

# ESTRATEGIAS DE LOCALIZACION Y VENTAJAS COMPETITIVAS DE LA EMPRESA MULTINACIONAL ESPAÑOLA

*Juan José Durán Herrera\**

Las estrategias de localización de la inversión directa en el exterior seguidas por las empresas multinacionales españolas están asociadas a sus ventajas competitivas y a las causas que justifican dichas decisiones (búsqueda de mercados, recursos naturales y activos estratégicos). Asimismo, se observa que la distribución geográfica y sectorial de la inversión directa española en el exterior ha variado en el tiempo, respondiendo tanto a elementos institucionales (del país de origen y del de destino) como a ventajas específicas de las empresas. En este sentido se aprecia una mejora significativa del índice de multinacionalización de la economía española, debido al fuerte dinamismo mostrado por la inversión directa española en el exterior.

**Palabras clave:** *empresas multinacionales, inversiones directas, inversiones en el extranjero, estrategia de la empresa, internacionalización de la economía, España.*

**Clasificación JEL:** *D21, F23.*

## 1. Introducción

La economía mundial de la década de los noventa se ha caracterizado, entre otras, por dos cuestiones fundamentales en lo que al proceso y profundización de la interdependencia internacional se refiere: un considerable aumento cuantitativo de los flujos de inversiones internacionales —en comparación con décadas precedentes—, y un cambio significativo de carácter cualitativo en lo relativo al tipo de inversión directa en el exterior (IDE) que se ha realizado preferentemente. Ello, además, ha ido acompañado de considerables cambios y avances institucionales (liberalización, mayor integración regional, nacimiento

del euro, etcétera). La propia dinámica de la economía internacional y de los cambios institucionales producidos constituyen los fundamentos de un entorno favorable a la IDE a nivel mundial. Durante la década de los noventa la IDE ha visto aumentada su diversificación geográfica y sectorial siendo responsable, en gran medida, del progresivo incremento del nivel de mundialización de la economía alcanzado en dicho período, lo que se ha puesto de manifiesto a través de su impacto en el comercio exterior de bienes y servicios, tanto en sentido vertical como horizontal, así como en un mayor volumen de la producción mundial coordinada por las empresas multinacionales. Asimismo se aprecia un significativo aumento de la IDE recibida por los países en relación con la formación bruta de capital fijo. En este sentido se estima que en la década de los noventa el peso de la IDE en la formación de capital a nivel mundial se ha multiplica-

---

\* Catedrático de Economía de la Empresa. Director del Centro Internacional Carlos V de la Universidad Autónoma de Madrid.

do por más de tres veces, alcanzando un nivel medio superior al 15 por 100 (UNCTAD, 2001).

En este artículo analizamos los flujos de inversión directa española en el exterior en comparación con los correspondientes recibidos por la economía española, y con los producidos tanto a nivel de la OCDE, como a escala mundial. Así, una vez planteada la relación íntima que se establece entre la ventaja competitiva de la empresa y el espacio geográfico en el que se manifiesta y los modos de internacionalización, procedemos al análisis de la distribución geográfica y sectorial de la inversión directa española en el exterior, lo que nos facilita la contextualización de los perfiles estratégicos que definen a la empresa multinacional española, con lo que finalizamos el presente artículo.

## **2. Internacionalización y ventaja competitiva de la empresa**

La interacción más eficiente que se puede producir entre el conjunto de recursos internos que posee una empresa y las oportunidades externas que le brinda el entorno define el proceso de expansión y crecimiento de la empresa. Este proceso, tal y como ya señalara Edith Penrose (1959) hay que ligarlo a la planificación, cuyo desarrollo irá o bien en la puesta en práctica, o liberando capacidad de dirección y gestión que podrá utilizarse en una nueva planificación para la expansión y el crecimiento. Las capacidades que posee una empresa evolucionan según su experiencia idiosincrática y son fuente de ventajas (o desventajas) competitivas.

El análisis de los factores determinantes, y de la estrategia, de la internacionalización de la empresa (modos de entrada en el exterior) ha de focalizarse en el desarrollo y despliegue de sus capacidades en lugar de centrarlo en el nivel de los costes de transacción y en la eficiencia de la transacción (Madhok, 1998). Desde la óptica de los costes de transacción, también denominados de coordinación (Williamson, 1985; Hennart, 1988; Kay, 1997), la empresa optará por el modo de internacionalización más eficiente, es decir, el que minimice dichos costes de transacción. Así cuando la empresa realiza una inversión directa en

el exterior, es decir, crea filiales en otros países, está internalizando dentro de sus límites o fronteras sus ventajas (capacidades). En este sentido se puede argumentar que la teoría de la internalización es la teoría de los costes de transacción de la empresa multinacional.

El conjunto de recursos que posee una empresa, y los correspondientes análisis de oferta y de demanda, conformarán la dirección más conveniente para la expansión (Caves, 1982). De este modo se podrá optar por las oportunidades domésticas (expansión o diversificación) o por la internacionalización. En uno y otro caso, y de manera complementaria, habrá que optar por el modo más conveniente. Así, por ejemplo, la falta de oportunidades de crecimiento en la economía doméstica, o el descenso en la tasa de beneficio, pueden orientar la búsqueda de mercados en el exterior, que habrá que abordar mediante exportaciones, inversión directa o a través de cooperación o alianzas estratégicas. Asimismo, por el lado de la oferta se puede contemplar el exterior para la obtención de recursos naturales o la generación de activos estratégicos, lo que está ligado a la competitividad.

Las decisiones primarias de la empresa que conducen a la IDE están asociadas a la búsqueda de mercados, a la adquisición de recursos naturales, o a la captación de recursos o activos estratégicos entre los que se pueden incluir los tecnológicos, los comerciales, la experiencia empresarial o el capital humano.

El análisis de los procesos de internacionalización de la empresa y de las opciones implícitas que supone, aconseja adoptar planteamientos eclécticos (Dunning, 1988, 1999) que no solamente permitan elaborar marcos analíticos potentes, sino que además faciliten el análisis interdisciplinar que demandan los estudios de esta naturaleza. La inversión directa en el exterior, que es, por definición, a largo plazo, se realiza con la esperanza de generar beneficios, para lo cual el inversor tratará de influir en las decisiones que afecten a las actividades generadoras de valor añadido, desarrolladas a través de dicha inversión. Para ello, la empresa ha de disponer de capitales económicos susceptibles de producir nuevos bienes y servicios.

El propio proceso de internacionalización (exportaciones, importaciones, IDE, contratos y acuerdos de cooperación) y, especialmente, la dimensión multinacional de la empresa, a través de la experiencia y el aprendizaje, generan activos y ventajas derivadas de la multiactividad internacional. Asimismo, la propia relación dialéctica entre la empresa multinacional (EM) y su entorno y los cambios que se producen en una y otro hacen que aquélla tenga que reorganizar y relocalizar sus inversiones y desinversiones, dando lugar a decisiones secuenciales (no primarias) de IDE.

La empresa que realiza una inversión directa en el exterior moviliza activos estratégicos específicos, tanto de carácter físico, como por ejemplo, bienes de equipo, como de índole inmaterial, tecnológicos, comerciales y directivos, que se combinan con elementos o ventajas específicas del país o área geográfica en donde se va a ubicar la IDE. Si esta combinación es productiva se puede decir que la EM asigna eficientemente los recursos a nivel internacional. Este conjunto de capacidades y capitales económicos de la empresa, a los que se asocian determinados capitales financieros, permite hacer, distribuir y vender productos o servicios más baratos, o de mayor calidad, y significativamente diferenciados, en comparación con los que hacen las empresas rivales.

En el Esquema 1 explicitamos la necesaria combinación que ha de producirse entre los capitales económicos de la empresa y las variables espaciales, esto es, factores o economías de localización. Esta articulación asigna recursos y es determinante de la productividad y del valor añadido proporcionado por la empresa. Además, son las ventajas específicas de los países o zonas económicas, vistas en función de las ventajas de las empresas —capitales económicos concretos— las que condicionan el modo de la internacionalización, ya sea a través del mercado (comercio exterior) o de la inversión directa (multinacionalización de la empresa mediante la transnacionalización en el seno de la propia empresa de sus ventajas competitivas), ya sea a través de alianzas o cooperación interempresarial (trayectoria contractual entre empresas independientes con escasa o nula inversión).

La naturaleza de la ventaja competitiva (activos físicos específicos, capitales tecnológicos, capitales comerciales y capitales directivos) y su adecuación al entorno del país o área de destino

determina en sí mismo su nivel de transferibilidad internacional, generando, además, una opción para adquirir y desarrollar un conocimiento diferenciador adicional asociado a la gestión de lo multinacional y de la multiactividad.

La posesión de activos intangibles por parte de la empresa está positivamente correlacionada con su nivel de multinacionalización (Kim y Lyn, 1986). Asimismo existe evidencia empírica que nos indica que el impacto de los gastos de investigación y desarrollo y de publicidad en el valor de los activos intangibles aumenta con la multinacionalización (Morck y Young, 1991)

La estructura social y las relaciones en ella establecidas influyen en el comportamiento de los agentes y afectan al crecimiento económico, ya que proporcionan oportunidades que pueden ser aprovechadas por dichos agentes (Adler y Kwon, 2002). Es decir, las relaciones sociales pueden generar sinergias que pueden movilizarse para facilitar la actividad económica. En este sentido se puede admitir que una buena dotación de «capital social» de los países en que operan las filiales de la EM puede facilitar la transferencia de información y, en consecuencia, el fortalecimiento de los lazos que se pueden establecer entre filiales y matriz, lo que puede reducir el coste efectivo de transferencia de información compleja y de conocimiento tácito. En este sentido, lazos débiles multipaís (y entre filiales vía capital social) facilitan la búsqueda de información codificable (Hanssen, 1998).

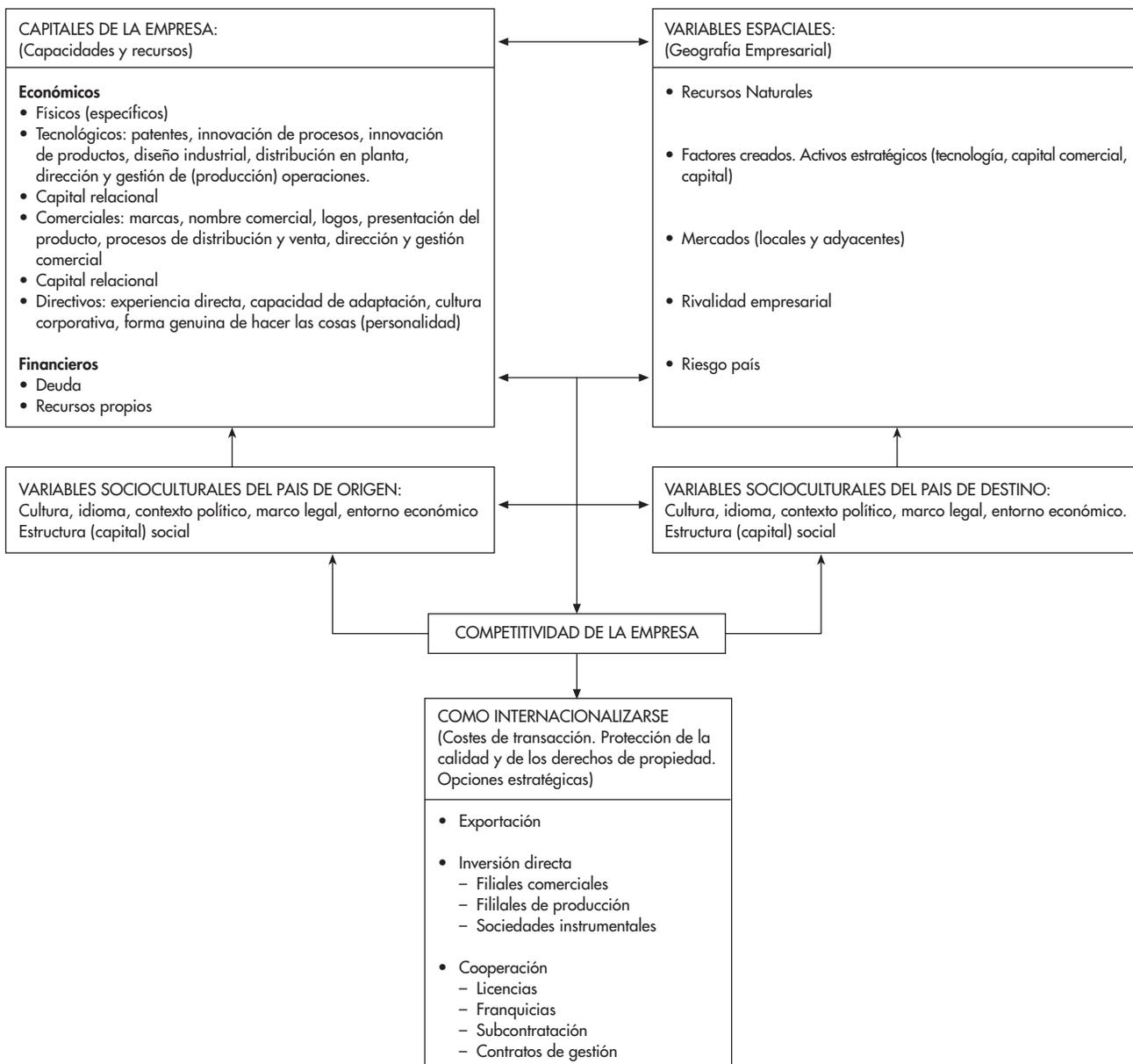
La experiencia exterior, especialmente la de carácter multinacional (Durán y Ubeda, 2001), genera no sólo mayor capacidad de evaluación de las ventajas de localización ofrecidas por países distantes culturalmente (Erramilli, 1991), sino que también puede proporcionar ganancias de eficiencia al disponer la EM de una mayor capacidad de coordinación y gestión de la actividad internacional.

### **3. La inversión directa recibida y emitida por la economía española**

Desde la apertura exterior de la economía española, hace ya más de cuatro décadas, la dinámica del tejido empresarial español está estrechamente ligada, en una primera fase y de manera fun-

ESQUEMA 1

**INTERNACIONALIZACION Y VENTAJA COMPETITIVA DE LA EMPRESA**



FUENTE: Elaboración propia.

damental, a la inversión directa extranjera recibida y, desde la década de los ochenta, y de una manera progresivamente creciente, a la inversión directa española en el exterior. Es más, la incidencia de una y otra, y conjuntamente, en el desarrollo económico español, permite vislumbrar las fases por las que ha pasado la economía española hasta situarse en la década de los noventa en un espacio desarrollado, aunque todavía a cierta distancia del grupo de países más adelantados de la economía mundial (Durán y Ubeda, 2002). El perfil sectorial y geográfico de los flujos de inversión directa en la economía española ofrece perfiles diferenciados. Así, mientras que el origen geográfico de la inversión directa extranjera recibida procede, en su inmensa mayoría, de los países más avanzados, el destino de la inversión directa española en el exterior ofrece una mayor diversificación geográfica, predominando los países latinoamericanos en la zona no-OCDE.

De este modo, en la década de los noventa, el *stock* de inversión directa española en Iberoamérica se situó en torno al 50 por 100, aunque en algunos años de dicho período ha alcanzado niveles próximos a las tres cuartas partes del total (Durán, 1999). Esta situación contrasta con la década precedente, especialmente después de la incorporación a la Comunidad Económica Europea en que el destino geográfico preferente era la Unión Europea. Destaca, asimismo, la importancia relativa de la inversión directa española en EE UU que ha superado el 11 por 100 en el período considerado.

El propio proceso evolutivo de la multinacionalización de las empresas desde la segunda mitad del siglo XX, y el que ha caracterizado a los factores de localización de la economía española, explican que el sector manufacturero (automoción, química, agroindustria,...), primero, y el sector servicios (comercio, finanzas,...), después, hayan sido los más penetrados por la inversión directa extranjera. Ahora bien, en el caso de la inversión directa española en el exterior, que ya adquirió cierta relevancia a finales de los años setenta, se observa un mayor equilibrio, en una primera fase, entre ciertos sectores de actividad, tanto del sector primario (pesca y minería) y manufacturero (maquinaria y herramientas, alimentación, textil,...) como de los servicios (comercio y finanzas). Sin embargo, en la década de los noventa destaca claramente el sector servicios con subsectores como

finanzas, energía eléctrica, petróleo, transporte, telecomunicaciones y comercio. Este perfil puede apreciarse en los Cuadros 1 y 2, en los que desde 1988 se acumulan los flujos hasta 1999. En esta información hay que destacar que la fuente de datos, y la metodología para su obtención, cambian a partir de 1992.

En los Gráficos 1 y 2 se ofrece, en términos agregados, la evolución de la entrada y salida de inversión directa de la economía española en comparación con la observada para el conjunto de países de la OCDE y a nivel mundial, todas ellas relativizadas por el PIB. En primer lugar, hay que subrayar no sólo la relativa similitud en el comportamiento de la entrada de inversión a nivel mundial y de la OCDE, sino, especialmente, la mayor proporción de entrada de inversión directa en España en comparación con la OCDE y la media mundial, no sólo en el período pre-comunitario sino especialmente a raíz del inicio formal de integración en la Comunidad Económica Europea hasta 1995. A partir 1996 el perfil español es similar al ofrecido por el conjunto de la OCDE. En relación con la salida de inversión directa (Gráfico 3) la emisión relativa de la OCDE supera a la del conjunto mundial, mientras que la correspondiente a la empresa española es inferior hasta 1996, año en el que muestra una fuerte tasa de crecimiento, situándose a niveles superiores a los mostrados, tanto por la OCDE como a nivel mundial.

En el Gráfico 3 se muestra la evolución tanto de la inversión directa extranjera recibida, como de la inversión directa española en el exterior, ambas en relación al PIB. Como puede apreciarse en dicho gráfico es a partir de mediados de la década de los años noventa cuando la distancia entre inversión directa recibida y emitida por la economía española se reduce. Para subrayar este hecho, así como para mostrar el mayor grado de multinacionalización de las empresas relacionadas directamente con la economía española, hemos calculado un coeficiente que viene dado por la suma de la entrada y la salida de IDE respecto al PIB. Este coeficiente crece durante todo el período considerado, especialmente en la década de los ochenta, antes y después de la incorporación a la Comunidad Económica Europea en 1986.

Desde este ejercicio se produce un progresivo crecimiento de este coeficiente de multinacionalización, destacando especialmen-

CUADRO 1

**ESTRUCTURA SECTORIAL DE LA ENTRADA DE INVERSIÓN DIRECTA ACUMULADA, 1988-1999\***  
(En %)

Sector	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Agricultura y pesca.....	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Minería.....	2	1	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2
Industria manufacturera.....	37	40	42	38	37	40	42	43	44	44	43	38
Alimentación.....	—	—	—	1	2	3	5	5	5	5	5	5
Textil y cuero.....	—	—	—	1	2	2	3	3	3	3	3	3
Química.....	—	—	—	3	4	5	6	7	8	8	8	8
Productos mecánicos y metálicos.....	—	—	—	1	1	2	2	2	2	2	2	2
Material electrónico.....	—	—	—	0	1	1	1	1	1	1	1	1
Equipos de comunicación ..	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Vehículos de transporte.....	—	—	—	1	1	2	4	4	5	5	5	5
Electricidad, gas y agua.....	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Construcción.....	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2
Comercio.....	12	14	13	12	11	11	10	10	11	11	11	11
Hoteles y restauración.....	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1
Transportes y comunicaciones	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1
– Transporte.....	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1
– Telecomunicaciones.....	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Actividad financiera.....	43	40	47	46	39	35	31	30	28	27	24	22
Inmobiliaria.....	0	0	0	0	0	2	4	5	6	8	11	18
Otros servicios.....	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1
Sector primario.....	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2
Sector manufacturero.....	37	40	42	38	37	40	42	43	44	44	43	38
Sector servicios.....	58	56	64	61	53	51	49	49	49	49	51	57
<b>Entrada de ID acumulada</b>												
(millones de euros).....	<b>5.068</b>	<b>12.564</b>	<b>21.043</b>	<b>28.817</b>	<b>37.033</b>	<b>44.354</b>	<b>51.822</b>	<b>56.531</b>	<b>61.724</b>	<b>67.344</b>	<b>77.938</b>	<b>86.719</b>

NOTAS:

\* Hasta 1989 la fuente utilizada ha sido el registro de inversión directa de la Secretaría de Estado de Comercio, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. A partir de 1990 se utilizan los datos proporcionados por el Banco de España.

— Datos no disponibles.

FUENTE: OCDE (2001).

te la fuerte aceleración producida a partir de 1994-1995, explicado por el dinamismo mostrado por la inversión directa en el exterior realizada por la empresa española, acompañada por una cierta desaceleración de la inversión directa extranjera recibida.

El índice de multinacionalización de la economía española en comparación con el mostrado por el conjunto de los países de la OCDE y a nivel mundial puede apreciarse en el Gráfico 5. Como se observa en él, España muestra un mayor coeficiente de mul-

tinacionalización a nivel general durante todo el período (1975-1999). Sin embargo, cuando se compara con el correspondiente al conjunto de la OCDE, se comprueba que éste supera al español hasta comienzos de los ochenta, mientras que en el primer período de la integración comunitaria (1986-1991) arrojan cierta similitud, salvo en el período 1991-1995, en el que el índice de multinacionalización de la economía española supera notablemente al registrado para la OCDE.

CUADRO 2

**ESTRUCTURA SECTORIAL DE LA SALIDA DE INVERSIÓN DIRECTA ACUMULADA, 1988-1999\***  
(En %)

Sector	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Agricultura y pesca .....	1,7	2,4	2,0	1,6	1,7	1,5	1,3	1,1	1,0	0,8	0,7	0,5
Minería .....	16,3	9,8	8,5	7,6	13,1	10,8	8,5	7,3	7,5	5,5	4,1	18,8
Industria manufacturera .....	16,8	15,5	18,1	15,9	14,4	13,7	12,2	14,7	17,0	17,1	17,9	12,9
Alimentación .....	—	—	—	0,5	0,8	1,8	1,5	1,4	1,6	2,7	2,3	1,5
Textil y cuero .....	—	—	—	1,2	1,1	1,5	1,4	1,5	1,9	1,6	1,7	1,2
Química .....	—	—	—	0,3	0,3	0,4	0,5	0,6	0,8	1,2	1,0	1,3
Productos mecánicos y metálicos .....	—	—	—	0,1	0,1	0,2	0,3	0,9	1,4	1,5	2,0	1,4
Material electrónico .....	—	—	—	1,5	1,3	1,3	1,3	1,1	0,9	1,0	1,1	0,5
Equipos de comunicación ..	—	—	—	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Vehículos de transporte .....	—	—	—	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,9	0,7	0,7
Electricidad, gas y agua .....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,4	1,3	1,7	1,9	8,9	9,4	10,4
Construcción .....	0,3	1,2	1,0	1,0	0,8	0,8	0,9	1,1	1,1	1,2	1,6	1,2
Comercio .....	7,2	8,7	8,9	7,1	6,7	5,7	4,7	4,4	5,4	4,3	3,7	3,4
Hoteles y restauración .....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,5	0,6	1,3	1,0
Transportes y comunicaciones	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	9,6	9,7	8,7	9,1	15,3	14,5
- Transporte .....	1,2	1,2	1,5	4,1	3,5	3,5	3,4	4,1	3,5	2,6	1,9	1,1
- Telecomunicaciones .....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	8,1	7,1	6,4	7,3	13,8	13,0
Actividad financiera .....	55,8	60,3	71,4	64,0	58,6	52,1	44,8	44,6	42,0	38,8	34,7	25,7
Inmobiliaria .....	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	9,1	13,8	12,9	12,9	12,4	10,4	10,9
Otros servicios .....	0,7	0,8	0,7	0,6	0,7	0,7	0,5	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3
Sector primario .....	18,0	12,3	10,4	9,3	14,8	12,3	9,8	8,4	8,4	6,3	4,8	19,2
Sector secundario .....	16,8	15,5	18,1	15,9	14,4	13,7	12,2	14,7	17,0	17,1	17,9	12,9
Sector terciario .....	64,0	71,1	82,0	72,6	66,8	70,8	75,5	74,8	72,9	75,5	76,6	67,4
<b>Salida de ID acumulada</b>												
(millones de euros) .....	<b>1.381</b>	<b>3.066</b>	<b>5.174</b>	<b>7.938</b>	<b>9.274</b>	<b>11.702</b>	<b>15.011</b>	<b>18.127</b>	<b>22.385</b>	<b>33.426</b>	<b>50.429</b>	<b>83.665</b>

NOTAS:

\* Hasta 1989 la fuente utilizada ha sido el registro de inversión directa de la Secretaría de Estado de Comercio, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. A partir de 1990 se utilizan los datos proporcionados por el Banco de España.

— Datos no disponibles.

FUENTE: OCDE (2001).

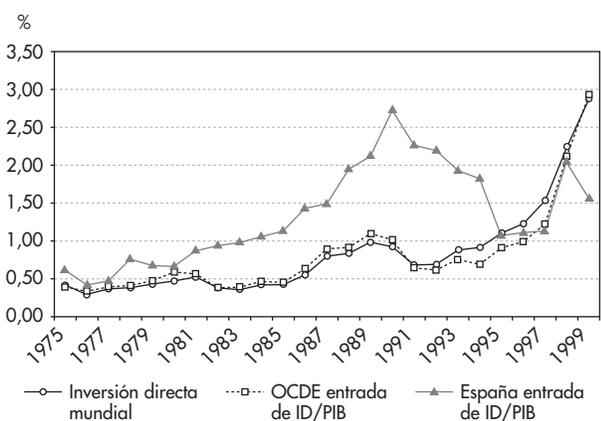
La relevancia que ha alcanzado la empresa multinacional española (EME) en el contexto de la inversión directa a nivel mundial se explica por un conjunto de factores institucionales, como, por ejemplo, el ingreso en la hoy denominada Unión Europea, la existencia de un contexto general favorable a la IDE (legislaciones favorables, integraciones regionales, acuerdos de promoción y protección recíproca de inversiones, acuerdos para evitar la doble imposición, incentivos, privatizaciones,

innovaciones financieras, etcétera), el progreso tecnológico y la generación y acumulación de ventajas competitivas por parte de las empresas.

En la década de los ochenta, y especialmente, con la incorporación a la Comunidad Económica Europea, España hizo un considerable esfuerzo en educación, sanidad, investigación y desarrollo e infraestructuras. Asimismo se produjo un importante cambio institucional que generó un marco más competi-

GRAFICO 1

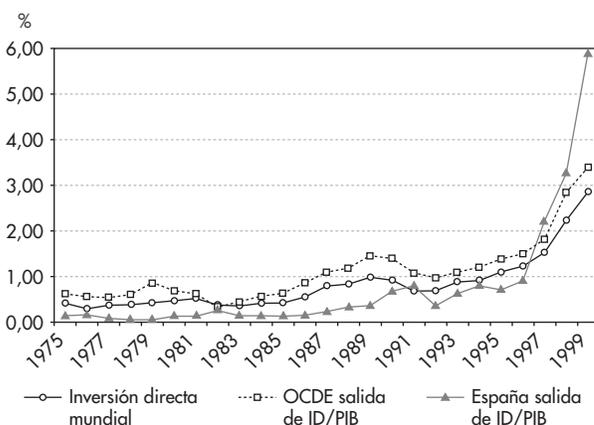
**ENTRADA DE INVERSIÓN DIRECTA  
EXTRANJERA EN ESPAÑA, OCDE Y MUNDO  
(En % del PIB)**



FUENTE: Banco Mundial (2001).

GRAFICO 2

**SALIDA DE INVERSIÓN DIRECTA  
ESPAÑOLA EN EL EXTERIOR, DE OCDE  
Y A NIVEL MUNDIAL  
(En % del PIB)**



FUENTE: Banco Mundial (2001).

vo y favorable a la modernización y redimensionamiento del sistema financiero español.

En el Cuadro 3 se presenta la distribución geográfica y sectorial de la inversión directa española en el exterior para los subperíodos 1993-1996 y 1997-2000. Así, en términos agregados, se aprecia, en primer lugar, que en el sector primario la inversión directa española en el exterior ha aumentado en diez puntos porcentuales en el segundo subperíodo. La inversión en este sector se concentra fundamentalmente en Iberoamérica, debido, en gran medida, a las operaciones de Repsol. En términos cuantitativos, en la segunda mitad de los noventa la cuantía de la inversión directa en el exterior en el sector primario se multiplica por más de 31 veces.

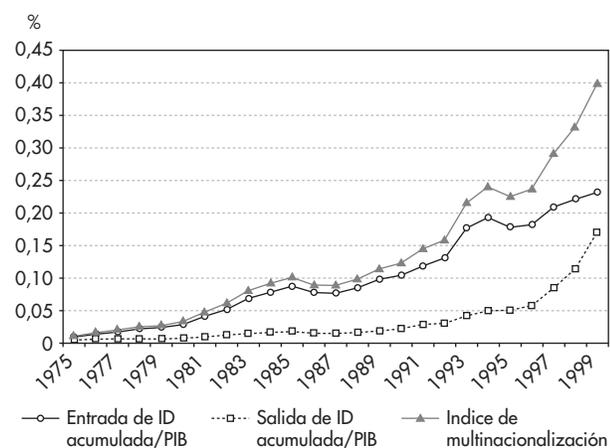
Si observamos el sector secundario se aprecia no sólo un descenso relativo, a pesar de que en términos cuantitativos creció más de seis veces en comparación con el período precedente, sino que se ve una estabilidad relativa a lo largo de toda la década de los noventa. Por último, el sector servicios desciende del 87 por 100, en 1993-1996, hasta el 80 por 100, en 1997-2000, aunque, en términos cuantitativos, el monto del segundo período

supera en más de ocho veces al registrado en el período anterior. Sobresalen la Unión Europea e Iberoamérica como principales áreas receptoras de la inversión directa española en el exterior.

Los cambios institucionales, tanto a nivel español y europeo, como en un gran número de países menos desarrollados, y un considerable avance tecnológico, especialmente en tecnologías de la información y comunicación, crearon una «conciencia» liberalizadora a nivel internacional de sectores tradicionalmente regulados y protegidos, como es el caso de las telecomunicaciones, energía, agua, transporte, banca y seguros. Por tanto, estos sectores estaban llamados a protagonizar, en alguna medida, la multinacionalización de sus empresas en la década de los noventa. A ello hay que añadir que en varios PMD, especialmente iberoamericanos y centroeuropeos, se empezaron a poner de manifiesto economías de localización a comienzos de los noventa. En consecuencia, estos tres elementos —ventajas competitivas de la empresa, entorno favorable a la internacionalización y ventajas de localización— ayudan a explicar la inversión directa española en los países latinoamericanos en los sectores citados. A ello habría

GRAFICO 3

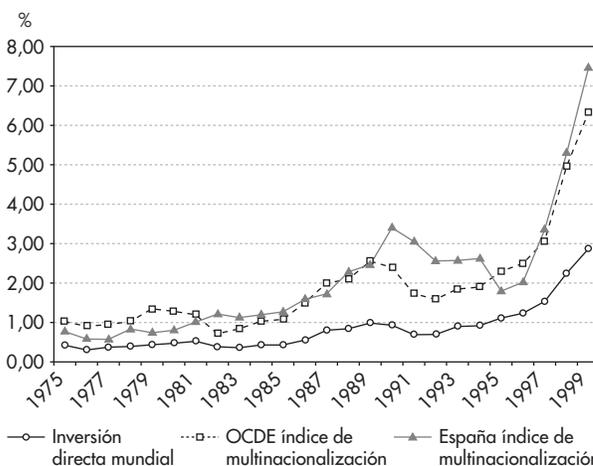
**INVERSION DIRECTA E INDICE DE MULTINACIONALIZACION  
(En %)**



FUENTE: Banco Mundial (2001).

GRAFICO 4

**INDICES DE MULTINACIONALIZACION A NIVEL MUNDIAL DE LA OCDE Y ESPAÑOL  
(En %)**



FUENTE: Banco Mundial (2001).

que añadir la opción estratégica que esta zona geográfica representaba para la empresa española, que se hacía más evidente al considerar variables culturales, políticas e históricas (Durán, 1999). Posteriormente, ya en la segunda mitad de la década de los noventa, hay que subrayar la mejoría de las expectativas económicas, debido en parte a una mayor articulación de las políticas económicas con las estrategias empresariales, el compromiso firme adquirido y a plazo fijo de la consecución de la Unión Monetaria Europea y a un entorno internacional favorable, así como al propio dinamismo de las inversiones directas que conlleva la necesidad de consolidar y expandir dichas inversiones.

#### 4. Factores determinantes de la multinacionalización de la empresa española

La EME siempre ha ofrecido una cierta heterogeneidad atendiendo no sólo a su tamaño, aunque predominen en número las de dimensión mediana y pequeña, sino a su sector de actividad (con evoluciones de internacionalización diferenciadas en el

tiempo) y áreas geográficas de destino. En este último caso hay que subrayar la preferencia europea y americana, áreas más cercanas, culturalmente hablando, que el resto del mundo.

El propio proceso gradualista de la multinacionalización de los sectores de actividad a nivel internacional y el proceso de crecimiento y desarrollo de la economía española, manifestado en una mayor competitividad, ayudan a explicar las transformaciones cuantitativas y cualitativas experimentadas por la inversión directa española en el exterior. Asociados a estas transformaciones se encuentran los cambios tecnológicos e institucionales, y la acumulación que se ha ido generando de capacidades internacionales por parte de la empresa española. En este contexto se produce la «aparición» y expansión de las grandes empresas multinacionales en nuevos sectores multinacionalizados: Endesa, Iberdrola, Aguas de Barcelona, Telefónica, Repsol-YPF, BBVA, Santander Central Hispano, etcétera. Asimismo, sectores en los que la economía española era competitiva, y se veían sometidos a una fuerte competencia internacional en el mercado doméstico, se han visto beneficiados por una mayor dotación

**CUADRO 3**  
**DISTRIBUCION GEOGRAFICA Y SECTORIAL DE LA INVERSION DIRECTA ESPAÑOLA EN EL EXTERIOR, 1993-2000**

	Sector primario				Sector secundario				Sector servicios			
	1993-1996		1997-2000		1993-1996		1997-2000		1993-1996		1997-2000	
	4 % sobre el total ID		14 % sobre el total ID		9 % sobre el total ID		6 % sobre el total ID		87 % sobre el total ID		80 % sobre el total ID	
	Miles de euros	% total primario	Miles de euros	% total primario	Miles de euros	% total secundario	Miles de euros	% total secundario	Miles de euros	% total servicios	Miles de euros	% total servicios
Unión Europea .....	193.184	28,4	906.211	4,2	912.570	56,9	5.447.338	56,4	6.173.435	41,2	55.566.759	45,4
Resto países desarrollados .....	23.683	3,5	75.526	0,4	196.340	12,2	1.062.382	11,0	2.078.455	13,9	13.220.860	10,8
OCDE .....	216.867	31,9	981.737	4,6	1.108.910	69,1	6.509.720	67,4	8.251.890	55,1	68.787.618	56,2
Países del Este .....	1.895	0,3	400	0,0	105.032	6,5	201.591	2,1	50.491	0,3	1.269.745	1,0
Latinoamérica .....	342.730	50,4	20.030.298	93,7	418.929	26,1	2.592.109	26,8	5.104.963	34,1	45.074.420	36,8
Norte de África .....	1.465	0,2	4.800	0,0	46.045	2,9	187.919	1,9	30.913	0,2	240.711	0,2
Asia (excluido Japón) ..	—	0,0	249.329	1,2	18.384	1,1	92.102	1,0	54.463	0,4	135.657	0,1
<b>Total .....</b>	<b>630.128</b>		<b>21.372.043</b>		<b>1.604.638</b>		<b>9.657.378</b>		<b>14.982.010</b>		<b>122.349.508</b>	

FUENTE: Elaborado en base a los datos de OCDE (2001).

de activos estratégicos, lo que se ha traducido en un conjunto de empresas multinacionales españolas emblemáticas como: Nutrexpa, Sol-Meliá, Grupo Barceló, Pescanova, Chupa-Chups, Freixenet, Inditex, Tubacex, Campofrío, Torres, Puig, Cortefiel, Kelme, etcétera (Cuadro 4).

Como indicadores de la capacidad tecnológica de la empresa española se pueden señalar varios. Así, por un lado, hay que citar las exportaciones de productos de alta tecnología que, en la década de los noventa, han ido creciendo significativamente, habiéndose alcanzado, en algún ejercicio, un superávit en la balanza comercial de este tipo de bienes (Comisión Europea, 1998; COTEC, 2001). Sin embargo, si atendemos al número de patentes registradas y a la balanza tecnológica, la distancia que separa a la economía española respecto de las más avanzadas no se ha reducida en el período citado sino más bien al contrario. Un mayor esfuerzo en I+D terminaría no sólo acortando la distancia con los países más adelantados, sino que ayudaría a generar más conocimiento tácito y, en consecuencia, una mayor competitividad de la empresa española.

La debilidad relativa del sistema nacional de innovación (Molero, 1998; COTEC, 2001) evidenciada a través del esfuerzo en I+D —número de patentes y el déficit de balanza de pagos tecnológica— no cuestiona el aprendizaje y el esfuerzo innovador de la empresa multinacional española, especialmente aquella que procede de los sectores de actividad más penetrados por el capital extranjero, como la automoción (especialmente componentes del automóvil), la química y la electrónica. Ahora bien, para poder explicar de una manera más completa la multinacionalización de la empresa española en base al capital tecnológico habrá que buscar otros indicadores que puedan reflejar el componente tácito de las capacidades tecnológicas que, de manera relevante, parecen caracterizar a la empresa española (Molero, 1998). En este sentido es posible utilizar la opinión de los directivos de dichas empresas cuando se les pregunta si son más competitivos tecnológicamente que sus competidores internacionales (Durán y Ubeda, 2001). Este indicador, además, puede asociarse a la parte de la tecnología que no es fácilmente comercializable a través de patentes y contratos de licencia y asisten-

CUADRO 4

**PRINCIPALES MARCAS RENOMBRADAS ESPAÑOLAS A NIVEL INTERNACIONAL\***

Marca	Nº países	Marca	Nº países
<b>RANKING POR ZONAS GEOGRAFICAS</b>			
<b>Unión Europea</b>		<b>Asia</b>	
Seat .....	7	Chupa Chups.....	7
Chupa Chups.....	5	Lladró .....	5
Zara.....	5	Loewe .....	4
Iberia .....	4	Torres.....	3
Freixenet .....	4	Majórica .....	3
Torres.....	4	Freixenet .....	2
Lladró .....	2	Roca .....	2
Camper.....	2	Jumbo .....	2
González Byass .....	2	Sol Meliá.....	2
<b>EE UU y Canadá</b>		<b>Países árabes</b>	
Lladró .....	2	Mango .....	6
Freixenet .....	2	Fagor .....	5
Carolina Herrera.....	2	Seat .....	5
Torres.....	2	Chupa Chups.....	4
		Roca .....	2
		Zara.....	2
<b>Iberoamérica</b>		<b>Países del Este de Europa</b>	
Iberia .....	8	Seat .....	6
BBVA .....	8	Chupa Chups.....	4
BSCH .....	6	Gallina Blanca.....	4
Zara.....	4	Fagor .....	3
Freixenet .....	4	Roca .....	3
Telefónica.....	4	Mango .....	2
Terra.....	4	Campofrío.....	2
Repsol-YPF.....	3	Carbonell .....	2
Seat .....	2		
UFESA .....	2		
Isabel .....	2		
Barceló.....	2		
Mapfre.....	2		
<b>RANKING GLOBAL</b>			
Chupa Chups.....	27	BSCH .....	9
Seat .....	22	Torres.....	9
Iberia .....	16	Roca .....	8
Freixenet .....	14	Telefónica.....	7
Zara.....	14	Majórica .....	6
Lladró .....	12	Gallina Blanca.....	5
Mango .....	12	Loewe .....	5
Fagor.....	11	Repsol-YPF.....	5
BBVA .....	10	Terra.....	5

NOTA: \* Número de países en que son consideradas como marcas renombradas).  
FUENTE: Elaboración propia basada en la encuesta realizada en las Oficinas Económicas y Comerciales de España en el exterior (julio-septiembre 2001).

cia técnica. Por otro lado, debido a su carácter tácito, la única manera de internacionalizar la producción a la que está asociado es a través de la inversión directa en el exterior.

Desde el punto de vista de la generación de capital comercial se pueden tomar como indicadores el uso de marcas propias y la realización de campañas publicitarias en el exterior. En este sentido se observa que las empresas multinacionales españolas han realizado un mayor esfuerzo que las domésticas tanto en la creación de capital comercial, como también de capital tecnológico a través de gastos de I+D (López Duarte y García Canal, 1998; Durán, 2002). Sin embargo, también se comprueba un cierto desfase en comparación con los países más adelantados si, por ejemplo, se observa la ausencia de marcas renombradas españolas de ámbito internacional en las principales listas mundiales. Sin embargo, atendiendo a sus segmentos de actividad sí se observa el liderazgo internacional de algunas empresas españolas, aunque, en el ámbito geográfico español, las filiales de multinacionales extranjeras, seguidas de las multinacionales españolas, son las que más gastan en publicidad (IPMARK, 2001, Dunning, 2002).

En relación con las principales marcas renombradas españolas con proyección internacional se aprecian diferencias significativas en su distribución geográfica. Así, como puede apreciarse en el Cuadro 4, en los países iberoamericanos aparecen claramente las grandes multinacionales españolas que han invertido en la zona<sup>1</sup> mientras que en el resto, aunque con una cierta diversificación, predominan las marcas asociadas a productos de lujo.

Las empresas multinacionales españolas que poseen una mayor dotación de activos creados, en comparación con las que únicamente poseen filiales en la Unión Europea y con las empresas exportadoras en general, son aquellas que poseen una mayor diversificación geográfica en la localización de filiales comerciales y especialmente, de filiales de fabricación (Durán y Ubeda, 2001). La experiencia internacional previa y,

<sup>1</sup> En el Cuadro 4 se citan como marcas más renombradas de origen español tanto Seat como Loewe que en la actualidad son propiedad de empresas multinacionales extranjeras.

**CUADRO 3**  
**PERFIL ESTRATEGICO Y LOCALIZACION GEOGRAFICA DE LA INVERSION DIRECTA ESPAÑOLA EN EL EXTERIOR**

Area de destino	Tipo de filial	Causa de la IDE	Ventaja competitiva/ capacidades	Nivel de integración
Estados Unidos.....	De producción horizontal Comerciales	Mercados Activos estratégicos	Tecnológica Directiva	Horizontal
Iberoamérica.....	De producción horizontal Comerciales	Mercados Valor estratégico (tamaño)	Tecnológica, comercial Directiva (cultural)	Horizontal
Magreb.....	De producción	Factores (costes)	Tecnológica, directiva	Vertical
Sudeste asiático.....	De producción Comerciales	Factores Mercados	Comercial Directiva	Vertical Horizontal
Europa (no UE).....	Comerciales	Mercados	Directiva	Horizontal/vertical

**FUENTE:** Elaboración propia.

en concreto, la relativa a la inversión directa en el exterior, de carácter comercial pero sobre todo de fabricación, constituyen también factores explicativos de la multinacionalización de la empresa española (Durán y Ubeda, 2000 y 2001).

En el Cuadro 5 se sintetiza el perfil diferenciador según la localización geográfica de las filiales españolas en el exterior. En él hemos distinguido, únicamente, entre filiales comerciales, o de venta, y filiales de producción, o de fabricación, y dentro de éstas entre aquellas que tienen un cierto carácter horizontal (plantas de producción réplica a nivel internacional) y aquellas otras de índole vertical (cuando se internacionaliza parte del proceso productivo), lo que da lugar a un comercio intraempresa de carácter vertical entre los países que se interconectan. Asimismo, se señala el carácter diferenciador y específico de la ventaja competitiva de la empresa asociado tanto al tipo de filial, como a la causa primaria que ha provocado la IDE. Así, las filiales localizadas en el sudeste asiático y en el Magreb no están dotadas de activos creados diferenciadores, sino que, fundamentalmente, compiten en costes cuando su actividad responde a la fase del proceso productivo deslocalizada desde el país de origen, al explotar eficientemente una tecnología madura en dicha fase (textil, vestido, calzado,

juguetes, piezas). De otra parte, la inversión directa española en EEUU busca simultáneamente mercados y activos estratégicos, tanto de índole comercial como tecnológicos y directivos. La inversión directa en los países iberoamericanos busca valor estratégico, generador de tamaño, de liderazgo de mercado y de acumulación de experiencia y de reputación multinacional.

La inversión directa española en otra Unión Europea, que hoy día ofrece ya un claro carácter doméstico (Durán, 1998), se puede enmarcar como de búsqueda de mercados y, en varias ocasiones, como puesta en práctica de una estrategia defensiva.

### Referencias bibliográficas

- [1] ADLER, P. S. y KWON, S. W. (2002): «Social Capital; Prospects for a New Concept», *Academy of Management Review*, volumen 27, número 1, páginas 17-40.
- [2] ANDERSON, E. y GATIGNON, H. (1986): «Modes of Foreign Entry: A Transaction Cost Analysis and Propositions», *Journal of International Business Studies*, número 17, páginas 1-26.
- [3] CAMPA, J. M. y CUILLEN, M. F. (1996): «Evolución y determinantes de la inversión directa en el extranjero por empresas españolas», *Papeles de Economía Española*, número 66, páginas 235-247.

- [4] CAVES, R. E. (1982): *Multinational Enterprise and Economic Analysis*, Cambridge University Press, Cambridge.
- [5] CONTRACTOR, F. J. (1984): «Choosing between Direct Investment and Licensing: Theoretical Considerations and Empirical Test», *Journal of International Business Studies*, número 14, páginas 167-188.
- [6] DUNNING, J. H. (1998): «The Eclectic Paradigm of International Production: A Restatement and some Possible Extensions», *Journal of International Business Studies*, número 19, páginas 1-32.
- [7] DUNNING, J. H.; VAN HOESEL, R. y NARULA, R. (1998): «Third World Multinationals Revisited: New Developments and Theoretical Implications», en John H. DUNNING, *Globalisation, Trade and Foreign Direct Investment*, Pergamon: Oxford.
- [8] DUNNING, J. H. (1999): «The Electric Paradigm as an Envelope for Economic and Business Theories of MNE Activity», *Discussion Paper in International Investment and Management*, University of Reading.
- [9] DURAN, J. J. (1987): «Decisiones de inversión directa en el exterior de la empresa española, 1979-1985», *Información Comercial Española*, número 643, marzo, páginas 73-85.
- [10] DURAN, J. J. (1997): *Multinacionales españolas I. Algunos casos relevantes*, Pirámide, Madrid.
- [11] DURAN, J. J. (1998): *Multinacionales españolas II. Nuevas formas de internacionalización*, Pirámide, Madrid.
- [12] DURAN, J. J. (1999): *Multinacionales españolas en Iberoamérica. Valor estratégico*, Pirámide, Madrid.
- [13] DURAN, J. J. (2001a): *Estrategia y economía de la empresa multinacional*, Pirámide, Madrid.
- [14] DURAN, J. J. y UBEDA, F. (2001b): «The Efficiency of Government Promotion for outward FDI. The Intention to Invest Abroad», *Multinational Business Review*, número 9 (3), páginas 24-32.
- [15] DURAN, J. J. (director) (2002): *Las marcas renombradas. Un activo estratégico para la internacionalización de España*, EOI-ICEX, Foro de Marcas Renombradas Españolas, Madrid.
- [16] ERRAMILI, M. K. (1991): «The Experience Factor in Foreign Market entry Behavior of Services Firms», *Journal of International Business Studies*, número 22 (3), páginas 479-502.
- [17] HANSEN, M. T. (1999): «The Search-transfer Problem: The Role of Weak Ties in Sharing Knowledge across Organization Subunits», *Administrative Knowledge Quarterly*, número 44, páginas 82-11.
- [18] JOHANSON, J. y VAHLNE, J. E. (1977): «The Internationalization Process of the Firm: A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments», *Journal of International Business Studies*, número 8 (1), páginas 23-32.
- [19] JOHANSON, J. y VAHLNE, J. E. (1990): «The Mechanism of Internationalization», *International Marketing Review*, número 7, páginas 11-24.
- [20] KAY, N. M. (1997): *Pattern in Corporate Evolution*, Oxford University Press, Oxford.
- [21] KIM, W. S. y LYN, E. O. (1986): «Excess Market Value, the Multinational Corporation, and Tobin's "q" ratio», *Journal of International Business Studies*, número 17, primavera, páginas 137-54.
- [22] KORHONEN, H.; LUOSTARINEN, R. y WELCH, L. (1997): «Internationalization of SMEs: Inward-Outward Patterns and Government Policy», *Management International Review*, número 36 (4), páginas 315-329.
- [23] KOGUT, B. y ZANDER U. (1993): «Knowledge of the Firm and the Evolutionary Theory of the Multinational Corporation», *Journal of International Business Studies*, número 24 (4), páginas 625-646.
- [24] LOPEZ DUARTE, C. y GARCIA CANAL, E. (1998): «La inversión directa realizada por empresas españolas: análisis a la luz del ciclo de desarrollo de la inversión directa en el exterior», *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, número 7 (3), páginas 161-178.
- [25] LOPEZ DUARTE, C. y GARCIA CANAL, E. (1997): «Internacionalización de la empresa española mediante inversión directa: principales rasgos distintivos», *Información Comercial Española*, número 761, páginas 17-31.
- [26] MADHOCK, A. (1997): «Cost, Value and Foreign Market Entry Mode: The Transaction and the Firm», *Strategic Management Journal*, volumen 18, páginas 39-61.
- [27] MOLERO, J. (1998): «Patterns of Internationalization of Spanish Innovative Firms», *Research Policy*, número 27, páginas 541-558.
- [28] MOLERO, J. (1999): «Las ventajas tecnológicas relativas y la internacionalización de la economía española», *Papeles de Economía Española*, número 81, páginas 58-73.
- [29] MORCK, R. y YEUNG, B. (1991): «Why Investors Value Multinationality», *Journal of Business*, volumen 64, páginas 165-187.
- [30] PETERAFF, M. A. (1993): «The Cornerstone of Competitive Advantage: A Resource-based View», *Strategic Management Journal*, número 14, páginas 179-91.
- [31] PLA (1999): «Filiales y entrada en los mercados internacionales. Factores determinantes», *Revista de Economía Aplicada*, número 20 (VII), páginas 29-51.
- [32] RUGMAN, A. M. (1986): «New Theories of the Multinational Enterprise: An Assessment of Internalization Theory», *Bulletin of Economic Research*, número 38 (2), páginas 101-118.
- [33] TALLMAN, S. B. (1991): «Strategic Management Models and Resource-based Strategies among MNEs in a Host Market», *Strategic Management Journal*, número 12, páginas 69-82.
- [34] WILLIAMSON, O. E. (1985): *The Economic Institutions of Capitalism*, Free Press, Nueva York.

# ICF *Información Comercial Española*

Revista de Economía  
MINISTERIO DE ECONOMÍA

## *Últimos números publicados*

Núm. 789

Historia y pensamiento económico

Núm. 790

La nueva agenda de América Latina

Núm. 791

Nueva economía y empresa

Núm. 792

Economía de la cultura

Núm. 793

Nuevas tecnologías, ¿nueva economía?

Núm. 794

Sector exterior español

Núm. 795

La apertura externa de la economía mexicana

Núm. 796

Economía internacional: estudios recientes

Núm. 797

China en el siglo XXI

Núm. 798

Las estadísticas del sector exterior ante la liberalización económica

Núm. 799

Empresas multinacionales españolas

## *En preparación:*

Desarrollo sostenible

Sistema financiero: tendencias internacionales y novedades en la regulación

Mundo rural y globalización

### **Información y venta:**

Paseo de la Castellana, 162 - vestíbulo. 28071 Madrid.

Teléf.: (91) 349 36 47. Fax: (91) 349 36 34