosas para las nuevas multinacionales.

Estas tres primeras características llevan a otra característica clave de las nuevas multinacionales: su trayectoria dual en la expansión internacional. Las nuevas multinacionales se enfrentan a un dilema importante en su expansión internacional porque necesitan equilibrar el deseo de una mayor cobertura global de mercado con la necesidad de aumentar sus capacidades. Pueden usar fácilmente sus ventajas competitivas acumuladas en el país de origen en otros países emergentes o en vías de desarrollo, pero deben también entrar en países más avanzados para exponerse a la demanda más exigente y desarrollar así sus capacidades. Esta tensión se refleja en el Gráfico 1. Las empresas pueden expandirse internacionalmente de forma que puedan aumentar sus capacidades, ampliar su ámbito geográfico de actuación, o ambas opciones simultáneamente. Aunque algunas multinacionales de mercados emergentes pueden enfocarse sólo en este tipo de países para su expansión internacional, convirtiéndose en lo que Ramamurti y Singh (2009) llaman *optimizadores locales*, la expansión corporativa de las nuevas multinacionales normalmente supone moverse simultáneamente

Gráfico 1  
Pautas de expansión internacional de las nuevas multinacionales en países desarrollados y emergentes



Fuente: Guillén y García-Canal (2010a).

en ambas direcciones: mejora de sus capacidades competitivas y aumento de su cobertura geográfica. A lo largo de la diagonal, la empresa persigue una trayectoria de crecimiento equilibrada, que coincide con la pauta habitual de expansión de las multinacionales establecidas. Encima de la diagonal se encuentra la región de acumulación de capacidades, en la que la empresa sacrifica el número de países en los que opera (es decir, su cobertura geográfica) para reducir distancias con otros competidores, sobre todo los procedentes de economías avanzadas. Debajo de la diagonal la empresa entra en una región insostenible porque priorizando la cobertura global sin aumentar las capacidades de la empresa pone en peligro su futuro. La tensión entre mejora de capacidades y aumento de la cobertura global obliga a las nuevas multinacionales a entrar simultáneamente en países desarrollados y en vías de desarrollo, ya desde los comienzos de su expansión internacional. La entrada en países en vías de desarrollo les ayuda a aumentar tamaño, acumular experiencia operativa y generar beneficios, mientras que aventurarse en países desarrollados contribuye fundamentalmente al proceso de mejora de sus capacidades compe-

titivas. Las nuevas multinacionales han tendido a introducirse en países en vías de desarrollo al comienzo de su expansión internacional y han limitado su presencia en países desarrollados a unos pocos emplazamientos donde pueden crear capacidades, bien porque tienen un socio allí o porque han adquirido una empresa local. A medida que van recuperando competitividad con respecto a las multinacionales establecidas, las nuevas multinacionales comienzan a invertir más en los países desarrollados para posicionarse en los mercados de esos países, aunque también realizan adquisiciones en ellos para asegurarse activos estratégicos como tecnología o marcas.

Una quinta característica de las nuevas multinacionales es su preferencia por participar en procesos basados en crecimiento externo (ver Tabla 2). Estas empresas utilizan simultáneamente las alianzas globales (García-Canal *et al.*, 2002) y las adquisiciones (Rui y Yip, 2008) para superar la desventaja del extranjero en el país del socio/objetivo y conseguir acceder a sus ventajas competitivas, con el propósito de aumentar sus propios recursos y capacidades. Cuando participan en alianzas globales, las nuevas multinacionales utilizan su posición de mercado en su país de origen para, a cambio de facilitar la entrada de sus socios en el mismo, acceder recíprocamente a los mercados nacionales de sus socios y/o a su tecnología. Además del tamaño del mercado local, su poder de negociación para participar en estas alianzas aumenta con la fortaleza de su posición en el mercado. Este hecho viene ilustrado con el caso de algunas nuevas multinacionales del sector de electrodomésticos, como Haier de China, Mabe de México, o Arcelik de Turquía, cuya expansión internacional fue potenciada mediante alianzas con líderes mundiales que les permitieron aumentar sus competencias tecnológicas (Bonaglia *et al.*, 2007). Los procesos de mejora de capacidades competitivas basados en adquisiciones han sido posibles en algunos casos debido al acceso privi-

legiado de las nuevas multinacionales a recursos financieros, subsidios gubernamentales o imperfecciones del mercado de capitales, como se pone de manifiesto en el caso de las multinacionales chinas (Buckley *et al.* 2007).

Una última característica de las nuevas multinacionales es que disfrutan de más libertad para implementar las innovaciones organizativas para adaptarse a los requisitos de la globalización, al no adolecer de las limitaciones típicas de las multinacionales establecidas. Como consecuencia de su larga tradición y las peculiaridades de su desarrollo, muchas multinacionales de las economías desarrolladas sufren la fuerza de la inercia y la dependencia de la trayectoria seguida, que se manifiesta en la dificultad para cambiar sus profundos valores arraigados, su cultura y su estructura organizativa. Matthews (2006) señala cómo las nuevas multinacionales de Asia han adoptado una serie de formas organizativas innovadoras que se adaptan a sus necesidades, incluyendo estructuras de red y descentralizadas.

### 3. Ventajas competitivas de las nuevas multinacionales españolas y de otros países

En el marco de una investigación más amplia, financiada por la Fundación Rafael del Pino, realizamos un estudio sistemático de las pautas de expansión internacional de un buen número de empresas españolas, estudio que complementamos con un análisis de otras empresas multinacionales de países emergentes. En concreto, las empresas analizadas fueron las siguientes: Agbar, ALSA, Duro Felguera, Ebro Puleva, Fagor Electrodomésticos, Famosa, Ficosa, Flamagas, Freixenet, Gamesa, Gestamp, IESE, Inditex, Planeta, Pronovias, Banco Santander, SOS, Telefónica, Unión Fenosa, Viscofán y Zanini, entre las españolas, y America Movil, Arcelik, Arcor, Bharat Forge,

Bimbo, Gruma, Haier, Mabe, Suzlon y Wanxiang, entre las no españolas.<sup>3</sup>

Nuestro análisis teórico y empírico se organizó siguiendo una lógica de comparación sistemática entre países, sectores y empresas. En concreto, seguimos el método de comparación de casos. Los casos de estudio se usan en la investigación académica a los efectos de descripción empírica y de clasificación, para la elaboración de teorías y de pruebas, para diagnósticos clínicos, para la formación profesional, así como para la evaluación de programas (Hamel, 1993; Yin, 2003; Flyvbjerg, 2006). Han alcanzado una gran popularidad en el campo de la investigación en organización y dirección de empresas. En un artículo muy citado, Eisenhardt (1989) los propuso como una metodología ideal para explorar un fenómeno empírico y elaborar una teoría basada en la evidencia recopilada. En nuestra investigación, comparamos sistemáticamente casos de compañías ubicadas en el mismo sector industrial con el fin de contrastar argumentaciones específicas acerca de las motivaciones, los factores impulsores y las consecuencias de las pautas de expansión internacional de las nuevas multinacionales.

Con el fin de asegurar que nuestro análisis tiene validez interna y que puede ser generalizado dentro de los límites de un conjunto de parámetros, estudiamos empresas en sectores determinados siguiendo el método comparativo de casos emparejados (Gerring, 2007; Gupta y Guillén, 2009). La principal idea sobre la que se basa esta metodología es elegir estratégicamente casos para un estudio comparativo sistemático, de tal forma que algunas variables son controladas mientras que otras permiten al investigador desarrollar y examinar una teoría. En concreto, para cada sector utilizamos un diseño de investigación 2x2, analizando sistemáticamente cómo el modelo de internacionalización de las empresas se ve afectado

<sup>3</sup> Para un análisis más detallado de la metodología utilizada, véase Guillén y García Canal (2010).

por parejas de variables como la integración vertical y la diversificación del producto, la importancia de la tecnología de producto propia y la dificultad de acceder a los mercados extranjeros, así como la independencia estratégica de la empresa y su predisposición a cooperar para acceder a nuevas capacidades. En cada sector, realizamos un análisis en profundidad del modelo de crecimiento internacional de cada empresa y lo comparamos con sus homólogos en España y en otros países, tanto con mayores como con menores niveles de desarrollo. De esta forma, estamos en mejor posición de proponer generalizaciones acerca de cómo el alcance de los contextos competitivos nacionales y globales, las decisiones estratégicas de la empresa y la reacción de sus competidores determinan el proceso de internacionalización en el caso de las nuevas multinacionales.

Como resultado de nuestro análisis identificamos cuatro grandes ventajas competitivas de las empresas españolas. La primera de ellas es la excelencia en la ejecución. Aunque las multinacionales españolas no son líderes tecnológicos en sus respectivos sectores, son empresas que han sabido diseñar y fabricar eficientemente bienes intermedios, o construir y poner en marcha instalaciones productivas y proyectos de infraestructura con rapidez y costes ajustados basándose fundamentalmente en su experiencia acumulada en España. Es muy conocida en este sentido la frase pronunciada por Iñaki Santillana en sus tiempos de presidente de Telefónica Internacional en la que reconocía que la principal tecnología de Telefónica era su capacidad para “cavar zanjas”; esto es, para ampliar con rapidez y eficiencia la red de telefonía básica en el extranjero. Sin duda, esta capacidad fue crucial para maximizar el valor de sus inversiones en América Latina. Un segundo factor clave en la expansión internacional de la empresa española ha sido el crecimiento externo. En lugar de desarrollar proyectos en el exterior partiendo de cero a través de filiales de nueva

creación, las empresas españolas han apoyado el grueso de su expansión internacional en alianzas estratégicas y adquisiciones de empresas ubicadas en el exterior, lo que les han proporcionado tecnología y saber-hacer y/o una infraestructura local. La trayectoria del Banco Santander ha sido en este sentido paradigmática respecto del uso de alianzas y adquisiciones como forma de acelerar el crecimiento internacional. Un tercer factor a destacar ha sido la capacidad para desenvolverse en países con entornos institucionales débiles, con grandes dosis de intervencionismo y sobre-regulación. Allí donde otras empresas con mayor experiencia internacional han desinvertido o no se han atrevido a entrar, muchas empresas españolas han sabido hacerse un hueco capitalizando la experiencia acumulada en España, en donde hasta fechas no excesivamente lejanas la actividad económica estaba muy regulada. No deja de ser curioso en este sentido que el mayor éxito internacional de ALSA haya sido en China, donde ha sabido vencer las diferentes barreras regulatorias para desarrollar su actividad. Por último, un factor adicional ha sido la capacidad de la empresa española para capitalizar su experiencia en nichos de mercado específicos. La empresa española no ha pretendido combatir a las multinacionales establecidas con sus mismas armas, sino que se ha centrado en los segmentos de mercado donde contaba con una mayor ventaja competitiva, para posteriormente dar el salto a otros segmentos, como ilustra el éxito de Inditex.

Como se puede apreciar por el tipo de ventajas competitivas utilizadas por las empresas españolas y las nuevas multinacionales, los tipos de innovación que más han utilizado estas empresas han sido de tipo organizativo y de procesos, aunque las empresas orientadas a nichos de mercado específicos también han realizado innovaciones de producto y/o comerciales.

Como ya hemos comentado, el caso de la empresa multinacional española guarda grandes

paralelismos con el desarrollo de las multinacionales provenientes de países emergentes y menos desarrollados. En la siguiente sección detallamos cómo ha sido el proceso a través del cual este tipo de empresas han desarrollado estas capacidades.

#### 4. Las capacidades competitivas y el surgimiento de las nuevas multinacionales

En general, las nuevas multinacionales se han convertido en fuertes competidores internacionales sobre la base de un conjunto de capacidades diferentes a los activos tecnológicos y de marca de las multinacionales establecidas. En la sección anterior resaltamos la importancia de las capacidades de ejecución, de adaptación a nichos de mercado, a desenvolverse en entornos institucionales débiles y para utilizar el crecimiento externo. En el Gráfico 2 se recoge un marco teórico dinámico que refleja los diferentes patrones de desarrollo de capacidades observados en nuestra investigación sobre las empresas españolas y otras nuevas multinacionales (Guillén y García-Canal, 2010a). En él se observa que el proceso de acumulación de recursos de las nuevas multinacionales no puede ser bien entendido sin analizar las características de sus países de origen. Una primera característica es el déficit de infraestructuras propio de los países que no se encuentran entre los más avanzados del mundo, que crearon oportunidades para un cierto tipo de empresas. Las empresas que sacaron ventaja de estas oportunidades acumularon capacidades de ejecución de proyectos (*flecha I* en el Gráfico 2). Esta demanda de proyectos de infraestructuras ayudó a empresas como Telefónica, Unión Fenosa y Agbar a desarrollar experiencia que podía ser explotada en otros países.

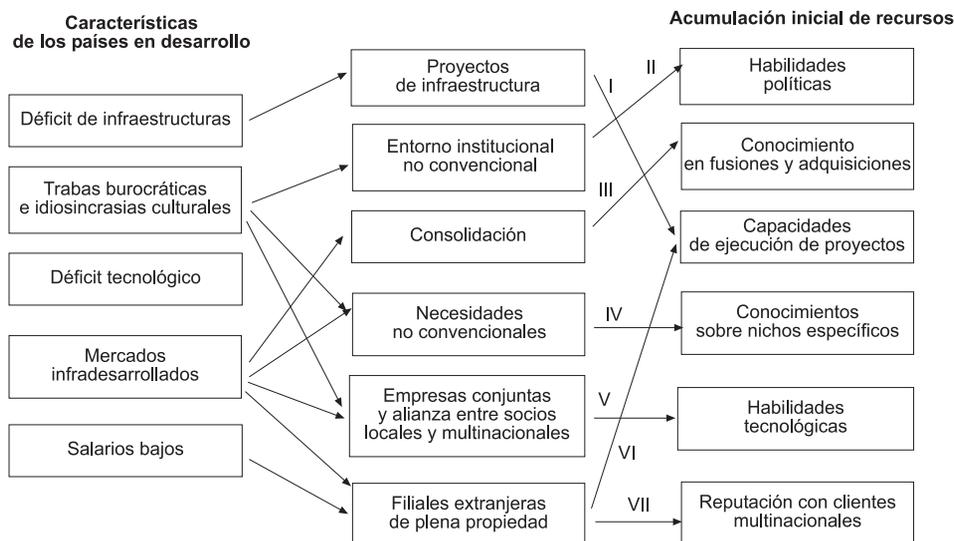
Una segunda dimensión tiene que ver con las regulaciones asfixiantes características de los países

de origen de las nuevas multinacionales (*flecha II*). Las regulaciones y los trámites burocráticos no sólo afectaron a las empresas en sectores de infraestructuras. Por ejemplo, los fundadores de Fagor Electrodomésticos adquirieron una empresa para evitar tener que acudir a la compleja burocracia gubernamental para obtener una licencia de apertura de un negocio. No obstante, el ejemplo más representativo de esta dimensión se encuentra en las empresas de los sectores de infraestructuras, sujetas a regulaciones de precios y de condiciones de funcionamiento, que paradójicamente pueden convertirse en una fuente de ventaja competitiva si la empresa aprende a utilizarlas como palanca para establecer barreras de entrada y conexiones políticas privilegiadas (García-Canal y Guillén, 2008).

Un tercer proceso de creación de capacidades fue activado por el hecho de que los sectores en los países de origen de las nuevas multinacionales solían estar fragmentados y las empresas solían ser relativamente pequeñas en tamaño. Como se observa en los casos analizados, las fusiones y adquisiciones locales precedieron al proceso de internacionalización de las nuevas multinacionales en muchos casos. Y esta consolidación doméstica permitió a las nuevas multinacionales no sólo alcanzar escala sino también acumular experiencia en la gestión de las fusiones y adquisiciones, una capacidad que resultó valiosa en su expansión exterior, como lo demuestran los casos analizados de los sectores de alimentación, bienes industriales, banca e infraestructuras (*flecha III* en el Gráfico 2). Las empresas que más se beneficiaron de esta capacidad fueron aquellas de sectores de infraestructuras regulados, debido a la presencia de muchas empresas deficientemente gestionadas en países extranjeros.

Una cuarta pauta de desarrollo de capacidades tuvo su origen en la combinación de retrasos en el desarrollo económico, de un lado, y de características culturales, de otro, que dieron lugar a necesidades nada convencionales en el mercado

Gráfico 2  
El proceso de acumulación inicial de recursos por parte de las nuevas multinacionales



Fuente: Guillén y García-Canal (2010a).

(*flecha IV*). Por ejemplo, la carencia de servicios de transporte aéreo generó una oportunidad para ALSA de innovar con servicios de valor añadido, como la clase Supra. En otro ejemplo, IESE centró su atención en emprendedores y empresas familiares. Ambas empresas utilizaron la experiencia conseguida en el mercado local cuando se expandieron al exterior como jugadores globales de nicho. Otro ejemplo fue la estrategia comercial de América Móvil basada en servicios pre-pago de telefonía móvil.

Aunque la posesión de fuertes habilidades tecnológicas no es una característica de las nuevas multinacionales, algunas de ellas consiguieron acceder a tecnología utilizando el acceso a su mercado local como moneda de cambio, lo que representa una quinta pauta de desarrollo de capacidades (*flecha V* en el Gráfico 2). El acuerdo de licencia entre Vestas y Gamesa en el sector de generación de energía eólica ilustra este modelo. Las colaboraciones entre empresas extranjeras propietarias de tecnología y marcas y empresas locales que poseen

recursos como conocimiento, capacidades de ejecución de proyectos, capital relacional y habilidades políticas es una pauta relativamente frecuente entre las nuevas multinacionales. En general, la probabilidad de que el socio local obtenga tecnologías de vanguardia es directamente proporcional al tamaño del mercado local y a la distancia cultural con el país de origen de las empresas extranjeras, como ilustran los casos de Fagor Electrodomésticos, Haier, Mabe y Arcelik.

Una última pauta de desarrollo de recursos se asienta sobre las capacidades de ejecución de proyectos (*flecha VI*) y la reputación (*flecha VII*) adquiridas por las empresas que han actuado como proveedores de las filiales de multinacionales extranjeras asentadas en su país. Las multinacionales establecidas, sobre todo en el sector de automoción, tienden a generar un proceso de selección natural entre sus proveedores locales con vistas a escoger a aquéllos con mejores capacidades de ejecución de proyectos relativas al diseño y fabricación de componentes. Así, varias de las nuevas

multinacionales se expandieron al exterior sobre la base de esas capacidades y la reputación adquirida con sus clientes multinacionales.

## 5. A modo de conclusión

Las empresas españolas que han logrado equipararse a sus homólogas de los países más avanzados del mundo, incluyendo ejemplos de empresas tan exitosas como Viscofán, Inditex, Gamesa, Telefónica, Santander y Planeta, no han basado su expansión internacional en la posesión de tecnologías de vanguardia y marcas renombradas, al menos en las etapas iniciales de su expansión internacional. Al igual que otras nuevas multinacionales han seguido un modelo de desarrollo que incluye tres componentes fundamentales. Primero, el crecimiento nacional e internacional ayuda a la empresa a alcanzar economías de escala, lo que facilita no sólo inversiones en tecnología y marcas, sino también el desarrollo de un amplio conjunto de recursos, como los enumerados en la sección anterior. Segundo, entrar en mercados más sofisticados proporciona un estímulo para innovar y mejorar capacidades. Y tercero, ser un seguidor más que un líder puede permitir a la empresa multinacional superar a los competidores establecidos al utilizar plenamente sus capacidades organizativas, directivas, de ejecución de proyectos y relacionales, al mismo tiempo que crea nuevas capacidades en tecnología y marcas. De esta forma, la posesión de tecnología y marcas no es un requisito previo para tener éxito en la expansión al exterior; antes al contrario, en el caso de las nuevas multinacionales suele ser la culminación de dicha expansión. Así, resulta casi imposible explicar la existencia de las nuevas multinacionales sin tener en cuenta sus valiosos recursos y capacidades, tan diferentes de las que poseen las multinacionales clásicas. De hecho, una característica fundamental de las nuevas multinacionales es que han seguido

un modelo de expansión internacional por el que optimizaron los recursos que las multinacionales convencionales normalmente no poseían o no consideraban necesario desarrollar.

El auge de las nuevas multinacionales no sólo ha revolucionado la economía global, sino que también pone en cuestión algunas de las ideas básicas en el campo de la dirección internacional. Con todo, nosotros no cuestionamos el postulado básico del campo, que establece que las empresas multinacionales deben superar de algún modo la desventaja del extranjero (Hymer, 1960). Nuestro argumento se relaciona en mayor medida con las capacidades que permiten a las empresas competir en una amplia variedad de mercados, que necesitan ser definidas en términos más generales para incluir más habilidades o recursos que las tecnologías y marcas. Como en el caso de las multinacionales establecidas de los países más avanzados, el surgimiento de las nuevas multinacionales precisó de la acumulación de recursos desarrollados en el país de origen y su combinación con recursos locales desarrollados en el país anfitrión, a través de filiales de plena propiedad, adquisiciones o alianzas (Hennart, 1991, 2009). Lo que demuestra el crecimiento de las nuevas multinacionales es que, bajo ciertas circunstancias, los recursos acumulados por empresas originarias de países emergentes pueden ser una base sólida para crear una empresa multinacional. En concreto, nuestra investigación evidencia que las capacidades organizativas, directivas, de ejecución de proyectos, políticas y relacionales pueden impulsar y apoyar el proceso de internacionalización de la empresa. Por otra parte, estas capacidades pueden convertirse en la base para el desarrollo, interno o externo, de capacidades tecnológicas y de marketing, sobre todo si la empresa entra en contacto con mercados sofisticados y empresas multinacionales convencionales. Este contacto puede materializarse de muy diversas formas: relaciones comprador-proveedor, alianzas o competencia. El auge de las nuevas multinacionales demuestra que las capacidades específicas de la em-

presa son diversas, maleables y dinámicas. Su futuro como competidores globales de éxito depende de su habilidad para transformar y recombinar continuamente su dotación de recursos y capacidades, tanto internamente como externamente.

## Referencias bibliográficas

- ACCENTURE (2008): *The Rise of the Emerging-Market Multinational*. Accenture
- AULAKH, P. S. (2007): “Emerging multinationals from developing economies: Motivations, paths and performance”; en *Journal of International Management* (13, 3); pp. 235-240.
- BCG (2011): *The 2011 BCG Global Challengers. Companies on the Move*. Boston Consulting Group.
- BELL, J., MCNAUGHTON, R. y YOUNG, S. (2001): “Born-again global firms: An extension to the born global phenomenon”; en *Journal of International Management* (7, 3); pp. 173-190.
- BONAGLIA, F., GOLDSTEIN, A. y MATHEWS, J. A. (2007): “Accelerated internationalization by emerging markets multinationals: The case of the white goods sector”; en *Journal of World Business* (42); pp. 369-383.
- BUCKLEY, P. J. y CASSON, M. (1976): *The Future of the Multinational Enterprise*. Londres, McMillan.
- BUCKLEY, P. J., CLEGG, J., CROSS, A. R., LIU, X., VOSS, A. H. y ZHENG, P. (2007): “The determinants of Chinese outward foreign direct investment”; en *Journal of International Business Studies* (38); pp. 499-518.
- CAVES, R. E. (1996): *Multinational Enterprise and Economic Analysis*. Nueva York, Cambridge University Press.
- CUERVO-CAZURRA, A. (2008): “The multinationalization of developing country MNEs: The case of multilatinas”; en *Journal of International Management* (14, 2); pp. 138-154.
- CUERVO-CAZURRA, A. y GENC, M. (2008): “Transforming disadvantages into advantages: Developing-country MNEs in the least developed countries”; en *Journal of International Business Studies* (39); pp. 957-979.
- ECONOMIST (2008): “The Challengers”; en *The Economist* (10 de enero de 2008).
- EISENHARDT, K. M., (1989): “Building Theories from Case Study Research”; en *Academy of Management Review* (14); pp. 532-550.
- FLYVBERG, B. (2006): “Five Misunderstandings about Case-Study Research”; en *Qualitative Inquiry* (12); pp. 219-245.
- GARCÍA CANAL, E., LÓPEZ, C., RIALP, J. y VALDÉS, A. (2002): “Accelerating international expansion through global alliances: A typology of cooperative strategies”; en *Journal of World Business* 37(2); pp. 91-107.
- GARCÍA CANAL, E. y GUILLÉN, M. F. (2008): “Risk and the strategy of foreign location choice in regulated industries”; en *Strategic Management Journal* 29(10); pp. 1097-1115.
- GERRING, J. (2007): *Case Study Research*. Nueva York, Cambridge University Press.
- GOLDSTEIN, A. (2007): *Multinational Companies from Emerging Economies*. Nueva York, Palgrave Macmillan.
- GUILLÉN, M. F. (2005): *The Rise of Spanish Multinationals: European Business in the Global Economy*. Cambridge y Nueva York, Cambridge University Press [traducción al castellano: *El Auge de la Empresa Multinacional Española*. Madrid, Marcial Pons, 2006].
- GUILLÉN, M. y GARCÍA CANAL, E. (2009): “The American model of the multinational firm and the “new” multinationals from emerging economies”; en *Academy of Management Perspectives* 23(2); pp. 23-35.
- GUILLÉN, M. y GARCÍA-CANAL, E. (2010A): *The New Multinationals. Spanish Firms in a Global Context*. Cambridge University Press, Cambridge y Nueva York (trad. al castellano: *Las*

- nuevas multinacionales. *Las empresas españolas en el mundo*. Ariel, Barcelona, 2011).
- GUILLÉN, M. y GARCÍA-CANAL, E. (2010b): "How to Conquer New Markets with Old Skills"; en *Harvard Business Review* (88, 11); pp. 118-122.
- GUPTA, A. y GUILLÉN, M. F. (2009): "Developing, Testing, and Validating Management Theory with Comparative Case Studies"; documento de trabajo.
- HAMEL, J. (1993): *Case Study Methods*. Newbury Park, CA: Sage.
- HENNART, J. F. (1982): *A Theory of Multinational Enterprise*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.
- HENNART, J. F. (1991): "The transaction cost theory of the multinational enterprise"; en PITELIS, C. N. y SUGDEN, R., eds.: *The nature of the transnational firm*. Londres y Nueva York, Routledge; pp. 81-116.
- HENNART, J. F. (2009): "Down with MNE-centric theories! Market entry and expansion as the bundling of MNE and local assets"; en *Journal of International Business Studies* 40(9); pp. 1432-1454.
- HYMER, S. (1960/1976): *The International Operations of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment*. Cambridge: The MIT Press.
- JOHANSON, J. y WIEDERSHEIM-PAUL, F. (1975): "The internationalization of the firm Four Swedish cases"; en *Journal of Management Studies* (octubre); pp. 305-322.
- JOHANSON, J. y VAHLNE, J. E. (1977): "The Internationalization Process of the Firm: A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments"; en *Journal of International Business Studies* 8(1); pp. 23-32.
- LALL, S. (1983): *The New Multinationals*. Nueva York: Wiley.
- LI, P. P. (2003): "Toward a Geocentric Theory of Multinational Evolution: The Implications from the Asian MNEs as Latecomers"; en *Asia Pacific Journal of Management* 22(2); pp. 217-242.
- LI, P. P. (2007): "Toward an integrated theory of multinational evolution: The evidence of Chinese multinational enterprises as latecomers"; en *Journal of International Management* 13(3); pp. 296-318.
- MATTHEWS, J. A. (2002): *Dragon multinationals: A new model of global growth*. Nueva York: Oxford University Press.
- MATTHEWS, J. A. (2006): "Dragon Multinationals"; en *Asia Pacific Journal of Management* (23); pp. 5-27.
- RAMAMURTI, R., JITENDRA, J. y SINGH, V. (2009): "Indian Multinationals: Generic Internationalization Strategies"; en *Emerging Multinationals in Emerging Markets*. Nueva York: Cambridge University Press; pp. 110-166
- RIALP, A., RIALP, J. y KNIGHT, G. A. (2005): "The phenomenon of early internationalizing firms: what do we know after a decade (1993-2003) of scientific inquiry?"; en *International Business Review* 14(2); pp. 147-166.
- RUI, H. y YIP, G. S. (2008): "Foreign acquisitions by Chinese firms: A strategic intent perspective." *Journal of World Business* 43:213-226.
- TEECE, D. (1977): "Technology Transfer by Multinational Firms: The Resource Cost of Transferring Technological Know-How"; en *Economic Journal* 87(346); pp. 242-261.
- UNCTAD (UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT) (2008): *World Investment Report 2008*. Nueva York: Naciones Unidas.
- WELLS, L. T. (1983): *Third World Multinationals: The Rise of Foreign Investment from Developing Countries*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- YIN, R. K. (2003): *Case study research: Design and methods revised*. Thousand Oaks: Sage Publications.





# LA LENGUA COMO INSTRUMENTO DE INTERNACIONALIZACIÓN

Juan Carlos Jiménez y Aránzazu Narbona  
Universidad de Alcalá

## Resumen

Los países de habla hispana han sido el gran “banco de pruebas” de la internacionalización empresarial de España en pocos años. La gran tarea pendiente es materializar esa ventaja del español como activo económico internacional en un conjunto de países que precisan para ello de más desarrollo y, en particular, mayor calidad institucional. Países en los que el español es aún, más bien, un intangible que suple otras carencias, de modo palmario las de calidad institucional, aproximando lo que éstas distancian. Un recurso potencial, en suma, que hay que materializar, del modo en que ya lo hacen no pocas “translatinas”.

## Abstract

*Spanish speaking countries have become, in only a few years, the great testing ground for the internationalization of Spanish businesses. The great task still remaining is to materialize the advantage of Spanish as international economic asset in a number of countries which require still further development and, in particular, greater institutional quality, countries in which Spanish is still an intangible which makes up for other shortcomings, clearly those of an institutional nature, by bringing closer what these tend to push away. It is, in short, potential resource which needs to be brought to fruition in the same way as many “Trans-latins”, are already doing.*

## 1. Un vistazo a la geografía

Cuando se observa el espectacular salto que han dado en época muy reciente las empresas españolas a los mercados internacionales, particularmente a través de la inversión directa en éstos, surge enseguida la pregunta del porqué. No tanto por el hecho en sí –similar al de otros países cuando han alcanzado la madurez económica precisa–, sino, más bien, por su desbordante magnitud en muy poco tiempo y su concentradísima inclinación, sobre todo en el momento decisivo del “despegue”, en un conjunto de países tan físicamente distantes como próximos en afinidades históricas y culturales. Afinidades que comienzan por el común denominador más efectivo e inte-

grador: la lengua común, el español. Un simple vistazo al mapamundi de nuestros intercambios comerciales y de flujos de inversión directa aporta una evidencia abrumadora en este sentido.

Se propone para ello un sencillo ejercicio; meramente descriptivo, pero muy revelador. Trácese con un compás centrado sobre España dos círculos concéntricos sobre el mapamundi: uno, llevando la otra punta del compás hasta el país más cercano a España de los hispanohablantes (Venezuela); otro, hasta el más alejado (Chile). Selecciónense luego, entre los países del resto del mundo situados dentro de ese arco de distancias máxima y mínima en otras latitudes, los que tienen además un PIB intermedio entre el del país de mayor renta entre los hispanohablantes de América (México) y el de menor renta (Paraguay).

El Mapa 1 representa los once países de habla hispana y los nueve países asiáticos que, con tamaño económico similar a aquéllos, entran dentro del doble círculo concéntrico. Las flechas son un reflejo proporcional de los flujos comerciales (exportaciones) que cada uno de estos países ha recibido de las empresas españolas como promedio en el período considerado, 1996-2007. El mercado mexicano es, con diferencia, el principal destino de las exportaciones españolas. En concreto, México –con un PIB similar al de Corea del Sur y a una distancia física equiparable al país asiático– recibe cinco veces más exportaciones y 214 veces más inversión española que el país asiático.

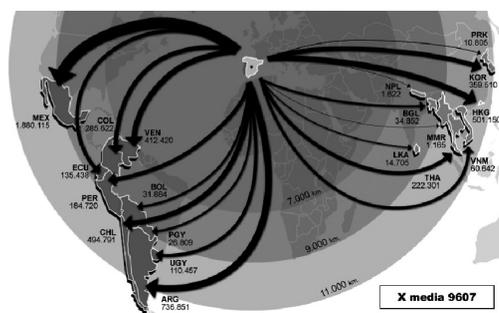
Por otro lado, el Mapa 2 muestra los flujos de inversión directa extranjera emitidos por las empresas españolas hacia estos mismos países. Aquí el desequilibrio entre países hispanohablantes –con Argentina y México como principales focos de atracción– y no hispanohablantes de similar nivel de desarrollo y distancia respecto de España es tan abrumador que casi no requiere de mayor comentario.

Un simple ejemplo: los datos muestran cómo un país hispanoamericano, Venezuela, que recibe volúmenes de exportación española similares a las de Corea del Sur, atrae, sin embargo, 28 veces más

en términos de inversiones españolas que el país asiático, teniendo éste un PIB casi cuatro veces superior al PIB venezolano, y con unos niveles de calidad y estabilidad institucional –tan importantes como factores de atracción de los flujos económicos– superiores, en cualquiera de los baremos internacionales, a los de la República Bolivariana. Sin duda, la cercanía y la confianza que genera el idioma común suple buena parte de las debilidades de desarrollo y de calidad institucional de nuestros países y sesga de modo tan marcado como el mapa revela la dirección de la IDEE española hacia el continente americano.

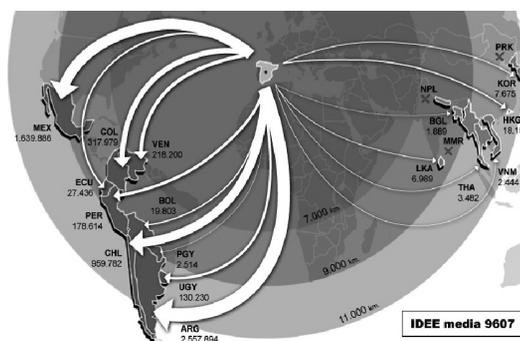
El detalle numérico de todo ello está contenido en la Tabla 1, para la doble submuestra de países que se están comparando. De media, entre 1996 y 2007, España ha dirigido tres veces más exportaciones y ¡134 veces más! flujos de IDE hacia esos países iberoamericanos (IDE emitida, IDEE) que hacia los asiáticos de parecida distancia y tamaño económico que éstos. Factor de multiplicación que en el caso de la IDE recibida (IDER) por España se sitúa en 33. Conviene aclarar desde estas primeras páginas que no todo es el idioma común, pero que quizá en ninguno como en éste pueda subsumirse todo un conjunto de factores de afinidad histórica y cultural imposibles de disociar

Mapa 1  
Exportaciones españolas (promedio 1996-2007).  
En miles de euros



Fuente: Elaborado por Enrique Anyo con los datos de DATACOMEX (<http://datacomex.comercio.es>) y de la base CHELEM 2009.

Mapa 2  
Inversión directa extranjera emitida por España  
(promedio 1996-2007). En miles de euros



Fuente: Elaborado por Enrique Anyo con los datos de DATACOMEX (<http://datacomex.comercio.es>) y de la base CHELEM 2009.

—no sólo por razones conceptuales, sino también de colinealidad en el modelo— de la lengua. Ésta es, en todo caso, la variable cultural que de manera más tangible reduce los costes de transacción e información implícitos en los flujos de bienes y de capitales, y aminora la distancia psicológica de los agentes implicados en esos intercambios.

Lo que a partir de aquí se plantea es cómo darle un respaldo analítico a ese algo más que intuitivo papel del español en la orientación geográfica del proceso de internacionalización de nuestro tejido empresarial.

## 2. Lo que aporta una lengua común: un breve repaso de la literatura

La literatura económica ha ido incorporando en estos últimos años nuevas hipótesis de trabajo que permiten explicar de una manera mucho más realista algunos fenómenos económicos. Un ejemplo de ello ha sido asignar a los países implicados en los intercambios internacionales una ubicación geográfica (Krugman, 1980), convirtiéndoles en puntos de origen y de destino de flujos comercia-

Tabla 1  
Comparación de las exportaciones y de la IDE española emitida y recibida respecto de países iberoamericanos y asiáticos de similar PIB y parecida distancia de España (1996-2007).  
En kilómetros (distancia) y en miles de euros (magnitudes)

| Países  | Distancia       | PIB               | Exportaciones     | IDEE              | IDER             |
|---|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|------------------|
| <b>Iberoamérica</b>                                 |                 |                   |                   |                   |                  |
| México  | 9.073,95        | 1.182.483,00      | 1.880.115,70      | 1.639.886,68      | 339.771,07       |
| Argentina   | 10.065,85       | 390.227,67        | 736.851,44        | 2.557.894,47      | 13.526,75        |
| Colombia  | 8.107,00        | 281.102,08        | 285.622,03        | 317.979,21        | 3.478,28         |
| Venezuela   | 6.995,17        | 243.974,33        | 412.420,74        | 218.200,95        | 12.749,63        |
| Chile   | 10.715,11       | 174.122,17        | 494.791,58        | 959.782,53        | 3.073,18         |
| Perú  | 9.521,56        | 156.486,50        | 184.720,66        | 178.614,63        | 785,69           |
| Ecuador   | 8.751,16        | 76.376,83         | 135.438,97        | 27.436,92         | 1.158,29         |
| Uruguay   | 9.957,12        | 30.611,08         | 110.457,86        | 130.230,85        | 24.078,32        |
| Bolivia   | 9.181,02        | 30.088,33         | 31.884,90         | 19.803,59         | 209,16           |
| Paraguay  | 9.194,08        | 21.841,25         | 26.809,62         | 2.514,63          | 351,08           |
| <b>Promedio</b>                                     | <b>9.156,20</b> | <b>258.731,33</b> | <b>429.911,35</b> | <b>605.234,44</b> | <b>39.918,14</b> |
| <b>Asia</b>   |                 |                   |                   |                   |                  |
| Corea del Sur                                       | 10.012,64       | 951.013,92        | 359.510,58        | 7.675,34          | 7.306,87         |
| Tailandia   | 10.193,69       | 389.035,00        | 222.301,11        | 3.482,91          | 101,25           |
| Hong Kong   | 10.551,06       | 212.759,08        | 501.150,45        | 18.152,54         | 3.472,11         |
| Vietnam   | 10.053,22       | 143.966,58        | 60.642,57         | 2.444,11          | 6,55             |
| Bangladesh  | 8.661,47        | 138.451,33        | 34.852,79         | 1.889,70          | 25,45            |
| Corea del Norte                                     | 9.815,00        | 101.055,00        | 10.805,25         | 0,00              | 34,58            |
| Sri Lanka   | 8.975,77        | 60.658,42         | 14.705,41         | 6.989,12          | 3,76             |
| Myanmar   | 9.620,68        | 57.763,17         | 1.165,06          | 0,00              | 0,00             |
| Nepal   | 7.988,50        | 23.100,33         | 1.622,75          | 0,00              | 23,06            |
| <b>Promedio</b>                                     | <b>9.541,34</b> | <b>230.866,98</b> | <b>134.084,00</b> | <b>4.514,86</b>   | <b>1.219,29</b>  |
| <b>Factores de multiplicación Iberoamérica/Asia</b> |                 |                   | <b>3</b>          | <b>134</b>        | <b>33</b>        |

Fuente: Elaboración propia con los datos de DATACOMEX y DATAINVEX y de la base CHELEM 2009.

les, de inversión o de migración. De esta manera, la distancia –y no sólo la física o geodésica, sino igualmente la cultural e institucional– ha pasado a convertirse en variable a considerar dentro de los determinantes potenciales de los intercambios bilaterales internacionales (Banco Mundial, 2005). La ubicación más o menos alejada de los mercados involucrados en esos flujos puede generar, según el caso, mayores o menores costes de transacción no sólo ligados al transporte de mercancías, sino también al conocimiento y la confianza en los socios, así como en sus instituciones.

La expansión del comercio mundial y la intensificación de los flujos de capital han estado relacionadas, a lo largo del último medio siglo, tanto con los procesos de apertura y liberalización multilateral de los mercados como con las mejoras en los medios de transporte y comunicación. Un factor añadido ha permitido a algunos países acercarse más a otros: la lengua, *software* principal de comunicación entre personas y agentes económicos, que, cuando es común, facilita los intercambios entre ellos. De este modo, se ha convertido en una variable dentro del análisis económico del comercio y de la inversión que los economistas han ido incorporado cada vez más en sus estudios empíricos.

Los flujos económicos entre cada dos países se pueden explicar a través de una ecuación de gravedad, que, siguiendo las pautas que marcan las fuerzas gravitatorias entre los puntos de origen y destino, se pueden intensificar o frenar según los determinantes que *acerquen* o *separen* a los países involucrados (Cuadro 1). Además de considerar, como es consustancial a estos modelos, la dimensión económica de los países involucrados en el intercambio (a través de su PIB) y la distancia física que los separa (en kilómetros), hay otros grandes tipos de factores que ejercen como moduladores, en uno u otro sentido, de esos flujos: así, la cercanía cultural (una lengua, una relación colonial previa común, una religión, un acuerdo regional o unos

vínculos históricos determinados) y la distancia institucional (en términos del nivel de corrupción, la cercanía al poder de los ciudadanos, el marco legal de los países...). Este tipo de modelos de gravitación permite identificar el peso relativo de cada una de estas variables en la intensidad de los intercambios económicos.

Aun manteniendo ciertas cautelas, que se derivan principalmente de las fuentes estadísticas empleadas para cuantificar estas fuerzas “no económicas” de los intercambios y del propio sesgo de los indicadores construidos para medirlas,<sup>1</sup> sí puede afirmarse que la importancia de un idioma común como estímulo del intercambio entre países ha llegado a revelarse superior a la de aquellos otros factores de los que *a priori* podría presumirse un peso superior: así ha sucedido al poner en relación de fuerza de atracción económica de la lengua con la política comercial de los socios comerciales (Narbona, 2005) o los costes de transporte e infraestructuras (Suárez Burguet *et al.*, 2006), en el caso del comercio, y con el nivel de información de los mercados, en el de los flujos de inversión internacional en acciones (Portes y Rey, 2005; y Loungani *et al.*, 2002).

La proximidad cultural entre dos países hace que los consumidores e inversores de un país se sientan más atraídos por la imagen del otro, y eso se traduce en un estímulo de sus intercambios bilaterales. Si bien esto es difícilmente cuantificable, algunos autores han tratado de estimarlo a través de medios diversos, como ha sido el caso de Felbermayr y Toubal (2006) con los resultados de Eurovisión, o de Disdier y Mayer (2005) con los del Eurobarómetro.

La *cultura* es un elemento intangible que permite una mejor comprensión de los mercados internacionales y de los agentes que operan en

<sup>1</sup> En un caso –distancia cultural e institucional–, con indicadores agregados que adicionan y ponderan variables un tanto dispares y de difícil cuantificación. Y, en otro, con variables dicotómicas (cero-uno) para capturar el efecto que se deriva del hecho de compartir una misma característica entre dos países, dígase una frontera, una religión o un idioma común, que no siempre son susceptibles de esa bipolarización.

Cuadro 1  
La ecuación de gravedad en economía

*La teoría económica ortodoxa ha ido incorporando con el paso del tiempo nuevos supuestos que han permitido que los modelos econométricos dieran una explicación a la evidencia empírica. Este es el caso de la teoría del comercio, que, habiendo tratado de explicar los patrones comerciales de los países a través de distintos supuestos –ventajas absolutas o comparativas, dotación de factores nacionales, especialización...– no ha sido hasta épocas recientes cuando ha comenzado a incorporar variables tales como la localización geográfica de los mercados u otros factores, incluso no económicos, que, en muchas ocasiones, se convierten en motor o freno de dichos flujos bilaterales.*

*Basándose en la ley de la gravitación de Isaac Newton, la economía ha encontrado en los modelos de gravedad un nuevo instrumento analítico que permite explicar de una manera sencilla e intuitiva la dirección de los flujos económicos internacionales. En efecto, si dos cuerpos celestes se atraen en proporción directa a sus masas respectivas, e inversa al cuadrado de la distancia que los separa, algo parecido sucede con los flujos económicos: dos países grandes y próximos intercambiarán más, en principio, que dos países pequeños y alejados.*

*Desde que en 1995 Deardoff mejorara la especificación econométrica de estos modelos, otros autores la han ido afinando (Mátyás, 1997 y 1998; Egger, 2000 y 2002; y Anderson y Van Wincoop, 2001). Ha surgido así una nutrida literatura con diferentes especificaciones del modelo, en las que, además de aparecer los factores básicos “newtonianos” que recogen la “masa económica” de los países de origen ( $O_i$ ) y destino ( $D_j$ ) y la distancia física ( $d_{ij}$ ) que los separa, han incorporado otras variables no estrictamente económicas ( $x_{ij}$ ), como la cultura, la lengua, la religión, las instituciones... que han permitido ir identificando y aquilantando el peso que cada una de ellas tiene como determinante de los flujos económicos internacionales, ya sean flujos comerciales, de capital o migratorios. La expresión matemática de dicha ecuación es:*

$$\log X_{ij} = \alpha_{ij} + \beta_1 \cdot \log O_i + \beta_2 \cdot \log D_j + \beta_3 \cdot \log d_{ij} + \beta_4 \cdot \log x_{ij} + u_{ij}$$

*Tras una cuidadosa selección de fuentes estadísticas, se deben crear las bases de datos con las cuales trabajar y realizar las estimaciones econométricas, aplicando el método estadístico elegido, generalmente el de Mínimos Cuadrados Ordinarios. El valor de los coeficientes  $\beta_i$  estimados y su signo permiten extraer conclusiones sobre el efecto positivo o negativo de dicha variable sobre el flujo económico estudiado. La validación de los resultados así obtenidos se logra buscando un alto nivel de bondad de ajuste del modelo econométrico realizado.*

ellos. A medida que se conoce la historia de otro país, los vínculos históricos que le unen al propio, sus creencias y sus valores, se van rompiendo las barreras culturales separadoras, reduciéndose la distancia psicológica y convirtiéndose esos factores culturales en un puente entre los países que potencia sus flujos económicos. Poco a poco, esos factores van tejiendo una red, un capital social, una confianza basada en la cercanía cultural y en la capacidad de comunicarse con otros, que, como bien destacan Guiso, Sapienza y Zingales (2004b y 2006), facilitan los intercambios internacionales en sus diversas formas, tanto comerciales como financieras, y tanto de inversiones directas como de cartera. Concluyen estos autores que “la cultura desempeña un papel esencial en la conformación de la confianza [y, por tanto, cabe añadir aquí, de las prioridades], más allá de lo que las consideraciones objetivas justificarían”, de tal modo que “las percepciones enraizadas en la cultura son determinantes importantes (y generalmente omitidos) del intercambio económico”.

En otro de sus trabajos, Guiso, Sapienza y Zingales (2004a) contrastan la importancia que la *confianza* tiene con respecto a los intercambios económicos (comercio, inversión directa extranjera e inversión en cartera) entre dos países. No obstante, hay que diferenciar en este punto entre *cercanía* y *familiaridad* cultural. Los citados autores concluyen que, en cualquier caso, el grado de desconfianza entre los países es una barrera para sus intercambios económicos (flujos de bienes o flujos de capitales), advirtiendo cómo en el caso de la IDE el impacto de esta variable duplica en importancia al del caso de los intercambios comerciales.

Por otra parte, Stulz y Williamson (2001) y Aguledo y Davidson (2004) han incorporado en sus análisis las *creencias religiosas*, como parte de la cultura de los países, si bien –aunque el signo obtenido es el esperado– su importancia es marginal en comparación con el hecho de hablar un mismo idioma. La cultura (entendida como el idioma y

la religión comunes) es uno de los determinantes que explica las diferencias en el nivel de protección legal también de las inversiones entre países.

Como antes otros autores, y siguiendo la metodología de Kogut y Singh (1988), Jiménez y Narbona (2011) han empleado la distancia cultural (indicador agregado creado a partir de cuatro de los valores identificados por Geert Hofstede, 1980) tanto en el análisis de los flujos comerciales como en los de inversión.<sup>2</sup>

El papel de las *instituciones* y su vínculo con el funcionamiento de los mercados, los gobiernos y los países afectan a los costes de transacción y de eficiencia de los mercados y de los intercambios económicos (North, 1990). La calidad institucional tiene efectos positivos –y significativos– sobre la apertura comercial de los países (Islam y Montenegro, 2002), los flujos bilaterales de comercio (Acemoglu *et al.*, 2001; De Groot *et al.*, 2003; Anderson y Van Wincoop, 2004, y Wei, 2000, entre otros) y de inversión que generan (Razin *et al.*, 2003). Se plantea, no obstante, el problema de cómo definir –y, sobre esa base, cuantificar– las variables institucionales que se incorporan a los modelos. La solución dada ha sido similar a la de los indicadores de distancia cultural: en este caso, diseñando un indicador agregado que utiliza los datos del Banco Mundial sobre temas de gobernabilidad (Kaufmann *et al.*, 2006, 2009).<sup>3</sup>

Linders *et al.* (2005) incorporan en su análisis tanto los factores culturales como institucionales, concluyendo que la distancia institucional mantiene una relación inversa con los flujos comerciales, de modo que a menor distancia de este tipo, mayor comercio; en cambio, la distancia cultural y la calidad institucional aparecen relacionadas en sentido directo con los flujos comerciales. Por su parte, Kogut y Singh (1988) defienden la siguiente

hipótesis: cuanto más distantes culturalmente sean dos países, más distantes serán sus organizaciones y mayores serán los costes percibidos por los empresarios a la hora de entrar en esos mercados, optando por formas de inversión y de entrada al país menos arriesgadas, tales como una *joint-venture*, en vez de la adquisición de una empresa local.

Además de la distancia institucional entre países, se han realizado otras aproximaciones a este concepto, centradas en aspectos relacionados como el origen legal de código civil (La Porta, 1999), el nivel de corrupción (Mauro, 1995; Habib y Zurawicki, 2002), los perfiles institucionales de los países (Bénassy-Quéré *et al.*, 2005) o la facilidad con la que se pueden hacer negocios en un país (Canals y Noguera, 2003).

De cualquier modo, los factores institucionales están íntimamente ligados con los culturales. De hecho, hay otro factor, a caballo entre los aspectos puramente culturales y los institucionales, que resulta decisivo a la hora de mejorar la cercanía entre mercados: es el hecho de pertenecer o no a un mismo *bloque regional*. Si bien en el caso de los flujos comerciales es evidente su importancia, no lo es tanto en el de los flujos de capital, motivo por el cual no se ha empleado habitualmente en los modelos de gravedad. La integración comercial (zona de libre comercio, unión aduanera, mercado común) significa un desarme arancelario favorecedor del comercio mutuo entre dos países, como Greenaway y Milner (2002) han sabido resumir. Ambos autores han destacado la utilidad de esta variable en el análisis de varios aspectos comerciales de los flujos entre países utilizados por otros autores en su análisis. Frankel *et al.*, (1995), por ejemplo, han tratado de ratificar si los países involucrados en un acuerdo de integración regional comercian más entre sí de lo que explicarían su proximidad geográfica, las fronteras comunes o, en su caso, compartir una misma lengua. Greenaway y Milner (2002), Hamilton y Winters (1992) y Nilsson (2000), por

<sup>2</sup> Los valores considerados son: *distancia al poder; individualismo vs. colectivismo; masculinidad vs. femineidad; aversión al riesgo; y visión de largo plazo*. Vid. <http://www.clearlycultural.com/geert-hofstede-cultural-dimensions>

<sup>3</sup> Los indicadores considerados son: *voto y control; estabilidad política y ausencia de violencia; efectividad gubernamental; calidad regulatoria; Estado de derecho y control de la corrupción*. Vid. <http://www.govindicators.org>

su parte, han tratado de evaluar el potencial de comercio intra-bloque que se deriva de la puesta en marcha de una iniciativa regional entre dos mercados, encontrando un efecto positivo.

En gran parte de los trabajos que han examinado a través de modelos de gravedad el peso de los distintos factores determinantes del comercio internacional o de las inversiones directas entre los países aparece la lengua común. Raramente, sin embargo, con la atención del análisis focalizada sobre ella. Puede decirse que, al igual que una moneda única para un conjunto de países, una lengua común tiene la propiedad de ensanchar los mercados y facilitar los intercambios, al reducir los *costes de transacción*; y, al acortar la *distancia psicológica* entre los agentes que operan en distintos mercados, favorece igualmente movimientos económicos de todo tipo, desde las inversiones internacionales, directas o en cartera, a los propios movimientos migratorios. Un valor, éste de la lengua, como reductor de la distancia económica entre los países, que adquiere, además, un efecto multiplicativo gracias a su cualidad esencial de *bien de club*. Esto es lo que los modelos de gravedad permiten, dentro de ciertos límites, medir, y lo que los autores de este trabajo han medido para el caso del español.

### 3. En concreto: el valor del español

Jiménez y Narbona (2011) han desarrollado un modelo de gravedad con datos de panel y efectos aleatorios a través del que se ha valorado la importancia de la lengua, aislada de los restantes factores, como determinante de los flujos bilaterales de comercio y de inversión directa de una muestra amplia de países (51),<sup>4</sup> para un período

<sup>4</sup> Los países incluidos en la muestra seleccionada son los siguientes: Europa (Alemania, Austria, Bélgica y Luxemburgo, Dinamarca, Eslovaquia, España, Francia, Finlandia, Grecia, Holanda, Hungría, Italia, Irlanda, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Rusia, Suecia, Suiza, Ucrania, Turquía); América (Argentina, Bolivia, Brasil, Canadá, Chile, Colombia, Ecuador, Estados Unidos, México, Paraguay, Perú, Uruguay, Venezuela); África (Argelia, Egipto, Marruecos, Nigeria, Túnez); Asia (China, Filipinas, Hong Kong, India, Israel, Japón, Pakistán, Singapur, Taiwán, Vietnam); y Oceanía (Australia).

igualmente amplio (1996-2007). Partiendo de una ecuación básica de gravedad (que incluye el PIB de los países de origen y destino y la distancia física que los separa), y a través de sucesivas estimaciones del modelo incorporando distintos factores culturales e institucionales, se concluye que, en el caso de las exportaciones, la lengua común aumenta en casi un 200% los flujos bilaterales de comercio. En todas y cada una de las ecuaciones estimadas esta variable presenta unos coeficientes estadísticamente significativos al 100%, demostrando que compartir un mismo idioma es un factor capaz de potenciar los intercambios comerciales mucho más que el hecho de ser países vecinos (*efecto frontera*), la política comercial (acuerdos regionales de integración), los vínculos coloniales, la misma religión o la cercanía cultural (indicador agregado de Hofstede) e institucional (indicador agregado de Kauffman).

La dimensión económica de los países involucrados en los intercambios puede ser medida a través de varios indicadores económicos, como el PIB, el PIB per cápita o la población de los Estados. Sin embargo, tras haber realizado las matrices de correlación necesarias para evaluar la colinealidad entre dichos factores, los autores decidieron descartar la inclusión de la población, pues se generaban problemas de correlación con el PIB en el modelo econométrico. En los resultados de la especificación, tanto el PIB como el PIB per cápita (que recoge el nivel de desarrollo económico de los países) presentan coeficientes positivos y estadísticamente significativos, de manera que, a mayor dimensión económica y mayor nivel de desarrollo los países comercian más.

La incorporación de variables geográficas en los modelos de gravedad constituye una de las principales ventajas de éstos, ya que anteriormente la teoría del comercio internacional había obviado este factor como determinante de la dirección y la intensidad de los flujos económicos. El pionero fue Linneman (1966), quien definió un “índice de

localización” con el que medir y evaluar los efectos que se derivaban de la ubicación de un país con respecto a sus socios comerciales. Ponderando los PIB de los países implicados en el intercambio por su población y distancia física halló una relación negativa en la ecuación de gravedad entre este índice de localización y las exportaciones. Frankel (1997) enumeró posteriormente tres razones por las cuales la distancia física debería ser considerada como una variable explicativa esencial de los intercambios comerciales: a) genera economías de aglomeración; b) es un factor natural que condiciona el volumen de comercio; y c) es un factor explicativo de la hipótesis de los *socios comerciales naturales*, es decir, de aquellos países más próximos y con un cierto nivel inicial de intercambios, que emprenden proyectos de integración regional. McCallum (1995), por su parte, ha permitido afinar el análisis definiendo el *efecto frontera* que se deriva del hecho de ser países vecinos. En el modelo de Jiménez y Narbona (2011), por ejemplo, y con la especificación básica del modelo de gravedad (incluyendo PIB, PIB per cápita, distancia física y la *dummy* que recoge el efecto frontera), dos países colindantes comerciarán casi un 130% más por el hecho de serlo.

Todas las variables de familiaridad cultural (variables dicotómicas para la relación colonial, la religión y la lengua compartidas) y de distancia cultural (medida a través del indicador agregado de Hofstede) incorporadas posteriormente a la ecuación básica presentan coeficientes estimados positivos y estadísticamente significativos, si bien la lengua destaca entre todas ellas como el factor cultural más importante a la hora de estimular los intercambios comerciales.

Al incorporar, por último, los determinantes institucionales, las variables ya consideradas en el análisis previo mantienen el signo esperando y la bondad de ajuste mejora al considerar la distancia y la calidad institucional como determinantes de los flujos comerciales. Los resultados del modelo

concluyen que a mayor distancia institucional entre los socios comerciales, menores serán sus intercambios económicos; y, a mejor calidad de las instituciones de estos países, se genera un mayor volumen de exportaciones. Sin duda, la calidad institucional es un determinante esencial de los flujos comerciales bilaterales, en particular la calidad del país importador, que asegura la estabilidad del marco regulatorio de dichos intercambios. En el caso de los países iberoamericanos, estas variables presentan un efecto desalentador de los intercambios económicos, en tanto un gran número de ellos presentan niveles de calidad institucional por debajo de la media internacional, y, desde luego, comparativamente con los anglosajones considerados en la muestra. Sólo dos países iberoamericanos (Chile y Uruguay) muestran valores positivos similares a otros países desarrollados. Por ello, el español se revela como un elemento que puede llegar a suplir ciertas carencias en este ámbito.

En resumen, el español se confirma como un poderoso impulsor de los intercambios comerciales en el mundo. De acuerdo con el modelo gravitatorio aplicado, compartir un idioma –cualquier idioma– supone dentro del comercio mundial un factor de multiplicación cercano al 190% para los intercambios de los países que lo comparten. Y compartirlo, dentro de la comunidad panhispánica de naciones, incrementa, de media, casi un 300% el comercio bilateral entre ellos (más, incluso, que el inglés entre los países anglosajones).

No es un resultado que pueda extrañar a la vista, de nuevo, del Mapa 1 y la Tabla 1. Ni tampoco desde otro punto de vista muy revelador: en relación con sus exportaciones totales, España ha comerciado en el período aquí considerado con los países americanos de habla hispana más del doble que lo hacen Francia o Alemania, el triple que Portugal y casi tres veces y media más que el Reino Unido. Son proporciones que se mueven en los órdenes de magnitud detectados con nuestro modelo de gravedad como factores de multiplica-

ción del comercio debidos al español como lengua común, en particular cuando la calidad institucional –como sucede con España, en relación al promedio mundial– no es un hándicap.

Los autores han empleado esta misma metodología para el estudio de los flujos de capital (inversión directa extranjera, IDE). No obstante, en este caso hay que extremar más aún las cautelas a la hora de explicar y analizar los resultados obtenidos por las ecuaciones de gravedad estimadas, ya que el punto de partida del análisis, es decir, la fuente estadística empleada (en este caso, la UNCTAD) no está exenta de sesgos, como tampoco lo está la simplificación necesaria de la especificación econométrica empleada. Al existir problemas de colinealidad entre alguna de las variables a incluir en la ecuación (por ejemplo, entre el origen legal del código civil de los países y las distancias cultural e institucional; o entre la lengua, la relación colonial y la calidad institucional), algunas de éstas se han tenido que suprimir de la ecuación de gravedad estimada. En cualquier caso, todas las variables incluidas en el modelo presentan los signos esperados y la lengua aparece de nuevo con un coeficiente positivo y estadísticamente significativo, destacando su fuerza como motor de las inversiones internacionales.

En una primera etapa del análisis econométrico –a partir de la definición básica del modelo– se observa cómo, manteniéndose de nuevo la significación estadística de las variables básicas (PIB y distancia física), las variables culturales relacionadas con el hecho de compartir una misma religión o vínculo colonial común no son, en este caso, tan importantes, y los coeficientes estimados muestran una significación estadística menor que en el caso de los flujos comerciales. De nuevo la lengua supone un estímulo mayor a las inversiones de capital que esos otros factores; variables que, al no tener un impacto significativo en la bondad del ajuste, son eliminadas de la especificación econométrica del modelo.

Como era de esperar, los determinantes institucionales cobran en el caso de la inversión directa extranjera mucha más importancia, ya que son decisivos en la confianza de los inversores hacia el país al cual dirigen sus capitales. Se decide por tanto incorporar al análisis, además de la distancia y la calidad institucional, una variable relacionada con la protección de los derechos de los inversores que se deriva de los códigos civiles existentes en los países. Tras realizar la matriz de correlación de todas estas variables institucionales se detectan problemas de colinealidad –por ejemplo, entre la distancia institucional y la calidad institucional y entre aquella y el código legal– que aconsejan incorporar simultáneamente sólo dos de ellas: el origen del código legal de los países y las calidades institucionales de cada uno de los países involucrados en el intercambio. Al realizar la regresión con esta nueva especificación del modelo el coeficiente estimado de la lengua es de nuevo positivo y estadísticamente significativo, si bien hay que ser conscientes de que su altísimo nivel está reflejando una clara sobrevaloración, al ser el único factor cultural que se mantiene en la especificación econométrica del modelo, con lo que la lengua común está siendo el factor aglutinante de otros muchos elementos que se derivan de la familiaridad cultural entre los mercados. Y hay que tener en cuenta, además, que el modelo ha procesado un fenómeno de evidentes desproporciones ven términos absolutos y relativos, como es el que tiene que ver con las salidas de inversión directa al exterior desde España en estos años, tal y como el Mapa 2 revelaba tan vívidamente.

En síntesis, desde el punto de vista de las inversiones directas exteriores, el hecho de contar con una misma lengua viene, aproximadamente, a triplicar –en las especificaciones básicas del modelo aplicado– los flujos internacionales de inversión directa entre los países. Al incorporar al modelo otras variables culturales, el peso del idioma común se modera; pero, como en el caso del

comercio, al incluir, en la especificación completa, los determinantes institucionales, las proporciones se disparan, y la “lengua común” alcanza, incluso, un coeficiente de multiplicación del 580% sobre los flujos bilaterales de inversión.

Jiménez y Narbona (2011) han realizado una comparación entre el peso del español y el del inglés como motores de la IDE internacional y, al igual que ocurría en el caso de los flujos bilaterales de comercio, el español se revela como un factor mucho más importante que el inglés. El español multiplica por 24 veces los flujos entre los países; el inglés, apenas si estimula un 35% más los flujos de IDE entre los países anglosajones.

Se habla de factores de multiplicación de hasta 24 veces que pueden parecer estratosféricos. Pero no son ni mucho menos inexplicables a la vista, de nuevo, del Mapa 2 y la Tabla 1. Y no hay que olvidar, abundando en este mismo argumento, que América Latina representó para España en los años aquí considerados hasta 17 veces más, dentro del total de sus inversiones directas en el exterior, que para el promedio de sus tres grandes vecinos europeos: Francia, Reino Unido y Alemania. Tres países, por si hiciera falta recordarlo, de tamaño económico y calidad institucional superiores a los de España. Más potentes inversionistas exteriores, por tanto, al menos sobre el papel.

Se comprueba así la importancia de la lengua y, en concreto, del español, como un factor que suple las carencias –en términos, sobre todo, de calidad institucional– de algunos países hispanohablantes, y cómo la proximidad lingüística entre éstos se convierte en determinante de los flujos de capital. Y, al observarlo desde España, la comunidad de lengua –y de lazos interpersonales, históricos y culturales que ésta procura– ha sido un factor decisivo, sin el cual es imposible explicar el enorme montante de flujos de inversión orientados hacia América Latina desde el decenio de 1990. Ese gran salto inversor en América de las empresas españolas y la fuerte aparición en escena, más recientemente,

de las traslatinas –o multilatinas– están revelando la importancia de la lengua común como favorecedora de los flujos económicos internacionales. Es preciso, no obstante, seguir profundizando, desde el punto de vista microeconómico, en los factores que están detrás de esta ventaja, entre los que son indiscutibles, por ejemplo, las enormes ganancias de eficiencia que permite una más sencilla transferencia del conocimiento de una organización o el uso de plataformas tecnológicas comunes (Casilda Béjar, 2002).

#### 4. Apunte final

Por supuesto, no se ha pretendido atribuir aquí toda –y ni siquiera quizá la mayor parte– de la razón de la presencia empresarial de España en Iberoamérica al mero hecho de compartir el español. Para empezar, porque la lengua, ya se ha dicho, es indisociable de otras muchas afinidades que no siempre se pueden deslindar en el análisis. Pero es innegable que ha sido éste, y sigue siendo, un gran factor favorecedor de los intercambios comerciales, y, con mayor motivo, si cabe, del asentamiento físico de las empresas españolas dentro de las anchas fronteras del condominio hispánico.

El punto de partida es muy prometedor: el español es una lengua hablada por cerca de 450 millones de personas en todo el mundo, y cuyo “poder de compra” –atribuyéndoles la renta media de sus países– puede cifrarse en torno del 9% del PIB mundial, lo que le convierte en un poderoso argumento de interrelación económica para el conjunto de países de habla hispana. La lengua común –y tanto más cuanto mayor y más difundido sea el *club* de sus hablantes– es un factor clave para mejorar el conocimiento de los mercados exteriores y reducir la distancia psicológica entre los países, acercándoles y haciéndoles más atractivos para la entrada de sus respectivos productos o para el intercambio de sus inversiones

productivas. Es, además, un valioso intangible para la internacionalización de empresas que encuentran una gran ventaja en operar con una lengua de trabajo común en un amplio número de mercados. El caso de España, una vez alcanzada la madurez económica –y de su tejido empresarial– que precisa una proyección activa hacia el exterior, es muy revelador del aprovechamiento de esas ventajas.

Los países de habla hispana han sido, en efecto, el gran “banco de pruebas” de la internacionalización empresarial de España en pocos años. La gran tarea pendiente es materializar esa ventaja del español como activo económico internacional en un conjunto de países que precisan para ello de más desarrollo y, en particular, mayor calidad institucional. Países en los que el español es aún, más bien, un intangible que suple otras carencias, de modo palmario las de calidad institucional, aproximando lo que éstas distancian. Un recurso potencial, en suma, que hay que materializar, del modo en que ya lo hacen no pocas “translatinas”.

¿En qué medida la lengua puede seguir siendo un factor de aproximación económica y de internacionalización de las empresas españolas? Algunos esfuerzos añadidos, sobre lo que el devenir histórico nos ha procurado hasta ahora, se antojan imprescindibles para no perder lo ganado. Dos deben apuntarse aquí: por un lado, la necesidad de que el efecto positivo de la lengua, que parece tan claro en el español –al menos desde la perspectiva de España–, se extienda también de modo efectivo al conjunto de países de lengua hispana; y, por otro, hay que conseguir que al efecto potencial de la lengua común se una, en nuestros países, un mayor progreso económico, cultural, tecnológico e institucional.

En pocas palabras, la lengua, y en concreto el español, tiene que ser una ventaja añadida a las que el progreso económico y la calidad institucional suponen para el comercio, no algo que los supla.

## Referencias bibliográficas

- ACEMOGLU, D., JOHNSON, S. y ROBINSON, J. A. (2001): «The colonial origins of comparative development: An empirical investigation»; en *The American Economic Review* (91, 5); pp. 1369-1401.
- AGULEDO, D. y DAVIDSON, L. (2004): «The gravity of globalization»; mimeografiado, Kelley School of Business, Indiana University.
- ANDERSON, J. E. y VAN WINCOOP, E. (2004): «Trade costs»; en *Journal of Economic Literature* (42); pp. 691-751.
- BANCO MUNDIAL (2005): *World Development Report 2005. A better investment climate for everyone*. Washington DC, The International Bank for Reconstruction and Development, The World Bank.
- BÉNASSY-QUÉRE, A., COUPET, M. y MAYOER, T. (2005): «Institutional determinants of Foreign Direct Investment»; *CEPII Working Paper*, núm. 05 (abril).
- CANALS, C. y NOGUER, M. (2007): «A value chain analysis of Foreign Direct Investment»; *La Caixa Economic Papers*, núm. 3 (marzo).
- CASILDA BÉJAR, R. (2002): *La década dorada. Economía e inversiones españolas en América Latina 1990-2000*. Ediciones de la Universidad de Alcalá, Madrid.
- DEARDORFF, A. V. (1995): «Determinants of bilateral trade: Does gravity work in a neoclassical world?»; *NBER Working Papers*, núm. 5377 (diciembre), National Bureau of Economic Research, Cambridge.
- DE GROOT, H. L. F., LINDERS, G. J., RIETVELD, P. y SUBRAMANIAN, U. (2003): «The institutional determinants of bilateral trade patterns»; *Tinbergen Institute Discussion Paper*, núm. 2003-044/3, Amsterdam, Tinbergen Institute.
- DISDIER, A. C. y MAYER, T. (2005): «Je t'aime, moi non plus. Bilateral opinions and international

- trade»; *CEPR Working Paper*, núm. 4928.
- FELBERMAYR, G. y TOUBAL, F. (2006): «Cultural proximity and Trade»; en *Tübinger Diskussionsbeitrag*, núm. 305 (marzo), Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät der Eberhard-Karls-Universität Tübingen.
- FRANKEL, J. A. (1997): *Regional Trading Blocs in the world economic system*, Institute for International Economics, Washington DC.
- FRANKEL, J. A., STEIN, E. y WEI, S. J. (1995): «Trading Blocs and the Americas: The natural, the unnatural and the super-natural»; en *Journal of Development Economics* (47); pp. 61-95.
- GREENAWAY, D. y MILNER, C. (2002): «Regionalism and gravity»; *Research Paper Series*, núm. 20, Internationalization of Economic Policy, The Leverhulme Center, The University of Nottingham.
- GUIO, L., SAPIENZA, P. y ZINGALES, L. (2004a): «The role of social capital in financial development»; en *The American Economic Review*, vol. 94, núm.3, págs. 526-556.
- GUIO, L., SAPIENZA, P. y ZINGALES, L. (2004b): «Cultural biases economic exchanges»; en *NBER Working Paper*, núm. 11005 (diciembre).
- GUIO, L., SAPIENZA, P. y ZINGALES, L. (2006): «Does culture affect economic outcomes?»; en *Journal of Economic Perspectives* (20, 2); pp. 23-48.
- HABIB, M. y ZURAWICKI, L. (2002): «Corruption and Foreign Direct Investment»; en *Journal of International Business Studies* (33, 2).
- HAMILTON, C. B. y WINTERS, L. A. (1992): «Opening up International Trade with Eastern Europe»; en *Economic Policy* (14); pp. 77-116.
- JIMÉNEZ, J. C. y NARBONA, A. (2011): *El español en los flujos económicos internacionales. Un instrumento de la internacionalización empresarial*. Ariel-Fundación Telefónica, Barcelona.
- KAUFFMANN, D., KRAAY, A. y MASTRUZZI, M. (2006): «Governance matters V: Aggregate and individual governance indicators for 1996-2005»; *Policy Research Working Paper*, núm. 2272, The World Bank.
- KAUFFMANN, D., KRAAY, A. y MASTRUZZI, M. (2009): «Governance matters VIII: Aggregate and individual governance indicators for 1996-2008»; *Policy Research Working Paper*, núm. 4978 (junio), The World Bank.
- KOGUT, B. y SINGH, H. (1988): «The effect of national culture on the choice of entry mode»; en *Journal of International Business Studies* (8); pp. 23-32.
- KRUGMAN, P. (1980): «Scale economics, product differentiation and the pattern of Trade»; en *The American Economic Review* (3, 70); pp. 950-959.
- LA PORTA, R. (1999): «The quality of Government»; en *The Journal of Law, Economics, and Organizations* (15, 1); pp. 222-279.
- LINDERS, G. J., DE GROOT, H. L. F. y RIETVELD, P. (2005a): «Institutional determinants of bilateral Trade flows»; *Tinbergen Institute Discussion Paper*, TI 2005-023/3.
- LINDERS, G. J., SLANGEN, A., DE GROOT, H. L. F. y BEUGELSDIJK, S. (2005b): «Cultural and institutional determinants of bilateral Trade flows»; *Tinbergen Institute Discussion Paper*, TI 2005-074/3.
- LINNEMAN, H. (1966): *An econometric study of international trade flows*, North Holland, Amsterdam.
- LOUNGANI, P., MODY, A. y RAZIN, A. (2002): «Notes on 'What drives FDI?: The role of gravity and other forces'», mimeografiado.
- MAURO, P. (1995): «Corruption and growth»; en *Quarterly Journal of Economics* (110, 3); pp. 681-712.
- MCCALLUM, J. (1995): «National borders matter: Canada-U.S. Regional Trade patterns»; en *The American Economic Review* (85, 3); pp. 615-623.

- NARBONA, A. (2005): «Determinantes de los flujos comerciales. Evidencias gravitacionales para el caso del Mercosur»; *VII Reunión de Economía Mundial*, Universidad Complutense, Madrid, 22-24 de abril.
- NILSSON, L. (2000): «Trade integration and the EU economic membership criteria»; en *European Journal of Political Economy* (16); pp. 807-827.
- NORTH, D. C. (1990): *Institutions, institutional change and economic performance*, Cambridge University Press.
- PORTES, R. y REY, H. (2005): «The determinants of cross-border equity flows»; en *Journal of International Economics* (65); pp. 269-296.
- RAZIN, A., RUBINSTEIN, Y. y SADKA, E. (2003): «Which countries export FDI, and how much?»; mimeografiado, Cornell University (noviembre).
- STULZ, R. M. y WILLIAMSON, R. (2003): «Culture, openness and finance»; en *Journal of Financial Economics* (70); pp. 313-349.
- SUÁREZ BURGUET, C., PÉREZ GARCÍA, E., MARTÍNEZ-ZARZOSO, I. y MÁRQUEZ RAMOS, L. (2006): «El factor geográfico y logístico en la competitividad de las empresas exportadoras españolas»; en J. C. JIMÉNEZ, J. C., dir.: *Economía española: Veinte años en la Unión Europea*. Thomson-Civitas, Madrid.
- WEI, S. (2000): «Natural openness and good Government»; *National Bureau of Economic Research Working Paper*, núm. 7765.





# DESLOCALIZACIÓN: OTRO ROSTRO DE LA INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL

María C. Latorre

Universidad Complutense de Madrid

## Resumen

En este trabajo hemos mostrado las dificultades de medición del fenómeno de la deslocalización. Las series de flujos de Inversión Extranjera Directa (IED) de los organismos internacionales, que se utilizan con frecuencia, no parecen aptas para esta tarea. En ellas no se puede identificar el tamaño de flujos de desinversiones, y éstas sólo afloran cuando son mayores las desinversiones que las entradas de IED. Sin embargo, el proceso desinversor puede estar latente y ser de importancia, aunque haya otras empresas que inviertan al mismo tiempo. El Registro de inversiones del Ministerio de Economía y Competitividad ofrece unos datos privilegiados para analizar los datos de deslocalizaciones para España, aunque las series han de ser depuradas, asunto al que hemos prestado atención.

## Abstract

*We have shown the difficulties encountered when measuring the phenomenon of relocation. The series of DFI (Direct Foreign Investment) flows of international organizations, which are frequently used, do not appear to be apt for this task. The size of disinvestment flows cannot be identified in them, and they only appear when the disinvestments are higher than the DFI. However, the disinvestment process could be both latent and significant, even though there are other companies investing at the same time. The Ministry for the Economy and Competitiveness offers some privileged data to analyse the relocation figures for Spain, although the series needs refining, a matter to which we have paid special attention.*

## 1. Introducción

Las empresas multinacionales (EMN) generan una cuarta parte del PIB mundial y las exportaciones de su filiales suponen un tercio de las exportaciones totales del mundo (UNCTAD, 2011). Son, por tanto, importantes agentes, capaces de influir en el curso de las economías.

Durante décadas las operaciones de las EMN se han concentrado mayoritariamente en los países desarrollados. La crisis no ha hecho sino acentuar una tendencia por la que los países en desarrollo están tomando peso como destino de las EMN. En 2010, se alcanzó una cifra récord. Las economías en desarrollo junto con las economías en transición han atraído la mitad de los flujos

de inversión mundial generados por EMN. En otras palabras, en ese año, el 50% de los flujos de inversión extranjera directa (IED) tuvieron como destino países en desarrollo o transición. Por mucho tiempo habían supuesto aproximadamente, un tercio de la IED mundial (Barba Navaretti y Venables, 2004).

En 2010 ha habido 10 países en desarrollo o en transición entre los 20 que más IED han recibido. El ascenso al 50% es una cifra muy relacionada, no obstante, con la capacidad de atracción de los nuevos países emergentes, con China a la cabeza como principal destino de la IED mundial. En contraste, los países desarrollados han perdido cuota, al compás de procesos de deslocalización que han tenido lugar sobre todo en Europa y Japón (UNCTAD, 2011).

¿Cuál es la magnitud de estos procesos de deslocalización en el seno de los países en los que tiene lugar? ¿Hay una tendencia clara al descenso del peso de las EMN en las economías europeas? ¿Y en España? ¿En qué sectores están más presentes las EMN en nuestro país? ¿Y cuánto producen, cuánto valor añadido generan, cuánto venden, a cuánta gente emplean? ¿Pierden importancia o la ganan? ¿Está justificado, en definitiva, el miedo a la deslocalización?

En este trabajo tratamos de responder a esas cuestiones analizando en detalle la situación española durante el período anterior y posterior a la crisis. La información estadística es abundante, comparado con otros países, haciendo accesible el estudio de la deslocalización. También analizaremos brevemente los datos para que aquellos otros países desarrollados para los que hay información algo más pobre, pero ilustrativa, a fin de tener otras referencias con respecto a las que interpretar la realidad española.

No son muchos los trabajos que analizan los procesos de deslocalización. Algunos predecesores para el caso español son (Myro y Fernández-Otheo, 2008; Rodríguez *et al.*, 2009). Si bien, generalmente, los estudios sobre EMN se centran en sus procesos de expansión, tales como, el impacto de su llegada a nuevos países, o su crecimiento dentro de ellos, o en ciertos sectores... Pero, las EMN no pocas veces cambian su rumbo deslocalizando la producción y desinvirtiendo donde antaño invirtieron. Las estimaciones de este fenómeno a nivel mundial afirman que las desinversiones “afectan entre el 25 y 80% de lo invertido en todos los proyectos de inversión extranjera directa” (UNCTAD, WIR, 2009; p. 8). Y se aclara, que aunque el fenómeno se acentúa en los tiempos de crisis, también se da fuera de ellos.

El trabajo se estructura en los siguientes epígrafes. El siguiente apartado delimita el concepto de la deslocalización y una primera aproximación a su medición. El apartado 3 presenta una propuesta

de estimación del *stock* de capital en manos de las EMN con la finalidad de cuantificar los fenómenos de deslocalización. El apartado 4 aplica la propuesta y ofrece estimaciones de la importancia de la deslocalización con un gran detalle sectorial. El apartado 5 recoge el peso de las EMN en España, también a nivel sectorial, y la evolución de su importancia en el período más reciente.

## 2. Concepto y medición de la deslocalización

Como sabemos, una EMN “nace” cuando una empresa (que se suele llamar matriz) realiza una inversión que se espera sea duradera en un país extranjero. El flujo de inversión cruza las fronteras y tiene, como decimos, una cierta vocación de permanencia. Este trabajo pone el acento en el hecho de que esa inversión no es tan duradera en algunos casos, pero sabemos que, a priori, es menos volátil que una inversión en cartera. De ahí que se le llame flujo de inversión extranjera directa (IED) por contraposición a otras inversiones extranjeras en cartera o portfolio. Las empresas en las que se invierte se denominan filiales.

El término “deslocalización” hace referencia en este trabajo al hecho de que empresas que inicialmente enviaron flujos de IED a un país los retiran en determinado momento dentro de un proceso que a veces se denomina también “desinversión”. Los motivos por los que las desinversiones tienen lugar pueden ser muy variados (procesos de *offshoring*, concentración por parte de la EMN en un conjunto de actividades abandonando otras, buscar reducciones de costes, malos resultados en las filiales que aconsejan disminuir su actividad o cerrarlas, etc.), motivos todos ellos que son difíciles de identificar con los datos estadísticos disponibles.

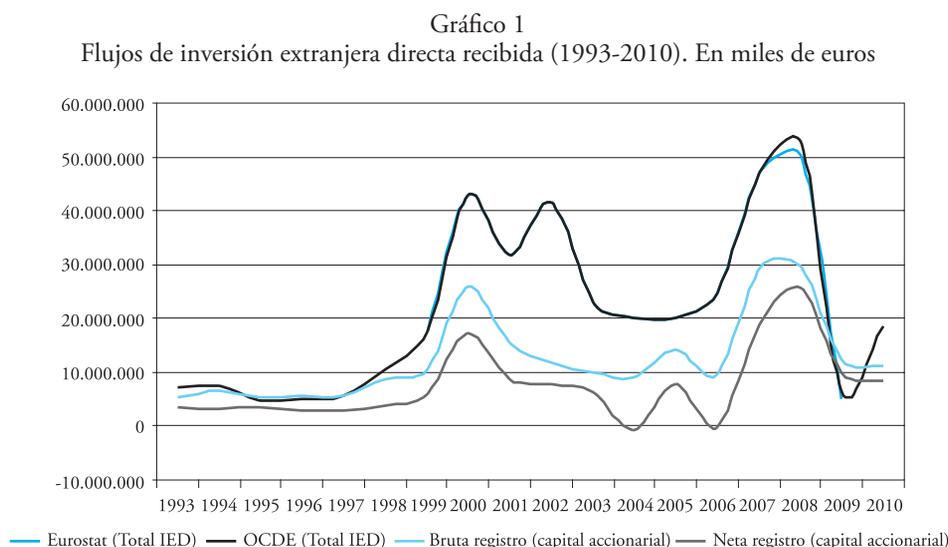
Por definición, los flujos de IED, tal y como los define el manual de balanza del pagos del FMI (IMF, 1993), son la suma de 3 componentes: 1)

compras de capital accionario, que incluye acciones y otras formas de participación; 2) ganancias reinvertidas o porcentaje proporcional a la cantidad de capital que la matriz posee en la filial de ganancias no redistribuidas vía dividendos; y 3) préstamos entre empresas relacionadas que recoge préstamos de la matriz o de otra filial a una tercera filial. Al contar con tres componentes, las deslocalizaciones o desinversiones pueden tener distintas formas de materializarse. Las más habituales son dos: 1) que la empresa matriz venda las acciones reduciendo parcial o totalmente su peso en el capital accionario; y 2) que la filial devuelva un préstamo a la matriz, o que la filial haga un préstamo a su casa matriz u otras empresas filiales del extranjero. El *World Investment Report* (UNCTAD, 2009; p. 8) comenta que el primer tipo de operaciones se dio en Noruega en 2009 y el segundo en Irlanda e Inglaterra durante parte del año 2008. Nada se dice del caso español.

Para valorar los efectos “reales” de las desinversiones en términos de empleo, producción, comercio exterior, etc., parece más determinante el hecho de que la matriz esté realmente abandonado

el capital accionario. Por el contrario, devolver un préstamo o hacer un préstamo por parte de una filial a su matriz, puede ser señal de buena salud de esa filial y no de que se estén abandonando las inversiones en el país receptor.

En general, las series de flujos de IED recopiladas por distintos organismos recogen sus tres componentes de manera conjunta, sin aclarar el peso de cada uno de ellos. Esto dificulta conocer lo que hay detrás de una IED cuyo dato es negativo. Sin embargo, para el caso español contamos con una información privilegiada. El Registro de Inversiones Extranjeras (en adelante, el Registro) del, ahora llamado, Ministerio de Economía y Competitividad. Este organismo presenta unas series de flujos de IED que únicamente recogen el componente ligado a las compras de capital accionario. Luego, el Registro aísla la evolución de ese componente, algo muy interesante para estudiar las desinversiones. Esto explica por qué, una comparación de las series de IED recibida en España del Registro con las de Eurostat o la OCDE deja considerablemente por debajo la cuantía de flujos según la mide el Registro (ver Gráfico 1).



Fuente: Registro de Inversiones Extranjeras (Ministerio de Economía y Competitividad, 2012), Eurostat (2012) y OECD (2012a).

Como se puede ver en el Gráfico 1, para el Registro hay dos series de datos, una en términos brutos y otra en términos netos. En breve veremos su diferencia. Lo que es claro es que ambas se encuentran por debajo de las series de los organismos internacionales. Ese menor volumen de IED, según el Registro, se explica como venimos diciendo, porque sus series exclusivamente recogen el componente de capital accionario de la IED recibida en España.

¿Cuál es la diferencia entre la IED bruta y neta? Justo el tamaño de lo que queremos estudiar: las desinversiones o deslocalizaciones. En otras palabras, cuando se resta a la inversión bruta recibida las desinversiones realizadas, obtenemos la inversión neta. Tengamos en cuenta que detrás de las series que recoge el Gráfico 1 hay un gran número de empresas y sectores. Los flujos de inversión y de desinversión son realizados por distintas empresas simultáneamente en el tiempo, y la serie que recoge el resultado final, de si más inversiones entran o se van, es la serie neta.

La mayoría de los organismos que ofrecen series largas de flujos de IED (OCDE, Eurostat, *World Investment Report*, etc.) los ofrecen únicamente en términos netos, lo que hace imposible calcular la cuantía de las desinversiones. Para estos últimos organismos, las desinversiones se harán notar únicamente cuando el neto se vuelva negativo (sólo cuando la inversión bruta menos las desinversiones den lugar a una cifra, que será la neta, negativa). Sin embargo, identificar desinversiones con series netas negativas resulta incompleto. Puede haber desinversiones importantes a la vez que hay inversiones importantes. En este último caso, algunas empresas desinvierten (lo cual puede tener efectos reales en términos de empleo, producción, etc.), a la vez que otras empresas invierten. ¿Cuál sería el balance, por ejemplo, en términos de empleo entre las que cierran plantas y las que las abren? Tal vez, el balance sea de menos empleo. En este sentido, cada flujo de entrada o

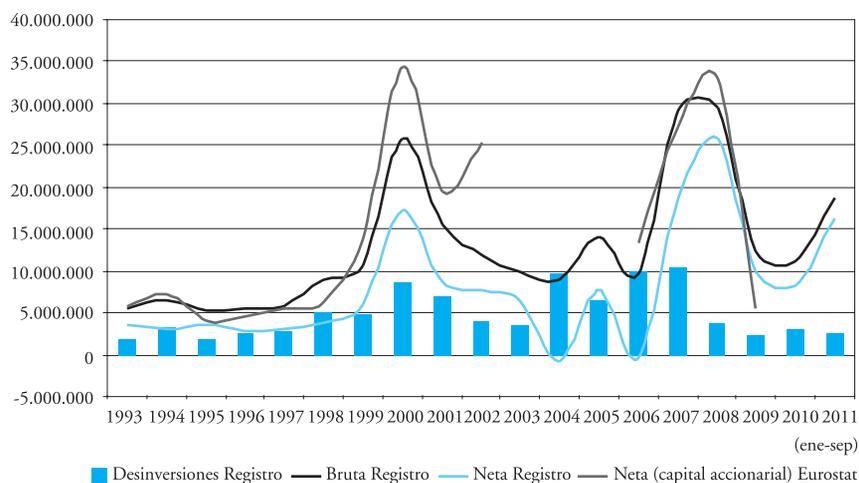
salida de IED es diferente porque siempre está relacionado con EMN concretas que traen consigo o se llevan un conjunto específico de activos. El Profesor Lipsey lo explica de la siguiente manera cuando compara la IED recibida por un país con la enviada (de manera análoga podríamos interpretarlo como la IED recibida y la que se desinvierte): “un flujo recibido de IED no se compensa por un flujo enviado de IED [...]. Si Alemania envía flujos de IED a Francia esto no se ve compensado por el simple hecho de que Francia también esté realizando IED en Alemania. Lo que estará ocurriendo es que hay un incremento en el *stock* de activos tanto de Francia como de Alemania, provocado por la recepción de los respectivos flujos de inversión directa extranjera” (Lipsey, 2003; p. 309). Teniendo las series brutas y netas, se pueden estimar el tamaño concreto de las desinversiones, aunque éstas no superen la IED bruta y el neto sea positivo.

El Gráfico 2 recoge las dos series del registro y calcula las desinversiones en base a la diferencia (brutos-netos) entre ellas. El período contemplado cubre desde 1993 hasta prácticamente la actualidad.

El Gráfico 2 recoge también el componente de los flujos de IED ligado exclusivamente al capital accionario según Eurostat. Las series recogen el total de flujos agregados de IED recibidos en España. Sin embargo, a nivel sectorial la información que ofrece Eurostat es muy pobre comparada con la del Registro. Por eso, afirmábamos antes que era difícil desligar los tres componentes de los flujos de IED en otros organismos distintos del Registro. De las dificultades con los datos de IED de Eurostat da cuenta, adicionalmente, el hecho de que para algunos años (en concreto: 2003-2005) Eurostat no recoge información.

A la vista del Gráfico 2 cabe plantearse: ¿a qué se debe ahora la diferencia entre las series de Eurostat y las del Registro? Tanto los datos de Eurostat como los del Registro están en términos netos y

Gráfico 2  
Flujos de inversión extranjera directa recibida. En miles de euros



Fuente: Registro de Inversiones Extranjeras (Ministerio de Economía y Competitividad, 2012), Eurostat (2012) y OECD (2012a).

ambos se refieren sólo el capital accionarial. ¿De dónde surge, entonces, la discrepancia? El perfil es similar en ambas series, pero la convergencia es mayor con la serie de datos brutos del Registro. Varias explicaciones son posibles. Una de ellas puede estar relacionada con el momento en que Eurostat comienza a descontar en sus flujos la existencia de empresas de Tenencia de Valores Extranjeros (ETVE), que están ausentes en las series del Registro. Según el propio Registro, los flujos ligados a este tipo de empresas son importantes y suponen más de una cuarta parte de la IED recibida en España (año a año se puede seguir su evolución, incluso con cierto detalle sectorial, Ministerio de economía y competitividad, 2012a). Por tanto, este factor es muy importante a la hora de analizar los datos de IED, y como decimos, no siempre es claro si se incluye en los flujos, dependiendo de la fuente a la que se acuda.<sup>1</sup> Una segunda explicación, es la que

<sup>1</sup> Los flujos ligados a las ETVE plantean problemas en las estadísticas. Las ETVE son empresas que realizan estrategias de optimización fiscal sin que sus inversiones tenga ningún impacto productivo. Aunque el Registro ofrece sus series, incluso con detalle sectorial, ha habido un momento en el que en sus estadísticas se comienza a hablar de “operaciones tipo ETVE” frente a la tradicional denominación de “operaciones de las ETVE”. Con ello el registro trata de incluir en las “operaciones tipo ETVE” las estrategias de optimización fiscal sean o no realizadas por ETVE. En la nota metodológica que explica las series descargables se comenta este cambio en la forma de recoger los datos ligados a ETVE, sin que se concrete desde qué año se viene incluyendo así

la OCDE ofrece para las comparaciones de datos de IED de distintos organismos internacionales OECD (2012b). Se trata de en qué momento se realizan actualizaciones, sustituyendo los datos que inicialmente se estiman, en base a la información disponible, por los datos posteriormente obtenidos. Este es según la OCDE el principal motivo de discrepancias entre series. Y respecto a este punto, es interesante señalar que el Registro no “estima” series, sino que recoge datos que las empresas extranjeras están obligadas a presentar.<sup>2</sup>

El Gráfico 2 muestra que las cuantías más voluminosas de desinversiones se sitúan en los años 2004, 2006, 2007 y, a poca distancia, en 2000. La alta concentración de desinversiones entorno a 2004 año (en el que se incorporan 10 nuevos países a la Unión Europea, pasando a convertirse en la UE-25) y 2007 (en el que se convierte en la UE-27), hacen sospechar de la existencia de deslocalizaciones hacia los nuevos socios. Las consecuencias

en las estadísticas (Ministerio de Economía y Competitividad, 2012c). En el informe de flujos de 2006, por primera vez, se habla de operaciones “tipo” ETVE, tal vez, las series cambian en ese punto.

<sup>2</sup> Aunque el Registro también va actualizando las series, debido a que hay retrasos en la presentación de la documentación. Por tanto, las series más actualizadas son las que aparecen en la aplicación informática. En este sentido, hay diferencias importantes entre los informes de papel (que no se actualizan) y los datos electrónicos.

para los países del Este de la llegada de EMN se analizan entre otros en Latorre *et al.* (2008) y más extensamente en Latorre (2010). España también vivió un proceso de fuerte atracciones de inversiones cuando se integró con Europa, cuyas consecuencias se analizan en Bajo-Rubio y López-Pueyo (2002) y Bajo-Rubio y Torres (2001).

Se puede observar también que las desinversiones son en muchos años un porcentaje importante de los flujos brutos. Antes comentamos que los organismos internacionales (Eurostat, OCDE, *World Investment Report*, Banco de España...) sólo presentan los datos netos. Pues bien, en base a los datos netos, sólo identificaríamos la existencia de desinversiones en los años 2004 y 2006, estando totalmente desinformados de su presencia para el resto de años.

Una vez que poseemos una estimación de las desinversiones, gracias a los datos excepcionales del Registro, hemos de valorar su importancia. Para esto, un primer punto es señalar que detrás de las desinversiones encontramos fundamentalmente dos tipos de operaciones. Por una parte, las EMN en ocasiones deslocalizan vendiendo sus filiales a empresas nacionales. Por otra, las deslocalizaciones están relacionadas con liquidaciones, totales o parciales de la empresa. En este último caso, los efectos serán lógicamente más dañinos para la economía española. El propio Registro, recientemente ha comenzado a ofrecer el dato del peso de liquidaciones y ventas para el total de las desinversiones realizadas (sin ninguna informa-

ción sectorial). La Tabla 1, ofrece el porcentaje que suponen:

Es una buena noticia el hecho de que la mayoría de las desinversiones estén relacionadas con ventas a empresas españolas. En general, las compras de empresas entrañan reestructuraciones en las mismas que suelen conllevar reducciones en el empleo. Sin embargo, el impacto en los ocupados será menor que en el caso de liquidaciones totales. Como se ve, las liquidaciones totales no han superado el 7% de las operaciones de desinversiones. Este dato, ofrece una primera clara respuesta tranquilizadora al miedo a la deslocalización.

Sin embargo, cabe hacer otras matizaciones para valorar las desinversiones, aún cuando conlleven escasos procesos de liquidaciones. Por un parte, facilitaría calibrar el impacto conocer el sector en el que tienen lugar las liquidaciones. Liquidaciones “pequeñas” concentradas en sectores claves de servicios, pueden tener un impacto importante en términos de empleo. Por otra parte, necesitamos una referencia que marque cómo de importante es la retirada de fondos invertidos (el flujo concreto de desinversión). Una vía clara, para esto, es ver cuánto suponen los fondos “desinvertidos” respecto a los fondos que previamente estaban en manos de empresas extranjeras en España. El registro de inversiones ofrece una estimación de lo que se conoce como la “posición en IED”, que precisamente estima cuánto capital es controlado en España por empresas extranjeras. Esto permi-

Tabla 1  
Porcentaje de ventas y liquidaciones (parciales o totales) en las desinversiones (2003-2011)

|                | 2003        | 2004        | 2005        | 2006       | 2007       | 2008        | 2009        | 2010        | 2011 (enero-junio) |
|----------------|-------------|-------------|-------------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|--------------------|
| Liquidaciones  | 27,1        | 29,8        | 27,4        | 9,8        | 10,1       | 20,6        | 35,0        | 31,2        | 7,9                |
| <i>Total</i>   | <i>6,0</i>  | <i>2,9</i>  | <i>5,5</i>  | <i>1,0</i> | <i>5,7</i> | <i>8,0</i>  | <i>5,5</i>  | <i>7,1</i>  | <i>3,6</i>         |
| <i>Parcial</i> | <i>21,1</i> | <i>26,9</i> | <i>21,9</i> | <i>8,8</i> | <i>4,4</i> | <i>12,6</i> | <i>29,5</i> | <i>24,1</i> | <i>4,3</i>         |
| Ventas         | 72,9        | 70,2        | 72,6        | 90,2       | 89,9       | 79,4        | 65,0        | 68,8        | 92,1               |
| Total          | 100         | 100         | 100         | 100        | 100        | 100         | 100         | 100         | 100                |

Fuente: Registro de Inversiones Extranjeras (Ministerio de Economía y Competitividad, varios años).

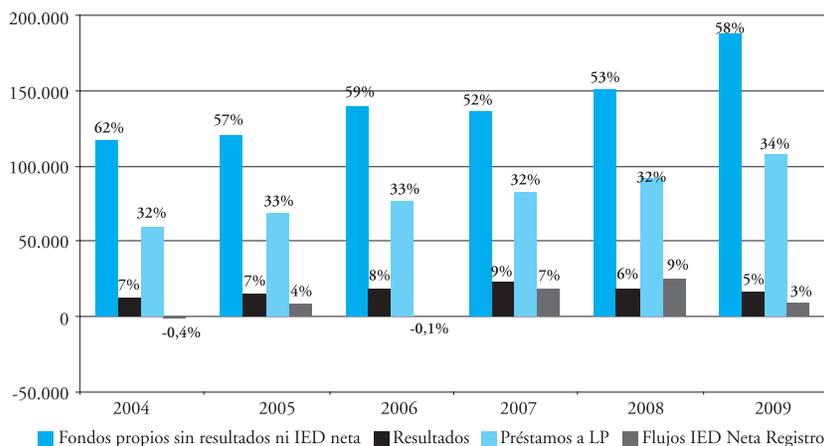
te estimar un porcentaje de lo que suponen las desinversiones en el total del capital de las EMN. Pasamos a analizar este concepto de la posición o *stock* de IED en España.

### 3. Stock de capital en manos de las EMN en España

¿Cómo se estima la cantidad de capital que poseen las EMN en un país? Los datos de su *stock* o posición de inversión en IED son el resultado de la suma de dos conceptos. Por una parte, de los préstamos a largo plazo (entre empresas del grupo) y, por otra, de los “fondos propios” de las empresas en manos del capital extranjero que es un concepto contable. Los fondos propios, a su vez, se componen de capital accionario más reservas, monto al que se van añadiendo las nuevas entradas de capital accionario de IED recibida neta, y los beneficios reinvertidos.

El Gráfico 3 presenta la evolución de la posición de inversión en el período para el que está disponible (entre 2004-2009). Como se puede observar, no ha cesado de aumentar en el período considerado. Si miramos sus componentes vemos que los fondos propios son los más importantes, y lo serían más aún, si no hubiésemos diferenciado entre la parte de fondos propios que suponen los beneficios reinvertidos y las entradas de IED neta.<sup>3</sup> Esta última partida es ligeramente negativa en los años 2004 y 2006 (restando -0,4% y -0,1%, respectivamente, al crecimiento de los fondos propios en esos años), pero suma a los fondos propios en el resto de ejercicios, como lo hacen también las ganancias reinvertidas. Se puede comprobar que la cuantía de las ganancias reinvertidas no es desdeñable, particularmente, cuando se compara con la serie de IED neta recibida.

Gráfico 3  
Flujos de inversión extranjera directa recibida. En miles de euros



Fuente: Registro de Inversiones Extranjeras (Ministerio de Economía y Competitividad, 2012), Eurostat (2012) y OECD (2012a).

<sup>3</sup> Separamos beneficios reinvertidos y las entradas de IED neta para tener una idea de su importancia, aunque como se ha indicado, forman parte de los fondos propios.

La importancia de los préstamos a largo plazo, que es el componente final de la posición de inversión, es relevante y casi invariable entorno a un tercio de dicha posición de inversión. Por tanto, de nuevo, a la hora de calcular la posición de inversión hay un componente, los préstamos, que puede “nublar” la importancia de las desinversiones. Interesa poder aislar lo que son los “fondos propios” de lo que son préstamos, para que las desinversiones estén relacionadas con deshacer posiciones en el capital accionario de las empresas extranjeras, al margen de la evolución entre préstamos a largo plazo dentro del grupo. Así lo hacemos en los datos de este trabajo, tal y como se comenta en el siguiente apartado.

#### 4. Estimaciones de la importancia de la deslocalización a nivel sectorial

La Tabla 2 ofrece los datos del Registro para el total de la economía española desagregada en un elevado número de sectores manufactureros y de servicios. La información aparece en términos reales y ordenada de la siguiente manera. Las tres primeras columnas hacen referencia a la posición de inversión de MNE extranjeras en España. La primera de ellas recoge el valor contable de la posición de inversión valorado según los “fondos contables” (y, por tanto, sin los préstamos a largo plazo entre empresas del grupo), por los motivos que acabamos de explicar. La segunda y la tercera columna recogen los incrementos en esos fondos contables en el período 2005-7 y 2007-9, respectivamente. La serie disponible sólo está disponible más allá de 2009, lo que impide extender los datos de posición más allá en el tiempo.

Sí es posible, sin embargo, calcular las desinversiones para un período más extenso. Como se vio en el Gráfico 2, las series de datos brutos y netos comienzan en el Registro en 1993 y llegan

en el momento de cerrarse este estudio hasta el tercer trimestre de 2011. Por ello, en las siguientes columnas de la tabla recogemos la cuantía de las desinversiones en el período 2006-7, al que sumamos el posterior a la crisis que agregamos en un total 2006-2011. Como los datos de posición son de 31 de diciembre de 2005, lo apropiado es calcular las desinversiones que se realizan durante 2006 y años sucesivos. Finalmente, las tres últimas columnas de la tabla recogen el dato de empleo de 2005, y su variación entre 2005-2007 y 2007-2009, ya que esa serie también termina en 2009.

Para realizar una primera valoración de esta información nos fijaremos en el dato del total nacional, que aparece en la última fila de la Tabla. La posición de inversión, medida por los fondos contables aumenta en un 12,9% (entre 2005 y 2007) y en un 35,6% (entre 2005 y 2009). Por tanto, en este período, los flujos de inversiones se han incrementado en nuestro país en términos netos. Este dato ofrece una segunda respuesta al miedo a la deslocalización, teniendo que afirmar, que este proceso no prevalece para el total de la economía. Cuestión sobre la que volveremos en breve.

Al mismo tiempo, los flujos de desinversión han supuesto entorno a un 13% de la posición de inversión de 2005 en el período anterior a la crisis, es decir, 2006-2007. Entre 2006 y 2011 las desinversiones suponen un 21% de la posición. La crisis agrava las desinversiones, pero en términos comparativos, éstas son mayores durante los dos años de 2006 y 2007.

Para aclarar esta simultaneidad entre desinversiones y aumentos de la posición de inversión podemos pensar como sigue. La posición de inversión es un *stock* almacenado de inversiones que han ido llegando a España desde hace muchos años. Podría tratarse del agua acumulada en un recipiente. Todo el agua acumulada es el *stock* o posición total de inversión (144.085,35 millones de euros a 31 de diciembre de 2005). En los años contemplados en la tabla, 2006-2011, a España

Tabla 2  
Stock de inversión, desinversores y empleo de las EMN (2005-2009)

| Código CNAE-2009<br>y nombre del sector                      | Fondos contables (millones de euros y %) |          |          | Desinversiones (miles de euros y % sobre fondos contables) |               |                      |                | Empleo  |          |          |
|--|--|----------|----------|--|---------------|----------------------|----------------|---------|----------|----------|
|  | Fondos contables 2005                    | % 2005-7 | % 2005-9 | Desinversión 2006-7  | % des. 2006-7 | Desinversión 2006-11 | % des. 2006-11 | 2005    | % 2005-7 | % 2005-9 |
| 01-03. Sector primario                                       | 407,94                                   | -7,6     | -7,7     | 64.903,34  | 15,9          | 108.427,22           | 26,6           | 4.368   | -23,56   | -21,0    |
| 05-09. Industrias extractivas                                | 463,71                                   | 29,6     | 50,7     | 57.963,46  | 12,5          | 60.008,50            | 12,9           | 2.869   | 15,02    | 20,4     |
| 19. Coquerías y refino de petróleo                           | 2.703,91                                 | 14,2     | 74,0     | 0,00   | 0,0           | 105.955,69           | 3,9            | 6.546   | 12,50    | 74,4     |
| 35-36. Electricidad, gas y agua                              | 3.157,07                                 | 210,9    | 905,0    | 1.464.363,66   | 46,4          | 1.788.447,28         | 56,6           | 4.629   | 404,14   | 519,1    |
| 10-12. Alimentación, bebidas y tabaco                        | 8.551,74                                 | -23,1    | -15,8    | 2.893.545,48   | 33,8          | 3.112.761,40         | 36,4           | 52.155  | -9,21    | -10,1    |
| 11. Fabricación de bebidas                                   | 4.586,71                                 | -58,5    | -31,2    | 2.591.475,27   | 56,5          | 2.641.884,83         | 57,6           | 12.568  | -12,05   | -19,9    |
| 12. Industria del tabaco                                     | 428,78                                   | -92,6    | -92,5    | n.d.   | n.d.          | 9,31                 | n.d.           | 1.358   | -59,64   | -40,3    |
| 13-15. Industrias textiles                                   | 833,46                                   | 27,2     | -28,4    | 20.222,11  | 2,4           | 110.835,18           | 13,3           | 8.612   | -15,31   | 65,3     |
| 15. Industria del cuero y del calzado                        | 49,52                                    | -28,9    | -54,7    | 4,44   | 0,01          | 293,46               | 0,6            | 1.425   | -20,81   | -15,0    |
| 16-17. Madera, corcho y papel                                | 1.940,29                                 | 19,9     | 51,3     | 183.057,68   | 9,4           | 216.811,85           | 11,2           | 14.475  | 1,14     | -12,6    |
| 18. Artes gráficas   | 219,17                                   | 42,3     | 56,2     | 14.561,13  | 6,6           | 23.221,64            | 10,6           | 5.540   | -13,66   | -30,0    |
| 20-21. Industria química y farmacéutica                      | 12.005,85                                | 0,3      | 5,4      | 1.143.780,95   | 9,5           | 1.281.136,06         | 10,7           | 62.937  | -4,92    | -10,0    |
| 20. Industria química  | 8.623,80                                 | -17,6    | -7,7     | 322.525,57   | 3,7           | 371.480,76           | 4,3            | 38.608  | -10,71   | -18,5    |
| 22. Caucho y materias plásticas                              | 2.344,46                                 | 122,9    | 57,0     | 3.550.124,54   | 151,4         | 3.588.102,99         | 153,0          | 39.840  | -7,37    | -23,0    |
| 23. Productos minerales no metálicos diversos                | 12.190,62                                | -10,8    | 17,6     | 377.113,63   | 3,1           | 795.709,62           | 6,5            | 22.939  | 6,56     | -15,5    |
| 24. Metalurgia   | 5.896,92                                 | 26,3     | 12,2     | 73.400,61  | 1,2           | 163.262,53           | 2,8            | 21.506  | 4,04     | -4,5     |
| 25. Fabricación de productos metálicos, excepto maquinaria   | 1.602,85                                 | -5,6     | -4,9     | 174.039,06   | 10,9          | 555.087,41           | 34,6           | 19.314  | -6,98    | -21,5    |
| 26-27. Material y equipo eléctrico                           | 2.164,10                                 | 45,9     | 44,2     | 62.258,35  | 2,9           | 156.867,85           | 7,2            | 47.504  | -15,05   | -39,1    |
| 28. Maquinaria y equipo mecánico                             | 1.182,16                                 | 10,1     | 51,0     | 85.798,14  | 7,3           | 153.862,50           | 13,0           | 20.857  | 12,59    | 11,6     |
| 29. Automoción   | 9.295,49                                 | -4,9     | -22,5    | 146.857,55   | 1,6           | 466.674,64           | 5,0            | 126.499 | -3,67    | -15,7    |
| 30. Otro material transporte                                 | 2.605,14                                 | 9,6      | 0,6      | 927,74   | 0,0           | 42.643,35            | 1,6            | 14.166  | 11,05    | 25,0     |
| 31-32. Fabricación de muebles y otras manufacturas           | 262,73                                   | -25,1    | -36,2    | 37.681,26  | 14,3          | 41.072,66            | 15,6           | 3.161   | 12,24    | 0,0      |
| 41-43. Construcción  | 2.846,72                                 | 230,3    | 279,8    | 393.522,73   | 13,8          | 964.863,45           | 33,9           | 22.221  | 290,14   | 164,3    |
| 45. Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas  | 1.805,24                                 | -15,0    | -25,9    | 59.968,27  | 3,3           | 64.881,48            | 3,6            | 16.963  | 13,85    | 1,1      |
| 46. Comercio al por mayor e intermediarios excepto vehículos | 13.022,31                                | -2,1     | 9,2      | 590.615,11   | 4,5           | 1.384.606,00         | 10,6           | 101.555 | 12,66    | 17,9     |
| 47. Comercio al por menor                                    | 6.036,06                                 | 24,1     | 42,2     | 470.370,76   | 7,8           | 756.403,72           | 12,5           | 164.285 | 1,53     | 1,6      |
| 55-56. Hostelería y restauración                             | 2.309,69                                 | 11,0     | 15,7     | 402.205,44   | 17,4          | 500.120,13           | 21,7           | 57.453  | 3,40     | 31,6     |
| 49-52, 79. Transporte  | 1.644,89                                 | 24,6     | 112,8    | 527.803,49   | 32,1          | 1.514.086,49         | 92,0           | 41.167  | 6,88     | 8,8      |
| 50-51. Transporte marítimo y aéreo                           | 587,53                                   | -15,4    | -32,6    | 182.017,35   | 31,0          | 198.495,37           | 33,8           | 8.380   | -10,22   | -31,4    |
| 53-61. Correos y telecomunicaciones                          | 16.528,22                                | -19,0    | -36,1    | 422.893,15   | 2,6           | 475.945,44           | 2,9            | 14.534  | 0,74     | 25,9     |
| 53. Actividades postales y de correos                        | -121,69                                  | -8,9     | -99,1    | 0,00   | 0,0           | 0,00                 | 0,0            | 2.119   | 11,30    | -11,8    |
| 61. Telecomunicaciones                                       | 16.649,91                                | -18,9    | -36,6    | 422.893,15   | 2,5           | 475.945,44           | 2,9            | 12.416  | -1,07    | 32,3     |
| 64-66. Sector financiero                                     | 15.052,55                                | 28,4     | 42,3     | 2.003.349,63   | 13,3          | 4.049.469,90         | 26,9           | 71.966  | -43,21   | -39,9    |
| 66. Actividades auxiliares a los servicios financieros       | 1.346,64                                 | 1,0      | -3,5     | 384.304,61   | 28,5          | 520.197,26           | 38,63          | 6.462   | -19,43   | -9,46    |
| Actividades de las sociedades holding                        | n.d.                                     | n.d.     | n.d.     | n.d.   | n.d.          | n.d.                 | n.d.           | 35.374  | -90,86   | -97,45   |
| 68. Actividades inmobiliarias                                | 3.987,54                                 | 17,9     | 37,0     | 824.342,10   | 20,7          | 1.137.389,19         | 28,5           | 2.475   | 22,32    | -2,8     |
| 77. Actividades de alquiler                                  | 1.279,40                                 | -34,4    | -49,0    | 156.806,42   | 12,3          | 197.333,53           | 15,4           | 7.833   | 6,21     | -9,6     |
| 58, 62-63. Actividades informáticas                          | 2.568,69                                 | 15,3     | 93,0     | 619.655,49   | 24,1          | 1.706.856,87         | 66,4           | 59.780  | 9,56     | -9,3     |
| 72. Investigación y desarrollo                               | 17,17                                    | 19,2     | 36,4     | 3.410,49   | 19,9          | 6.687,13             | 39,0           | 1.877   | 5,38     | 2,9      |

Tabla 2 (cont.)  
*Stock* de inversión, desinversores y empleo de las EMN (2005-2009)

| Código CNAE-2009<br>y nombre del sector                                | Fondos Contables (millones<br>euros y %) |             |             | Desinversiones (miles de euros y % sobre fondos contables) |                  |                         |                   | Empleo              |             |             |
|--|--|-------------|-------------|--|------------------|-------------------------|-------------------|---------------------|-------------|-------------|
|  | Fondos<br>Contables<br>2005              | %<br>2005-7 | %<br>2005-9 | Desinversión<br>2006-7                                     | % des.<br>2006-7 | Desinversión<br>2006-11 | % des.<br>2006-11 | 2005                | %<br>2005-7 | %<br>2005-9 |
| 37-39, 59-60, 75, 84-85-88, 90-94,<br>96-97. Administraciones Públicas | 2.285,27                                 | 14,6        | 38,4        | 1.558.322,19   | 68,2             | 2.101.641,90            | 92,0              | 21.025              | 42,71       | 113,7       |
| 59, 60, 90-93. Actividades recreativas,<br>culturales y deportivas     | 1.673,53                                 | -23,4       | 7,1         | 1.224.270,78   | 73,2             | 1.345.046,86            | 80,4              | 9.749               | 16,33       | 36,5        |
| <b>Total nacional</b>  | <b>144.085,31</b>                        | <b>12,9</b> | <b>35,6</b> | <b>19.696.065,25</b>                                       | <b>13,7</b>      | <b>30.310.308,30</b>    | <b>21,0</b>       | <b>1.251.166,99</b> | <b>6,77</b> | <b>2,3</b>  |

Fuente: Registro de Inversiones Extranjeras (Ministerio de Economía y Competitividad, varios años).

siguen llegando inversiones, se va vertiendo más agua en el recipiente. Ese agua vertida serían las inversiones brutas. Pero el recipiente tiene un escape y parte de esas inversiones (brutas) se pierden (en concreto, se pierde una parte equivalente al 13,7% (2006-7) y 21% (2006-11) del agua que había en el recipiente). A pesar de las pérdidas hay un aumento del agua en el recipiente. Ese aumento neto que suponen el 12% (2005-7) y 35% (2005-9) del agua total del recipiente son los flujos netos de IED recibida.

Las tres últimas columnas de la Tabla 2 recogen el empleo según el Registro, que para el total nacional es de 1.255.166 ocupados en MNE extranjeras en 2005. Las dos últimas columnas, ofrecen la variación que es de un aumento del 6% entre 2005 y 2007 y de un 2% entre 2005 y 2009. Según estos datos, se puede decir que la presencia de deslocalizaciones no parece ser un fenómeno que, entre 2005 y 2009, esté llevando a una destrucción neta de empleo en las filiales extranjeras en España. Aunque sí podría ser la causante de la destrucción de empleo en algunos sectores. Especialmente en los manufactureros, muchos de los cuales destruyen empleo neto entre 2005-7, por lo que no parece haber relación con la crisis. Calculando la correlación entre la variación en la posición de inversión y los porcentajes de variación del empleo para todos los

sectores de las dos tablas, en el período 2005-7 se obtiene un coeficiente de 0,81 y entre 2005-9 de un 0,91. Así que el problema parece surgir cuando las desinversiones no son compensadas por otras entradas de capital en el mismo sector. Nótese que esa correlación marca una cierta relación entre la evolución del empleo y la posición de inversión. No podemos descartar en base a esta información, que también influyan en la posible destrucción de empleo otros fenómenos, como las mejoras tecnológicas que pueden llevar sustituir trabajo por capital.

En la Tabla 2, la clasificación sectorial sigue la CNAE-2009 y para aquellos sectores en los que hay caídas en la posición de IED, se ha precisado la parte del sector en la que se dan esas caídas, descendiendo en muchos casos al nivel de CNAE de dos dígitos. Los descensos más notables (en términos de descensos de la posición de inversión entre 2005 y 2007) se concentran en “11. Fabricación de bebidas” e “12. Industria del tabaco”, que arrastran al sector “10-12. Alimentación, bebidas y tabaco” sin que la posición de alimentación haya disminuido. La “20. Industria química” también presenta una caída en la posición de inversión, que parece arrastrar a una caída del empleo en el más amplio sector de (“20-21. Industria química y farmacéutica”). El sector de la “29. Automoción”, el más grande en términos de empleo entre

las manufacturas y con gran poder de efecto de arrastre, experimenta un descenso reducido en la posición entre 2005-7, que se agranda tras la crisis. El efecto para el empleo es importante. El “25. Fabricación de productos metálicos” es de un tamaño intermedio en términos de empleo y experimenta reducciones en la posición y en el empleo.

“31-32. Fabricación de muebles y otras manufacturas”, “15. Cuero y calzado” y “01-03. Sector primario” experimentan reducciones importantes en la posición de inversión, antes y después de la crisis, que se traducen en descensos considerables del empleo para los dos últimos. Aunque por tener, ambos, un número reducido de ocupados el impacto es menos dañino.

En los sectores de servicios, las reducciones de la posición que van acompañadas de reducciones de empleo son menos numerosas que en manufacturas. Dentro del transporte, tanto el marítimo como el aéreo, sí que ha experimentado reducciones que redujeron el empleo. Las voluminosas caídas de empleo en el sector financiero están concentradas en las sociedades *holding*, que hemos incluido, por no encontrar mejor ubicación, en el seno del sector financiero. También se dan caídas a partir de 2007 en la posición en otra parte del sector financiero, a saber, “66. Actividades auxiliares de los servicios financieros”. Aunque las posiciones de inversión caen también en el enorme sector (el más grande de la economía en términos de empleo) de “otras actividades profesionales”, el empleo dentro de él sólo se ha visto afectado durante la crisis.

En ocasiones encontramos caídas en la posición que no conllevan descensos en el empleo. Tengamos en cuenta que dentro de los sectores tenemos un elevado número de empresas interactuando. Algunas, una minoría como hemos visto, pueden cerrar plantas mientras que otras pueden estar creciendo y empleado a más gente. Por otra parte, las reducciones de empleo que observamos son en la parte de multinacionales del sector, es

decir, en el seno de empresas multinacionales en cada uno de los sectores que contemplamos. Si la deslocalización conlleva una venta a empresas nacionales, que es el caso más frecuente, las caídas de empleo que observamos en nuestros datos pueden estar siendo compensadas con aumentos de empleo en la parte de empresas nacionales en ese mismo sector. Generalmente, como ya se ha apuntado, las ventas conllevan procesos de reestructuración en las que suelen reducirse las plantillas, luego algo del empleo es probable que se pierda. Sin embargo, puede bien ser de menor importancia que la idea obtenida a la simple vista del porcentaje de caída del empleo que observamos en nuestras tablas.

No es fácil poder estimar si las liquidaciones se pueden estar dando en mayor medida en algunos sectores particulares. La base de datos SABI presenta información para un elevado número de empresas (1.280.550 en 2011) informando sobre su “estado”. Uno de los posibles estados es “Extinguida” que implica que la empresa se ha liquidado sin que haya habido cesión (onerosa o no) a terceros. Hemos realizado una búsqueda de todas las empresas que se habían extinguido de 2006 en adelante. Como la presentación de los datos a SABI es voluntaria, necesariamente, el panorama será incompleto. Además ignoramos el momento concreto en el que se han extinguido porque aunque SABI proporciona la fecha de extinción ésta puede aparecer con gran retraso respecto al momento concreto de la extinción. Hemos localizado un total de 391 empresas extinguidas de diversos sectores de la economía española. El empleo total destruido por estas liquidaciones completas de empresas (calculado en base al dato de empleo que las empresas tenían en 2005 según SABI) es de 22.826 empleados. Esta cifra no llega al 0,2% del empleo total de EMN en 2005, pero puede llenar los titulares de unas cuantas noticias de periódicos.

Los resultados se presentan en la Tabla 3, con gran detalle sectorial. Como SABI recoge para

Tabla 3  
391 casos de liquidaciones de EMN (2005-2011)

| Sectores CNAE 2009  | Horquillas de % sobre posición de inversión |             | Empleados (2005) | Casos      |
|---|---|-------------|------------------|------------|
| 01-03. Sector primario  | 0,04  | 0,08        | nd               | 2          |
| 05-09. Industrias extractivas                                       | 1,48  | 2,96        | 30               | 2          |
| 10-12. Industria de la alimentación                                 | 0,94  | 1,89        | 983              | 10         |
| 13-15. Industrias textiles  | negativo                                    | negativo    | 95               | 3          |
| 16-17 Madera, corcho y papel  | 2,93  | 5,86        | 859              | 8          |
| 19. Coquerías y refino de petróleo                                  | 0,50  | 0,99        | 283              | 1          |
| 20. Industria química   | 1,84  | 3,68        | 1.800            | 9          |
| 22. Caucho y materias plásticas                                     | 0,11  | 0,22        | 154              | 4          |
| 23. Productos minerales no metálicos                                | 0,32  | 0,63        | 393              | 6          |
| 24. Metalurgia  | 0,02  | 0,05        | 29               | 1          |
| 25 Fabricación de productos metálicos, excepto maquinaria           | 2,37  | 4,75        | 439              | 7          |
| 28. Maquinaria y equipo mecánico                                    | 0,90  | 1,79        | 357              | 8          |
| 26-27. Material y equipo eléctrico                                  | 4,91  | 9,82        | 3.489            | 6          |
| 29. Automoción  | 0,00  | 0,00        | 2                | 1          |
| 30. Otro material transporte  | 0,00  | 0,00        | n.d.             | 1          |
| 31-32 Fabricación de muebles y otras manufacturas                   | 0,08  | 0,17        | 11               | 2          |
| 37-39. Reciclaje  | 0,01  | 0,02        | 6                | 1          |
| 35-36. Electricidad, gas y agua                                     | 0,13  | 0,25        | 77               | 9          |
| 41-43. Construcción   | negativo                                    | negativo    | 430              | 25         |
| 45. Venta y reparación de vehículos de motor                        | 0,13  | 0,26        | 707              | 6          |
| 46. Comercio al por mayor   | 2,43  | 4,86        | 5.689            | 84         |
| 47. Comercio al por menor   | 0,50  | 1,00        | 2.159            | 26         |
| 55-56. Hostelería y restauración                                    | 0,09  | 0,17        | 307              | 7          |
| 49-52, 79. Transporte   | 0,45  | 0,90        | 568              | 23         |
| 53-61 Correos y telecomunicaciones                                  | -0,01                                       | -0,01       | 55               | 5          |
| 64-66. Sector financiero  | 0,86  | 1,71        | 36               | 11         |
| 68. Actividades inmobiliarias                                       | 1,26  | 2,52        | 39               | 23         |
| 77. Actividades de alquiler   | 0,07  | 0,14        | 17               | 4          |
| 58, 62-63. Actividades informáticas                                 | -0,52                                       | -1,05       | 857              | 16         |
| 69, 70, 71, 73, 74, 78, 80, 81, 82. Otras actividades profesionales | 5,46  | 10,92       | 2.373            | 57         |
| 75-86-88. Sanidad y servicios sociales de mercado                   | 0,14  | 0,29        | 30               | 4          |
| 59-60-90-91-92-93. Actividades recreativas                          | 0,53  | 1,07        | 454              | 12         |
| 96. Actividades diversas de servicios personales                    | 2,59  | 5,19        | 98               | 7          |
| <b>Total</b>  | <b>n.d.</b>                                 | <b>n.d.</b> | <b>22.826</b>    | <b>391</b> |

Fuente: Base de datos SABI.

cada empresa la variable “fondos propios” que era la clave para calcular la posición de inversión, miramos lo que supone la desaparición de los fondos propios de las empresas liquidadas en cada sector sobre la posición de EMN en ese sector. Así calculamos el porcentaje que las liquidaciones suponen en el *stock* de capital acumulado. Como

los porcentajes de capital en manos de extranjeras oscilan entre empresas presentamos una horquilla con dos extremos de variación del peso de las liquidaciones. En el sector de “69, 70, 71, 73, 74, 78, 80, 81, 82. Otras actividades profesionales” la horquilla oscila entre un 5,5 y un 11% de liquidaciones sobre el total de la posición de inversión

en ese sector. Se trata de una cifra importante, y cuadra con la caída en la posición de inversión de ese sector recogida en la Tabla 2. Los datos del Registro indican que no hay efectos negativos en el empleo antes de 2007 y sí desde el comienzo de la crisis. También ostenta un peso de liquidaciones algo mayor el sector de “26-27. Material y equipo eléctrico” (4,9%-9,8%). Sin embargo, en general, para la mayoría de los sectores de la tabla, la importancia de las liquidaciones es reducida.

#### 4. El peso de las EMN en España

En el apartado anterior, hemos analizado las desinversiones junto con las variaciones de la posición de inversión y del empleo en un panorama sectorial. Interesa ahora estudiar, cómo de importantes son las EMN en cada uno de esos sectores. Y responder a las preguntas que planteamos en la introducción: ¿en qué sectores están más presentes las EMN en nuestro país? ¿Cuánto producen, cuánto valor añadido generan, cuánto venden, a cuánta gente emplean? ¿Pierden importancia o la ganan?

Conviene aclarar que la información disponible que vamos a desplegar surge de ensamblar varias series que provienen de la OCDE, Eurostat y el INE. Para los años que se solapan en las series de esas fuentes los datos coinciden. De hecho, el INE es quien suministra a Eurostat la información, aunque luego ambas instituciones ofrecen un detalle de datos diferentes. Un ejemplo de esto es que Eurostat no tiene información para las MNE operando en España en 2007, que sí aparece en el INE, o que las desagregaciones sectoriales difieren en ambas fuentes, siendo más detalladas en Eurostat.

Las series que vamos a estudiar a continuación no son estrictamente comparables con los que hemos manejado del Registro. Esta última fuente, tiene la ventaja de recoger información que las EMN están obligadas a suministrar, mientras que los datos del INE, Eurostat y la OCDE surgen

de encuestas. Adicionalmente, el Registro sigue el criterio de que un 10% del capital esté controlado por una empresa extranjera para que sea considerada multinacional. En cambio, la OCDE y el INE basan sus datos de EMN en empresas en las que más del 50% del capital esté en manos de EMN. Conociendo estas características, pasamos a describir un panorama de la importancia de las EMN en España, que aunque con limitaciones, parece sólo estar disponible en las fuentes que manejamos ahora.

La Tabla 4 recoge el peso en el empleo, la producción, las ventas y el valor añadido de las EMN en distintos sectores de nuestra economía. El número de sectores es algo menor que los del Registro (Tabla 2). Cubrimos, a diferencia de otros trabajos y como hicimos en el apartado anterior, datos de manufacturas y de servicios.

¿Qué encontramos? En primer lugar, conviene señalar la importante presencia de las EMN en las manufacturas españolas. En 2005 suponen alrededor de un 17% del empleo, un 30% de la producción (porcentaje éste que superando con creces el de empleo da una burda aproximación de su mayor productividad), un 32% de las ventas y un 27% del valor añadido. Esos porcentajes aumentan ligeramente en el período 2007, respecto a 2005, y descienden ligeramente por debajo de los niveles de 2005 en 2009, golpeados por la crisis y, tal vez, como efecto retardado de las desinversiones que se producen entre 2005-2009. Los datos difieren, pero no la tendencia, entre la agregación Manufacturera calculada por el INE y Eurostat y la que nosotros hacemos, que es un agregado sólo de los sectores manufactureros para los que tenemos detalle en la tabla.<sup>4</sup>

Entre las manufacturas resulta destacable cómo el sector de “29-30. Material de transporte” está dominado por EMN. También es reseñable

<sup>4</sup> Hacemos nuestro propio cálculo del total de manufacturas porque el agregado de manufacturas del INE, OCDE y Eurostat no casa con el propio detalle sectorial que ellos dan (en 2005). No casa en el sentido de que sumando todos los sectores manufactureros que INE y OCDE ofrecen, el total de la suma presenta una cifra mayor que el propio total manufacturero que ellos calculan. Se puede observar con los datos disponibles en una tabla que mostraremos posteriormente (Tabla 5).

Tabla 4  
Porcentaje de empleo, producción, ventas y valor añadido en manos de la EMN

|  | 2005        |             |             |             | 2007        |             |             |             | 2009        |             |             |             |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|  | Empleo      | Prod.       | Ventas      | V. A.       | Empleo      | Prod.       | Ventas      | V. A.       | Empleo      | Prod.       | Ventas      | V. A.       |
| <b>A.1. Industria (Eurostat e INE)</b>                       | <b>15,6</b> | <b>24,9</b> | <b>26,1</b> | <b>21,8</b> | <b>16,1</b> | <b>29,6</b> | <b>30,4</b> | <b>25,2</b> | <b>15,6</b> | <b>28,5</b> | <b>29,9</b> | <b>22,9</b> |
| <b>A.2. Industria (10-18, 22-25, 28-33)</b>                  | <b>17,5</b> | <b>30,6</b> | <b>32,2</b> | <b>27,2</b> | <b>18,1</b> | <b>31,8</b> | <b>33,0</b> | <b>27,3</b> | <b>16,4</b> | <b>30,1</b> | <b>32,0</b> | <b>25,1</b> |
| 10-12. Alimentación, bebidas y tabaco                        | 9,4         | 13,8        | 14,5        | 16,2        | 9,8         | 14,5        | 15,2        | 16,7        | 10,5        | 16,4        | 17,9        | 18,8        |
| 13-15. Textil, confección, cuero y calzado                   | 3           | 4,5         | 4,6         | 4,8         | 3,8         | 6,1         | 6,2         | 5,8         | 3,9         | 5,8         | 6,2         | 5,2         |
| 16-18. Madera y corcho, papel y artes gráficas               | 7,3         | 11,6        | 11,7        | 10,4        | 7,7         | 12          | 12,1        | 10,2        | 6,3         | 11,5        | 11,9        | 9,4         |
| 20-21. Industria química y farmacéutica                      | 37,49       | 41,66       | 45,38       | 44,70       | 35,00       | 40,59       | 42,16       | 39,42       | 28,8        | 34,8        | 37,2        | 34,2        |
| 22. Caucho y materias plásticas                              | 30          | 34,4        | 37,3        | 39,1        | 30          | 36,4        | 39,4        | 38,8        | 30,8        | 36,1        | 38,8        | 37,6        |
| 23. Productos minerales no metálicos diversos                | 8,1         | 13,9        | 14,2        | 14,4        | 9,4         | 14,9        | 15,4        | 15,9        | 10,6        | 15,9        | 16,2        | 16          |
| 24-25. Metalurgia y fabricación de productos metálicos       | 7,6         | 16,7        | 17          | 13,6        | 8,2         | 19,3        | 19,5        | 15,5        | 8           | 18,5        | 18,3        | 14,3        |
| 26-27. Material y equipo eléctrico, electrónico y óptico     | 26,91       | 40,11       | 43,72       | 31,93       | 25,63       | 36,32       | 39,65       | 32,03       | n.d.        | n.d.        | n.d.        | n.d.        |
| 28. Maquinaria y equipo mecánico                             | 20          | 27,1        | 29          | 25,9        | 18,9        | 25,6        | 27          | 23,4        | 16,8        | 25          | 26,4        | 22,6        |
| 29-30. Material de transporte                                | 51,2        | 68,8        | 67,9        | 57,2        | 51          | 68,9        | 67,9        | 59,2        | 52,4        | 64          | 66,3        | 54,6        |
| 31-33. Industrias manufactureras diversas                    | 3,9         | 7,8         | 7,8         | 5,4         | 4,9         | 9,7         | 10          | 7,1         | 4,2         | 7,6         | 8,4         | 7,2         |
| <b>B. SERVICIOS (Eurostat e INE)</b>                         | <b>7,2</b>  | <b>11,8</b> | <b>14,6</b> | <b>11,2</b> | <b>9,0</b>  | <b>14,0</b> | <b>16,7</b> | <b>13,4</b> | <b>9,8</b>  | <b>16,1</b> | <b>19,7</b> | <b>14,5</b> |
| 45. Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas  | 5,2         | 21,6        | 26,6        | 20,4        | 5,5         | 19,1        | 27,0        | 21,8        | 5,8         | 13,6        | 27,9        | 8,1         |
| 46. Comercio al por mayor e intermediarios excepto vehículos | 8,3         | 18,6        | 16,1        | 17,4        | 11,0        | 23,0        | 18,6        | 22,0        | 12,4        | 25,0        | 23,5        | 23,3        |
| 47. Comercio al por menor                                    | 7,7         | 11,6        | 13,0        | 10,8        | 9,6         | 14,1        | 15,9        | 13,1        | 10,7        | 15,4        | 16,9        | 12,8        |
| 55-56. Hostelería y restauración                             | 3,5         | 4,1         | 4,2         | 5,0         | 4,2         | 4,5         | 4,3         | 4,8         | 5,9         | 6,2         | 5,9         | 6,9         |
| 68. Actividades inmobiliarias                                | 1,0         | 2,8         | 2,0         | 3,0         | 1,0         | 2,1         | 1,4         | 2,1         | 1,5         | 9,1         | 8,9         | 10          |
| 62-63. Programación informática y servicios de información   | 23,8        | 44,0        | 42,4        | 35,2        | 25,3        | 44,6        | 42,7        | 35,7        | 24,9        | 41,6        | 40,5        | 34          |

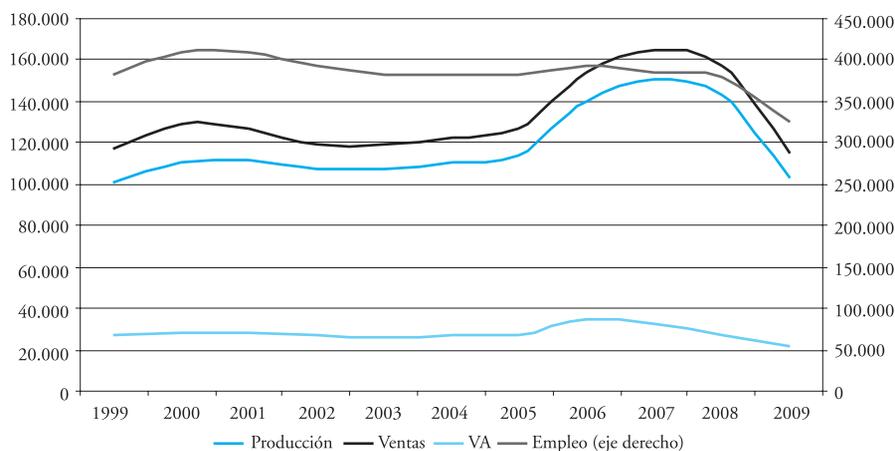
Fuente: INE (2012), Eurostat (2012) y OECD (2012a).

su peso en Química y Electrónica. Les siguen en importancia “28. Maquinaria y equipo mecánico” y “10-12 Alimentación, bebidas y tabaco”. Recuérdese que todos ellos son sectores que experimentaban importantes reducciones en el empleo, y varios de ellos en la posición, de acuerdo con los datos del Registro.

En los servicios el peso es considerablemente más reducido. Utilizando el dato agregado de servicios suministrado por Eurostat y agregando nosotros los de INE para 2005 y 2007 obtenemos una estimación de su importancia, para la mayor parte de los servicios, estando ausentes el sector financiero y las Administraciones Públicas. Para

Gráfico 4

Producción, ventas, VA y empleo de las multinacionales en manufacturas (1999-2009). En millones de euros



Fuente: INE (2012), EUROSTAT (2012) y OECD (2012).

ese agregado de servicios las MNEs ostentan el 7% del empleo, el 11% de la producción, el 14% de las ventas y el 11% del valor añadido. Es interesante, además, que a diferencia de las MNE de manufacturas, las de servicios han ido ganando peso entre 2007 y 2009, “capeando” así mejor la crisis que las empresas domésticas y sin que parezca que las desinversiones hayan hecho mella en ellas.

Entre los servicios destaca el mayor peso de las EMN en la “62-63. Programación informática”. Otro sector que cuenta con un peso importante de EMN es el de “73-74. Otras actividades empresariales”. Está tocado de lleno por los cambios en las definiciones sectoriales de la CNAE 1993 y 2009, que entran en vigor de 2008 en adelante. El propio INE rompe las series y la comparación parece aventurada con respecto a años anteriores, motivo por el cual no lo hemos incluido en la tabla. En 2005 su peso era también del 10% en el empleo, 9,8% en la producción, 14,3% en las ventas y 10,1% en el valor añadido de.

Siendo muy útiles los porcentajes resulta ilustrativo complementarlos con la evolución de cada una de las variables. Mostramos así su

evolución temporal en términos reales, esto es, eliminando el efecto expansivo (artificial) que la inflación provocaría en las series. Esta tarea la acometemos en los dos siguientes gráficos, que recogen respectivamente la evolución para las EMN de manufacturas y servicios.<sup>5</sup>

Como se puede observar en el gráfico, las multinacionales en manufacturas han experimentado retrocesos en el empleo con anterioridad a la crisis. En general, su producción y valor añadido se han mantenido estables, sin avances, hasta los años 2006 y 2007, donde crecen. A partir de este último año hay caídas relevantes en todas las variables. En comparación con los datos de servicios vemos que éstas EMN presentan una mejor evolución, quedando los valores prácticamente inalterados durante la crisis. En 2005-6 también aumentó la actividad en servicios, como en las manufacturas y, dado el menor número de años disponibles, no podemos afirmar su evolución con anterioridad a estos años.

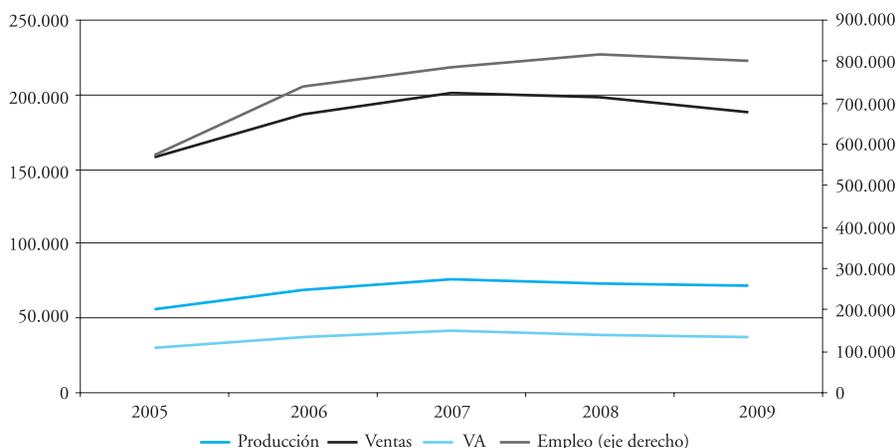
<sup>5</sup> Las series tienen como base el año 2005, para permitir comparaciones con los datos del registro (en especial, con los datos de la Tabla 2) que también están en términos reales y con base 2005. Utilizamos los agregados de servicios y manufacturas que calculan INE, Eurostat y OCDE. Aunque hemos señalado un posible error en el agregado manufacturero, éste se daba en el año 2005 y como la serie es larga, la conservamos con la posible pega para ese año.

La Tabla 5 detalla los niveles en el año 2005 (4 primeras columnas), y porcentajes de variación entre 2005-2007 (4 siguientes columnas) y entre 2005 y 2007 (4 columnas finales). Los sectores contemplados son los mismos que en la Tabla 4. Podemos detectar algunas tendencias a la reducción del empleo en varios sectores manufactureros antes de 2007, como “20-21. Química y farmacia” y “29-30. Material de transporte”, que ya habíamos observado con los datos del Registro. Recordemos que no son estrictamente comparables con los que manejamos ahora. Así que descubrimos nuevas pautas de destrucción de empleo en “22. Caucho”, “26. Material electrónico” y de mayor entidad en “28. Maquinaria” (siempre con anterioridad al año 2007). Con la crisis las reducciones se dan en la gran mayoría de las variables de los sectores manufactureros (como veíamos en el Gráfico 3). Mientras que para el agregado de servicios, los incrementos entre 2005 y 2009 son de porcentajes elevados y positivos. Sólo algún dato negativo de servicios, entre los pocos con los que contamos con detalles, aparece en “45. Venta y reparación de vehículos” que presentaba

importantes caídas en la posición de IED que no afectaban a su empleo, según el Registro. Las “68. Actividades inmobiliarias” también experimentan caídas con la crisis, algo prácticamente ausente en la información del Registro. Cabe valorar que las empresas que observamos en las tablas últimos (del INE, OCDE y Eurostat), son un subconjunto de las que entregan sus datos al Registro, por lo que este último debería ser más fiable.

Para terminar, una mirada al exterior, con el fin de poner los datos de EMN en España en perspectiva. Las comparaciones no son sencillas, como hemos visto con los simples datos que existen para nuestro país. Hemos de acotar el punto de mira para poder extender el número de países contemplados. Por ello, la última tabla hace referencia a la evolución del empleo y sólo en manufacturas de varios países de la OCDE. Los datos que aparecen en la Tabla 6 se ordenan de acuerdo a si se ha creado empleo o no en el total de manufacturas en términos absolutos en el período 2001-2007. Vemos que hay un grupo de países, dominado por países del Este, que experimentan importantes incrementos. Es interesante que en

Gráfico 5  
Producción, ventas, VA y empleo de las multinacionales en manufacturas (2005-2009). En millones de euros



Fuente: INE (2012), EUROSTAT (2012) y OECD (2012).

Tabla 5  
Evolución de empleo, producción, ventas y valor añadido en manos de la EMN (2005-2009).  
En millones de euros

|  | 2005           |                |                |               | 2005-2007 (%) |             |             |             | 2005-2009 (%) |              |              |              |
|--|----------------|----------------|----------------|---------------|---------------|-------------|-------------|-------------|---------------|--------------|--------------|--------------|
|  | Empleo         | Prod.          | Ventas         | V. A.         | Empleo        | Prod        | Ventas      | V. A.       | Empleo        | Prod         | Ventas       | V. A.        |
| <b>A.1. Industria (Eurostat e INE)</b>                       | <b>383.240</b> | <b>114.030</b> | <b>126.865</b> | <b>27.248</b> | <b>0,7</b>    | <b>32,0</b> | <b>30,0</b> | <b>21,0</b> | <b>-13,4</b>  | <b>-9,8</b>  | <b>-9,1</b>  | <b>-22,3</b> |
| <b>A.2. Industria (10-18,22-25,28-33)</b>                    | <b>382.561</b> | <b>110.455</b> | <b>122.146</b> | <b>27.304</b> | <b>-0,03</b>  | <b>14,2</b> | <b>13,2</b> | <b>6,6</b>  | <b>-23,2</b>  | <b>-24,1</b> | <b>-23,0</b> | <b>-30,8</b> |
| 10-12. Alimentación, bebidas y tabaco                        | 35.177         | 11.586         | 12.911         | 3.083         | 2,6           | 7,5         | 9,5         | 7,9         | 9,6           | 12,2         | 17,6         | 10,5         |
| 13-15. Textil, confección, cuero y calzado                   | 6.683          | 918            | 969            | 277           | 6,3           | 27,0        | 24,6        | 14,6        | -18,1         | -18,4        | -14,4        | -26,7        |
| 16-18. Madera y corcho, papel y artes gráficas               | 20.964         | 4.588          | 4.715          | 1.418         | 1,7           | 9,5         | 9,6         | 1,2         | -42,2         | -42,6        | -40,3        | -50,1        |
| 20-21. Industria química y farmacéutica                      | 82.847         | 22.368         | 26.431         | 6.866         | -3,5          | 8,9         | 4,7         | -4,5        | -56,9         | -42,3        | -42,0        | -55,0        |
| 22. Caucho y materias plásticas                              | 36.064         | 6.518          | 7.604          | 2.264         | -1,5          | 7,8         | 9,1         | -1,6        | -14,8         | -22,7        | -22,6        | -25,2        |
| 23. Productos minerales no metálicos diversos                | 15.713         | 4.413          | 4.635          | 1.613         | 16,1          | 22,5        | 25,7        | 15,9        | -1,2          | -26,5        | -25,9        | -32,0        |
| 24-25. Metalurgia y fabricación de productos metálicos       | 31.807         | 10.953         | 11.387         | 2.630         | 8,2           | 44,6        | 43,4        | 32,4        | -11,3         | -18,0        | -19,3        | -27,1        |
| 26-27. Material y equipo eléctrico, electrónico y óptico     | 66.033         | 18.492         | 21.818         | 3.844         | -3,2          | 12,8        | 11,7        | 24,1        | n.d.          | n.d.         | n.d.         | n.d.         |
| 28. Maquinaria y equipo mecánico                             | 37.455         | 6.843          | 7.860          | 2.292         | -8,8          | 8,7         | 7,4         | -2,8        | -49,3         | -45,8        | -47,4        | -46,9        |
| 29-30. Material de transporte                                | 109.534        | 41.032         | 44.349         | 6.581         | -1,2          | 11,6        | 11,4        | 11,0        | -8,2          | -20,9        | -18,9        | -22,5        |
| 31-33. Industrias manufactureras diversas                    | 6.317          | 1.237          | 1.284          | 279           | 17,6          | 30,9        | 34,5        | 32,0        | 25,4          | -9,1         | 0,7          | 59,7         |
| <b>B. SERVICIOS (Eurostat e INE)</b>                         | <b>576.388</b> | <b>56.085</b>  | <b>157.796</b> | <b>30.331</b> | <b>36,7</b>   | <b>35,0</b> | <b>27,5</b> | <b>35,2</b> | <b>39,1</b>   | <b>28,0</b>  | <b>19,1</b>  | <b>22,7</b>  |
| 45. Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas  | 20.556         | 5.551          | 30.787         | 2.816         | 11,7          | 5,7         | 9,4         | 19,0        | -9,4          | -54,3        | -42,1        | -77,7        |
| 46. Comercio al por mayor e intermediarios excepto vehículos | 93.935         | 15.717         | 59.479         | 7.981         | 37,7          | 37,0        | 27,2        | 40,3        | 43,4          | 25,2         | 28,4         | 22,6         |
| 47. Comercio al por menor                                    | 135.059        | 6.935          | 25.271         | 4.320         | 29,4          | 32,8        | 32,5        | 29,0        | 37,9          | 35,9         | 33,8         | 18,3         |
| 55-56. Hostelería y restauración                             | 41.920         | 2.169          | 2.254          | 1.157         | 28,5          | 22,0        | 12,8        | 7,3         | 73,9          | 52,6         | 40,2         | 37,2         |
| 68. Actividades inmobiliarias                                | 3.509          | 1.755          | 1.788          | 898           | 33,6          | -17,9       | -18,8       | -16,7       | -10,5         | -8,8         | -8,9         | 21,1         |
| 62-63. Programación informática y servicios de información   | 46.590         | 6.407          | 7.732          | 2.980         | 28,5          | 29,4        | 28,2        | 29,2        | 19,7          | 9,3          | 9,9          | 21,0         |

Fuente: INE (2012), Eurostat (2012) y OECD (2012a).

ese grupo de países que crean empleo se incluyen también Dinamarca y Austria (ver nota del Gráfico). Después sigue otro grupo de países en los que se crea empleo a un ritmo menor. Y por último, el grupo en el que España está, que es de aquellos que reducen el empleo en manufacturas. Este conjunto de países con reducciones del empleo está encabezado por Irlanda, en la que se destruye cerca

del 16% del empleo manufacturero. España queda lejos de esa cifra a un nivel del 5%, siendo de los que presentan una reducción de menor importancia.

La Tabla 6 también ofrece información respecto a cuál es el peso de las EMN en el total manufacturero. Este peso es notablemente elevado en los países del Este, pero también en algunos otros avanzados como la propia Irlanda, junto con

Austria y Holanda. Éstas últimas son economías pequeñas en las que es “más fácil” alcanzar un peso importante. Si bien en Reino Unido y Francia, a pesar de su gran tamaño, los porcentajes de peso de las EMN son de calado, superando a los de España. En Francia, las caídas en el empleo manufacturero han sido mayores que en España, mientras que las de Reino Unido son similares.

Conviene terminar señalando que como ya se apuntó, la evolución del empleo está marcada por diversos factores y no se puede tomar como un indicador claro de los procesos de deslocalización.

Sin embargo, la tabla es ilustrativa porque recoge, cuando menos, un cierto “desgaste” de los países avanzados en cuanto a sedes en las que las EMN manufactureras encontraban atractivas.

## 6. Resumen y conclusiones

En este trabajo hemos mostrado las dificultades de medición del fenómeno de la deslocalización. Las series de flujos de IED de los organismos internacionales, que se utilizan con frecuencia, no parecen aptas para esta tarea. En ellas no se puede

Tabla 6  
Evolución de empleo en manufacturas de la EMN (2001-2007)

|                             | Número de empleados |           |               | % en total manufacturas |          |                    |
|-----------------------------|---------------------|-----------|---------------|-------------------------|----------|--------------------|
|                             | 2001                | 2007      | 2001-2007 (%) | 2001(%)                 | 2007 (%) | Diferencia 2001-07 |
| <b>Aumentos importantes</b> |                     |           |               |                         |          |                    |
| Polonia                     | 386.003             | 658.021   | 70,5          | 21,9                    | 32,5     | 10,6               |
| República Checa             | 362.423             | 564.543   | 55,8          | 28,9                    | 45,5     | 16,6               |
| Dinamarca                   | 65.800              | 83.006    | 26,1          | 14,1                    | 22,6     | 8,5                |
| República Eslovaca*         | 143.482             | 180.019   | 25,5          | 34,9                    | 43,8     | 8,9                |
| Hungría*                    | 230.402             | 287.296   | 24,7          | 27,1                    | 36,9     | 9,8                |
| Suiza*                      | 119.025             | 145.345   | 22,1          | 11,6                    | 13,6     | 2                  |
| Estonia*                    | 41.078              | 49.333    | 20,1          | 38,4                    | 45       | 6,6                |
| Eslovenia*                  | 37.129              | 42.977    | 15,8          | 15,9                    | 18,7     | 2,8                |
| Austria*                    | n.a.                | 179.141   | n.a.          | 24                      | 29,1     | 5,1                |
| <b>Aumentos reducidos</b>   |                     |           |               |                         |          |                    |
| Alemania*                   | 1.086.000           | 1.144.000 | 5,3           | 14,8                    | 16,5     | 1,7                |
| Luxemburgo*                 | 13.800              | 14.400    | 4,3           | 41,7                    | 44,3     | 2,6                |
| Israel                      | 44.412              | 46.402    | 4,5           | n.a.                    | n.a.     | 1,6                |
| Bélgica*                    | n.a.                | n.a.      | n.a.          | 32,3                    | 34,8     | 2,5                |
| Finlandia                   | 73.450              | 74.169    | 1,0           | 17,2                    | 19,2     | 2                  |
| <b>Descensos</b>            |                     |           |               |                         |          |                    |
| Irlanda                     | 123.186             | 102.439   | -16,8         | 49,2                    | 46       | -3,2               |
| Holanda*                    | 210.116             | 176.445   | -16,0         | 21                      | 24,3     | 3,3                |
| Noruega                     | 70.388              | 60.944    | -13,4         | 24,3                    | 22,4     | -1,9               |
| Italia                      | 520.749             | 456.987   | -12,2         | 10,8                    | 10,1     | -0,7               |
| Estados Unidos*             | 2.330.200           | 2.050.700 | -12,0         | 11,1                    | 11,3     | 0,2                |
| Francia*                    | 1.043.400           | 938.151   | -10,1         | 26,4                    | 26,1     | -0,3               |
| España                      | 408.579             | 386.041   | -5,5          | 16,4                    | 16,1     | -0,3               |
| Reino Unido                 | 906.237             | 859.110   | -5,2          | 24                      | 30,4     | 6,4                |
| Suecia                      | 232.579             | 221.744   | -4,7          | 32,7                    | 33,4     | 0,7                |
| Portugal*                   | 108.366             | 108.046   | -0,3          | 12,8                    | 13,3     | 0,5                |

\* La OECD marca con un asterisco los países cuyos datos de MNEs presentan rupturas en la serie que aconsejan analizar estos datos para un periodo inferior a 2001-7.

Fuente: OECD (2012).

identificar el tamaño de flujos de desinversiones, y éstas sólo afloran cuando son mayores las desinversiones que las entradas de Inversión Extranjera Directa (IED). Sin embargo, el proceso desinversor puede estar latente y ser de importancia, aunque haya otras empresas que inviertan al mismo tiempo. El Registro de inversiones del Ministerio de economía y competitividad ofrece unos datos privilegiados para analizar los datos de deslocalizaciones para España, aunque las series han de ser depuradas, asunto al que hemos prestado atención.

En base a los datos del Registro se puede afirmar que en España entre 2005 y 2011 no predominan las desinversiones, sino la entrada de inversiones extranjeras. En el texto hemos analizado la composición de lo que se conoce como la “posición de inversión extranjera en España”. Se trata de una aproximación al dato de *stock* acumulado de inversiones extranjeras en España. Hemos señalado la conveniencia de medirlo según los fondos contables. Pues bien, en base a estos datos, la posición de inversión de EMN en España aumenta en un 12,9% (entre 2005 y 2007) y en un 35,6% (entre 2005 y 2009). También hemos analizado los datos de empleo en MNE del Registro. El total nacional es de 1.255.166. ocupados en MNE extranjeras en 2005. Cifra que ha aumentado en un 6% entre 2005 y 2007 y en un 2% entre 2005 y 2009.

Aunque el total nacional presenta una evolución positiva, en algunos sectores hay fenómenos de deslocalización, en ocasiones de tamaño importante. Los sectores manufactureros parecen más afectados, destacando en base a desinversiones que han tenido lugar con anterioridad a la crisis (2005-2007) son los siguientes: “Alimentación, bebidas y tabaco”, “Química”, “Productos metálicos” y el “Sector del automóvil”. Todos estos sectores experimentan reducciones en el empleo con anterioridad a la crisis, que se acentúan además con la llegada de aquella. Entre los sectores de servicios, las desinversiones de mayor calado se

concentran en “Transporte marítimo y aéreo” y en algunos subsectores del área financiera, siendo de menor importancia que en manufacturas.

Es importante señalar que las deslocalizaciones que observamos son en la mayor parte de los casos una venta de una filial de una MNE a una empresa española. De hecho las liquidaciones totales no han superado el 7% del total de flujos de capital ligados a deslocalizaciones en ninguno de los años comprendidos entre 2003-2011. Esto hace esperar que el impacto negativo para el empleo sea considerablemente menor que si se tratara de una liquidación total. Se puede destruir empleo en las filiales de las EMN del sector, pero se crea en una empresa nacional de ese mismo sector. La información disponible en la base de datos SABI indica que algunas liquidaciones han podido concentrarse en el sector de “Otras actividades profesionales”, donde las liquidaciones han podido oscilar entre un 5,5% y 10,9% del *stock* de inversiones extranjeras. Le sigue en importancia las liquidaciones de “Material y equipo eléctrico” con unas liquidaciones que oscilarían entre el 4,9 y 9,8%. Para el resto de sectores las liquidaciones son de pequeña cuantía.

Las MNE de servicios parecen estar acrecentando sus posiciones en España, aún durante una crisis que está haciendo más daño a las EMN de manufacturas. Las reducciones de empleos que experimentan las EMN de servicios son menos frecuentes que entre las manufacturas. De hecho, ya en 2001 se observan ligeros descensos en la producción, valor añadido y ventas de las EMN manufactureras. Y aunque ha habido una recuperación en los años 2006 y 2007, el descenso ha sido llamativo posteriormente.

Si atendemos al empleo manufacturero, que es el que facilita una comparación internacional con más países, España se encuentra entre el grupo que reduce empleo en manufacturas. Si bien, sus reducciones son relativamente pequeñas con respecto a las observadas en países como Irlanda,

Italia, EEUU o Francia. Los que ven aumentar claramente el peso del empleo manufacturero de EMN son los países del Este y algunos otros países avanzados como Dinamarca o Alemania.

## Referencias bibliográficas

- BAJO-RUBIO, O. y LÓPEZ-PUEYO, C. (2002): “Foreign direct investment in a process of economic integration: The case of Spanish manufacturing, 1986-1992”; en *Journal of Economic Integration* (17); pp. 85-103.
- BAJO-RUBIO, O. y TORRES, A. (2001): *The impact of Spain's integration with the EC on trade and foreign investment*. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław.
- BARBA NAVARETTI, G. y VENABLES A. J. (2004): *Multinational firms in the world economy*. Princeton University Press, Princeton, NJ.
- EUROSTAT (2012): “Statistics on foreign control of enterprises - all activities (FATs)”; disponible en: [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/european\\_business/data/database](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/european_business/data/database)
- INE (2012): “Estadísticas de filiales extranjeras en España”; disponible en: <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft37%2Fp227/p01&file=inebase&L=0>
- LATORRE, M. C.; BAJO-RUBIO, O. y GÓMEZ-PLANA, A. G. (2009): “The effects of multinationals on host economies: a CGE approach”; en *Economic Modelling* (26); pp. 851-864.
- LATORRE, M. C. (2010): *Los efectos de las multinacionales en las economías receptoras*. Thomsom-Civitas, Madrid.
- LIPSEY, R. E. (2003): “Foreign direct investment and the operations of multinational firms: Concepts, history and data”; en CHOI, E. K. y HARRIGAN, J., eds.: *Handbook of International Trade*. Blackwell, Oxford; pp. 287-319.
- MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD (2012): “Estadísticas de Inversiones Exteriores y de posición en inversión directa”; disponible en: <http://www.comercio.gob.es/es-ES/inversiones-exteriores/informes/Paginas/presentacion.aspx>
- MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD (varios años): “Flujos de inversión extranjera directa”, disponible en: <http://www.comercio.gob.es/es-ES/inversiones-exteriores/informes/flujos-inversion-directa/Paginas/detalles-flujos-inversion-directa.aspx>
- MYRO, R. y FERNÁNDEZ-OTHEO, C. M. (2008): “Deslocalización de empresas e inversión extranjera directa en la industria española”,; en *Papeles de Economía Española* (116); pp. 184-202.
- OECD (2010): *OCDE Definición Marco de Inversión Extranjera Directa*. París, disponible en: [http://www.oecd.org/document/33/0,3746,en\\_2649\\_34529562\\_33742497\\_1\\_1\\_1\\_34529562,00.html](http://www.oecd.org/document/33/0,3746,en_2649_34529562_33742497_1_1_1_34529562,00.html)
- OECD (2012a): “Globalisation: Activities of multinationals”; disponible en: <http://stats.oecd.org/index.aspx?r=983789>
- OECD (2012a): “Globalisation: Activities of multinationals”; disponible en: <http://stats.oecd.org/index.aspx?r=983789>
- OECD (2012b): “FAQs about FDI”, disponible en: [http://www.oecd.org/document/32/0,3746,en\\_2649\\_34529562\\_45922144\\_1\\_1\\_1\\_34529562,00.html#Q8](http://www.oecd.org/document/32/0,3746,en_2649_34529562_45922144_1_1_1_34529562,00.html#Q8)
- RODRÍGUEZ, D., VELÁZQUEZ, J. y TURRIÓN, J. (2009): *Competitividad y deslocalización en la industria española*, Madrid, Fundación de Cajas de Ahorro (FUNCAS).
- UNCTAD (varios años): *World Investment Report*. Naciones Unidas, Nueva York y Ginebra.

|                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| <i>José Antonio Alonso</i>           | Universidad Complutense de Madrid                 |
| <i>Sara Balaña</i>                   | Afi (Analistas Financieros Internacionales)       |
| <i>Jesús Banegas</i>                 | AMETIC  |
| <i>Fernando Becker</i>               | Universidad Rey Juan Carlos de Madrid             |
| <i>Emilio Congregado</i>             | Universidad de Huelva                             |
| <i>Adela Cortina</i>                 | Universidad de Valencia                           |
| <i>Álvaro Cuervo García</i>          | Universidad Complutense de Madrid                 |
| <i>Mauro F. Guillén</i>              | Wharton School (Universidad de Pensilvania)       |
| <i>Carlos Manuel Fernández-Otheo</i> | Universidad Complutense de Madrid                 |
| <i>Esteban García-Canal</i>          | Universidad de Oviedo                             |
| <i>José Luis García Delgado</i>      | Universidad Complutense de Madrid                 |
| <i>Juan Carlos Jiménez</i>           | Universidad de Alcalá                             |
| <i>María C. Latorre</i>              | Universidad Complutense de Madrid                 |
| <i>Rafael Myro</i>                   | Universidad Complutense de Madrid                 |
| <i>Aránzazu Narbona</i>              | Universidad de Alcalá                             |
| <i>José María O'Kean</i>             | Universidad Pablo de Olavide / IE Business School |
| <i>Emilio Ontiveros</i>              | Afi (Analistas Financieros Internacionales)       |
| <i>Concepción Román</i>              | Universidad de Huelva                             |
| <i>Javier Santiso</i>                | ESADE Business School                             |
| <i>Rogelio Velasco</i>               | IE Business School                                |



**MEDITERRÁNEO ECONÓMICO** | 2002-2012  
ISSN 1698-3726

- 1. PROCESOS MIGRATORIOS. ECONOMÍA Y PERSONAS** [FEBRERO DE 2002]  
Coordinador: *Manuel Pimentel Siles*  
ISBN-13: 978-84-95531-08-9
- 2. LA AGRICULTURA MEDITERRÁNEA EN SIGLO XXI** [JUNIO DE 2002]  
Coordinador: *José María García Álvarez-Coque*  
ISBN-13: 978-84-95531-10-0
- 3. CIUDADES, ARQUITECTURA Y ESPACIO URBANO** [FEBRERO DE 2003]  
Coordinador: *Horacio Capel Sáez*  
ISBN-13: 978-84-95531-12-7
- 4. MEDITERRÁNEO Y MEDIO AMBIENTE** [OCTUBRE DE 2003]  
Coordinadora: *Cristina García-Orcóyen*  
ISBN-13: 978-84-95531-14-3
- 5. LAS NUEVAS FORMAS DEL TURISMO** [ABRIL DE 2004]  
Coordinador: *Joaquín Aurióles Martín*  
ISBN-13: 978-84-95531-20-8
- 6. ECONOMÍA SOCIAL. LA ACTIVIDAD ECONÓMICA AL SERVICIO DE LAS PERSONAS** [OCTUBRE DE 2004]  
Coordinador: *Juan Francisco Juliá Igual*  
ISBN-13: 978-84-95531-24-0
- 7. MEDITERRÁNEO E HISTORIA ECONÓMICA** [MAYO DE 2005]  
Coordinadores: *Jordi Nadal i Oller y Antonio Parejo Barranco*  
ISBN-13: 978-84-95531-26-7
- 8. LOS RETOS DE LA INDUSTRIA BANCARIA EN ESPAÑA** [OCTUBRE DE 2005]  
Coordinador: *Francisco de Oña Navarro*  
ISBN-13: 978-84-95531-28-3
- 9. VARIACIONES SOBRE LA HISTORIA DEL PENSAMIENTO ECONÓMICO MEDITERRÁNEO** [MAYO DE 2006]  
Coordinador: *Pedro Schwartz Girón*  
ISBN-13: 978-84-95531-31-3
- 10. UN BALANCE DEL ESTADO DE LAS AUTONOMÍAS** [OCTUBRE DE 2006]  
Coordinador: *Francisco José Ferraro García*  
ISBN-13: 978-84-95531-35-6



**MEDITERRÁNEO ECONÓMICO** | 2002-2012  
ISSN 1698-3726

- 11. NUEVOS ENFOQUES DEL MARKETING Y LA CREACIÓN DE VALOR** [ABRIL DE 2007]  
Coordinadora: *María Jesús Yagüe Guillén*  
ISBN-13: 978-84-95531-37-7
- 12. EUROPA EN LA ENCRUCIJADA** [DICIEMBRE DE 2007]  
Coordinador: *Josep Borrell Fontelles*  
ISBN-13: 978-84-95531-39-1
- 13. LOS DISTRITOS INDUSTRIALES** [MAYO DE 2008]  
Coordinador: *Vicent Soler i Marco*  
ISBN-13: 978-84-95531-40-7
- 14. MODERNIDAD, CRISIS Y GLOBALIZACIÓN: PROBLEMAS DE POLÍTICA Y CULTURA** [DICIEMBRE DE 2008]  
Coordinador: *Víctor Pérez-Díaz*  
ISBN-13: 978-84-95531-41-4
- 15. EL NUEVO SISTEMA AGROALIMENTARIO EN UNA CRISIS GLOBAL** [MAYO DE 2009]  
Coordinador: Jaime Lamo de Espinosa  
ISBN-13: 978-84-95531-43-8
- 16. EL FUTURO DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA** [DICIEMBRE DE 2009]  
Coordinador: Juan Velarde Fuertes  
ISBN-13: 978-84-95531-48-3
- 17. INNOVACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO** [JUNIO DE 2010]  
Coordinador: *Joaquín Moya-Angeler Cabrera*  
ISBN-13: 978-84-937759-5-7
- 18. LA CRISIS DE 2008. DE LA ECONOMÍA A LA POLÍTICA Y MÁS ALLÁ** [DICIEMBRE DE 2010]  
Coordinador: *Antón Costas Comesaña*  
ISBN-13: 978-84-95531-49-0
- 19. EL SISTEMA BANCARIO TRAS LA GRAN RECESIÓN** [JUNIO DE 2011]  
Coordinadores: *José Pérez Fernández y José Carlos Díez Gangas*  
ISBN-13: 978-84-95531-51-3
- 20. BALANCE DE UNA DÉCADA. DIEZ AÑOS DE *MEDITERRÁNEO ECONÓMICO*** [DICIEMBRE DE 2011]  
Coordinadores: *Jordi Nadal i Oller y Juan Velarde*  
ISBN-13: 978-84-95531-52-0









