



REVISTA CUATRIMESTRAL | FOUR-MONTHLY JOURNAL | REVISTA CUATRIMESTRAL

2009 Vol. 3 Num. 2

ISSN: 1988-7116

<http://gcg.universia.net>



“País trampolín” y “Filial trampolín”: una nueva perspectiva en la internacionalización hacia Latinoamérica

José Pla-Barber, Joaquin Camps-Torres
y Anoop Madhok

Why do non-target Countries enforce counterterrorist Policies?

Ricardo Arturo Pulgar-Betancourt

Export Behaviour: a Study of Spanish SMEs

Natalia Dejo-Oricain and Marisa Ramírez-Alesón

Estrategias de Crecimiento Internacional basadas en Alianzas Globales

Esteban García-Canal y Andrea Martínez-Noya

On the Applicability of WACC for Investment Decisions

Jaime Sabal

Un enfoque integrado sobre Competitividad y Deslocalización en la Industria Española

Diego Rodríguez, Jaime Turrión
y Francisco J. Velázquez

¿Quién interesa que invierta en España?: la inversión extranjera directa de Latinoamérica en España.

Tendencias recientes y perspectivas

Jaime Rivera-Camino, Victor Molero-Ayala
y Julio Cerviño-Fernández

Libertad de Prensa y Desarrollo: una relación ineludible

Hernán Alberro

CARTA DEL EDITOR IN CHIEF

EDITOR IN CHIEF

Con este número la Revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad continúa cumpliendo fielmente la periodicidad para con nuestros lectores así como con los criterios de calidad, internacionalmente aceptados, para contribuir a la supervivencia de la misma. Como ya tuvimos ocasión de comentarles GCG cumple con los criterios LATINDEX, por lo que ha sido indexada en su catálogo y los 4 parámetros de calidad sometidos a evaluación continua por DICE (Difusión y Calidad Editorial de las Revistas Españolas de Humanidades Ciencias Sociales y Jurídicas de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación y el CSIC). Durante el transcurso del año 2009, GCG ha sido indexada en EconLit (American Economic Association), en Ulrich's Periodicals Directory y en Ebsco Publishing's Databases.

Abrimos este número con el artículo de los profesores José Plá, Joaquín Camps y Anoop Madhok, quienes se plantean desde una perspectiva teórica los conceptos de "país trampolín" y "filial trampolín" en las relaciones España-Latinoamérica, que pese a estar continuamente presente en la agenda política y diplomática no ha sido analizada desde el punto de vista de la investigación en dirección de empresas. Para los autores una "filial trampolín" será una filial que convierte las ventajas de localización del "país trampolín" en una auténtica ventaja específica de la filial. Para ello, debe desarrollar conocimiento experimental relevante (tácito y específico), especializado, y lo que es más importante, valorado por la matriz y el resto de las filiales. Ello le permitirá reivindicar cierta disposición de recursos adicional y un mayor grado de autonomía para ejercer las funciones de coordinación, control e, incluso, inversión en otras filiales.

En el segundo artículo el profesor Ricardo Arturo Pulgar-Betancourt analiza cómo los grupos terroristas se convierten en organizaciones más complejas capaces de disponer de la tecnología más eficaz. Ello obliga a realizar una política de contraterrorismo transnacional relacionada con sus recursos así como sus nuevas estructuras. Este artículo trata de explicar por qué países no objetivos quieren cumplir tales regulaciones. Según esta investigación, los países objetivos buscan países no objetivos para poner en práctica alguna política contraterrorista. Como un "market to regulation" transnacional es irrealizable debido a los costes de transacción, esta política es impuesta mediante sanciones implícitas y/o explícitas, que son aplicadas si los países no objetivo fallan en hacer cumplir el nivel de contraterrorismo deseado.

La profesoras Natalia Dejo y Marisa Ramirez examinan, en el tercer artículo, cómo el comportamiento de las PYMEs en su

estrategia de exportación viene determinado por tres grupos de factores:

- 1) el sector de negocio en el cual la empresa desarrolla su actividad;
- 2) algunas características relacionadas con la organización; y
- 3) el mercado de destino.

Los resultados alcanzados muestran que hay cinco perfiles diferentes de exportación que reflejan los grados en que varían el compromiso en su expansión internacional y las diferentes estrategias adoptadas.

Las alianzas estratégicas globales, aquéllas cuyo ámbito de actuación traspasa las fronteras de un país, permiten acelerar la expansión internacional de la empresa. En el cuarto artículo, los profesores Esteban García-Canal y Andrea Martínez-Noya presentan un análisis detallado de las diferentes estrategias de expansión internacional acelerada basadas en alianzas. En concreto, presentan una tipología basada en los recursos externos que precisa la empresa para hacer llegar sus productos a un mercado más amplio. Para los autores la principal aportación del trabajo es mostrar como todo tipo de empresas se pueden beneficiar de las alianzas globales, con independencia de su dotación de recursos previa.

En el quinto artículo, el profesor Jaime Sabal plantea que aunque WACC sea apropiado por la valoración de proyecto y empresas, quizás no sea una buena regla para la toma de decisiones de inversión. La razón es que se mezcla el valor del proyecto en sí mismo con las deducciones fiscales, de tal forma que WACC, en ciertas ocasiones, puede “convertir” proyectos poco atractivos en aceptables. Las inversiones deben ser aceptadas sólo si cuentan con un Valor Actual Neto positivo descontado el índice de descuento sin apalancamiento, es decir sin considerar las deducciones. Para el autor WACC entra en escena sólo para evaluar el impacto de un nuevo proyecto, una vez que ha sido aceptado, y cuando la tasa de endeudamiento esté fijada.

Los profesores Diego Rodríguez, Jaime Turrión y Javier Velázquez analizan, en el sexto artículo, la evolución de la competitividad y del proceso de deslocalización de los sectores manufactureros españoles en el periodo 1999-2006, combinando un análisis con datos agregados de comercio con otros que utiliza microdatos de empresas. Los resultados alcanzados en el estudio, muestran una situación preocupante en torno a la competitividad de los sectores industriales españoles, que puede resumirse en que casi el 60% del empleo manufacturero se sitúa en sectores con fuertes problemas de competitividad exterior e interior. Finalmente, en relación al proceso de deslocalización de la actividad

productiva, los datos indican una caída en su importancia sobre todo cuando se mide sobre la base de su empleo vinculado.

En el siguiente artículo, el séptimo, Jaime Rivera, Victor Molero y Julio Cerviño buscan una respuesta válida a la pregunta, de cómo debe evaluarse el atractivo de los países susceptibles de hacer Inversión Extranjera Directa (IED), para ello estudian los tres países latinoamericanos con mayor inversión en España: Brasil, México y Chile. Con la validación cualitativa de esta nueva perspectiva se puede determinar si es conveniente considerar a estos países como fuentes potenciales de IED o si, por el contrario, se deben buscar nuevos socios. Los resultados sugieren que la metodología empleada en este artículo también es válida para evaluar el atractivo de otros países emisores de IED.

Los estudios de la relación entre la libertad de prensa y el desarrollo datan del siglo XVIII. Sin embargo, el sentido de esta relación no fue siempre interpretado de la misma forma e incluso en la actualidad es un tema de debate. Hernán Alberro, en el último artículo, realiza un recorrido histórico a lo largo de los diferentes autores e interpretaciones para concluir apelando a datos empíricos que permitan observar la realidad y la vinculación entre indicadores de libertad de prensa y desarrollo tanto en su aspecto económico como humano.

Esperamos durante el presente año seguir contando con la confianza de todos: miembros del Consejo Consultivo, Consejo Editorial, Editores y Editores Asociados de área, evaluadores, autores, y sobre todo de los lectores.

EDITOR IN CHIEF

SUMARIO | SUMMARY | SUMÁRIO

1	<p>“País trampolín” y “Filial trampolín”: una nueva perspectiva en la internacionalización hacia Latinoamérica</p> <p><i>“Springboard country” and “springboard subsidiary”: a new outlook on internationalization into Latin America</i></p> <p><i>«País trampolim» e «filial trampolim»: uma nova perspectiva na internacionalização para a América Latina</i></p> <p>José Pla-Barber, Joaquin Camps-Torres y Anoop Madhok</p>	16-29
2	<p>Why do non-target Countries enforce counterterrorist Policies?</p> <p><i>¿Por qué los países “no destino” aplican políticas antiterroristas?</i></p> <p><i>Por que razão os países não alvo aplicam políticas anti-terroristas?</i></p> <p>Ricardo Arturo Pulgar-Betancourt</p>	30-51
3	<p>Export Behaviour: a Study of Spanish SMEs</p> <p><i>Comportamiento de Exportación: un estudio de las pyme españolas</i></p> <p><i>Comportamento de Exportação: um estudo de pmes espanholas</i></p> <p>Natalia Dejo-Oricain and Marisa Ramírez-Alesón</p>	52-67
4	<p>Estrategias de Crecimiento Internacional basadas en Alianzas Globales</p> <p><i>International Growth Strategies based on Global Alliances</i></p> <p><i>Estratégias de Crescimento Internacional baseadas em Alianças Globais</i></p> <p>Esteban García-Canal y Andrea Martínez-Noya</p>	68-79
5	<p>On the Applicability of WACC for Investment Decisions</p> <p><i>Sobre la aplicabilidad del WACC para decisiones de inversión</i></p> <p><i>Sobre a aplicabilidade do WACC para decisões de investimento</i></p> <p>Jaime Sabal</p>	80-89
6	<p>Un enfoque integrado sobre Competitividad y Deslocalización en la Industria Española</p> <p><i>An integrated Approach to Competitiveness and Delocalization in Spanish Industry</i></p> <p><i>Um Enfoque integrado sobre Competitividade e Deslocalização na Indústria Espanhola</i></p> <p>Diego Rodríguez, Jaime Turrión y Francisco J. Velázquez</p>	90-107
7	<p>¿Quién interesa que invierta en España?: la inversión extranjera directa de Latinoamérica en España. Tendencias recientes y perspectivas</p> <p><i>Who should invest in Spain? Latin-American direct foreign Investment in Spain. Current trends and Perspectives</i></p> <p><i>Quem interessa que invista em Espanha?: o investimento estrangeiro directo da américa-latina em espanha. tendências recentes e perspectivas</i></p> <p>Jaime Rivera-Camino, Victor Molero-Ayala y Julio Cerviño-Fernández</p>	108-125
8	<p>Libertad de Prensa y Desarrollo: una relación ineludible</p> <p><i>Freedom of the Press and Development: an unavoidable relationship</i></p> <p><i>Liberdade de Imprensa e Desenvolvimento: uma relação iniludível</i></p> <p>Hernán Alberro</p>	126-139



STAFF

CONSEJO CONSULTIVO / ADVISORY BOARD / CONSELHO CONSULTIVO

S.A.R. el Príncipe de Asturias, Presidente de Honor del Consejo Consultivo
John J. DeGioia, Presidente de Georgetown University
Emilio Botín, Presidente del Banco Santander y de UNIVERSIA

José María Aznar, Ex Presidente de España y Miembro del Georgetown University Latin American Board

Fernando Henrique Cardoso, Ex Presidente de Brasil

Vicente Fox, Ex Presidente de México

Ricardo Lagos, Ex Presidente de Chile

Andrés Pastrana, Ex Presidente de Colombia

Cesar Alierta Izuel, Presidente del Consejo de Administración de Telefónica

Belmiro de Azevedo, Presidente de SONAE

Gustavo Cisneros, Presidente de la Organización Cisneros

Roberto Civita, Presidente del Grupo Abril

Enrique Iglesias, Secretario General Iberoamericano (Secretaría General Iberoamericana, SEGIB)

Luis Alberto Moreno, Presidente del Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

Rodrigo Rato, Ex Director Gerente del Fondo Monetario Internacional (FMI)

Lorenzo Zambrano, Presidente del Consejo de Administración y Director General de CEMEX

CONSEJO EDITORIAL / EDITORIAL BOARD / CONSELHO EDITORIAL

Alonso, José Antonio, Catedrático de Economía Aplicada de la Universidad Complutense de Madrid, España

Bresser-Pereira, Luiz Carlos, Profesor de Economía de la Escuela de Administración de Empresas de la Fundación Getulio Vargas, Sao Paulo, Brasil

Calvo, Guillermo, Distinguished University Professor and the Director of the Center for International Economics at the University of Maryland, EEUU

Campa, José Manuel, Professor of Finance IESE Business School, Universidad de Navarra. España

Carrillo-Flórez, Fernando, Senior Advisor in the IDB's State, Governance, and Civil Society Division

Cavarozzi, Marcelo, Decano de la Escuela de Política y Gobierno Universidad Nacional de San Martín, Buenos Aires, Argentina

Cheyre E., Juan Emilio, Director Centro de Estudios Internacionales, Pontificia Universidad Católica de Chile

De la Torre, Augusto, Senior Regional Financial Sector Advisor, Latin America, & the Caribbean, World Bank

De la Torre, José, Dean, Chapman Graduate School of Business Florida International University, EEUU

Edwards, Sebastian, Henry Ford II Professor of International Business Economics at the Anderson Graduate School of Management at the University of California, Los Angeles (UCLA). EEUU

Fariñas, José Carlos, Catedrático de Economía Aplicada, Director del Departamento de Estructura Económica y Economía Industrial de la Universidad Complutense de Madrid

Fernández, Ana Isabel (Universidad de Oviedo), Catedrática de Economía Financiera y Contabilidad, Universidad de Oviedo. España

Fernández Rodríguez, Zulima, Catedrática de Organización de Empresas de la Universidad Carlos III. España

Garicano, Luis, Professor of Economic and Strategy (Graduate Schools of Business, University of Chicago)

Garretón, Manuel Antonio, Departamento de Sociología, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Chile

Grosse, Robert, Thunderbird School of Global Management, USA Professor of International Business; Director of Research Contigroup Companies Chair

Guillén, Mauro, Professor The Wharton School, University of Pennsylvania, Director Joseph H. Lauder Institute for Management & International Studies

Hausman, Ricardo. Professor, Kennedy School of Government and Center for International Development, Harvard University

Kaufmann, Daniel, Director of Global Programs at the World Bank Institute

Kliksberg, Bernardo, Profesor Honorario de la Universidad Nacional de Buenos Aires; Instituto Interamericano para el desarrollo social (BID)

Lozoya, Emilio, Director para América Latina del World Economic Forum

O'Donnell, Guillermo, Catedrático Hellen Kellog de Ciencia Política, Universidad de Notre Dame

Pedreño, Andrés, Catedrático de Economía Aplicada y Director del Instituto de Economía Internacional de la Universidad de Alicante.

Ramamurti, Ravi, Northeastern University, USA, Professor, International Business

Rojas-Suarez, Liliana, Investigador Principal en el "Center for Global Development

Santiso, Javier, Director Adjunto y Economista Jefe del Centro de Desarrollo de la OCDE

Spiller, Pablo T. Professor, University of California, Berkeley, Haas School of Business

Tansini, Ruben, Catedrático en organización industrial, DECON-FCS, Universidad de la República, Uruguay.

Tomassini, Luciano, Director del Programa, Estudios en Gobierno y Asuntos Públicos, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Sede Chile

Vargas-Llosa, Alvaro, Senior Fellow and Director of the Center on Global

Valenzuela, Arturo, Director, Center for Latin American Studies, Georgetown University
Warner, Andrew, Millennium Challenge Corporation (MCC)

COMITÉ EJECUTIVO / EXECUTIVE BOARD / COMITÊ EXECUTIVO

Director (Editor in Chief): Profesor **Ricardo Ernst**, Georgetown University

Director Asociado (Associate Editor): Profesor **Álvaro Cuervo**, Universidad Complutense de Madrid

Subdirectores (Executive Editor):

Pedro Aranzadi, Director General de UNIVERSIA

Profesor **José Ignacio López-Sánchez**, Universidad Complutense de Madrid

EDITORES Y EDITORES DE ÁREA / EDITORS AND AREA EDITORS / EDITORES E EDITORES DE ÁREA

Editor in Chief (Director): Prof. Dr **Ricardo Ernst**, Profesor y Co-Director, Global Logistics Research Program (McDonough School of Business, Georgetown University)

Associate Editor (Director Asociado): Prof. Dr. **Álvaro Cuervo**, Catedrático de Economía de la Empresa de la Universidad Complutense de Madrid. España

Executive Editors (Subdirectores):

Pedro Aranzadi, Director General de UNIVERSIA

Prof. Dr. **José Ignacio López-Sánchez**, Universidad Complutense de Madrid, España

EDITORES DE ÁREA / AREA EDITORS / EDITORES DE ÁREA

1. COMPETITIVIDAD LOCAL Y GLOBAL, Y PRODUCTIVIDAD E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA / LOCAL AND GLOBAL COMPETITIVENESS; PRODUCTIVITY AND TECHNOLOGICAL INNOVATION / COMPETITIVIDADE LOCAL E GLOBAL, E PRODUTIVIDADE E INOVAÇÃO TECNOLÓGICA

Prof. Dr. **Carl Dahlman**, School of Foreign Service, Universidad de Georgetown

Associate Editors:

Enrique Zepeda, Professor at Instituto Tecnológico de Monterrey, MEXICO

Jorge Katz, ARGENTINA

Carlos Brito Cruz, Professor from UNICAMP, head of Sao Paulo's Foundation for the Promotion of Technology, BRAZIL

Mario Cimoli, Technology and industry division of ECLAC in Santiago, CHILE

Luis Guash, Senior Advisor World Bank, USA

2. MULTINACIONALES, INVERSIÓN Y FINANZAS / MULTINATIONALS, INVESTMENT AND FINANCE / MULTINACIONAIS, INVESTIMENTO E FINANÇAS

Prof. Dr. **Álvaro Cuervo-Cazurra**, Moore School of Business, University of South Carolina

Associate Editors:

José Manuel Campa, IESE, ESPAÑA

Julio de Castro, Instituto de Empresa, ESPAÑA

Zulima Fernández, Universidad Carlos III, ESPAÑA

Bernardo Kosakoff, ECLAC y Universidad Buenos Aires, ARGENTINA

Carlos Rufin, Universidad Babson, EE.UU.

Ana Teresa Tavares, Universidad de Oporto, PORTUGAL

3. EMPRESA, DERECHO E INSTITUCIONES / BUSINESS, LAW AND INSTITUTIONS / EMPRESA, DIREITO E INSTITUIÇÕES

Prof. Dr. **Benito Arruñada**, Universidad Pompeu Fabra, España

Associate Editors:

Lorena Alcázar, Investigadora Principal, Grupo de Análisis para el Desarrollo (GRADE), Lima, Perú

Veneta Andonova Zuleta, Associate Professor, Universidad de los Andes, Bogotá, Colombia

Demian Castillo Camacho, Director del Departamento de Administración de Empresas, Universidad de las Américas, Puebla, México

Luis Estanislao Echebarría, Representante del Banco Interamericano de Desarrollo, Santiago de Chile, Chile

Philip Keefer, Lead Economist, Development Research Group, The World Bank

Richard E. Messick, Co-Director, Law and Justice Thematic Group, The World Bank

Aldo Musacchio, Assistant Professor, Harvard Business School

4. SISTEMAS DE GOBIERNO Y GOBERNABILIDAD / GOVERNMENTAL SYSTEMS AND GOVERNABILITY / SISTEMAS DE GOVERNO E GOVERNABILIDADE

Prof. Dr. **Eusebio Mujal-León**, Departamento de Gobierno de la Universidad de Georgetown

Associate Editors:

John Bailey, Georgetown University, USA

Sergio Berensztein, Universidad Torcuato di Tella, Buenos Aires, ARGENTINA

Josep Colomer, Consejo Superior de Investigaciones Científicas and Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, SPAIN

Cynthia Sanborn, Universidad del Pacifico, Lima, PERU

Andreas Schedler, Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE), Mexico City, MEXICO

5. BENCHMARKING Y CALIDAD; ELEMENTOS MICRO Y PROCESOS INDUSTRIALES, ELEMENTOS MACRO E INFRAESTRUCTURA / BENCHMARKING AND QUALITY; MICRO-ELEMENTS AND INDUSTRIAL PROCESSES, MACRO-ELEMENTS AND INFRASTRUCTURE / BENCHMARKING E QUALIDADE; ELEMENTOS MICRO E PROCESSOS INDUSTRIAIS, ELEMENTOS MACRO E INFRA-ESTRUTURA

Prof. Dr. **José Luíz Guerrero Cusumano**, McDonough School of Business, Universidad de Georgetown

Associate Editors:

Humberto Cantu, ITESM, Monterrey, MÉXICO

Miguel A. Heras Forcada, ESADE, Barcelona, ESPAÑA

Juan Ramis Pujol, ESADE, Barcelona, ESPAÑA

Alexis Goncalves, American Society for Quality Fellow

Philippe Hermel, Universidad de Versalles, Francia

Annie Bartoli, Universidad de Versalles, Francia

Sandra Milberg, Universidad Adolfo Ibanez, Santiago, Chile

6. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: INNOVACIÓN SOCIAL Y CREACIÓN DE EMPRESAS / CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: RESPONSIBLE ENTREPRENEURSHIP AND SOCIAL INNOVATION / RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: INOVAÇÃO SOCIAL E CRIAÇÃO DE EMPRESAS

Prof. Dr. **Mariano Nieto**, Universidad de León, España

Associate Editors:

Gabriel Berger, Professor, Departamento de Administración, Universidad de San Andrés, Buenos Aires, ARGENTINA

Roberto Gutiérrez, Associate professor, Facultad de Administración, Universidad de los Andes, Bogota, COLOMBIA

Bryan Husted Corregan, Professor, Escuela de Graduados en Administración y Dirección de Empresas (EGADE), Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), MEXICO

Roberto Fernández-Gago, Associate professor, Departamento de Dirección y Economía de la Empresa Universidad de León, España

Luis Ángel Guerras-Martín, Professor, Departamento de Economía de la Empresa, Universidad Rey Juan Carlos, España

SELECCIÓN | PROCEDURE | PROCEDIMIENTO

INSTRUCCIONES PARA AUTORES Y PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN

La revista esta dirigida a quienes tienen la responsabilidad de gobernar empresas o dirigir organismos e instituciones públicas o privadas para proporcionarles ideas originales y propuestas innovadoras que contribuyan a la mejora de la competitividad y gobernabilidad de las empresas y los países iberoamericanos en un mundo globalizado. La revista también aspira a servir a la comunidad universitaria y científica de la región como publicación de referencia sobre nuevas ideas. Para ello facilitará la comunicación entre las distintas comunidades universitarias iberoamericanas, las acercará y las articulará alrededor del estudio de áreas concretas, debidamente analizadas mediante aportaciones teóricas, aplicaciones prácticas y estudio de casos reales.

Miembros del mundo universitario, empresarial e institucional podrán remitir sus trabajos originales para que sean evaluados y eventualmente publicados en la revista. Los autores que aspiren a la publicación de sus artículos deberán someterse a las siguientes normas:

- Los artículos deben ser **inéditos**.
- Los trabajos podrán escribirse en **español, portugués o inglés**. Su extensión será entre **4500 y 5000 palabras**. Sin embargo, se admitirá cierta flexibilidad atendiendo a la naturaleza del tema abordado.
- Cada artículo deberá ir precedido de un **resumen ejecutivo de no más de cien palabras** en el idioma en que ha sido escrito originalmente. Adicionalmente se incluirá la **categoría en las que se sitúa el artículo**: una de las seis áreas (6) y perspectiva desde la cual se aborda el tema (Teoría, Aplicación y Casos). Además, se incorporará la clasificación del trabajo conforme a los descriptores utilizados por el **Journal of Economic Literature**.
- **El nombre del autor/es no podrá aparecer** en ninguna de las hojas del artículo. Ello facilita el proceso de evaluación, pues los datos se incorporarán en el formulario digital.
- Los originales deben incorporar el **título del trabajo**. Dichos originales estarán editados electrónicamente en formato "Word" o compatible, y se enviarán por vía electrónica (gcg.universia.net). Los autores rellenarán sus datos en la ficha electrónica, especificando el área de estudio. Tan pronto como los autores introduzcan la información completa en el formulario de gestión de artículos, se les enviará acuse de recibo de la recepción de su trabajo.
- Las **referencias bibliográficas** se incluirán en el texto indicando el nombre del autor, fecha de publicación, letra y página. La letra, a continuación del año, sólo se utilizará en caso de que se citen obras de un autor pertenecientes a un mismo año. Se incluirán, al final del trabajo, las obras citadas en el texto atendiendo a la información requerida en las normas **ISO 690/1987** y su equivalente **UNE 50-104-94** que establecen los criterios a seguir para la elaboración de referencias bibliográficas:

Libros: Dornier, P.P.; Ernst, R.; Fendel, M.; Kouvelis, P; (1998), “Global Operations and Logistics: Text and Cases”, John Wiley & Son, New Jersey.
Artículos: Campa, J.M.; Guillen, M. (1999), “The Internalization of Exports: Ownership and Location-Specific Factors in a Middle-Income Country”, Management Science, Vol. 45, Num. 11, pp. 1463-1478
Artículos con DOI's: Cuervo-Cazurra, A.; Un, C. A. (2007).- “Regional economic integration and R&D investment”, Research Policy, Vol. 36, Num. 2, pp. 227-246. doi:10.1016/j.respol.2006.11.003

- La revista se reserva la **facultad de editar formalmente los artículos**, y de separar y recuadrar determinadas porciones del texto particularmente relevantes, aunque respetando siempre el espíritu del original. Los autores tendrán oportunidad de autorizar el formato final de los artículos antes de su publicación.
- Los autores deberán estar en disposición de **ceder los beneficios derivados** de sus derechos de autor a la revista.
- Corresponde al **Editor en Jefe** determinar si el artículo es admisible para su publicación. En caso de que así sea, lo enviará al director de área correspondiente, quien iniciará a su vez el proceso de evaluación.
- Cada artículo será sometido a consideración anónima de al menos **2 evaluadores**, expertos externos a la entidad editora de la revista y a su consejo de editorial.
- La revista se compromete a **responder a los autores** con una decisión editorial en un **plazo aproximado de tres meses** (primera evaluación).
- La **lista de evaluadores** se hará pública anualmente.

INSTRUCTIONS FOR AUTHORS AND PROCEDURE

The journal is aimed at the people with responsibility for governing companies or managing public or private sectors and institutions. Its goal is to provide such people with original ideas and innovative proposals to help improve the competitiveness and governability of companies and the Ibero-American countries in a globalized world. The journal also aims to serve the region's academic and scientific communities by becoming the publication of reference for new ideas. It will do this by facilitating communication among the various Ibero-American academic communities, bringing them closer together and structuring them around the study of specific areas, duly analyzed by means of theoretical contributions, practical applications, and real case studies.

Original papers may be submitted for evaluation and potential publication in the journal by members of the academic, business and institutional spheres. Authors hoping to publish their articles must adhere to the following rules:

- The articles must be previously **unpublished**.

-
- The papers may be written in **Spanish, English or Portuguese** and must be between **4,500 and 5,000 words long**, although this may be subject to a certain degree of flexibility depending on the nature of the subject.
 - Each article must be preceded by an **abstract of no more than one hundred words** in the original language of the article. **The category in which the article is included must also be specified:** area of knowledge (6) and perspective from which the subject is being addressed (theory, application, case study). You must also state how the work is classified according to the **Journal of Economic Literature's** descriptors.
 - **The author's or authors' name(s)** may not appear anywhere in the article. This facilitates the evaluation process since the data will be included in the digital form.
 - **The title of the work** must be included in the original. Originals must be presented in digital format – either in Word or in a Word-compatible format – and be sent electronically (gcg.universia.net). Authors must fill out their details on the electronic record, specifying the area under study. Authors will receive an acknowledgement of receipt of their work as soon as they have entered all the information in the article management form.
 - **Bibliographic references** must be included in the text, indicating the author's name, date of publication, letter and page. Years must be followed by a letter only when citing works by the same author and from the same year. Works mentioned in the text must be cited at the end of the article as stipulated in the **ISO 690/1987** standard and its equivalent Spanish standard **UNE 50-104-94**, which lay down the criteria for presenting bibliographic references:
 - Books:** Dornier, P.P.; Ernst, R.; Fendel, M.; Kouvelis, P; (1998), "Global Operations and Logistics: Text and Cases", John Wiley & Son, New Jersey.
 - Papers:** Campa, J.M.; Guillen, M. (1999), "The Internalization of Exports: Ownership and Location-Specific Factors in a Middle-Income Country", Management Science, Vol. 45, Num. 11, pp. 1463-1478
 - Papers with DOI's:** Cuervo-Cazurra, A.; Un, C. A. (2007).- "Regional economic integration and R&D investment", Research Policy, Vol. 36, Num. 2, pp. 227-246. doi:10.1016/j.respol.2006.11.003
 - The journal reserves **the right to formally edit the articles** and to separate particularly relevant parts thereof and put them in boxes, always in accordance with the spirit of the original. Authors will be given the chance to authorize the final format of their articles prior to publication.
 - **Authors must be willing to assign all the benefits** of their copyright to the journal.
 - Responsibility for deciding whether the article is fit for publication lies with the **Editor-in-Chief**. If this is the case, the Editor-in-Chief will send it to the relevant area director.

-
- Each article shall be subject to consideration on an anonymous basis by at least **2 expert assessors** not belonging to the magazine's publisher or to its editorial board.
 - The journal undertakes **to notify authors** of an editorial decision within **approximately three months** (first evaluation).
 - **The list of referees** will be published on an annual basis.

INSTRUÇÕES PARA AUTORES E PROCEDIMENTO DE SELEÇÃO

A revista é dirigida a quem tem a responsabilidade de administrar empresas ou dirigir organismos e instituições públicas ou privadas para lhes proporcionar ideias originais e propostas inovadoras que contribuam para a melhoria da competitividade e governabilidade das empresas e dos países ibero-americanos num mundo globalizado. A revista aspira igualmente a servir a comunidade universitária e científica da região, como publicação de referência sobre novas ideias. Para isso irá facilitar a comunicação entre as diferentes comunidades universitárias ibero-americanas, irá aproximá-las e articulá-las à volta do estudo de áreas concretas, devidamente analisadas através de contribuições teóricas, aplicações práticas e estudo de casos reais.

Membros do mundo universitário, empresarial e institucional poderão enviar trabalhos originais para serem avaliados e eventualmente publicados na revista. Os autores que desejem publicar os seus artigos deverão submeter-se às seguintes normas:

- Os artigos devem ser **inéditos**.
- Os trabalhos podem ser escritos em **espanhol, português ou inglês**. A sua extensão deverá ser entre **4500 e 5000 palavras**. No entanto, será admitida uma certa flexibilidade, atendendo à natureza do tema abordado.
- Cada artigo deverá ser precedido de um **resumo com o máximo de cem palavras** na língua em que tenha sido escrito originalmente. Adicionalmente será incluída a **categoria na qual se situa o artigo**: uma das seis (6) áreas e perspectiva a partir da qual o tema é abordado (Teoria, Aplicação e Casos). Será, além disso, incorporada a classificação do trabalho de acordo com as descrições utilizadas pelo **Journal of Economic Literature**.
- **O nome do(s) autor(es) não poderá aparecer** em nenhuma das páginas do artigo. Isso facilita o processo de avaliação, pois os dados serão introduzidos no formulário digital.
- Os originais devem conter o **título do trabalho**. Estes originais serão editados eletronicamente em formato «Word» ou compatível, e serão enviados por via eletrónica (gcg.universia.net). Os autores preencherão os seus dados na ficha eletrónica, especificando a área do estudo. Logo que os autores introduzem a informação completa no formulário de gestão de artigos, é-lhes enviado um aviso de receção do seu trabalho.

- As **referências bibliográficas** serão incluídas no texto, indicando o nome do autor, a data da publicação, título e página. A letra, a seguir ao ano, só será utilizada caso sejam citadas obras de um autor pertencentes a um mesmo ano. Serão incluídas, no final do trabalho, as obras citadas no texto, considerando a informação requerida nas normas **ISO 690/1987** e equivalente **UNE 50-104-94**, que estabelecem os critérios a seguir para a elaboração de referências bibliográficas:

Livros: Dornier, P.P.; Ernst, R.; Fendel, M.; Kouvelis, P; (1998), “Global Operations and Logistics: Text and Cases”, John Wiley & Son, New Jersey.

Artigos: Campa, J.M.; Guillen, M. (1999), “The Internalization of Exports: Ownership and Location-Specific Factors in a Middle-Income Country”, Management Science, Vol. 45, Num. 11, pp. 1463-1478

Artigos com DOI (Identificador de Objecto Digital): Cuervo-Cazurra, A.; Un, C. A. (2007).- “Regional economic integration and R&D investment”, Research Policy, Vol. 36, Num. 2, pp. 227-246. doi:10.1016/j.respol.2006.11.003

- A revista reserva-se a **faculdade de editar formalmente os artigos**, e de separar e reenquadrar determinadas porções do texto particularmente relevantes, embora respeitando sempre o espírito do original. Os autores terão oportunidade de autorizar o formato final dos artigos antes da respectiva publicação.

- Os autores deverão estar disponíveis para **ceder os benefícios derivados** dos seus direitos de autor à revista.

- Incumbe ao **Editor Chefe** determinar se o artigo é admissível para publicação. Caso assim seja, irá enviá-lo ao director da área correspondente que, por sua vez, iniciará o processo de avaliação.

- Cada artigo será submetido a consideração anónima de pelo menos **2 avaliadores**, especialistas exteriores à entidade editora da revista e ao seu conselho editorial.

- A revista compromete-se a **responder aos autores** com uma decisão editorial num **prazo aproximado de três meses** (primeira avaliação).

- A **lista de avaliadores** será tornada pública anualmente.

ENVIAR LOS ARTÍCULOS
/ SUBMIT ARTICLES / ENVIAR OS ARTIGOS:
gcg.universia.net

CONSULTAS
/ SUGGESTIONS / CONSULTAS:
gcg@universia.net

uni>ersia
red de universidades, red de oportunidades

© PORTAL UNIVERSIA, S.A., Madrid 2007. Todos los derechos reservados. Esta publicación no puede ser reproducida, distribuida, comunicada públicamente o utilizada con fines comerciales, ni en todo ni en parte, modificada, alterada o almacenada en ninguna forma ni por ningún medio, sin la previa autorización por escrito de la sociedad Portal Universia S.A.
Ciudad Grupo Santander. Avda. de Cantabria, s/n - 28660. Boadilla del Monte. Madrid, España.

ISSN: 1988-7116



“País trampolín” y “Filial trampolín”: una nueva perspectiva en la internacionalización hacia Latinoamérica*

ÁREA: 2
TIPO: Teoría

“Springboard country” and “springboard subsidiary”: a new outlook on internationalization into Latin America

«País trampolim» e «filial trampolim»: uma nova perspectiva na internacionalização para a América Latina

AUTORES

José Pla-Barberí

Departamento de Dirección de Empresas “Juan José Renau Piqueras”
Universitat de València (España)
jose.pla@uv.es

Joaquín Camps-Torres

Departamento de Dirección de Empresas “Juan José Renau Piqueras”
Universitat de València (España)
Joaquin.camps@uv.es

Anoop Madhok

Schulich School of Business,
York University,
Toronto (Canadá).
amadhok@schulich.yorku.ca

1. Autor de contacto:
Universitat de València;
Facultad de Economía; Departamento de Organización de Empresas; Avda. dels Tarongers s/n; 46022 Valencia; España.

DOI

10.3232/
GCG.2009.
V3.N2.01

Este artículo dota de contenido teórico a los conceptos de “país trampolín” y “filial trampolín”. Una realidad en las relaciones España-Latinoamérica, que pese a estar continuamente presente en la agenda política y diplomática no ha sido analizada desde el punto de vista de la investigación en dirección de empresas.

Una “filial trampolín” será una filial que convierte las ventajas de localización del “país trampolín” en una auténtica ventaja específica de la filial. Para ello, debe desarrollar conocimiento experimental relevante (tácito y específico), especializado, y lo que es más importante, valorado por la matriz y el resto de las filiales. Ello le permitirá reivindicar cierta disposición de recursos adicional y un mayor grado de autonomía para ejercer las funciones de coordinación, control e, incluso, inversión en otras filiales.

This article examines the theory of the “springboard country and “springboard subsidiary” concept. A reality in Spanish-Latin American relations, which despite being continually present on the political and diplomatic agenda, has not been analyzed from a management research perspective.

A “springboard subsidiary” is a subsidiary company which makes the localization advantages of the “springboard country” into a true specific advantage for the company. In order to do this, it needs to obtain experience which is relevant (tacitly and specifically), specialized, and more importantly, valued by the parent company and other subsidiaries. This allows it to restore a certain additional level of resources and a greater degree of independence in order to carry out coordination and control tasks and even investment in other subsidiaries.

Este artigo proporciona conteúdo teórico aos conceitos de «país trampolim» e «filial trampolim». Uma realidade nas relações Espanha-América Latina que, embora esteja continuamente presente na agenda política e diplomática, não foi analisada do ponto de vista da investigação em gestão de empresas.

Uma «filial trampolim» será uma filial que transforma as vantagens de localização do «país trampolim» numa autêntica vantagem específica da filial. Para isso, deve desenvolver conhecimento experimental relevante (tácito e específico), especializado e, o que é mais importante, valorizado pela matriz e pelo resto das filiais. Isso irá permitir-lhe reivindicar certa disposição de recursos adicionais e um maior grau de autonomia para exercer as funções de coordenação, controlo e, mesmo, investimento noutras filiais.

* Los autores agradecen la financiación recibida por el Ministerio de Ciencia y Tecnología (Proyecto SEJ2006-13889)

1. Introducción

Recientemente, desde el sector empresarial, han surgido diferentes afirmaciones destacando el valor añadido que España puede tener como “trampolín” de las inversiones hacia y desde Latinoamérica. En efecto, el auge espectacular de las multinacionales españolas en Latinoamérica ha generado unas fuertes conexiones a nivel empresarial entre ambos continentes (Guillen, 2005) y estas relaciones, a su vez, están convirtiéndose en un factor esencial para la atracción de la inversión directa a España en ambos sentidos: las empresas multilatinas que dan el salto hacia Europa, y lo que es más significativo, las empresas multinacionales globales que buscan desarrollarse en los crecientes mercados latinoamericanos.

Así, por ejemplo, Antonio Hernández, director de Información y Estrategia de INTERES Invest in Spain¹, afirmaba que “España es un hub perfecto para exportar e invertir en Latinoamérica desde terceros países debido a que las raíces históricas, lingüísticas y económicas que nuestro país comparte con Latinoamérica son únicas en la UE y en el mundo”. En unas jornadas de la Cámara de Comercio Alemana celebradas recientemente en Madrid, un tema dominó la discusión: ¿deben las empresas alemanas utilizar sus filiales en España para organizar a través de ellas sus actividades en América Latina? Si bien la respuesta puede tener muchos matices y una muy variada casuística, Peter Moser, director general de la Cámara de Comercio para Alemania, abogaba por este camino al afirmar “los problemas que los empresarios alemanes tienen en Latinoamérica no los tienen los españoles”². Incluso, desde el seno de las empresas multinacionales aparece de vez en cuando alguna opinión en este sentido. Por ejemplo, el líder del grupo malayo QI, Vijay Eswaran, multinacional de comercio electrónico que cuenta con 18 filiales que comercializan sus productos en 200 países, afirmaba en una entrevista³ “España es un país atractivo para nuestro grupo porque constituye un puente a Latinoamérica”.

Por tanto, en esta época marcada por las continuas deslocalizaciones de las filiales establecidas en España, surgen nuevas oportunidades para éstas en la medida en que sus ejecutivos sean capaces de atraer la atención de sus casas matrices (Birkinshaw et al., 2007) y reivindicar las posibilidades de este nuevo rol de mayor valor dentro del entramado complejo de sus multinacionales.

No obstante, a pesar del enorme interés de este fenómeno económico, el debate académico al respecto y el análisis de éste en un marco teórico apropiado es prácticamente nulo. En este sentido, nuestro trabajo pretende dotar de contenido teórico a esta realidad. Para ello hemos estructurado el trabajo en tres apartados. En el primero, definimos las características que debe tener un “país trampolín” en el marco de la teoría de la internacionalización. En el segundo, utilizando los trabajos más clásicos sobre teoría de la empresa multinacional, analizamos las condiciones para que una filial pueda aprovechar las ventajas de localización del país y convertirse en una “filial trampolín”. Además reflexio-

1. Entrevista a Antonio Hernández, director de información y estrategia de INTERES Invest in Spain, agencia estatal encargada de promover, atraer y mantener la inversión extranjera en España. <http://www.americaeconomica.com/portada/entrevistas/junio07/interes.htm>

2. Expansión, 1 de Mayo de 2008.

3. Expansión, 21 de Junio de 2006.

PALABRAS CLAVE

Multinacionales,
Localización,
España,
Latinoamérica

KEY WORDS

Multinationals,
Localization,
Spain, Latin
America

PALAVRAS-CHAVE

Multinacionais,
Localização,
Espanha,
América Latina

CÓDIGOS JEL

M160; N260

namos sobre los distintos tipos de “filiales trampolín” que podemos encontrarnos⁴. El trabajo finaliza con una serie de conclusiones respecto a este nuevo concepto que abren futuras líneas de investigación.

2. El país trampolín en el marco de la teoría de la internacionalización

La internacionalización implica la entrada en un entorno complejo donde la empresa tiene que hacer frente a distintos factores, algunos diferentes a los del país de origen, y por tanto, la falta de conocimientos sobre estos mercados es un importante obstáculo para el desarrollo de las actividades internacionales (Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975; Johanson y Vahlne, 1977). En este sentido, la teoría del proceso de internacionalización enfatiza la importancia del conocimiento y el aprendizaje como recursos imprescindibles para el desarrollo internacional de la empresa (Eriksson et al., 1997). Operando en el exterior, las empresas aprenden sobre sus clientes, sus necesidades de recursos y las nuevas amenazas y oportunidades que puedan surgir; lo que a su vez se convierte en una capacidad para seguir operando en otros mercados culturalmente más lejanos. Este tipo de conocimiento tácito y adquirido por el hecho de operar en un mercado es denominado por algunos autores (Ericsson et al., 1997) “conocimiento experimental” que, a su vez, estaría formado por “el conocimiento institucional” y el “conocimiento empresarial”.

El “conocimiento institucional” hace referencia al conocimiento que una empresa

4. En inglés, estaríamos refiriéndonos cuando hablamos de país trampolín y filial trampolín a los términos *springboard country* y *springboard subsidiary*.

posee de la cultura del país, de su lengua, tradiciones, normas de comportamiento, sistema educativo, leyes, regulaciones y costumbres comerciales (Kostova y Zaheer, 1999), lo que en términos de la teoría institucional sería el conocimiento del entorno regulatorio, cognitivo y normativo (Scott, 1995). Este tipo de conocimiento es una fuente de ventajas competitivas porque permite estar informado de las exigencias y necesidades locales. Cuanto más alta sea la distancia institucional entre el país de la empresa inversora y el país de destino, mayores serán los costes y las dificultades que deberán asumir las empresas porque le resultará más difícil interpretar correctamente los requerimientos institucionales locales así como el alcance de los ajustes necesarios (Kostova y Zaheer, 1999), pudiendo ello repercutir directamente en la “legitimidad” que la empresa multinacional pueda establecer en el país de destino.

El “conocimiento empresarial” es el conocimiento de los posibles clientes, competidores y condiciones del mercado en un país concreto. El desarrollo de redes personales, institucionales y de negocio en el mercado de destino es una herramienta que utilizan los directivos para incrementar el “conocimiento empresarial” (Johanson y Mattson, 1988). Estas redes facilitan la internacionalización en un país a través de las posibles sinergias entre empresas. La promoción por parte de las autoridades de ferias, misiones comerciales, recepciones y contactos entre las empresas locales y extranjeras también es una herramienta útil que facilita el desarrollo de estas redes empresariales (Welch et al., 2003).

Pero, ¿cómo se obtiene este *conocimiento experimental* en un país? El argumento básico de la teoría de la internacionalización es que dicho conocimiento se adquiere a través de la propia experiencia de la empresa en el país de destino; sin embargo, algunos estudios muestran cómo las em-

presas pueden aprender a través de la imitación de otras empresas con cierta legitimidad o cuyas estrategias han sido exitosas (Björkman, 1996) o por medio de diferentes “atajos” como son la adquisición de otras empresas (Barkema y Vermeulen, 1998) o la contratación de personal con la necesaria experiencia (Forsgren, 2002). Estos atajos pueden reducir la incertidumbre percibida sobre el mercado de destino sin la necesidad de tener que esperar hasta que sea la propia empresa la que adquiera el nivel de conocimiento necesario.

En este sentido, nuestro concepto de “país trampolín” es una nueva forma de adquirir parte del conocimiento experimental necesario para abordar un nuevo mercado sin la necesidad inicial de invertir en éste. Un nuevo atajo, olvidado por la literatura sobre internacionalización, que permite acelerar el proceso de entrada de multinacionales en entornos institucionales muy diferentes al del país de origen.

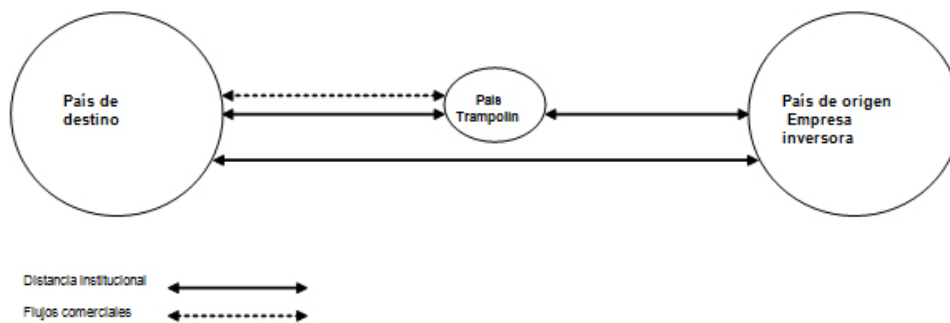
Desde nuestro punto de vista un “país trampolín” debe reunir dos condiciones necesarias:

a) En primer lugar, con relación al conocimiento institucional, debe situarse en una posición intermedia entre el país de destino y el país inversor, de forma que el aprendizaje institucional en el país trampolín, de alguna forma, pueda trasladarse al país de destino y, por tanto, favorecer el establecimiento de “legitimidad” en este mercado.

b) En segundo lugar, el “país trampolín” debe poseer un intenso flujo comercial con el país de destino, de forma que la empresa inversora pueda adquirir “conocimiento empresarial” y desarrollar redes en el país de destino desde el “país trampolín”.

La figura 1 refleja de forma gráfica nuestros argumentos.

Figura 1. El modelo de “país trampolín”



Fuente: Elaboración propia

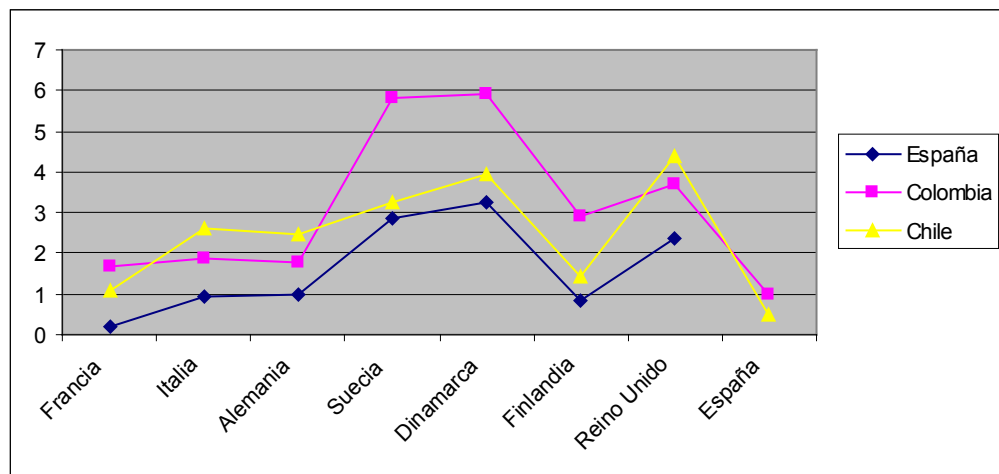
Si analizamos el caso de España como “país trampolín” y la región latinoamericana como un conjunto de países de destino para los inversores europeos comprobaremos cómo se cumplen ambas condiciones.

Debido al rol que España ha desarrollado en la historia de Latinoamérica y Europa, con fuertes lazos culturales y sociales en ambos entornos institucionales, podríamos situar la posición de España con relación a ambas regiones en una situación intermedia. El desarrollo democrático actual y los procesos de desregulación y privatización de la Economía en mu-

chos países latinoamericanos está siguiendo un patrón similar al que se produjo en España hace dos décadas (Guillen, 2006). Una lengua común, las raíces del sistema legal y educativo, así como la importancia de los negocios familiares, las relaciones y las instituciones informales son aspectos contextuales compartidos por españoles y latinoamericanos. Sin embargo, desde la entrada de España a la Unión Europea las instituciones españolas se han acercado cada vez más al estándar común europeo, donde gran parte de las políticas económicas y fiscales son determinadas por las autoridades centrales europeas. Esta posición intermedia entre Europa y Latinoamérica ha sido puesta en evidencia por la gran mayoría de índices que miden las diferencias culturales y/o institucionales (entre otros, Ronen and Shenkar, 1985; Hosftede, 1991).

Así, por ejemplo, si analizamos el valor agregado de las diferencias culturales de las cuatro dimensiones de Hostede (1980)⁵, calculados a partir del índice de Kogut y Singh (1988), observamos cómo España se sitúa a medio camino entre Europa y los países latinoamericanos.

Figura 2: diferencias culturales



Elaboración propia a partir de Kogut and Singh (1988)

Al respecto, en la práctica empresarial, algunos directivos opinan que la distancia más corta entre dos países es “la línea recta”. Sin embargo, investigaciones recientes de reconocido prestigio (Khana et. al, 2005) advierten que posiblemente esta estrategia no sea la más eficaz en la entrada de las empresas multinacionales en mercados emergentes, como son los latinoamericanos, ya que el desconocimiento de las “diferencias institucionales” genera unas altas tasas de fracaso. Una forma indirecta y más lenta, pero menos arriesgada de

5. Aunque en muchas ocasiones se ha utilizado el índice de Kogut y Singh (1988) como proxy de las diferencias culturales e institucionales entre países, es necesario señalar que la distancia institucional es un concepto más amplio que no sólo hace referencia a las diferencias en los valores compartidos por una sociedad (entorno normativo) sino también a las diferencias en el entorno legal y cognitivo (Kostova y Zaheer, 1999). En este sentido, se utiliza en este texto de modo ilustrativo.

adquirir cierto conocimiento institucional de los mercados latinoamericanos es a través de la experiencia de las filiales localizadas en España (país trampolín).

Por otra parte, las relaciones comerciales entre España y Latinoamérica se han desarrollado, especialmente en la última década, de manera muy significativa. España es el segundo mayor inversor en la región después de Estados Unidos y primer europeo, con más del 60% de la inversión europea. De las veinte principales empresas multinacionales de Latinoamérica, cinco son de capital español (Telefónica, Repsol-YPF, Endesa, Iberdrola, Unión Fenosa), siendo Telefónica la mayor compañía no-financiera de la región. En la actualidad, el 33% de los beneficios del IBEX35 procede de Latinoamérica (Ministerio de Industria y Comercio, 2008). Adicionalmente, la mayoría de expertos coinciden en señalar que el compromiso de las grandes multinacionales con la región cada vez es más intenso. En este sentido, son relevantes las palabras de Cesar Alierta, presidente de Telefónica, en el reciente foro Latibex (2008) donde mostraba su compromiso con la región frente a la crisis: "... En Telefónica nos sentimos latinoamericanos...". Además, se han reforzado los lazos económicos con Latinoamérica creándose en la bolsa de Madrid un mercado en euros para los valores Latinoamericanos (Latibex) e incrementándose las conexiones aéreas con la región. De hecho, el aeropuerto de Barajas concentra el 25% de todos los vuelos a Latinoamérica. Sin embargo, no sólo estas redes empresariales y económicas son importantes. En el ámbito político y social, España ha desarrollado un especial énfasis en la creación y fortalecimiento de foros e instituciones capaces de ayudar en el desarrollo y la transformación de las sociedades latinoamericanas y en su modernización administrativa y política (Chislett, 2002). Los flujos migratorios recíprocos y masivos y la creciente cooperación en cultura, educación superior e investigación también han generado la creación de redes personales y profesionales.

En definitiva, como puede observarse, parece lógico pensar, que las redes empresariales, económicas, políticas y personales que España mantiene con la región Latinoamericana puedan generar un efecto apalancamiento que favorezca también la internacionalización de las filiales de empresas multinacionales localizadas en España con menor riesgo y tiempo que si dichas relaciones se intentan construir directamente desde la matriz en el país de destino.

3. La "filial trampolín" en el marco de la teoría de la empresa multinacional

Como hemos visto anteriormente, la condición de "país trampolín" determina unas ventajas de localización al alcance de cualquier empresa. Ahora bien, estas ventajas de localización no garantizan el éxito, los verdaderos protagonistas de la internacionalización son las empresas multinacionales y sus filiales. Son las propias filiales quienes deben reconocer dichas ventajas de localización, incorporarlas en sus estrategias y actuar en consecuencia. Es aquí donde juegan un papel primordial las capacidades que la filial pueda desarrollar para aprovechar dichas ventajas, convertirlas en activos específicos (Rugman y Verbeke, 2001) y hacerlos visibles para el resto de la organización (Birkinshaw et al. 2007).

Existen una gran variedad de ejemplos y diferentes tipologías de empresas filiales que han sabido reconocer las ventajas de España como “país trampolín” y convertirlas en ventajas específicas para sus filiales españolas. Así, por ejemplo, la firma estadounidense *Fatwire*⁶, especializada en desarrollar soluciones para la gestión de contenidos en páginas web, ha iniciado su expansión en Latinoamérica, siendo este proceso dirigido desde su filial española. *Fatwire* ha sabido aprovechar para desarrollar esta estrategia las relaciones (conocimiento empresarial) que mantiene con algunos de sus clientes con una fuerte implantación en Latinoamérica, como son el Banco de Santander o Gas Natural.

Otro interesante caso de utilización del “conocimiento empresarial” es el acuerdo entre Telefónica y la empresa china Huawei⁷, proveedora de equipos y componentes para telecomunicaciones. Huawei abrió en España en 2002 una filial en Madrid con un objetivo muy claro: obtener la confianza de Telefónica como cliente. Huawei cuenta con filiales en 15 países europeos y media docena de latinoamericanos. Las primeras, España incluida, dependen de una sede europea localizada en el Reino Unido, mientras que las segundas dependen directamente de China. Sin embargo, en la práctica, una importante parte del negocio con Iberoamérica se canaliza a través de Madrid, donde un equipo especial de unas 20 personas realiza la coordinación y seguimiento de las filiales americanas en lo que concierne a los pedidos para el grupo Telefónica. Las relaciones con otros clientes del área, en cambio, son responsabilidad de las filiales locales bajo supervisión directa de la central en China. Según el director general de Huawei España, el papel de Telefónica es esencial para explicar esta relación triangular que podría incrementarse

6. *Expansión*, 9 de Junio de 2007.

7. Este caso se ha extraído de Soler Matutes (2007), un excelente trabajo publicado por la fundación CIDOB donde se analiza la triangulación Asia-España-Latinoamérica.

en el futuro, además señalaba las ventajas adicionales de España para los negocios con Latinoamérica, insistiendo no sólo en la evidente proximidad lingüística y cultural sino también en las excelentes comunicaciones aéreas.

Un caso de explotación del “conocimiento institucional” es el provisto por el cuarto grupo de comunicación del mundo, Bertelsmann, que ha utilizado una estrategia mixta dependiendo del tipo de negocios. Tanto las empresas de revistas G+J España y Motorpress Ibérica, como la editorial de libros Random House Mondadori, el círculo de lectores y el grupo de imprentas Arvato dirigen sus operaciones latinoamericanas desde España; sin embargo el negocio discográfico para Latinoamérica se coordina desde Miami.

Otro interesante ejemplo en un sector industrial, sería el protagonizado por la filial española de plásticos estirénicos del grupo químico alemán Lanxess⁸. Ésta se convirtió en 2006 en la nueva central para Europa y Latinoamérica de esta unidad de negocio. A las funciones que ya venía desarrollando en los mercados europeos, se le añadió la nueva responsabilidad administrativa y de abastecimiento de los mercados de América Latina. Y así, podríamos enumerar un número elevado de empresas, la británica de redes tecnológicas BT Global Services, la americana Qualcomm, las multinacionales alemanas de software y soluciones tecnológicas AG y Wincor Nixdorf International o las francesas Shneider o Alsttom. Todas ellas han establecido en sus filiales españolas, con mayor o menor grado de alcance, las centrales administrativas para dirigir los negocios de Latinoamérica¹⁰.

8. *Expansión*, 1 de Mayo de 2008.

9. *El Periódico de Catalunya*. 28 de Septiembre de 2006. ABC 25 de Septiembre de 2006.

10. Diversas fuentes: *The Wall Street Journal*, 22 de Mayo, 2008. *Expansión* 1 de Mayo de 2008. Santiso (2007).

Pero, ¿cómo han podido estas filiales llegar a representar este importante rol?. Nuestro argumento básico es que la filial será “una filial trampolín” en la medida en que el conocimiento experimental (conocimiento institucional y conocimiento empresarial) se constituya en una auténtica ventaja específica para la filial; y para ello este conocimiento debe ser relevante, especializado y reconocido (Rugman y Verbeke, 2001):

- **Para que el conocimiento sea relevante**, éste debe incorporar conocimiento tácito (difícilmente codificable), específico del contexto local y construido sobre el sistema de conocimiento del país. Esta condición es fácil de cumplir ya que el conocimiento experimental es por definición tácito y adquirido a través de la experiencia en el país. Como lo describe Eriksson et al (1997) de una forma pragmática, no sólo es “lo que dicen los libros” sino también la “forma real de hacer las cosas” .

- **Para que el conocimiento sea especializado**, debe ser único en el contexto de la multinacional, es decir que no lo puedan desarrollar otras filiales. En el caso de la relación con Latinoamérica, parece evidente que hay pocas ubicaciones competidoras, al menos en un contexto europeo.

- **Por último, este conocimiento relevante y especializado debe ser reconocido** por la casa matriz y por las otras filiales de la organización. Monteiro et. al. (2008) concluyen que cuando la matriz y las otras filiales perciben que la filial en cuestión está claramente diferenciada a través de sus capacidades y competencias específicas, se convierte en un centro de referencia, y por tanto, en última instancia, se le asignarán más recursos y una mayor autonomía. Aspectos esenciales para desarrollar el “rol de trampolín”, ya que éste sólo puede desempeñarse si la filial tiene potencial para formular estrategias e implementar decisiones autónomas en los países o regiones objetivo.

Una vez definido el rol de “filial trampolín”, ¿cómo encaja éste en la literatura sobre roles de filiales? Una forma ampliamente extendida de clasificar los roles de las filiales ha sido a través del uso de las dimensiones integración y localización (p.e. Bartlet y Ghoshal, 1989; Jarillo y Martínez, 1990): la integración indica el grado en que las actividades de valor realizadas por una filial se llevan a cabo en colaboración con otras unidades corporativas y la localización hace referencia al hecho de ubicar actividades de valor en un país. De acuerdo a ello, nos encontramos con la siguiente tipología:

Figura 3: Tipología de filiales

		Localización	
		Alta	Baja
Integración	Alta	Filial activa o cualificada	Filial receptiva o ejecutora
	Baja	Filial autónoma o local	

Fuente: adaptado de Jarillo y Martínez (1990)

La filial receptiva es la típica filial que depende totalmente de la casa matriz. La elevada integración con otras unidades, a la vez que la concentración en un reducido abanico de actividades de valor, nos lleva a pensar que la filial receptiva puede centrar su actividad en la producción de una reducida gama de componentes o productos o simplemente ejercer como filial de ventas. Por el contrario, la filial autónoma realiza en el país un elevado conjunto de actividades de valor con unos reducidos índices de integración con otras unidades del grupo.

Por último, la filial activa o cualificada desarrolla un amplio conjunto de actividades de valor en estrecha relación con otras unidades. Este perfil cualificado encaja perfectamente con nuestro concepto de “filial trampolín”.

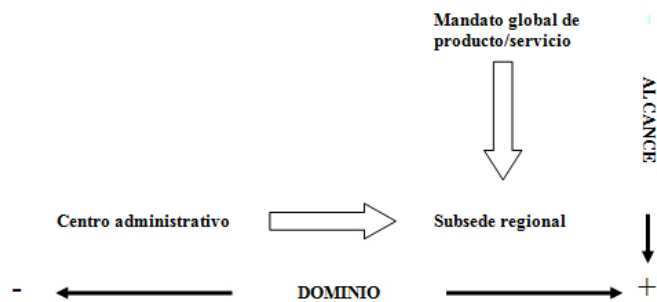
Sería complicado establecer una lista cerrada de características asociadas a él, pues cada filial tiene su propia personalidad. La “filial trampolín” contará con autonomía, como la local, pero esta autonomía ya no se limitará a la actuación en el mercado local, sino que afectará a actividades de alcance regional.

La “filial trampolín” comparte con la ejecutora una estrecha vinculación con el resto de unidades, pero no desde una posición subordinada respecto de la matriz, sino que su carácter de experta la lleva a colaborar con ella en términos de igualdad, desempeñando funciones para su área de influencia que antes eran exclusivas de la matriz. La “filial trampolín” actúa también como vehículo transmisor de las rutinas y prácticas organizativas desde la casa matriz hacia las filiales sobre las que ejerce influencia, pero a su vez también aprende de éstas y transmite dicho conocimiento a la matriz (Gupta y Govindarajan, 1991).

Ahora bien, como hemos visto en los ejemplos anteriores, el perfil de “filial trampolín” es cualquier cosa menos uniforme. La característica común en todos los casos es que ejercen una notable influencia sobre las filiales latinoamericanas, pero dicha influencia puede ser distinta dependiendo de: a) el número de filiales distintas sobre las que se ejerce influencia (*dominio*) y b) el número de actividades de valor distintas sobre las que influye en otras filiales (*alcance*).

Utilizando ambas dimensiones, podemos encontrarnos con diferentes “filiales trampolín”: un *mandato global de producto/servicio*, un *centro administrativo* o una *subsede regional*.

Figura 4: Tipología de filiales trampolín



Fuente: Adaptado de Surlemont (1998)

El mandato global de producto/servicio está especializado en un conjunto reducido de actividades de elevado valor añadido, para las que la filial ha demostrado ser experta. En estas filiales se desarrollan recursos que son prioritarios para la multinacional y de los que pueden beneficiarse otras filiales. El que la filial sea un mandato global de producto/servicio para un determinado tipo de recursos no excluye que sea dependiente en otras áreas de centros de la organización. En nuestros ejemplos, el caso de Huawei encajaría con este perfil. La filial española sólo tiene responsabilidad en Latinoamérica sobre los productos y servicios relacionados con Telefónica. Sin embargo, la espectacular expansión del grupo Telefónica por todo el mundo y la importancia que supone para Huawei tenerla en su cartera de clientes, ha llevado a Huawei a conceder a la filial española un mayor dominio en las actividades a desarrollar al objeto de consensuar con Telefónica aspectos como la estandarización de productos, calidades y marketing para todas sus filiales con independencia del país. Esta experiencia con Telefónica podría trasladarse a sus relaciones con otros clientes (Soler Matutes, 2007). El caso de Lanxess también correspondería con este tipo de filial. La filial española tiene un elevado dominio sobre todas las filiales latinoamericanas, pero con relación al alcance sólo influye en lo que se refiere exclusivamente a la administración y provisión de una única línea de productos del grupo (los plásticos estirénicos).

Conforme la “filial trampolín” incrementa el alcance de su influencia, suele volverse más generalista. Los centros administrativos no destacan por dominar tecnologías clave para la multinacional, pero actúan como unidades de referencia con un mínimo conocimiento sobre un amplio abanico de actividades. Estos centros suelen surgir como consecuencia de la necesidad de

descentralizar para evitar la saturación de la matriz y conseguir una mayor proximidad a los mercados regionales. El número de filiales sobre las que ejercen influencia se restringe a las que operan en una determinada área. Finalmente, entre las “filiales trampolín” nos encontraríamos con un tercer tipo de centros que desempeñarían un papel bastante semejante al propio de la matriz por la gran influencia que ejercen sobre otras filiales, con un amplio alcance y dominio de la influencia.

En la realidad resulta muy difícil distinguir dónde está la diferencia entre ambos tipos de “filial trampolín”. De hecho el resto de ejemplos señalados (*Fatwire*, *Bertelsmann*, *BT Global Services*, *AG*, etc.) se situarían a lo largo del eje entre “centro administrativo” y “subsede regional” dependiendo de si las funciones que desarrollan tienen un carácter más “administrativo” o “emprendedor”. Desde la teoría de la organización (Chandler, 1962): “la función administrativa” estaría orientada principalmente hacia el control y la dirección de actividades; y la “función emprendedora” estaría más relacionada con la creación de fuentes adicionales de valor. Considerando esta última función, la “subsede regional” no sólo se relacionará con la matriz y las filiales bajo su supervisión, sino también con el resto de filiales. No sólo coordinará, sino que además tendrá autonomía para formular e implementar decisiones estratégicas en la región o país objetivo (estrategias de inversión, de internacionalización, de introducción de nuevos productos, de integración, etc.). Ésta creemos que debería ser la aspiración última de toda “filial trampolín”.

.....

4. Conclusiones

El presente artículo ha tratado de dotar de contenido teórico en el ámbito de la teoría de la internacionalización y las teorías sobre empresa multinacional los conceptos de “país trampolín” y “filial trampolín”. Un nuevo marco en las relaciones España-Latinoamérica, que pese a estar continuamente presente en la agenda política y diplomática no ha sido analizado desde el punto de vista de la investigación en dirección de empresas.

Una “filial trampolín” será una filial que convierte las ventajas de localización del “país trampolín” en una autentica ventaja específica de la filial. Para ello, debe desarrollar conocimiento experimental relevante (tácito y específico), especializado, y lo que es más importante, valorado por la matriz y el resto de las filiales. Ello le permitirá reivindicar cierta disposición de recursos adicional y un mayor grado de autonomía para ejercer las funciones de coordinación, control e, incluso, inversión en otras filiales.

Nuestro trabajo se ha basado específicamente en la relación España- Iberoamérica. Sin embargo, consideramos que también podría funcionar en el sentido contrario, es decir, las filiales españolas de las empresas multilatinas podrían convertirse en las “filiales trampolín” de éstas para intensificar su presencia en Europa. De hecho, son significativos, en este sentido, el establecimiento de las sedes europeas de Pemex y Cemex en Madrid¹¹. Además, evidentemente podría funcionar en otras localizaciones, en las que se cumplieran las condiciones especificadas de “país trampolín”, como por ejemplo, Singapur o Taiwán para la entrada en China.

Por otra parte, creemos que debemos matizar alguna cuestión con relación a los sectores en los que se opera y al tipo de empresa. Es evidente que las ventajas de la “filial trampolín” serán mucho más visibles en sectores de prestación de servicios que en sectores industriales. En servicios son mucho más importantes los aspectos relacionados con el conocimiento institucional (cultura, lengua, valores etc.) porque básicamente dependen de la interacción entre personas. Además, en la caso específico de España con Latinoamérica, surgen una serie de sectores especialmente atractivos en los que se pueden explotar claramente “el conocimiento empresarial”: a) los sectores relacionados con la cultura, educación y comunicación y b) los sectores donde las empresas españolas han demostrado ser líderes mundiales: desde los más tradicionales como el financiero, el de telecomunicaciones o el energético, a los más actuales como son el de energías renovables o el de gestión de concesiones públicas e infraestructuras.

Con relación al tipo de empresa, nuestro concepto de “filial trampolín” funciona mejor para empresas de tamaño medio que no tienen amplias redes de filiales consolidadas por todo el mundo y donde los aspectos de riesgo, legitimidad en el país de destino y tiempo todavía son importantes.

Por último, y dado el creciente interés de los países asiáticos (especialmente de China) por Latinoamérica, surgen nuevas oportunidades para España en la medida en que se sepa reivindicar el rol que podrían jugar las filiales españolas en dicho proceso.

11. *Americaeconómica.com*. 4 de Abril de 2005.

Bibliografía

- Barkema, H. y Vermeulen, F. (1998): *International expansion through start-quo or acquisition: a learning perspective*. *Academy of Management Journal* (4),1: 7-26.
- Bartlett, C. A. y Ghoshal S. (1989): *Managing Across Borders: The Transnational Solution*. Boston: Harvard Business School Press.
- Birkinshaw, J., Bouquet, C. y Ambos, T. (2007): *Managing executive attention in the Global Company*. *Sloan Management Review*, vol. 48, 4: 39-45.
- Björkman, I. (1996): *Market entry and development in China*, in (J. Chih and L. Yuan eds.) *Management issues in China: International enterprises*. London: Routledge.
- Chandler, A. (1962): *Strategy and structure: chapters in the history of the industrial enterprise*, MIT Press, Cambridge, Mass.
- Chislett, W. (2002): *Spanish direct investment in Latin America: challenges and opportunities*. Madrid: Real Instituto Elcano.
- Eriksson, K., Johanson, A., Majkgard, A., Sharma, D. (1997). "Experiential Knowledge and Cost in the internationalization process". *Journal of International Business Studies*, 28 (4): 807-825.
- Forsgren, M. (2002): *The concept of learning in the Uppsala Internationalization process model: a critical review*. *International Business Review*, 11: 257-277.
- Guillen, M.F. (2006): *El auge de la empresa multinacional española*. Ed. Marcial Pons, Madrid.
- Gupta, A.K. y Govindarajan, V. (1991): "Knowledge flows and the structure of control within multinational corporations". *Academy of Management Review*, 16(4), 768-792.
- Hofstede, G. (1980): *Culture's consequences: international differences in work related values*. Sage, Londres.
- Jarillo, J.C. y Martínez, J.I. (1990): "Different roles for subsidiaries: the case of multinational corporations in Spain". *Strategic Management Journal*, 11(7), 501-512.
- Johanson, J. y Vahlne, J. E. (1977): "The Internationalisation Process of the Firm- A model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitment". *Journal of International Business Studies*, 8: 23-32.
- Johanson, J. y Wiedersheim-Paul, F. (1975): "The Internationalisation process of the Firms: Four Swedish Case Studies". *Journal of Management Studies*, 305-22.
- Johanson, J.U. and Mattsson, L.G. (1988), "Internationalisation in Industrial Systems: A Network Approach" in N. Hood and J.E. Vahlne (eds.), *Strategies in Global Competition*. Croom Helm, New York, pp. 198-211.
- Khanna, T., Palepu, K y Sinha, J. (2005): *Strategies that fit emerging markets*. *Harvard Business Review*, vol. 83, 6: 63-76.

Kogut, B. y Singh, A. (1988): “The effect of National Culture on the Choice of Entry Mode”. *Journal of International Business Studies*, 19: 411-432.

Kostova, T. y Zaheer, S. (1999): *Organizational Legitimacy under conditions of complexity: the case of the multinational enterprise*. *Academy of Management Review*, 24,1: 64-81.

Ministerio de Industria y Comercio (2008): *España y sus empresas en el mundo*. www.mict.es

Monteiro, L.F., Arvidsson, N. y Birkinshaw, J. (2008): “Knowledge Flows Within Multinational Corporations: Explaining Subsidiary Isolation and Its Performance Implications”, *Organization Science*, 19,1: 90-110.

Ronen, S. y Shenkar, O. (1985): “Clustering countries on Attitudinal Dimensions”. *Academy of Management Journal*, September, 440-452.

Rugman, A y Verbeke, A(2001): “Subsidiary-Specific Advantages in Multinational Enterprises”. *Strategic Management Journal*, Vol. 22, No. 3

Santiso, J. (2007): *La internacionalización de las empresas españolas: hitos y retos*. *Información Comercial Española*, 839: 89-102.

Scott, R.(1995): *Institutions and Organizations*. Thousand Oaks, C.A:Sage.

Soler Matutes, J. (2007): *Triangulación Asia-España-América Latina*. *Documentos Cidob*, 14.

Surlemont, B. (1998): “A typology of centres within multinational corporations: an empirical investigation”. En: Birkinshaw y Hood: *Multinational corporate evolution and subsidiary development*, 162-188. Macmillan Press Ltd, London.

Welch, D., Welch, L., Wilkinson, I.F., Young, L.C. (1998), «The importance of networks in export promotion: policy issues», *Journal of International Marketing*, Vol. 6 No.4, pp.66-82.



Why do non-target Countries enforce counterterrorist Policies?

AREA: 4
TYPE: Application

*¿Por qué los países “no destino” aplican políticas antiterroristas?
Por que razão os países não alvo aplicam políticas anti-terroristas?*

AUTHOR

Ricardo Arturo Pulgar-Betancourt

Institute of Economics, Pontifical Catholic University of Chile.

rapulgar@uc.cl

1. Corresponding Author: Institute of Economics, Pontifical Catholic University of Chile; Vicuña Mackenna 4860; Macul; Santiago (Chile).

As terrorist groups turn into more complex organizations, and more effective technology becomes available to them, transnational counterterrorism policies related with their resources as well as their structures are needed. This article tries to explain why non-target countries enforce such regulations. According to this research work, target countries seek non-target countries to implement some counterterrorist policies. As a transnational ‘market-for-regulation’ is unfeasible due to transaction costs, these policies are imposed by means of implicit and/or explicit sanctions, which are applied if non-target countries fail to enforce the desired counterterrorism level.

A medida que los grupos terroristas se convierten en organizaciones mucho más complejas y disponen de tecnología más efectiva, es necesario crear políticas transnacionales en el marco antiterrorista relacionadas con sus recursos, así como con sus estructuras. En este artículo se intenta explicar por qué los países “no destino” aplican estas políticas. Según este trabajo de investigación, los países “destino” buscan países “no destino” para implementar políticas antiterroristas. Como mercado regulador (market for regulation) transnacional, resulta inviable debido a su coste transaccional. Estas políticas se imponen por medio de sanciones explícitas o implícitas que se aplican si los países “no destino” no hacen efectivo el nivel antiterrorista deseado.

Quando os grupos terroristas se transformam em organizações mais complexas, e lhes são disponibilizadas tecnologias mais eficazes, são necessárias políticas contra-terroristas transnacionais relacionadas com os seus recursos bem como com as suas estruturas. O presente artigo procura explicar por que razão os países não alvo aplicam esses regulamentos. Segundo este trabalho de investigação, os países alvo procuram que os países não alvo apliquem algumas políticas anti-terroristas. Como não é exequível uma abordagem transnacional do tipo ‘market-for-regulation’ devido aos custos de transacção, estas políticas são impostas por meio de sanções implícitas e/ou explícitas, que são aplicadas se os países não alvo não aplicável o nível pretendido de contra-terrorismo.

DOI
10.3232/
GCG.2009.
V3.N2.02

1. Introduction

Why do non-target countries enforce counterterrorist policies? Why do they devote resources which could have been used in more useful purposes? Over the last 35 years, many international conventions have been signed aimed to prevent terrorist acts. These conventions force the signatory states to pass as well as to enforce counterterrorist measures. Among them there are countries which have never been attacked, nor will likely be attacked by terrorism groups. However, they sign those conventions. Why? This article will attempt to give an answer to this question.

This article will be composed as follows. Section I presents a bibliographic review about this subject. Section II introduces a theoretical framework. Section III gives expression to an analytic model. Some practical considerations as well as examples are given in Section V. Finally, section VI provides some concluding remarks.

2. Bibliographic Review

Terrorism is a phenomenon in a state of constant change. Regardless of what kind of motivations terrorist groups may pursue, there are two characteristics which are common among all of them. First, technology available for terrorist groups changes, and so is the nature of the tactics. According to Enders and Sandler (1993), terrorist groups use a Household Production Function by which they evaluate and choose their strategies. Consequently, if any terrorist tactic becomes less costly because there have been a technological change, that tactic would be chosen. In another paper, Enders and Sandler (2005) empirically test the existence of a “substitution effect” in terrorist acts. Such substitution effect may also feature in geographical terms (Enders & Sandler, 2006), as terrorists carry out their attacks where it is less costly for them¹. Moreover, global terrorist groups enjoy transnational support which increases their terrorism-specific factors, such as financial support, expertise and so on. This, in turn, enhances terrorist activity not only because it enhances terrorist groups’ capacity to attack, but also because such factors reduce the risk associated with terrorism (Sanico & Kanikama, 2008).

Adamson (2005) asserts that globalization has facilitated the mobility of people, capital and ideas. Therefore, it is easier to form networks of violence like terrorist groups. As a result, the importance of these movements as actors has increased, and there is less distinction between internal and external security². Nevertheless, organizational structures among terrorism groups have a dynamic nature, which is dictated by the external conditions. According to them, as well as the immediate target, the terrorist group will define its communication structure, its level of specialization and division of labor, its chain of

1. Drakos and Gofas (2006) observe that there is a persistence in terrorism activity in those regions where already exists (“addictive contagion”). Such continuity would be caused by logistical advantages which those places offer to terrorist groups.

2. According to AsaI, Nussbaun and Harrington (2007), terrorist organizations function like Transnational Advocacy Networks (TAN), as they are coalitions of local and national groups which form larger regional or international umbrella organizations.

KEY WORDS

International economics, Law and Economics, Counterterrorism, Public goods, Public policy

PALABRAS CLAVE

Economía internacional, Derecho y Economía, Antiterrorismo, Bienes públicos, Política pública

PALAVRAS-CHAVE

Economia internacional, Direito e Economia, Contra-terrorismo, Bens públicos, Política pública

JEL CODES

K330; F510; F530

command and control, and its time definitions regarding the implementation of planned actions. Mishal and Rosenthal (2005) propose that Al-Qaeda has become a so called “Dune organization”, which relies on a strategy of territorial disappearance and lack of imminent institutional presence. This, in turn, makes such type of organizations highly fragmented, de-territorialized and fast-moving³. On the other hand, Enders and Su (2007) model the trade-off between security and intragroup communication faced by terrorism. According to this model, terrorists will attempt to counter increased efforts at infiltration and restructure themselves to be less penetrable. Ganor (2008) presents the “terror equation” according to which the characteristics of terrorist attacks depend on the level of the group’s motivations multiplied by the extent of organization’s operational capability to realize such motivation. Therefore, there is a “limiting variable” which curtails terrorist activity. Specifically, groups that have the motivation to execute terror attacks may not have the operational capability to carry them out.

From the two previous paragraphs it can be inferred that terrorist groups are dynamic, elusive organizations that choose an optimum structural form in order to attack more effectively according to their objectives. Also, there is a relationship between a terrorist group activity can its amount of resources. Finally, the terrorist group would locate such resources, as well as any other organizational capability, in a place which offered less risk, like non-target countries.

It must be seen that there is no such thing as a global counterterrorism policy. Rather, there are many national policies related with this issue. As a consequence, first axiom of welfare does not apply here, since there

3. Both authors warn that such operational capability may be perceived in a broader context than Islamic terrorist organizations.

is no central planner, but many economic agents –namely, the states, which enforce policies which either acts as a public good, or presents many positive externalities. Lee (1988) points out the possibility that countries may behave as “paid riders”, that is, sell or reduce the public good of retaliation, provided through the efforts of others, by offering safe havens to terrorists in return for the terrorists’ pledge to attack elsewhere. By their side, Sandler & Arce (2005) assert that global counterterrorist policies are not optimally provided. As an example, proactive policies aimed at terrorist groups themselves are public goods whose benefits are not fully enjoyed by the enforcing country. This, in turn, brings about a suboptimal provision of those policies. Additionally, Sandler & Siqueira (2006) state that countries which have more interests abroad, such as diplomatic institutions, multinational corporations and so on, will be less prone to implement reactive policies against terrorism because terrorist groups may act against those countries’ interests in any other territory where it may be more feasible to attack. Conversely, if a state does not have any interest outside its territory, it will implement more reactive policies than globally optimum, because terrorist risk will spill other countries rather than decrease. On the other hand, each state is implementing its counterterrorist policy by its own. Therefore, states could not take advantage of economies of scale in many policies, such as prevention or intelligence. Brauer (2004) enlists many market failures in transnational public goods, such as the lack of property rights and enforceable contracts, competitive break-downs, information failures, externalities, government failures. His research work uses peace as an example, the author admits that all these characteristics apply also to global counterterrorism.

From all of what it has been written in the previous paragraphs, it is obvious that

counterterrorism's benefits are not symmetrical among different countries. Instead, target countries, whose people as well as territory may be affected by attacks, are those which enjoy most from security created by these regulations. Second, there is an institutional arrangement by which non-target countries are forced to sign commitments directed to enforce anti-terrorist policies. Third, such conventions cover some areas. The underlying question is what areas are susceptible to be subject of global agreements. A list of international conventions, both global and regional, is provided in [Tables 1 and 2](#).

Table 1: International Conventions on Terrorism

Convention	Year	Area
Convention on Offences and Certain Other Acts Committed On Board Aircraft (Aircraft Convention)	1963	Aviation
Convention for the Suppression of Unlawful Seizure of Aircraft(Unlawful Seizure Convention)	1970	Aviation
Convention for the Suppression of Unlawful Acts against the Safety of Civil Aviation (Civil Aviation Convention)	1971	Aviation
Convention on the Prevention and Punishment of Crimes Against Internationally Protected Persons (Diplomatic agents Convention)	1973	Internationally Protected Persons
International Convention against the Taking of Hostages(Hostages Convention)	1979	Hostage
Convention on the Physical Protection of Nuclear Material(Nuclear Materials Convention)	1980	Nuclear
Protocol for the Suppression of Unlawful Acts of Violence at Airports Serving International Civil Aviation, supplementary to the Convention for the Suppression of Unlawful Acts against the Safety of Civil Aviation (Extends and supplements the Montreal Convention on Air Safety) (Airport Protocol)	1988	Aviation
Convention for the Suppression of Unlawful Acts against the Safety of Maritime Navigation (Maritime Convention)	1988	Maritime
Convention on the Marking of Plastic Explosives for the Purpose of Detection (Plastic Explosives Convention)	1991	Plastic Explosives
International Convention for the Suppression of Terrorist Bombings (Terrorist Bombing Convention)	1997	Bombings
International Convention for the Suppression of the Financing of Terrorism (Terrorist Financing Convention)	1999	Financing
Protocol to the Convention for the Suppression of Unlawful Acts against the Safety of Maritime Navigation	2005	Maritime
2005 Protocol to the Protocol for the Suppression of Unlawful Acts against the Safety of Fixed Platforms Located on the Continental Shelf	2005	Maritime
International Convention for the Suppression of Acts of Nuclear Terrorism (Nuclear Terrorism Convention)	2005	Nuclear

Source: UN Counter-Terrorism Committee, Hunt (2006)

Table 2: Regional Conventions on Terrorism

Region	Convention	Year	Sponsor Organization
Europe	European Convention on the Suppression of Terrorism	1963	Council of Europe
Europe	The EU Framework Decision on Terrorism	2002	European Union
Europe	Protocol-European Convention on the Suppression of Terrorism	2003	Council of Europe
Europe	Council of Europe Convention on the Prevention of Terrorism	2005	Council of Europe
Europe	Convention on laundering, search, seizure and confiscation of the proceeds from crime and on the financing of terrorism	2005	Council of Europe
Europe	Treaty on Cooperation among States Members of the Commonwealth of Independent States in Combating Terrorism	1980	CIS
Americas	Organisation of American States Convention to Prevent and Punish Acts of Terrorism. Taking the Form of Crimes Against Persons and Related Extortion that are of International Significance	1971	OAS
Americas	Inter-American Convention Against Terrorism	2002	OAS
Africa	Convention on the Prevention and Combating of Terrorism	1991	African Union
Southeast Asia	SAARC Regional Convention on Suppression of Terrorism	1987	SAARC
Southeast Asia	Additional Protocol to the Convention on Suppression of Terrorism	2004	SAARC
Arab States	Arab Convention on the Suppression of Terrorism	1998	League of Arab States
Islamic	Convention of the Organization of the Islamic Conference on Combating International Terrorism	1999	Organization of the Islamic Conference

Source: UN Counter-Terrorism Committee, Hunt (2006)

A remarkable point is that traditional economic analysis of alliances does not provide a suitable explanation to counterterrorist policy enforcement by non-target states' side. According to the model presented by Olson and Zeckhauser (1966), defense is a pure public good, so each country's willingness to pay is its marginal rate of substitution. Beyond any sub optimality created by the fact that states ignore other countries' benefits, it must be pointed out that this is not the case. First, it could be expected that target countries, if counterterrorist were a pure public good, would provide counterterrorist policies, no matter whether non-target states might be "free riders". Thus, it would not be expected that international conventions were signed. Sandler & Hartley (2001) also present a "joint product model" according to which a country-specific output, and an alliance wide deterrence are produced under a fixed-proportion technology. Again, such model does not fail to explain why

target countries may want non-target countries to enforce policies, but also why non-target countries would be willing to implement them. The latter does not enjoy any country-specific output (such regulations struggle against absent phenomenon) or enjoy most of the alliance wide deterrence from anti-terrorism regulations, but also they have to fund them.

There are three sources of demand for antiterrorist regulations. First, target states want to keep terrorists away from new sources of technology as well as resources, especially financial. Such policies may be examples of *weakest link*, because terrorist groups would be willing to operate, as well as to get resources, in those territories where less regulation is enforced. Sandler & Arce (2001) suggest that in such context, it would be good to implement an international agreement which meant a 'veil of ignorance', so that a globally optimum regulation may be provided. The reasoning which lurks behind of it is that countries would avoid "free-riding" behavior if incomplete information is given. Also, both authors propose a political entrepreneurship which may coordinate the public good provision. They suppose that games are symmetrical, and that strategies, and equilibrium, created by such 'veil of ignorance' is correlated, that is, each player chooses its strategy depending on the probability distribution over all players' strategies. Nevertheless, the classification of states into target and non-target suggest an asymmetry in their relationship with terrorism phenomenon, and therefore that benefits are not the same among countries. Furthermore, this analysis suggests that as, as for non-target countries, enforcing policies would be a dominated strategy. Therefore, there would not be room for any agreement implementation, unless there is a mechanism by which such countries are forced to cooperate.

A second source of demand is related to policies which act like commons rather than public goods. Examples of those are information, intelligence and infiltration (Sandler and Arce, 2003, 2005). If many countries enforce such policies in a single territory, there is the risk of degradation. Therefore, a coordination of policies across different political entities is desired so as to avoid the duplication of such regulations, as well as a political leadership able to enforce this kind of coordination. The outcome may be a *leader* game, that is, a player unilaterally deviates from mutual cooperation, or a *hero* game, which also means that a player deviates from mutual cooperation, but by doing so he provides for the other player a greater benefit than for herself. Again, if cooperation is a dominated strategy for non-target countries, there wouldn't be a feasible coordination among different states.

A third source of demand is derived from reactive policies enforced by target countries. Frey (2004) asserts that states ought to enforce decentralization as anti terrorist regulation, so as to reduce the benefits which terrorist groups may obtain from attacking valuable targets, such as buildings or emblematic places. If that were the case, target states would like to enhance their policy effectiveness by means of imposing appropriate counterterrorist regulations to those countries where interest have been placed, especially if these interests are irreversible (such as long term investments) and/or may create a large amount of negative externalities if attacked.

In their paper, Aggrawal & Dupont (1999, 2002) asserts that, if benefits are low enough, the public good is not provided. Both authors also allow asymmetric benefits between players when they introduce the effects of crowding into the analysis. Nonetheless, they don't give any explanation about institutional arrangement when such asymmetries are present, though they give some clues. If benefits are high, which is the case by target states' side, and one's

actor resources are lower than the cost of provision, then a proper institutional framework would be to link the provision of the good with other issues. On the contrary, if both actors' resources are greater than cost of provision, then institutions might help preserve the existence of the good over the long run by establishing some kind of burden-sharing scheme with insurance against defection.

In short, we need a model which takes into account those asymmetries among players, specifically the differences in benefits earned from each one's strategies. However, this is not enough. How cost is shared among countries must also be analyzed, as well as a mechanism by means of which cooperation may be imposed to non-target countries. In the theoretical framework and the analytic model which will be presented in the following sections, it will be assumed that the non-target country completely defrays its counterterrorist policies. Also, a structure of punishment will be used in order to force non-target countries to commit and to implement the desired level of counterterrorist regulation. Such punishments are inspired in the "stick-and-carrot" scheme used in game theory.

Finally, two stylized facts about international conventions must be stressed. First, there has always been difficult to find a unanimously accepted definition of terrorism (Guillaume, 2004). Authors of instruments for the prevention of acts of terrorism have refrained from using the term "terrorism" itself^{4,5}. Second, there is not such thing as a convention which may cover terrorism generally (Trahan, 2002), but rather there are many conventions which address a variety of topics⁶. Certain conventions require states to share information about possible attacks⁷, but there is little emphasis on preventions⁸. International conventions generally exclude acts occurring within a single state and arguably fail to require states to take sufficient measures against domestic terrorism. Finally they are inconsistent as to whether they permit extradition of terrorism suspects to be avoided on the grounds that the acts were *political*. According to Guillaume (2004), the international instruments concerning terrorism have one objective in common: to respond to the internationalization of terrorism by the internationalization of repression. In the same way, Resolution 1373 approved by the UN Security Council in 2001 mandates UN members to undertake a host of measures to combat terrorism^{9,10}. Nevertheless, this resolution goes before the conclusion of a multilateral

4. According to the author, it appeared that, quite often, according to a commonplace, 'one person's terrorist is another person's freedom fighter'.

5. It was only in 1999, when the convention for the suppression of the financing of terrorism was signed in New York, that there was a first attempt at a definition, albeit unhappily inconclusive.

6. Most of these conventions and protocols requires states to: (a) criminalize the acts covered and make them "punishable by appropriate penalties which take into account the grave nature of those offences"; (b) establish jurisdiction over offenses committed in certain contexts and permit states to establish jurisdiction over offense committed in other contexts; (c) take alleged offenders into custody and make a preliminary factual inquiry; (d) notify, either through the U.N. Secretary-General or directly, certain potentially interested states of the actions taken; (e) submit the case for prosecution if the state does not extradite the alleged offender; (f) deem the offence to be an "extraditable offence" for the purpose of any extradition treaty between states parties; and (g) assist each other in connection with criminal proceedings regarding the offences covered (Trahan, 2002).

7. The Convention on the Physical Protection of Nuclear Material, art.5, obligates sharing of information and cooperation only once nuclear materials have been stolen or threats have been made to steal such material (Trahan, 2002).

8. Indeed, according to Trahan (2002) only two conventions attempts to prevent terrorism –the Convention on the Marking of Plastic Explosives for the Purpose of Identification and the International Convention for the Suppression of the Financing of Terrorism.

9. Such resolution created a Counter-Terrorism Committee to monitor implementation of that resolution.

10. Resolution 1373, art.2 (a)-(g) mandates that all states shall refrain from providing any form of support to terrorist groups; shall take the necessary steps to prevent the commission of terrorist acts, including by provision of early warning to other states; shall deny safe haven to those who finance, plan, support or commit terrorist acts; and shall ensure that persons financing, planning, or perpetrating terrorist acts are brought to justice and that such acts are established as serious criminal offences under each state's domestic laws.

terrorism convention. Thus, there is the risk that states may adopt different and inconsistent definition of terrorism. Also, there has been no debate among states to what measures are the most important to implement, what approach to implementing them would work best, and when measures designed to combat terrorism might go too far. Sandler (2003) also points out how countries keep on refusing to extradite terrorists, and to integrate their counterterrorist policies, except in exchanging information¹¹.

3. Theoretical Framework

It will be assumed that all states have three sources of utility. *Autonomy* –the extent of independence as well as liberty any state have in the decision making process over all issues related with its territory as well as population, *security* –the physical as well as moral integrity which the state’s population has within its territory, and *wealth* –the economical power that a country’s inhabitants possesses, and which is used by those inhabitants in order to achieve a higher level of welfare (Altfeld, 1984; Sororkin, 1994).

In this context, terrorism is a phenomenon which comes against the pursuit of those objectives. Obviously, the most affected goal is security since, by definition, threatens its citizen’s integrity. However, wealth is also attacked by means of three channels. First, the direct cost in terms of human lives and infrastructure. Second, any increase in uncertainty about future attacks may affect the country’s financial risk. Third, terrorism has a negative impact on several industries such as tourism (Abadie & Gardeazabal, 2008). As for autonomy, it is affected by terrorism because terrorist groups’ impositions may bring about a loss of freedom in the state decision-making process.

As a consequence, all states has incentives to enforce policies directed to know whether terrorists aim at its soil or its citizens, as well as against the terrorism phenomenon itself, either directed against terrorists themselves or against terrorism risk. Generally, national governments have five types of policies by which they may inhibit terrorist activity.

1. Knowing all available options to terrorists (i.e. intelligence, information).
2. Increasing any strategy’s costs (i.e. air security).
3. Decreasing any strategy’s effective risk and its success probability (i.e. Protection to victims).
4. Restricting production, transport and transference of all available resources (i.e. prevention of financing, arms control).
5. Attacking directly to terrorist groups’ members (i.e. repression, military invasion).

Therefore, if a country finds that an attack against its territory as well as its citizens is a possible terrorist strategy, then antiterrorist policies will aim to both an increase in the attack’s operational costs (like air security), as well as the decrease of its effectiveness (more protection to symbolical buildings). Because of the aforementioned objectives, any counterterrorist

11. According to Enders & Sandler (1993), international conventions have been ineffective and statistically not significant in their effect over terrorist attacks. However, it is a fact that those conventions have kept on being signed.

policy must be evaluated in terms of security as well as of wealth, that is, how much economical power is spent in order to enhance the extent of protection a state may give to its citizens and/or its soil.

However, transnational terrorism features negative externalities across different states. First of all, the *target country*, the country against which a terrorist act is carried out, is not necessarily the *venue country*, which is the country where that terrorist act happens. Terrorists act in places where their attacks are more effective and/or less costly. On the other hand, terrorist groups may produce and/or shelter resources in countries which are neither targets nor venues. In addition, antiterrorist policies any state may enforce are more complex, due to the aforementioned transnational externalities, than those which are carried out against domestic terrorism in terms of the objectives which national states pursue, especially autonomy. Even if a country does not gain security from any policy enforcement, that policy should be evaluated in terms of autonomy –how much sovereignty that country loses from enforcing it, and wealth- how much income that country loses if that country chooses not to carry out that policy. This is very important in small countries whose economies are open to the rest of the world.

As for resources employed by terrorist groups, they can be localized in non-target countries, and therefore bring about negative transnational externalities. Target states may urge on non-target countries to enforce a global counterterrorist policy aimed to keep terrorist groups from obtaining resources which may be used in future terrorist attacks against any of these target states' soil and/or their citizens. Also, some resources might not be produced by terrorist groups in any particular country only, but also transferred from one to another, e.g. funds. Consequently, target states want non-target states to enforce counterterrorist policies aimed to limit terrorist resources mobility. A more detailed list of resources-oriented counterterrorist policies is presented in [Table 3](#).

Table 3: Set of Resources-Oriented Counterterrorist Policies

Resources	Policies against Production	Policies against Transference
Financial	Regulations against Collection (Nonprofit Organization, Donations)	Regulations against Transference and Use of Funds (Freezing of Assets, Embargoes)
Logistical (Arms)	Regulating Activities Related to Arms Supplying (Arms Productions, Moratorium on WMD)	Regulating Arms Exports. Restricting Access to Arms and Explosives.
Humans	Policies against Recruitment	Restricting Immigration

As far as target countries are concerned, their ideal outcome would be that non-target countries may enforce as much counterterrorist regulation as possible, so that terrorist groups could not use their resources, either because they can not produce in any given country and/or transfer them from one country to another.

Nevertheless, the transaction costs are high enough so as to preclude the formation of a “market-for-regulation”. First, any state would not be willing to give up control over its se-

curity policies, among them counterterrorism. Second, there is not such thing as a “global central authority” which could force a country to “pay for security” to another country. Finally, information that a state may collect about another is often too expensive to collect. Furthermore, a country may have incentives to keep information hidden and to create false information. Therefore, it may be too costly to verify the fulfillment of a contract signed between states. As a consequence, it is more feasible for target countries to impose punishments against non-target countries if the latter fail to enforce any desired counterterrorist policy. The purpose of such sanctions is to force non-target countries to share part of the risk which is brought about by the lack of such regulation.

4. Analytic Model

It will be assumed that there are two countries, Y and X . Y is a non-target country, that is, transnational terrorist groups are not aimed at its citizens nor operate in its soil. On the contrary, X is a target country¹² whose soil and citizens face terrorism risk.

Let us establish a utility function for Y defined over the aforementioned objectives, so that:

$$U_Y = U(W_Y, S_Y, A_Y)$$

It will be assumed that the marginal utility of each one of these objectives is positive and diminishing, that is:

$$\frac{\partial U_Y}{\partial W_Y}, \frac{\partial U_Y}{\partial S_Y}, \frac{\partial U_Y}{\partial A_Y} > 0 \quad \frac{\partial^2 U_Y}{\partial W_Y^2}, \frac{\partial^2 U_Y}{\partial S_Y^2}, \frac{\partial^2 U_Y}{\partial A_Y^2} < 0$$

As for counterterrorist policies, Y chooses which level of counterterrorist regulation (RAT_Y) will enforce. Such regulation provides benefits ($B(RAT_Y)$) in terms of wealth, security and autonomy. It will be assumed that such benefits are positive and marginally decreasing, which is equivalent to suppose that, though the enforcement of such regulations increases the extent of the state’s objectives, its effectiveness is marginally decreasing¹³. This may be seen from the equations exhibited as follows.

$$MB_Y(RAT_Y) = \frac{\partial U_Y}{\partial RAT_Y} = \frac{\partial U_Y}{\partial W_Y} \frac{\partial W_Y}{\partial RAT_Y} + \frac{\partial U_Y}{\partial S_Y} \frac{\partial S_Y}{\partial RAT_Y} + \frac{\partial U_Y}{\partial A_Y} \frac{\partial A_Y}{\partial RAT_Y} > 0$$

$$\begin{aligned} \frac{\partial MB_Y(RAT_Y)}{\partial RAT_Y} &= \frac{\partial^2 U_Y}{\partial RAT_Y^2} = \frac{\partial^2 U_Y}{\partial W_Y^2} \frac{\partial W_Y}{\partial RAT_Y} + \frac{\partial U_Y}{\partial W_Y} \frac{\partial^2 W_Y}{\partial RAT_Y^2} + \\ &\frac{\partial^2 U_Y}{\partial S_Y^2} \frac{\partial S_Y}{\partial RAT_Y} + \frac{\partial U_Y}{\partial S_Y} \frac{\partial^2 S_Y}{\partial RAT_Y^2} + \frac{\partial^2 U_Y}{\partial A_Y^2} \frac{\partial A_Y}{\partial RAT_Y} + \frac{\partial U_Y}{\partial A_Y} \frac{\partial^2 A_Y}{\partial RAT_Y^2} < 0 \end{aligned}$$

12. It can be assumed too that X may be a group of countries, that is, $X = (X_1, X_2, X_3, \dots, X_n)$

13. Analytically, it is expressed as $\frac{\partial W_Y}{\partial RAT_Y}, \frac{\partial S_Y}{\partial RAT_Y}, \frac{\partial A_Y}{\partial RAT_Y} > 0, \frac{\partial^2 W_Y}{\partial RAT_Y^2}, \frac{\partial^2 S_Y}{\partial RAT_Y^2}, \frac{\partial^2 A_Y}{\partial RAT_Y^2} < 0$

The interpretation which lies behind of these equations is straightforward: a state does not pursue security only when it enforces any counterterrorist policy, but also wealth and autonomy. This means that a non-target state which does not face any terrorist risk, and thus may not gain any increase in its security, could enforce a counterterrorist policy by itself, in order to achieve its wealth and autonomy goals. A good example of this are those policies oriented to curtail counterfeiting.

As for the costs, it will be expressed by $C(RAT_Y)$, and assumed to be marginally increasing.

$$\frac{\partial C(RAT_Y)}{\partial RAT_Y} > 0$$

A very interesting characteristic about the costs involved in the counterterrorist policies enforcement is that it is composed not by tangible items (equipment, personnel) only, but also by intangible ones, like time and new institutions. Another feature is that the costs may be thought of as a function of wealth – the resources involved in its enforcement- and autonomy –the commitments under which any state engages itself¹⁴.

As a benchmark case, let us assume that the non-target country chooses its enforcement level by itself, without interacting with any other state. If such context occurs, the non target country will execute the level which maximizes its net utility.

$$\begin{aligned} \arg \max_{RAT_Y} B_Y(RAT_Y) - C(RAT_Y) \\ MB_Y(RAT_Y^*) = C'(RAT_Y^*) \\ RAT_Y \geq 0 \end{aligned}$$

Such level will be defined as the *domestic optimum*, and expressed by RAT_Y^* .

However, the benefits brought about by counterterrorist policies carried out by the non-target country Y are not excludable, but they are enjoyed by the target country X . Again, a utility function over the objectives of wealth, autonomy and security will be established for X .

$$U_X = U(W_X, S_X, A_X)$$

The assumptions about this utility function also hold for the target country. The main difference lies in the benefits in security that the target country expects to obtain from the counterterrorist policy enforced by the non-target country, which are assumed to be far higher than those captured by the latter. Analytically it is expressed as follows:

$$\frac{\partial U_X}{\partial S_X} \frac{\partial S_X}{\partial RAT_Y} > \frac{\partial U_Y}{\partial S_Y} \frac{\partial S_Y}{\partial RAT_Y}$$

14. Security may also be part of the cost function. This is particularly true when it is a high degree of risk substitution involved in its enforcement, like air security (Sunstein, 2002).

In turn, the extent of benefits which X enjoys from the counterterrorist policy is closely related to the terrorist risk level which the target country faces. From now on, the benefit which target country X obtains from such regulation shall be defined as $B_X(RAT_Y)$ 15. Also, the marginal benefits enjoyed are higher in the target country than in the non-target country.

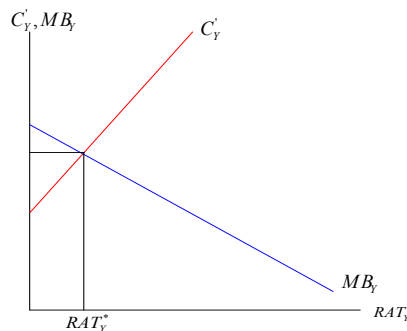
$$MB_X(RAT_Y) > MB_Y(RAT_Y)$$

Because counterterrorist policy enforced by non-target country Y is a public good, its

total benefits are the vertical sum of marginal benefits enjoyed by all countries ($\sum_{i \in X,Y} B_i(RAT_Y)$). However, the cost of the counterterrorist policy enforced by Y is completely defrayed by that country. Consequently, X obtains pure benefits from such policy. The optimal global level of counterterrorist policy (RAT_Y^{***}) equalizes marginal cost with total marginal benefits obtained by all countries favoured by its enforcement.

$$\begin{aligned} & \arg \max_{RAT_Y} \sum_{i \in X,Y} B_i(RAT_Y) - C(RAT_Y) \\ & \sum_{i \in X,Y} MB_i(RAT_Y^{***}) = C'(RAT_Y^{***}) \\ & RAT_Y \geq 0 \end{aligned}$$

Graph 1



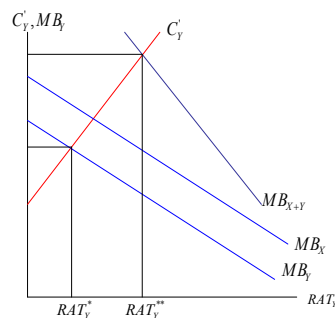
As it can be seen in Graph 2, the non-target country does not capture all the benefits caused by its counterterrorist policies, so it will enforce less than the domestic optimum ($RAT_Y^{**} > RAT_Y^*$). More interestingly, as it is shown in Graph 3, some globally efficient policies ($RAT_Y^{**} > 0$) are not enforced because its costs are higher than the private benefits obtained by Y ($RAT_Y^* = 0$)16. It will be assumed that policies costs are constant. Therefore, the optimal

15. An underlying assumption is that the country may evaluate benefits as well as cost of terrorism. For a further reading over this particular issue, please read Frey and Luchsinger (2005).

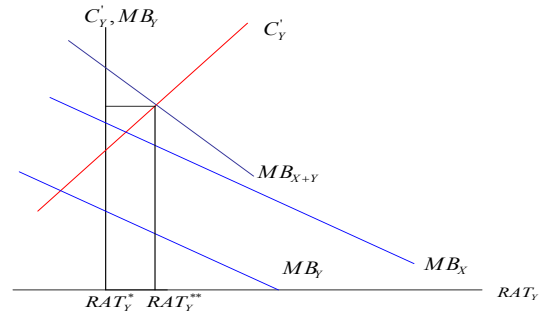
16. It could be that a non-target country may enforce a “negative counterterrorist policy” ($RAT_Y < 0$), that is, providing safe-haven to terrorist groups.

global level may change either if effective terrorism risk increases in any country, or if such terrorism risk spreads over more countries. In both cases the marginal benefit curve ($MB_X(RAT_Y)$) shifts horizontally to the right.

Graph 2



Graph 3



From now on any counterterrorist policy level demanded by target country X shall be defined as RAT_Y^{***} , which will be assumed to be higher than the domestic optimum

($RAT_Y^{***} > RAT_Y^*$). As for the question of how such demanded counterterrorist regulation level will be provided by the non-target country, it has been seen in the previous section that such thing as a “counterterrorist policy” market is not feasible, and thus target country X does not “pay” to Y for the enforcement of counterterrorist regulations. Rather, X will force Y to enforce counterterrorist policies by means of a punishment or sanction to be applied by X if Y fails to implement such regulation. Sanctions are preferred to payments because of three reasons. First, the non-target country may refuse to be controlled in its sovereign decisions by another state. Second, many effective policies are precisely unobservable, so it may be too costly for target countries to verify that Y fulfils its obligations, Third, if it does not enforce counterterrorist policies, sanctions serve as a tool to make non-target country share some of the risk faced by the target country.

Generally, sanctions enforced by X are aimed against Y objectives of security (through arms embargoes or restricting military aid), and wealth (trade sanctions, non-tariff barriers). Any sanction is a negative payment for both countries, since it means lost opportunities in trade, black market existence, and so on. Henceforth the cost of such punishment or sanction will be defined as P . Two conditions which sanctions must meet, in order to be a useful tool to impose the demanded counterterrorist level, are to be both *convenient* and *effective*.

A sanction is *convenient* if its use by X may brings about a higher utility level to the target country. Otherwise, the punishment is a non-credible threat. A sanction will be convenient if its cost is less than incremental benefits obtained by the target country X from the enforcement of RAT_Y^{***} relative to the domestic optimum. That is:

$$\int_0^{RAT_Y^{***}} MB_X(RAT_Y) - \int_0^{RAT_Y^*} MB_X(RAT_Y) \geq P^*$$

After rearranging, it can be obtained the following condition:

$$\int_{RAT_Y^*}^{RAT_Y^{***}} MB_X(RAT_Y) \geq P^*$$

By its side, a sanction is *effective* if the non-target country *Y* is effectively induced to enforce the demanded level of regulation through the use of such sanction. It happens if the cost of the punishment inflicted to the non-target country is higher than the loss which is brought about to *Y* when it deviates from the domestic optimum.

$$\int_0^{RAT_Y^*} [MB_Y(RAT_Y) - C'(RAT_Y)] - P^{**} \leq \int_0^{RAT_Y^{***}} [MB_Y(RAT_Y) - C'(RAT_Y)]$$

From this condition, it can be obtained the following mathematical expression:

$$\int_{RAT_Y^*}^{RAT_Y^{***}} [MB_Y(RAT_Y) - C'(RAT_Y)] \leq P^{**}$$

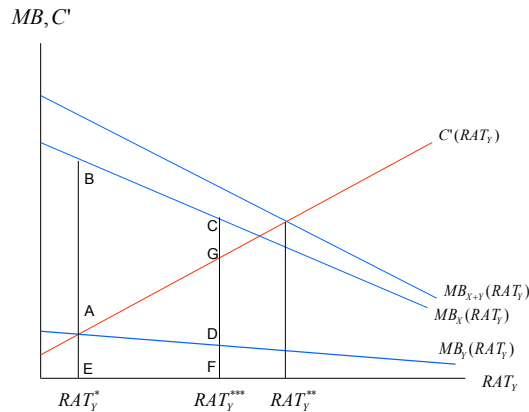
Consequently, sanctions fulfill both conditions if the desired level of counterterrorist policy its global benefits are higher than its cost which is completely defrayed by the non-target country. In other words, the difference between benefits earned by *X* and *Y* after deviating from the domestic optimum RAT_Y^* to RAT_Y^{***} must be higher to the incremental cost.

$$\int_{RAT_Y^*}^{RAT_Y^{***}} [MB_X(RAT_Y) - MB_Y(RAT_Y)] \geq \int_{RAT_Y^*}^{RAT_Y^{***}} -C'(RAT_Y) \tag{17}$$

In [Graph 4](#), such desired policy level RAT_Y^{***} is represented by the ABCD quadrilateral, which may be imposed by means of sanctions if its area is largest than the area of the quadrilateral formed by AEFG.

$$17. \text{ Or } \left| \int_{RAT_Y^*}^{RAT_Y^{***}} [MB_X(RAT_Y) - MB_Y(RAT_Y)] \right| \geq \left| \int_{RAT_Y^*}^{RAT_Y^{***}} C'(RAT_Y) \right|$$

Graph 4



It must be pointed out that the transaction cost of deciding which level of counterterrorist regulation to be demanded sometimes is higher than the punishment cost, because such decision is usually the result of long negotiations among many target countries in international organizations. On the other hand, each country is free to choose the best kind of sanctions to be executed against the non-target country if the latter does not enforce the desired level of regulation. In theory, it could be possible for the target country X , after imposing a policy level RAT_Y^{***} , to use the less costly punishment:

$$P = \int_{RAT_Y^*}^{RAT_Y^{***}} [MB_Y(RAT_Y) - C'(RAT_Y)] + \varepsilon,$$

$$\varepsilon \rightarrow 0$$

Nevertheless, the non-target country will not, out of its zeal for its sovereignty, publish its benefits or its costs. Therefore, the target country does not have enough information to assess the least costly sanction with precision. The latter could implement policies so as to obtain such information, but they could be too costly, and make further complications arise to our analysis.

Finally, if the target country's perceived security which the enforcement of any given counterterrorist policy enforcement may bring about increases, the international demand for the enforcement of that policy goes up, and therefore inconvenient sanctions become convenient to apply against the non-target country. As a consequence, there is a change in the set of counterterrorist policies enforced by the latter. This is particularly important if there is a technological and/or an organizational change in terrorism activity, as it will be seen in the next section.

5. Practical Considerations and Examples

From the analytic model, it is clear that the lack of information among countries is a ubiquitous problem among countries. This makes counterterrorist policies in non-target states harder to implement.

As for the non-target country, it is supposed to enforce a policy whose benefits are mainly captured by other states. In turn, as it has been seen in the previous section, those benefits depend on the decrease in terrorist risk caused by the enforcement of a counterterrorist policy. Therefore, non-target countries ought to assess those benefits. In other words, they should reckon how much potential damage they could generate to target countries in the absence of that policy. Obviously, target countries obtain more benefits from policies oriented to mobile resources, as they may be used in terrorist attacks against their citizens, or even worst, their territory. It would explain why there has been a high demand for regulations in financing and air transportation.

As for sanctions, their effectiveness does not necessarily depend on the size of the punished country, but rather it mainly depends on how integrated the non-target country is with the rest of the world. Generally, countries which are relatively more isolated are less prone to curtail counterterrorism as they are less punishable. The extent of such integration which a country has may be related with the size of that country, but it is not always the case. Sometimes a small country may be highly isolated, and thus it can even provide a haven for terrorism, like it happens in some countries in Africa. On the other hand, a country is more punishable if its trade or the military aid it receives is highly concentrated among few states. If a non-target country trades with many countries, the collective action needed to sustain a punishment becomes more difficult to obtain among target states.

Any counterterrorist policies enforcement involves costs, which are completely defrayed by the non-target country. Direct costs are basically related with physical, human and financial resources required in their execution. They include the establishment of new governmental agencies as well as eventual decreases in productivity in the rest of the non-target country's economy which, in turn, are closely related with the opportunity cost implied.

Nevertheless, non-target must not take into account these direct costs only. Also, they must assess to what extent a policy is reversible or not. In turn, this is closely related with how specific the assets needed for their implementation are. Generally, policies which require more specific assets are harder to reverse in the future.

Another facet to be considered is so called "political cost" which any measure brings about for the authorities. This is particularly true in democratic countries. First, non-target country's citizens are not willing to give up civil liberty, as well as other constitutional goods, in order to protect themselves against a nonexistent risk like terrorism. Second, the extent of observability varies among different policies. Precisely, public opinion would react negatively if some notorious policies are carried out by the government¹⁸. It must be seen that throughout

18. By definition, observable policies are noticeable to population. Hence, whereas they may be welcome in target countries as a sign that their governments are "doing something", in non-target countries they may be regarded as an interference which may affect political support to the enforcing authority (Bueno de Mesquita, 2007).

this paragraph we have come across with some qualitative variables such as liberty. It can be assumed that there is already a monetary value for them to be used in the evaluation of the different policies.

Two remarkable examples of what it has been told in the previous paragraphs are the policies oriented to prevent financing, and those oriented to prevent recruitment. Terrorist groups often use electronic funds, which are intangible. Hence, policies oriented to prevent financing are mostly unobservable which uses intensively informatics. In another extreme, policies oriented to prevent recruitment deal with a tangible resource. Such measures require tasks, like surveillance and intelligence, which intensively uses human resources. Therefore they feature decreasing marginal returns, as well as their opportunity cost are higher. Of course their enforcement is not favorable to many non-target countries, unless the interest among target countries that such policies are executed is high enough to justify the use of a big sanction if non-target countries fail.

As for international conventions enlisted in [Table 1](#), it can be seen that the original areas were mainly concerned with new technologies which terrorists could have used, like aviation (1963, 1970, and 1971) and nuclear weapons (1980). The anthrax scare that followed shortly after the events of 11 September 2001 has put the spotlight on the risk that biological and chemical weapons, which could be built in non-target countries, may be used by terrorist groups. Also, as terrorist groups become increasingly more complex as organizations, it is likely that new international laws will be addressed to organizational structure itself. A first step was taken in 1999 when the Terrorist Financing Convention was signed. It may be expected that following conventions and laws enacted by non-target countries may be directed at these particular areas, as well as to complement better the UN Resolution 1373.

6. Concluding Remarks

Throughout this article three basic premises have been used. First, terrorist groups have become increasingly more complex organizations. Second, countries may be sorted out between target countries and non-target countries. Third, it is economically unfeasible for states to implement a “market-for-regulation” out of transaction costs which arise from states’ objectives. From all those principles, it has been presented an analytic model in which the goods and services –in this case, counterterrorist policies, are provided by means of an imposition, rather than a transaction. Countries do not use prices as incentives, but sanctions.

It may be odd, even unpleasant for many readers to envision such model. It would be expected that any state must be sovereign in its decision-making process. However, whenever a public policy is enforced by any state, in order to make it globally efficient, its positive externalities must be taken into account, that is, the good effects that such public policy has on other countries. Globalization has increased such international externalities, but there is

not any global central authority which could implement efficient public policies by means of, say, a tax. Therefore, sanctions act as imperfect incentives. As for counterterrorist policies, sanctions implemented by target countries serve to make non-target countries share the risk brought about if the latter does not implement the desired policies, or else, if they are undersupplied.

A very important assumption in this analysis has been that non-target countries completely defray its counterterrorist policies. Two issues are related with this supposition. First, target countries may want as much policy enforcement as possible, taking into account that they enjoy pure benefits from non-target states regulations. Second, it has been said that among state's objectives there is autonomy. As a consequence, it may be of non-target countries' interest to enforce its own policies. Of course such assumption may seem too unrealistic. It can be argued that target countries may offer aid and/or in the implementation of these policies. Nevertheless, it may be said that either target countries participation in policies cost sharing may be too small, or that sanctions can be envisioned as positive opportunities forgone by non-target countries.

A fundamental issue to be pointed out is that the typology used in this article, which classifies the several countries between 'target' and 'non-target', is by no means equivalent to any criterion related with size, that is, 'big' and 'small' respectively. Imposition is not originated by size, but rather out of the context in which political entities in the world face terrorism, and how such context is related with each entity's objectives and conditions. Naturally, it would be more convenient for a big state to apply any punishment against a small state, other things equal, but this is not enough. The extent in which the policies applied by the latter could affect the former must be also taken into account.

Finally, this analysis has used counterterrorism as an application. However, imposition of public policies could be used in many other fields in which benefits are not mostly enjoyed by the country which enforces the policy. Examples of this are global warming, child pornography, health issues, counterfeiting and so on. The extent in which public policies may be imposed will depend on the effectiveness and the convenience of the sanctions which may be enforced by those countries which are more benefited by such regulations.

References

- Abadie, A. & J. Gardeazabal (2008). 'Terrorist and World Economy.' *European Economic Review* 52(1): 1-27.
- Adamson, F. (2005). 'Globalisation, Transnational Political Mobilisation, and Networks of Violence.' *Cambridge Review of International Affairs* 18(1): 31-49.
- Aggarwal V. & C. Dupont (1999). 'Goods, Games, and Institutions.' *International Political Science Review / Revue internationale de science politique* 20(4):393-409.
- Aggarwal V. & C. Dupont (2002). 'Goods, Games, and Institutions: A Reply.' *International Political Science Review / Revue internationale de science politique* 23(4) :402-410.
- Altfeld, M.F. (1984). 'The Decision to Ally: A Theory and Test.' *Western Political Quarterly* 37(4): 523-544.
- Brauer, J. (2004). 'Why is Peace so Difficult to Obtain?' Paper presented at the annual meeting of the American Economic Association, January 3-5, in San Diego, CA, USA.
- Bueno de Mesquita, E. (2007). 'Politics and the Suboptimal Provision of Counterterrorism.' *International Organization* 61(1):9-36.
- Drakos, K. & Gofas, A. (2006). 'In Search Of The Average Transnational Terrorist Attack Venue.' *Defence and Peace Economics*, 17(2): 73-93.
- Enders, W. & Sandler, T. (1993). 'The Effectiveness Of Anti-Terrorism Policies: Vectorautoregression-Intervention Analysis.' *American Political Science Review*, 87(4): 829-844.
- Enders, W. & Sandler, T. (2005). 'After 9/11: Is It All Different Now?' *Journal of Conflict Resolution*, 49(2): 259-277.
- Enders, W. & Sandler, T. (2006). 'Distribution of Transnational Terrorism among Countries by Income Class and Geography after 9/11.' *International Studies Quarterly*, 50(2): 367-394.
- Enders W. & Su X. (2007). 'Rational Terrorist and Optimal Network Structure.' *Journal of Conflict Resolution*, 51(1):33-57.
- Frey, B. S. (2004). *Dealing with Terrorism—Stick or Carrot?* Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Limited.
- Frey B. S. & Luchsinger S. (2005). 'Measuring Terrorism.' In: A. Marciano & J.M. Josselin (ed.), *Law and the State: A Political Economy Approach*, 142-181, Cheltenham UK: Edward Elgar Publishing.
- Ganor B. (2008). 'Terrorist Organization Typologies and the Probability of a Boomerang Effect.' *Studies in Conflict & Terrorism*, 31(4): 269-283.
- Guillaume, G. (2004). 'Terrorism and International Law.' *International and Comparative Law Quarterly*, 53(3): 537-548.
- Hunt, A. (2006). 'Terrorism as an International Crime.' Available at <http://www.counter-terrorism-law.org/internationalaw.pdf>

- Abadie, A. & J. Gardeazabal (2008). 'Terrorist and World Economy.' *European Economic Review* 52(1): 1-27.
- Adamson, F. (2005). 'Globalisation, Transnational Political Mobilisation, and Networks of Violence.' *Cambridge Review of International Affairs* 18(1): 31-49.
- Aggarwal V. & C. Dupont (1999). 'Goods, Games, and Institutions.' *International Political Science Review / Revue internationale de science politique* 20(4):393-409.
- Aggarwal V. & C. Dupont (2002). 'Goods, Games, and Institutions: A Reply.' *International Political Science Review / Revue internationale de science politique* 23(4) :402-410.
- Altfeld, M.F. (1984). 'The Decision to Ally: A Theory and Test.' *Western Political Quarterly* 37(4): 523-544.
- Brauer, J. (2004). 'Why is Peace so Difficult to Obtain?' Paper presented at the annual meeting of the American Economic Association, January 3-5, in San Diego, CA, USA.
- Bueno de Mesquita, E. (2007). 'Politics and the Suboptimal Provision of Counterterrorism.' *International Organization* 61(1):9-36.
- Drakos, K. & Gofas, A. (2006). 'In Search Of The Average Transnational Terrorist Attack Venue.' *Defence and Peace Economics*, 17(2): 73-93.
- Enders, W. & Sandler, T. (1993). 'The Effectiveness Of Anti-Terrorism Policies: Vectorautoregression-Intervention Analysis.' *American Political Science Review*, 87(4): 829-844.
- Enders, W. & Sandler, T. (2005). 'After 9/11: Is It All Different Now?' *Journal of Conflict Resolution*, 49(2): 259-277.
- Enders, W. & Sandler, T. (2006). 'Distribution of Transnational Terrorism among Countries by Income Class and Geography after 9/11.' *International Studies Quarterly*, 50(2): 367-394.
- Enders W. & Su X. (2007). 'Rational Terrorist and Optimal Network Structure.' *Journal of Conflict Resolution*, 51(1):33-57.
- Frey, B. S. (2004). *Dealing with Terrorism-Stick or Carrot?* Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Limited.
- Frey B. S. & Luchsinger S. (2005). 'Measuring Terrorism.' In: A. Marciano & J.M. Josselin (ed.), *Law and the State: A Political Economy Approach*, 142-181, Cheltenham UK: Edward Elgar Publishing.
- Ganor B. (2008). 'Terrorist Organization Typologies and the Probability of a Boomerang Effect.' *Studies in Conflict & Terrorism*, 31(4): 269-283.
- Guillaume, G. (2004). 'Terrorism and International Law.' *International and Comparative Law Quarterly*, 53(3): 537-548.
- Hunt, A. (2006). 'Terrorism as an International Crime.' Available at <http://www.counter-terrorism-law.org/internatlaw.pdf>

Lee, D.R. (1988). 'Free riding and paid riding in the fight against terrorism.' *American Economic Review* 78, (2), 22-26.

Mishal S. & Rosenthal M. (2005). *Al Qaeda as a Dune Organization: Toward a Typology of Islamic Terrorist Organizations.* *Studies in Conflict & Terrorism*, 28(4): 275-293.

Olson M. & Zeckhauser R. (1966). *An Economic Theory of Alliances.* *The Review of Economics and Statistics*, 48(3): 266-279.

Sanico G.F. & Kakinaka M. (2008). 'Terrorism and Deterrence Policy with Transnational Support.' *Defence and Peace Economics*, 19(2): 153-167.

Sandler, T. (2003), 'Collective Action and Transnational Terrorism,' *The World Economy*, 26(6): 779-802.

Sandler, T. & Arce, D.G. (2001). 'Transnational public goods: Strategies and institutions.' *European Journal of Political Economy*, 17(3):493-516.

Sandler, T. & Arce, D.G. (2003). 'Pure Public Goods versus Commons: Benefit-Cost Duality.' *Land Economics*, 79(3):355-368.

Sandler, T. & Arce, D.G. (2005). 'Counterterrorism: A Game-Theoretic Analysis.' *Journal of Conflict Resolution*, 49(2):183-200.

Sandler T. & Hartley K. (2001). 'Economics of Alliances: The Lessons for Collective Action.' *Journal of Economic Literature*, 39(3):869-896.

Sandler, T. & Siqueira, K. (2006). 'Global terrorism: Deterrence versus Preemption.' *Canadian Journal of Economics/Revue canadienne d'économie*, 39(4):1370-1387.

Sororkin, G. (1994). *Arms, Alliances, and Security Tradeoffs in Enduring Rivalries.* *International Studies Quarterly*, 38: 421-446.

Sunstein C. (2002). *Risk and Reason.* Cambridge: Cambridge University Press.

Traban, J. (2002). 'Terrorism Conventions: Existing Gaps and Different Approaches.' *New England International and Comparative Law Annual* 215. Available at http://www.nesl.edu/intljournal/vol8/traban_v8n2.pdf.

United Nations (2001). *Security Council Resolution 1373, 28 September 2001.* New York City: UN Security Council. Available at <http://daccessdds.un.org/doc/UNDOC/GEN/N01/557/43/PDF/N0155743.pdf?OpenElement>.

Wallner, K. (2002). 'The Provision of Public Goods in International Relations: a Comment on «Goods, Games, and Institutions.»' *International Political Science Review / Revue internationale de science politique*, 23(4) : 393-401.



Export Behaviour: a Study of Spanish SMEs*

AREA: 1
TYPE: Application

Comportamiento de Exportación: un estudio de las pyme españolas
Comportamento de Exportação: um estudo de pmes espanholas

AUTHORS

Natalia Dejo-Oricain
Universidad de Zaragoza, Spain.
ndejo@unizar.es

Marisa Ramírez-Alesón
Universidad de Zaragoza, Spain.
mramirez@unizar.es

1. Autora de contacto:
Departamento de Economía y Dirección de Empresas. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales; Universidad de Zaragoza; C/ Gran Vía 2; 50005-ZARAGOZA (SPAIN).

This paper examines different patterns of export behaviour of SMEs as determined by three groups of factors: 1) the business sector in which the company operates; 2) some organisation-related characteristics; and 3) the destination market. Our results show that there are five different export profiles that reflect varying degrees of commitment in their international expansion and different strategies.

En este artículo se definen los distintos patrones de comportamiento de exportación de las PYME teniendo en cuenta tres grupos de factores: 1) el sector empresarial en el que se desarrolla la empresa; 2) determinadas características relacionadas con la empresa y 3) el mercado de destino. Nuestros resultados muestran que existen cinco perfiles de exportación distintos que reflejan los distintos grados de compromiso en su expansión internacional y sus distintas estrategias.

Este artigo examina diferentes padrões de comportamento de exportação das PME conforme determinado por três grupos de factores: 1) o sector de negócio no qual a empresa desenvolve a sua actividade; 2) algumas características relacionadas com a organização; e 3) o mercado de destino. Os nossos resultados mostram que existem cinco perfis diferentes de exportação que reflectem os graus variáveis no seu compromisso na sua expansão internacional e as diferentes estratégias.

DOI
10.3232/
GCG.2009.
V3.N2.03

* This paper was edited in the context of the objectives of the CREVALOR Excellence Research Group recognized by Diputación General de Aragón (SPAIN).

1. Introduction

In recent decades, there has been a gradual opening and interdependence of economic and political systems that have led to economic globalisation. As a result, companies, and particularly SMEs (small and medium enterprises), are the main players in the international arena where exporting is central to their survival.

The study of export behaviour has aroused great interest, both academic and professional, and in public authorities. Katsikeas et al. (2000) highlight the importance of exports from three perspectives. Firstly, for politicians, who analyse exports as a way to accumulate foreign currency reserves, increase levels of employment, productivity and social prosperity. Secondly, for managers since exports are a form of corporate growth that imply an increase in production capacity, an improvement in financial results and business competitiveness, and also to ensure the survival of the company in a highly globalised marketplace. And thirdly, for researchers, who consider exports as a changing but promising area to develop theories.

This research area has been widely discussed and under different perspectives, especially among large companies. However, government statistics indicate that most firms engaged in international business activities are SMEs (Knight, 2001). And, in particular, that export is their main mode of internationalisation (Dhanaraj and Beamish, 2003), because it is the simplest and quickest access to international markets (Majocchi et al., 2005). In addition, SMEs have a very important presence in national economies not only in number - 99.8 percent of non-financial companies were SMEs in both Spain and the 27 European countries in 2005 (Eurostat, 2008) - but also in job creation and generating added value.

Although SME exporting has been a significant area of research in small business for the past decade, studies often focus on the decision to export rather than analysing the export strategy of the company (Cavusgil and Zou, 1994). So, no yet an agreement exists on which are the characteristics that determine the exporting profile. Therefore, it is necessary to go further in the study of the characteristics of SME exporters. Thus, this paper seeks to identify the existence of different patterns of export behaviour, based on a series of factors related to the characteristics of the company, market and its business sector. To this end, we used a sample of 215 non-financial Spanish SMEs that exported during 2006.

Establishing patterns of export behaviour followed by SMEs provides new evidence on the differences between different exporting companies that allows us to understand better the internationalisation process of SME firms. Moreover, it would help politicians to develop public programmes best suited to company profiles.

To achieve this objective, we start with the identification and justification of the main determining factors for exports analysed in the literature. We then apply a hierarchical cluster analysis to produce groups of companies. Once the groups are identified, we proceed to characterise each of them. Finally, we present the conclusions of our study.

KEY WORDS

**Export,
SMEs,
Determinant
factors,
Spanish**

PALABRAS CLAVE

**Exportación,
PYME,
Factores
determinantes,
Español**

PALAVRAS- CHAVE

**Exportação,
PMEs,
Factores
determinantes,
Espanhol**

JEL CODES

L2; F14

2. Determinants for Export Behaviour

In order to identify the determinants for SME export behaviour, we focus on traditional export behaviour literature. As Gemünden (1991) states, most of these studies approached exporting without a theoretical perspective, relying primarily on empirical results. Indeed, he carried out a review of the literature which identified more than 700 variables explaining export behaviour.

Following Cavusgil and Zou (1994), we consider export strategy would be determined by internal forces such as firm characteristics and external forces such as industry and export market characteristics. Thus, this paper classifies the determinants of SME export behaviour into three groups: company business sector, company-specific characteristics and the export destination market.

The **Sector** the company belongs to influences its export behaviour, as there are specific characteristics for each sector that affect export opportunities. The sector of the company provides information about its technological level (Ramírez et al., 2004). As shown by Caves (1996), the most technologically advanced companies are more involved in international markets than those less advanced. In addition, Sterlacchini (2001) mentions the importance that economies of scale can have within each sector, as they determine the number and size of the firms and hence their propensity to export. Nachum and Zaheer (2005) find that the existence of strong competitiveness in the sector puts pressure on firms to seek new markets for their products.

Among **Company-specific** characteristics, the literature pays special attention to company **Size**. Generally, large companies have advantages related to their size that make them more efficient in terms of export for four reasons (Leonidou, 1998). First, because they have more financial, human and material resources available, which are crucial for developing and maintaining an export programme (Cavusgil and Naor, 1987). Secondly, because their managers are more competent and dynamic, capable of appreciating the usefulness of exporting and developing a strategy to export effectively (Tookey, 1964). As a result, size not only facilitates entry into a foreign market but also provides a greater ability to respond effectively to the demands of customers abroad (Katsikeas et al., 1995). Thirdly, they are more competitive due to being able to generate more economies of scale and having greater power in the market (Samiee and Walters, 1990). And fourthly, they are more risk tolerant because they have easier access to information sources as they have the ability to withstand the impact of international errors (Bonaccorsi, 1992; Balabanis and Katsikea, 2003). In short, large companies have advantages in terms of export, as long as their size is associated with lower average or marginal costs (Bernard and Jensen, 2004).

However, a smaller size is not an obstacle for exports (Sterlacchini, 2001), as exporting is the form of internationalisation that requires fewer resources compared with other forms of entry into foreign markets (Bonaccorsi, 1992). Among the reasons put forward is that this relationship is influenced by the export strategy the company has decided. Thus, SMEs that have few domestic specialised resources for export can compensate with external resources, or because small firms in groups have easy access to information, it reduces the company's risk perception by their copying other companies (Bonaccorsi, 1992). In a constantly chan-

ging global environment, small companies have a greater flexibility and ability to adapt to changes quickly and overcome difficulties, as its management is less complex and less formal systems are needed for coordinating activities than in large multinationals (Balabanis and Katsikea, 2003).

Organisational Experience is also important (Leonidou, 2000; Majocchi et al., 2005) because “it reflects the intangible nature of those resources related to corporate experience and knowledge in the company, throughout its working life, different from those of the international arena, which facilitate the adaptation to new environments” (Ramírez et al., 2006, p. 171). The experience of a company is the base from which the values, routines and traditions are developed that guide its current and future strategy, thus facilitating international activity (Balabanis and Katsikea, 2003). Companies with less organisational experience find it more difficult to overcome barriers to export due to their lack of organisational resources, experience of their directors and knowledge of the business and market (Leonidou, 2000). International activity requires some organisational experience, as companies engaged in international expansion are those who are successful in their domestic markets (Majocchi et al., 2005).

The literature also considers **Product Diversification** as a determinant of export behaviour. It consists of the entry into a sector other than where the company operates normally or to which it belongs and it is a growth strategy.

Product diversification encourages the managers to acquire certain skills, which may be useful in its international activity. It also provides operational flexibility for the company (Ramírez-Alesón and Espitia-Escuer, 2002), which may serve to reduce the fluctuations in exports. Thereby, reducing the risk associated with dependence on a

particular product because it minimises the effects of adverse changes in demand for its exported products.

However, and more specifically for SMEs, it is often difficult to cope with both a diversification in product and international expansion at the same time, due to the large amount of resources required (Chen and Martin, 2001). Thus, a low level of product diversification enables the company to focus on a single product market or in a few closely related product markets, achieving efficiency in production. Similarly, Knight (2001) argues that the rapid international growth of SMEs is due in large part to their operation in niche markets and that they are companies specialising in that product.

Given that globalisation can be seen as a learning process in which the company is accumulating knowledge, the **International Experience** of the company acquires great importance in explaining its exporter behaviour (Erramilli, 1991). According to Chetty et al. (2006, p. 701), the international experience is defined as the “experiences from past businesses in diverse foreign markets”. Thus, only by doing business in a particular country is it possible to learn how to act and react with consumers, intermediaries, competitors and public authorities (Johanson and Vahlne, 2003). This knowledge of the destination country could never be replaced by obtaining general information about the market or via surveys.

As the company gains international experience it creates international bonds with customers, suppliers and other business partners (Johanson and Vahlne, 2003). Thus, networks emerge that foster relationships between companies by establishing channels of information that stimulate exports and help overcome the disadvantages of being foreign. As Yasar and Paul (2007) show, among the international bonds the company may have are foreign sharehol-

ders and foreign direct investment, as they are generally considered channels for the international transfer of technology.

In addition, the empirical results of Kneller and Pisu (2004) show that foreign subsidiaries are more likely to export than domestic enterprises. Indeed, if they already export they probably do so in greater numbers. And Requena-Silvente (2005) finds that the existence of foreign shareholders favours the internationalisation of the company.

In short, as the company is gaining international experience, it increases its confidence in overseas markets, entry costs reduce and therefore greater geographical expansion is favoured (Erramilli, 1991; Chetty et al., 2006).

In addition, as the School of Uppsala establishes, during the early stages of internationalisation of the company, the level of exports is usually sporadic. Then, as the company moves through its process of internationalisation, a greater effort is generally offset by an increase in the volume of exports and greater **Export Regularity**. Similarly, Greenaway et al. (2007) highlight the importance of distinguishing between firms that export continuously and those that do not, as the introduction into international markets creates substantial input costs, such as gathering information about destination markets, developing distribution channels, modifying products and packaging to the country of destination, knowledge and compliance with international standards, among others. These sunk costs generate a hysteresis effect in export markets.

Thus, companies that export continuously are the ones that are more likely to overcome these entry costs. They therefore remain in the international market, since a company will always export provided that current and expected profits of the exports

exceed the sunk costs of market entry and variable costs of the exports for that period (Bernard and Jensen, 2004).

Geographic Diversification has also been considered as a determinant of export behaviour. It is defined as expansion across the borders of global regions into different geographic markets. It is, therefore, an indicator of the geographical scope and technological and cultural diversity of the export destination countries (Zahra et al., 2000).

The presence in a large number of markets allows a company to spread the risk, especially when markets are not perfectly correlated. Moreover, it may favour the company to increase and improve its competitive advantage, which could lead to an increase in exports.

In recent years, **Information and communication technology (ICT)** has evolved quickly and the level of implementation of ICT has become a determinant for export behaviour. Following Tan et al. (2007), the introduction of ICT is a necessary but not sufficient condition to stimulate export behaviour. This is because the organisation must ensure that information is properly processed and exploited to effectively reduce the uncertainty and risk associated with exporting.

Among the highlights in ICT, is the development of the Internet because it allows foreign customers to have more detailed knowledge about the image and international reputation of the company, thereby facilitating exports (Nieto and Fernández, 2005).

In addition, according to Petersen et al. (2002), one of the main barriers to international expansion is the uncertainty of foreign markets, and the Internet can be a tool for reducing asymmetric information (facilitating the creation, retention and transfer of tacit knowledge).

The last group of factors to influence export behaviour is the export **destination market**.

The choice of market for the company to direct its exports is determined by the opportunities and threats presented. Among the factors to take into account are, firstly, the potential demand (Cavusgil and Zou, 1994), because it provides information on potential consumers who will receive the exported products. Secondly, economic development, as the higher the level of development of a market, the more attractive as an export destination it is. This is because, in general terms, further development is associated with increased purchasing power of the population (Ramírez et al., 2006). And thirdly, the proximity to the country of origin since, according to the Uppsala model, internationalisation of a company follows a gradual process, such that the company first exports to countries which are psychologically similar. Then, as it gains experience, it will look towards other markets.

Moreover, the geographical proximity affects transport costs and export controls. In addition, Cavusgil and Zou (1994) refer to legal proximity, since a similarity in the laws of the destination country is seen as a positive factor for export. This is because demands are not placed upon the company to make great efforts in making adjustments, which reduces uncertainty.

3. Sample Presentation

In order to identify different patterns of export behaviour of SMEs, we use a unique combination of data from two sources: Spanish Chamber of Commerce data on export and the SABI (System for Analysing Iberian Balance Sheets) database.

The first one identifies the Spanish export firms, and provides information on the level of exports (exports exceeding one million euros: high level; between 100,000 and one million: middle; and less than 100,000 euros: low); the years of export (between 1997 and 2006); the export destination countries, the products exported, and whether or not a web page was available for each of them. The SABI database provides financial and general information from Spanish and Portuguese firms.

From previous information, we select a sample of 224 SME exporters from Aragón (Spain) during 2006. Besides being the region from where the authors come from, it shares similar characteristics with the rest of Spain, regarding the main export destinations and characteristics of the companies. The other reason for choosing Aragón for this research is its strategic geographic location, connecting the most important Spanish cities and the rest of Europe.

In order to identify SMEs we follow the criteria established in the European Commission recommendation 2003/361/EC¹. We identify nine firms as large that we remove from the sample.

1. According to the definition, enterprises employing less than 250 persons or having an annual turnover not exceeding 50 million euros, and/or an annual balance sheet total not exceeding 43 million euros, are regarded as SMEs. Furthermore, within the SME category, the threshold between the small and medium-sized enterprises is set to an employee number of 50 persons or an annual turnover and/or annual balance sheet total not exceeding 10 million euros. According to the determination, a micro-enterprise employs fewer than 10 persons having an annual turnover and/or annual balance sheet total not exceeding 2 million euros.

So, the final sample therefore consists of 215 SME exporters during 2006 (Table 1).

Table 1. Distribution by export size and volume for the companies sampled

Export Volume	Micro		Small		Medium		Total	
	No	%	No	%	No	%	No	%
Low	31	51.7	27	45.0	2	3.3	60	27.9
Medium	17	19.8	58	67.4	11	12.8	86	40.0
High	4	5.8	25	36.2	40	58.0	69	32.1
Total	52	24.2	110	51.2	53	24.7	215	100.0

No: Number

4. Presentation of the Variables

Following section 2 of this paper, we also classify the variables that reflect the determinants of export behaviour into three groups: Sector, Firm Characteristics and Market Variables.

The *Sector* to which the company belongs is based on the OECD sector classification (Organisation for Economic Co-operation and Development). Thus, nine sectors are identified: *S1*-Foodstuffs, *S2*-Textile and Wood Industry; *S3*-Oil, Chemicals, Rubber and Plastics; *S4*-Metal and Mechanical Products; *S5*-Office machinery, Computers, Radio, TV and Communications equipment; *S6*-Vehicles and other transportation equipment; *S7*-Trade and Repair; *S8*-Property and Company assets and *S9*-Other sectors.

The inclusion of these sectors in the analysis is done via nine dummy variables which take a value of one when the company belongs to that particular sector, and zero otherwise.

Among *Company* characteristics, the *Export level* variable is measured by way of three dummy variables, indicative of a high, medium or low level of exports. These take a value of one for more than one million euros (high), from 100,000 to 1,000,000 euros (medium), or less than 100,000 euros (low), and zero otherwise.

To measure *Company size*, we use European Commission criterion (see footnote 3). It is measured via three dummy variables that take the value one for Micro, Small and Medium companies, and zero otherwise.

As in previous literature, we use the age of the company as a proxy of *Organisational experience* (i.e. Balabanis and Katsikea, 2003). For inclusion in the analysis, we standardise it to a continuous variable (between zero and one). Zero corresponds to the youngest company and one to the oldest, with the rest distributed within the range in proportion to the distances between them.

Product diversification is measured in terms of the company's presence in more than one sector, according to authors like Requena-Silvente (2005). Thus, product diversification is

measured with a binary variable (0, 1), which takes the value one if the company operates in more than one sector and zero otherwise.

The number of different exported goods also reflects product diversification but in the foreign markets. To measure it, we use the number of TARIC chapters² exported by the companies. To enter the number of goods exported, we standardise this variable to a continuous variable (0, 1). Zero corresponds to the lowest number of exported goods, one to the highest value with the rest distributed within the range in proportion to the distances between them.

Following Yasar and Paul (2007) who advocate the importance of the presence of foreign shareholders in the company and subsidiaries abroad, *International Experience* is measured via two variables. The first is a dummy variable that takes the value of one if there are foreign shareholders and zero otherwise. The second is another variable dummy that takes the value of one if there are international subsidiaries and zero otherwise.

Export Regularity, according to Greenaway and Kneller (2007), is estimated by differentiating between regular and occasional exporters. “Regular exporters” are those firms who exported every year in the period 1997-2006. This is measured via a dummy variable which takes the value of one if the company is a regular exporter, and zero otherwise.

To measure *Geographic Diversification*, according to Chetty et al. (2006), we use the number of export destination countries. This variable is standardised to a continuous variable (0, 1), where zero corresponds to the lowest number of destination countries for exports, one to the highest value, and the remainder distributed within the range in proportion to the distances between them.

Exporters tend to seek information and communicate via the Web. Therefore, and according to authors like Nieto and Fernández (2005), we use the criteria of the company having its own website as an approximation for the *ICT implementation level*. Thus, this factor is measured via a dummy variable that takes the value of one if the company has a website, and zero otherwise.

Finally, we include one *Market* factor via export destination areas. Identifying the *Export destination areas* required classifying the world market into different geographical regions. The approach, also used by Delgado-Gómez et al. (2004), is based on the political and economic conditions prevailing in each country, so as to maintain uniformity within each group. Thus, we have grouped the countries in nine geographical areas. Countries included in one area cannot be included in other areas. Also, we add an extra area for “undetermined” (or unknown) destinations contained in the Chamber of Commerce database.

The 10 geographical areas are as follows: The fifteen European Union countries (EU-15); Countries recently joining the European Union (EU-25); Candidate countries for the European Union (Pot-EU); tax havens (TH)³; Latin America (LA), OECD countries not included in the above areas (R-OECD), Asia (ASIA); Africa (AFRICA); the Rest of the World (RW) and undetermined (Na). Thus, we define 10 dummy variables representing the 10 geographical areas.

2. The online customs tariff database is a multilingual database in which are integrated all measures relating to tariff, commercial and agricultural legislation. By integrating and coding these measures, the TARIC secures their uniform application by all Member States and gives all economic operators a clear view of all measures to be undertaken when importing or exporting goods.

3. The countries included in the area of tax havens are those considered as such under the Spanish Royal Decree 1080/1991, July 5.

A value of one is taken if that particular area is exported to, and zero otherwise.

Table 2 shows a summary of the basic descriptive statistics for the variables used.

Table 2. Characteristics of the SME sample

	Variables	Number	%	Mean	Standard Deviation
Sector	S1 - Foodstuffs	15	7.0	0.07	0.255
	S2 - Textile and Wood Industry	26	12.1	0.12	0.327
	S3 - Oil, Chemicals, Rubber and Plastics.....	24	11.2	0.11	0.316
	S4 - Metal and Mechanical Products	36	16.7	0.17	0.374
	S5 - Office machinery, Computers, Radios, TVs & Communications equipment	23	10.7	0.11	0.310
	S6 - Vehicles and other transportation equipment	8	3.7	0.04	0.190
	S7 - Trade and Repair	74	34.4	0.34	0.476
	S8 - Property and company assets	5	2.3	0.02	0.151
	S9 - Other sectors.....	4	1.9	0.02	0.135
Firms Characteristics	Export level high	69	32.1	0.32	0.468
	Export level medium	86	40.0	0.40	0.491
	Export level low	69	32.1	0.32	0.468
	Medium size.....	53	24.7	0.25	0.432
	Small size	110	51.2	0.51	0.501
	Micro size.....	52	24.2	0.24	0.429
	Organisational experience.....	-	-	19.53	10.317
	Product diversification (sector).....	99	46.0	0.46	0.500
	Product diversification (no. products exported).....	-	-	4.13	4.112
	International experience (Foreign owners).....	15	7.0	0.07	0.255
	International experience (Subsidiaries abroad).....	12	5.6	0.06	0.230
	Export regularity.....	125	58.1	0.58	0.494
	Geographic diversification (no. destination countries)	-	-	9.43	12.291
ICT implementation	130	60.5	0.60	0.490	
Market	EU-15.....	118	54.9	0.55	0.499
	EU-25.....	55	25.6	0.26	0.437
	POT-EU.....	50	23.3	0.23	0.423
	TH.....	92	42.8	0.43	0.496
	LA.....	87	40.5	0.40	0.492
	R-OECD.....	82	38.1	0.38	0.487
	ASIA.....	64	29.8	0.30	0.458
	AFRICA	66	30.7	0.31	0.462
	RW.....	36	16.7	0.17	0.374
	Na.....	157	73.0	0.73	0.445

5. Methodology and Study Results

To carry out the characterisation of SME exporters, aspects of the sector, the company and the market are taken into consideration. We conduct a hierarchical cluster analysis which grouped the companies according to their export behaviour. So, it allows us to identify different exporting profiles.

The method of clustering is the intra-group linking because it tends to combine the clusters with smaller variations within the conglomerate. The grouping criterion is the average distance of all individuals in a group with all the individuals of another, such that we were looking for the greatest uniformity within a group and differences between the groups. As a measure of similarity, the squared Euclidean distance was chosen⁴. The criterion used for obtaining groups is based on the maximum relative distance between the coefficients of the grouping history, which generates five as the optimal number of groups.

Once each one of the cases was assigned to its corresponding group, Table 3, which includes the most important characteristics, was compiled.

Table 3. Cluster Analysis Results

	Group 1	Group 2	Group 3	Group 4	Group 5
Number of cases	79	40	33	33	30
Sectors	S-7 (47%)	S-7 (32%)	S-7 (27%), S-4 (24%)	S-7 (24%), S-3 (18%)	S-3 (23%), S-7 (23%)
Export level	Low (75%)	Medium (92%)	Medium (90%)	High (82%)	High (100%)
Company size	Micro (57%)	Small (75%)	Small (94%)	Medium (67%)	Medium (80%)
Organisational experience medium	16.9	17.3	18.7	23.1	26.4
Product diversification (sector)	44 (56%)	21 (52%)	18 (54%)	5 (15%)	11 (37%)
Product diversification (Average no. of products exported)	3.18	3.23	6.09	2.91	7.03
International experience (Foreign owners)	2 (2%)	1 (2%)	1 (3%)	6 (18%)	5 (17%)
International experience (Subsidiaries abroad)	1 (1%)	1 (2%)	2 (6%)	0	8 (27%)
Export regularity (1997-2006)	32 (41%)	19 (47%)	22 (67%)	27 (82%)	25 (83%)
Geographic diversification (no. of destination countries)	3.7	4.4	11.0	6.8	32.3
ICT implementation	43 (54%)	18 (45%)	29 (88%)	16 (48%)	24 (80%)
Main export destination areas	TH (29%), R-OECD (29%) y LA (25%)	EU-15 (70%)	LA (70%), TH (70%), EU-15 (61%), AF (52%)	EU-15 (97%), LA (36%)	EU-15 (100%) & all other areas in significant percentages

The figures in brackets represent the percentages of the total group

4. The statistical programme used was SPSS 14.0 for Windows.

Group 1 has a very low export profile, with 79, mostly micro, companies exporting less than 100,000 euros. It is characterised by sporadic exporting, of fewer products (3.18) and to the lowest number of countries (3.7) in widely dispersed geographical areas, mainly Tax Havens, OECD and Latin America and ahead of the EU-15 (only 10% of these companies export to this area).

It is the group with more companies in more than one sector (56% of firms are diversified). And, it is the group with the lowest organisational experience (16.9 years old on average).

Group 2 includes 40 companies, mostly small, and their export profile is low, although higher than previous group. In particular, they export between 100,000 and one million euros, with few products (3.23) and few countries (4.4), mainly in the EU-15. However, more than 50% of the firms are in different industries.

Their international experience is low and less than 50% has export regularity. Finally, they have the least use of ICT (only 45%).

Firms in **Group 3** (33 small-sized companies) export between 100,000 and one million euros worth of goods. Their organisational experience is on the average (19) but their international experience and export regularity are higher than firms in previous groups. They reach numerous countries (11), over areas which are more dispersed and less contiguous. Tax Havens are their second highest destination area, after Latin America and before the EU-15.

It is the second group in terms of product diversification (for both the level of presence in more than one sector and number of products exported). And, they have the highest level of ICT implementation, with nearly all companies (88 percent) having a website.

Group 4 also consists of 33 companies but they are larger than firms in previous groups (medium size). They have the second greatest organisational experience, with an average age of 23 years old.

Most of them export over a million euros and with regularity during the last years. Their international experience comes mainly from foreign shareholders (18%), whose existence promotes the internationalisation of the companies (Requena-Silvente, 2005). However, there are not companies in the group with subsidiaries abroad.

Companies in this group have the least product diversification in the sample (when analysed by sector). They are usually concentrated in one sector. And they export 2.91 different products in the foreign markets. In particular, they export especially to psychologically close markets, such as the European Union of 15 and Latin America.

Group 5 is composed of 30 companies representing 14 percent of the sample. Its export profile is very high because all companies in the group (100 percent) export more than one million euros. They are not content with entering one product in one market; they are constantly entering other markets and offering more products for export (almost twice the average in the sample). They have the highest international experience; they have forged strong international ties, especially via foreign subsidiaries, which have promoted their exports (it is notable that 27 percent of the companies in the group have subsidiaries abroad).

The geographical scope of their exports is the widest, exporting to an average of 32 countries (the average value in the sample is 9 destinations). All the companies send their products to the EU-15 and have a highly significant presence in all geographical areas.

In this group are medium-sized enterprises, the largest size in the sample, but they are specialised in one sector (only 37% of these companies diversify). Therefore they may have specialist resources for exporting. It is also the largest group regarding export regularity and organisational experience (26.4 years old on average), which means they are more likely to have values, traditions and routines that facilitate their international activity (Balabanis and Katsikea, 2003). In addition, it is the second most important group for ICT implementation, as 80 percent of the companies have a website. This reduces both uncertainty and asymmetric information associated with international markets.

6. Conclusions

Throughout this study we have analysed the export behaviour of SMEs. In particular, we have analysed how three groups of key factors affect the foreign trade of companies, and how they determine different behaviour patterns in the companies' export behaviour. These factors are: one, the sector to which the exporting company belongs; two, the characteristics of the company (its export level, company size, organisational experience, product diversification, international experience, export regularity, geographical diversification, and level of ICT implementation); and three, the export destination market.

After a cluster analysis, we identified five exporting company profiles that show different levels of commitment in the international expansion of the companies. These range from those with the least commitment (companies in group one) to the greatest international commitment (group five).

The representative company for group one has a micro size and its organisational experience is the lowest. Its product diversification is the highest but it exports few different products and its export level is low and sporadic. The number of markets in which it is present is the lowest of all and in widely dispersed geographical areas.

It seems to be a type of company that initially opted for growth via products and is now starting its growth via exports. It is therefore an exporting company that has not yet consolidated its exports in overseas markets.

The group two company is a small firm (larger than group one company) with a high sectorial diversification. However the number of export products is low (similarly to previous group) although its export level is higher than group one company (medium) but with similar regularity. It has a low presence in foreign markets, mainly from the UE-15.

This type of company could be considered as an occasional exporting company that is consolidating its exports in the UE-15 markets.

The group three company is also small but larger than the previous companies. It has greater product diversification (for both the level of presence in more than one sector and number of products exported) but also it has presence in numerous countries, over areas which are more dispersed and less contiguous. It is a medium exporter of more regularity.

This type of company has made some efforts to move forward in its process of internationalisation. It seems to be a type of company that opted for growth via products and foreign markets.

The group four company has a medium size and its organisational experience is higher. Contrary to previous firms, it is a specialized company that exports few products to psychologically close markets with a high level and high regularity of exports.

Therefore, it has an exclusively export, but consolidated, profile.

The representative company for group five is characterised by being the most active, not only in its export behaviour but also in its international commitment. It is a company which is medium-sized with much organisational experience and is characterised by high export levels. It exports regularly and on average is present in about 32 countries from almost all international regions. In addition, the company has subsidiaries abroad and also has foreign shareholders. It is therefore not only a company that exports but one that has already started its international expansion via subsidiaries.

In short, there are five different export profiles that reflect varying degrees of commitment in their international expansion and different strategies.

All this suggests that SME exporters, due to the need for survival, with the support of public initiatives to promote foreign trade and motivated by business opportunities abroad, continue a process of gradual expansion. This attracts not only Medium-sized enterprises, but also those of a lesser size and experience.

Finally, it should be stressed that Spanish SMEs are making a great export effort, but there are still big differences among them. This has given rise to different profiles which need further study. Greater awareness of the characteristics of exporting firms will allow the challenges to be faced with less uncertainty. These challenges must be overcome, both from the standpoint of leadership as well as survival, in an increasingly globalised and changing world.

.....

References

- Balabanis, G.I.; Katsikea, E.S. (2003), «Being an Entrepreneurial Exporter: Does It Pay?», *International Business Review*, Vol. 12, pp. 233-252.
- Bernard, A.; Jensen, B. (2004), «Why Some Firms Export», *Review of Economics and Statistics*, Vol. 86, Num. 2, pp. 561-569.
- Bonaccorsi, A. (1992), «On the Relationship between Firm Size and Export Intensity», *Journal of International Business Studies*, Vol. 23, Num. 4, pp. 605-35.
- Caves, R.E. (1996), «*Multinational Enterprise and Economic Analysis*», Cambridge: Cambridge University Press.
- Cavusgil, S.; Naor, J. (1987), «Firm and Management Characteristics as Discriminators of Export Marketing Activity», *Journal of Business Research*, Vol. 15, Num. 3, pp. 221-235.
- Cavusgil, S.; Zou, S. (1994), «Marketing Strategy-Performance Relationship: An Investigation of the Empirical Link in Export Market Ventures», *Journal of Marketing*, Vol. 58, January, pp. 1-21.
- Chen, R.; Martin, M.J. (2001), «Foreign Expansion of Small Firms: The Impact of Domestic Alternatives and Prior Foreign Business Involvement», *Journal of Business Venturing*, Vol. 16, pp. 557-574.
- Chetty, S.; Eriksson, K.; Lindbergh, J. (2006), «The Effect of Specificity of Experience on a Firm's Perceived Importance of Institutional Knowledge in an Ongoing Business», *Journal of International Business Studies*, Vol. 37, Num. 5, pp. 699-712.
- Delgado-Gómez, J.M.; Ramírez-Alesón, M.; Espitia-Escuer, M.A. (2004), «Intangible Resources as a Key Factor in the Internationalisation of Spanish Firms», *Journal of Economic Behaviour & Organization*, Vol. 53, Num. 4, pp. 477-494.
- Dhanaraj, C.; Beamish, P.W. (2003), «A Resource-Based Approach to the Study of Export Performance», *Journal of Small Business Management*, Vol. 41, Num. 3, pp. 242-261.
- Erramilli, M. K. (1991), «The Experience Factor in Foreign Market Entry Behaviour of Service Firms», *Journal of International Business Studies*, Vol. 22, Num. 3, pp. 479-501.
- Eurostat Statistics in focus 31/2008 «Enterprises by size class-overview of SMEs in the UE», http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=1073,46587259&_dad=portal&_schema=PORTAL&p_product_code=KS-SF-08-031. Accessed on April 8, 2008.
- Gemünden, H. (1991), «Success Factors of Export Marketing: a Meta-analytic Critique of the Empirical Studies», in *New Perspectives on International Marketing*, Ed. S.J. Paliwoda. London: Routledge, pp. 33-62.
- Greenaway, D.; Kneller, R. (2007), «Industry Differences in the Effect of Export Market Entry: Learning by Exporting?», *Review of World Economics/Weltwirtschaftliches Archiv*, Vol. 143, Num. 3, pp. 416-432.
- Greenaway, D.; Guariglia, A.; Kneller, R. (2007), «Financial Factors and Exporting Decisions», *Journal of International Economics*, Vol. 73, Num. 2, pp. 377-395.

- Johanson, J.; Vahlne, J.E. (2003), «Business Relationship Learning and Commitment in the Internationalization Process», *Journal of International Entrepreneurship*, Vol. 1, Num. 1, pp. 83-101.
- Katsikeas, C.S.; Leonidou, L.C.; Morgan, N.A. (2000), «Firm-Level Export Performance Assessment: Review, Evaluation, and Development», *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 28, Num. 4, pp. 493-511.
- Katsikeas, C. S.; Piercy, N.F.; Ioannidis, C. (1995), «Determinants of Export Performance in a European Context», *European Journal of Marketing*, Vol. 30, Num. 6, pp. 6-35.
- Kneller, R.; Pisu, M. (2004), «Export-oriented FDI in the UK», *Oxford Review of Economic Policy*, Vol. 20, Num. 3, pp. 424-440.
- Knight, G. (2001), «Entrepreneurship and Strategy in the International SME», *Journal of International Management*, Vol. 7, Num. 3, pp. 155-171.
- Leonidou, L.C. (1998), «Organizational Determinants of Exporting: Conceptual, Methodological, and Empirical Insights», *International Management Review*, Vol. 38, Num. 1, pp. 7-52.
- Leonidou, L.C. (2000), «Barriers to Export Management: an Organisational and Internationalisation Analysis», *Journal of International Management*, Vol. 6, pp. 121-148.
- Majocchi, A.; Bacchiocchi, E.; Mayrhofer, U. (2005), «Firm Size, Business Experience and Export Intensity in SMEs: a Longitudinal Approach to Complex Relationships», *International Business Review*, Vol. 14, pp. 719-738.
- Nachum, L.; Zaheer, S. (2005), «The Persistence of Distance? The Impact of Technology on MNE Motivations for Foreign Investment», *Strategic Management Journal*, Vol. 26, pp. 747-767.
- Nieto, M.J.; Fernández, Z. (2005), «The Role of Information Technology in Corporate Strategy of Small and Medium Enterprises», *Journal of International Entrepreneurship*, Vol. 3, Num. 4, pp. 251-262.
- Petersen, B.; Welch, L.; Liesch, P. (2002), «The Internet and Foreign Market Expansion by Firms», *Management International Review*, Vol. 42, Num. 2, pp. 207-221.
- Ramírez, M.; Delgado, J.M.; Espitia, M. (2004), «Destino de las Inversiones Españolas: Países industriales versus Países en Desarrollo», *Revista de Economía Aplicada*, Vol. XII, Num. 34, pp. 127-140.
- Ramírez, M.; Delgado, J.M.; Espitia, M. (2006), «La Internacionalización de las Empresas Españolas 1993-1999: un Estudio de los Factores de Localización», *Moneda y Crédito*, pp. 167-191.
- Ramírez-Alesón, M.; Espitia-Escuer, M. (2002), «The Impact of Product Diversification Strategy on the Corporate Performance of Large Spanish Firms», *Spanish Economic Review*, 4, pp.119-137.
- Requena-Silvente, F. (2005), «The Decision to Enter and Exit Foreign Markets: Evidence from UK SMEs», *Small Business Economics*, Vol. 25, Num. 3, pp. 237-253.
- Samiee, S.; Walters, P. (1990), «Influence of Firm Size on Export Planning and Performance», *Journal of Business Research*, Vol. 20, Num. 3, pp. 235-248.

Sterlacchini, A. (2001), "The Determinants of Export Performance: A Firm-level Study of Italian Manufacturing", Review of World Economics/Weltwirtschaftliches Archiv, Vol. 137, Num. 3, pp. 450-472.

Tan, A.; Brewer, P.; Liesch, P.W. (2007), "Before the First Export Decision: Internationalisation Readiness in the Pre-export Phase", International Business Review, Vol. 16, Num. 3, pp. 294-309.

Tooke, D.A. (1964), "Factors Associated With Success in Exporting", Journal of Management Studies, Vol. 1, Num. 1, pp. 48-66.

Yasar, M.; Paul, C.J.M. (2007), "International Linkages and Productivity at the Plant Level: Foreign Direct Investment, Exports, Imports and Licensing", Journal of International Economics, Vol. 73, Num. 1, pp. 373-388.

Zabra, S.A.; Ireland, R.D.; Hitt, M.A. (2000), "International Expansion by New Venture Firms: International Diversity, Mode of Market Entry, Technological Learning, and Performance", The Academy of Management Journal, Vol. 43, Num. 5, pp. 925-950.



GEORGETOWN UNIVERSITY

uni>ersia

Estrategias de Crecimiento Internacional basadas en Alianzas Globales*

ÁREA: 2
TIPO: Aplicación

International Growth Strategies based on Global Alliances

Estratégias de Crescimento Internacional baseadas em Alianças Globais

AUTORES

Esteban García-Canali

Universidad de Oviedo, España.
egarcia@uniovi.es

Andrea

Martínez-Noya

Universidad de Oviedo, España.
noya@uniovi.es

1. Autor de Contacto:
Universidad de Oviedo;
Facultad de Ciencias
Económicas y Empresariales;
Departamento de Administración de Empresas;
Avenida de El Cristo, S/N; 33006 Oviedo; España.

Las alianzas estratégicas globales, aquéllas cuyo ámbito de actuación traspasa las fronteras de un país, permiten acelerar la expansión internacional de la empresa. En este trabajo se presenta un análisis detallado de las diferentes estrategias de expansión internacional acelerada basadas en alianzas. En concreto, se presenta una tipología basada en los recursos externos que precisa la empresa para hacer llegar sus productos a un mercado más amplio. La principal aportación del trabajo es mostrar como todo tipo de empresas se pueden beneficiar de las alianzas globales, con independencia de su dotación de recursos previa.

Global strategic alliances, those whose area of work crosses borders, can accelerate the overseas expansion of the company. This article presents a detailed analysis of the different fast-track alliance-based international expansion strategies. In particular, it presents a typology based on the external resources a company needs in order to sell its products to a wider market. The main contribution of this article is to show how all types of businesses can benefit from global alliances, independently of their prior available resources.

As alianças estratégicas globais, aquelas cujo âmbito de actuação ultrapassa as fronteiras de um país, permitem acelerar a expansão internacional da empresa. Neste trabalho é apresentada uma análise detalhada das diferentes estratégias de expansão internacional acelerada baseadas em alianças. Concretamente, apresenta-se uma tipologia baseada nos recursos externos que a empresa precisa para fazer chegar os seus produtos a um mercado mais amplo. A principal contribuição do trabalho é mostrar como todo o tipo de empresas pode ser beneficiado pelas alianças globais, independentemente da prévia dotação de recursos.

DOI

10.3232/
GCG.2009.
V3.N2.04

* Los autores agradecen el apoyo financiero proporcionado por el Ministerio de Educación y Ciencia y el FEDER (Proyecto SEJ 2007-67329).

1. Introducción

Alcanzar un ámbito mundial es cada vez más una condición necesaria para poder mantener la competitividad de la empresa. En efecto, la globalización de los mercados ha creado una serie de oportunidades para las empresas, como son la posibilidad de atender a un mayor número de clientes, la posibilidad de realizar actividades productivas en países emergentes beneficiándose de unos costes laborales inferiores o la de acceder a conocimiento específico desarrollado en otros países. Adicionalmente, la globalización ha permitido la especialización en nichos de mercado que no serían rentables en un contexto de competencia multidentificativa, pero que sí lo son en un ámbito de integración de mercados a escala global. No obstante, como la globalización ha agudizado la competencia a escala internacional, estas nuevas oportunidades se han convertido también en amenazas para las empresas. De esta forma, éstas deben hacer frente ahora a competidores cuya estructura de costes se beneficia de economías de escala a nivel mundial al diseñar y producir para un único mercado global, de menores costes de producción al realizar las actividades productivas en aquellos emplazamientos con menores costes laborales, así como de mejores tecnologías al beneficiarse de múltiples fuentes de conocimiento tecnológico. Todo ello exige a las empresas disponer de una presencia internacional, una flexibilidad interna y unas ventajas competitivas de las que incluso muchas empresas multinacionales (en adelante EMNs) convencionales carecían.

Por esta razón, la globalización ha forzado a muchas empresas a emprender un proceso de internacionalización acelerado buscando no sólo el mero acceso a nuevos mercados, sino también un rápido acceso a recursos necesarios para competir a nivel global, como conocimiento tecnológico, y capacidades de diseño y/o fabricación eficiente. Como se detalla en la siguiente sección, las alianzas estratégicas internacionales han sido una de las respuestas más frecuentes de las empresas a la hora de hacer frente a estas oportunidades y amenazas. Ciertamente, no es fácil pasar de la noche a la mañana de tener un ámbito doméstico a tener un ámbito internacional, por lo que las alianzas se configuran como una opción muy conveniente para acelerar el crecimiento internacional de la empresa. Pero son sobre todo un nuevo tipo de alianzas, las alianzas denominadas como globales, las que han tenido un mayor protagonismo dentro de este proceso. La proliferación de este tipo de alianzas ha supuesto un importante reto para la gestión de las EMNs y ha implicado cambios de notable importancia en su organización interna.

En este trabajo se presenta un análisis detallado de las diferentes estrategias de expansión internacional acelerada basadas en alianzas. En concreto, se presenta una tipología basada en los recursos externos que precisa la empresa para acelerar la expansión internacional.

PALABRAS CLAVE

Alianzas globales, Globalización, Outsourcing, Empresa multinacional

KEY WORDS

Global alliances, Globalization, Outsourcing, Multinational business

PALAVRAS-CHAVE

Alianças globais, Globalização, Outsourcing, Empresa multinacional

CÓDIGOS JEL

M16; F23

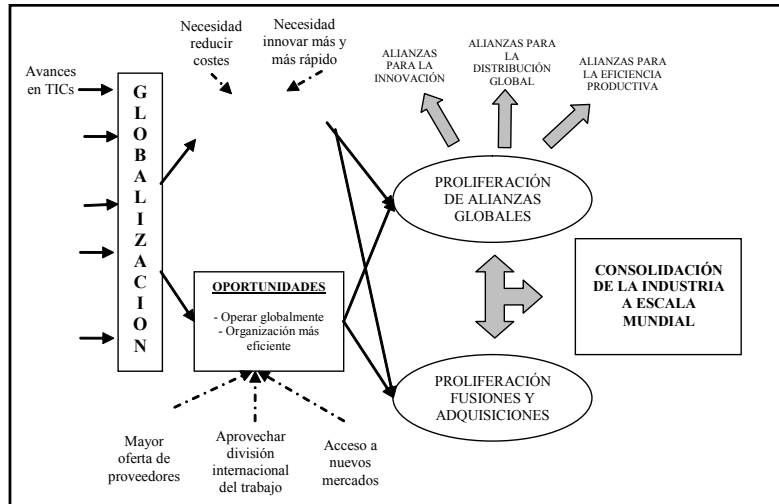
2. Tipos de alianzas para la internacionalización

En un trabajo anterior (García-Canal et al., 2002) se presentó una tipología de alianzas para la internacionalización que parte de dos dimensiones: el ámbito geográfico de las operaciones (alianzas para un país vs. alianzas para varios países) y la nacionalidad de los socios (socios nacionales vs. socios internacionales). De este modo, identificamos tres tipos de alianzas:

- **Alianzas locales:** se trata de acuerdos con socios extranjeros —normalmente de países en vías de desarrollo— para introducirse en un país determinado.
- **Alianzas globales:** se trata de acuerdos con socios extranjeros para coordinar la actuación en varios países.
- **Alianzas domésticas:** acuerdos de cooperación con socios del mismo país para facilitar la internacionalización de todos ellos.

Las alianzas domésticas y, sobre todo, las locales son los tipos clásicos de cooperación internacional. Las locales se realizan con socios establecidos en países donde existen factores que dificultan la entrada de las empresas, normalmente países en vías de desarrollo. Las domésticas son utilizadas por empresas —preferentemente pequeñas y medianas en las primeras etapas de su proceso de internacionalización— para reducir los riesgos inherentes a este proceso. Los consorcios de exportación constituyen el ejemplo paradigmático de alianza doméstica. Las alianzas globales, por el contrario, son un fenómeno reciente, relacionado con la globalización de los mercados, que permiten coordinar con un socio la competencia en los mercados internacionales. El creciente auge de las alianzas globales durante los últimos años tiene su razón de ser en el fenómeno de la globalización. En efecto, tal como se acaba de señalar, la globalización supuso una exigencia para las empresas de tener presencia en todos los mercados relevantes, una estructura de costes homologable a la de sus principales competidores internacionalizados y/o tecnologías y capacidades de diseño de vanguardia que les permitieran diferenciar sus productos (véase gráfico 1). Todo ello, en definitiva, era una exigencia para acceder a recursos y capacidades externos de los que las empresas carecían y que se volvían necesarios para mantener su competitividad. En este contexto, las alianzas locales convencionales, orientadas a acceder a recursos válidos para un país —como redes de distribución o el conocimiento de la idiosincrasia local—, no permitían a las empresas hacer frente a los retos de la globalización, pues se requerían contar con socios que abrieran simultáneamente las puertas de varios mercados y/o permitieran el acceso a recursos (como tecnología o formas más eficientes de producción) susceptibles de ser utilizados a escala mundial. Por esta razón comienzan a ser frecuentes alianzas entre empresas de países desarrollados con recursos complementarios que se abren conjuntamente sus mercados y/o comparten sus tecnologías. Ejemplos de este tipo de alianzas fueron las alianzas entre Rover y Honda o la firmada entre el Banco Santander y el Royal Bank of Scotland. Esto no quiere decir que las alianzas convencionales dejen de realizarse, tan sólo implica que van a coexistir con las nuevas alianzas contribuyendo de esta forma a difuminar las fronteras de las EMNs. Éstas pasan a ser una red de empresas integrada por los socios locales con los que cuenta la empresa en diversos países emergentes, junto con las alianzas para la organización eficiente de la producción a escala mundial, además de las alianzas para coordinar el diseño y/o la comercialización de sus productos en diversos mercados.

Gráfico 1. Causas y consecuencias de la globalización de los mercados.



Fuente: Elaboración propia

La globalización de los mercados, por tanto, ha venido forzando a las empresas a acceder a recursos externos para mantener su competitividad en el mercado internacional. A este respecto, cabe señalar que, al igual que las alianzas, las fusiones o adquisiciones son mecanismos que permiten agrupar recursos en poder de diferentes empresas para el crecimiento internacional. Las diferencias que existen entre ambos tipos de operación explican la elección entre una y otra opción (Sánchez Lorda y García-Canal, 2006). Estas diferencias giran en torno a cuatro puntos clave: los recursos que ponen en común (en una alianza sólo se comparten recursos seleccionados mientras que en una adquisición son todos los recursos de las dos empresas), la dirección del acuerdo o entidad resultante (en las alianzas los socios mantienen su autonomía, por lo que la gestión es compartida; mientras que en las adquisiciones la empresa adquirente gestiona la adquirida), la retribución a los propietarios de los recursos (mientras que las adquisiciones implican pagar por todos los recursos de la empresa adquirida, las alianzas permiten a las empresas disponer de recursos externos sin tener que pagar el valor íntegro de los recursos utilizados) y la reversibilidad de la operación (las alianzas son operaciones más fáciles de disolver que las alianzas). Las fusiones y adquisiciones son, en definitiva, operaciones con un mayor grado de irreversibilidad y suponen por tanto un mayor compromiso que las alianzas.

Partiendo de estas consideraciones cabe señalar que las características de las alianzas las hacen una opción más atractiva en épocas de elevada incertidumbre. En todo caso, las estrategias de las EMNs ya no pasan por decidir si van a realizar o no acuerdos de cooperación, sino en adoptar una estrategia de cooperación que especifique qué tipo de alianzas se van a realizar, el perfil deseable de cada socio, qué coordinación va a existir entre ellas y cómo se gestiona su evolución. De este modo, la gestión de la cartera de alianzas pasa a ser tan importante como la de la gestión de la cartera de productos. En la siguiente sección presentamos a este respecto un modelo de clasificación de las diferentes alianzas globales que una empresa puede realizar que asimismo proporciona criterios para identificar el tipo

de alianza y estrategia de cooperación internacional que puede resultar más interesante para una empresa.

3. Un modelo para la gestión de las alianzas globales de una empresa multinacional

A la hora de clasificar los distintos tipos de alianzas globales hemos seguido el criterio de identificar las oportunidades de negocio que se pueden aprovechar a través de ellas. Tomando como base la conocida matriz de Ansoff (1965), que identificaba las opciones estratégicas del crecimiento de una empresa a partir de los vectores de crecimiento “desarrollo del producto” y “desarrollo del mercado”, nos hemos planteado dos dimensiones en las que se analiza, por un lado, la necesidad de socios para generar nuevos productos o tecnologías para un mercado global y, por otro lado, la necesidad de socios para aumentar el ámbito geográfico de la empresa. Teniendo en cuenta estas dos dimensiones se pueden distinguir cuatro estrategias de cooperación que una empresa puede mantener y que vienen recogidos en el gráfico 2. Las peculiaridades de cada situación y la estrategia de cooperación más adecuada para cada contexto se discuten en los párrafos que siguen.

Gráfico 2. Tipos de alianzas globales según los objetivos perseguidos consecuencia de la globalización

		¿Se necesitan socios para cubrir el mercado a nivel global?	
		SI	NO
¿Se necesitan socios para desarrollar el producto?	SI	Alcanzar masa crítica o Desarrollar nueva categoría de producto	Actualización tecnológica
	NO	Completar red de distribución	Mejora de la eficiencia operativa y/o aumento de la flexibilidad

Fuente: Elaboración propia

Estrategia de cooperación 1: La EMN no necesita socios ni para cubrir el mercado global ni para desarrollar sus productos.

Sin duda, la posición más ventajosa para una empresa de cara a afrontar los retos de la globalización es la de no necesitar socios ni para desarrollar el producto ni para ampliar el mercado. No obstante, también es la situación menos factible de darse en la realidad. Con todo, incluso en esta situación tienen sentido las alianzas globales. Ello se debe a que la sinergias provenientes de la colaboración descansan en el hecho de que la EMN puede concentrarse en las competencias que constituyen la base de su ventaja competitiva y subcontratar todas aquellas tareas no básicas que puedan ser realizadas más eficientemente por una empresa especializada. A este respecto, además de que la globalización de

los mercados fuerza a las empresas a extraer el máximo de sus recursos, también hace que la EMN se pueda aprovechar de la creciente división internacional del trabajo, resultándole más fácil identificar proveedores disponibles a nivel internacional. En este sentido, es impensable pensar en la supervivencia de una EMN que internalice todos y cada uno de sus procesos productivos, pues difícilmente una empresa puede ser eficiente en todas y cada una de las fases productivas. De hecho, la tendencia actual es justamente la contraria, como señalan Arruñada y Vázquez (2006). Por ello, aun en aquellas situaciones en las que la EMN disponga de los recursos necesarios tanto para desarrollar como para comercializar globalmente un producto, es de esperar que al menos una parte de las actividades que componen el proceso sean subcontratadas a proveedores especializados que puedan realizarlas más eficientemente. Así, este tipo de acuerdos a nivel global permite a las EMN alcanzar flexibilidad y acortar el tiempo de desarrollo de nuevos productos o procesos. Este tipo de alianzas son muy frecuentes en la industria del automóvil y microelectrónica, si bien se están extendiendo a todo tipo de industrias y actividades subcontratadas. El reto estratégico de estas empresas es el de desarrollar una buena relación cooperativa con su aliado, sin permitir que acceda a sus capacidades de diseño y se vuelva su competidor (Arruñada y Vázquez, 2006). Un ejemplo claro de este tipo de alianza global para la búsqueda de la eficiencia y de la flexibilidad lo constituye Embraer. Embraer, fabricante brasileño de aviones, tuvo éxito en un modelo de negocio centrado en la identificación de un nicho de mercado —los jets regionales— y en la subcontratación de todas aquellas actividades no básicas para la empresa. Siendo, como era, una empresa localizada en un país emergente, EMBRAER se convirtió en el contratista principal de una red de relaciones de subcontratación, con lo que la

compañía invirtió la configuración convencional de los acuerdos de subcontratación internacionales. En lugar de producir piezas para otros fabricantes de aviones en Estados Unidos y Europa, y de convertirse en subcontratista de esas empresas, Embraer optó por subcontratar partes de sus aviones en sofisticadas empresas de Estados Unidos, Europa Occidental y Japón. Así, se abstuvo de fabricar piezas caras y de alta tecnología y centró sus esfuerzos en el diseño de las aeronaves, la fabricación del fuselaje y del montaje del producto final. De esta manera, Embraer buscó aprovecharse de la cualificación de los ingenieros brasileños pero a un menor coste que los que tenían que soportar sus competidores de las economías desarrolladas, lo que confería a la empresa brasileña una ventaja competitiva sobre sus rivales. A este respecto, una ejemplificación de la red de proveedores globales utilizada por Embraer en la fabricación de sus aeronaves la constituyen los modelos Embraer E-170 y E-190 cuya propulsión es resultado de dos nuevos diseños de motores de reacción desarrollados por GE con equipos tecnológicos de Honeywell en EE.UU, alas y torres de alta tensión desarrollados por Kawasaki en Japón, chapas de titanio de VSMPO en Rusia, componentes de puertas y fuselaje provenientes de Francia, España y Bélgica, y sistemas y componentes electrónicos de diversas empresas americanas. Por tanto, mediante este modelo de subcontratación inversa, Embraer pudo beneficiarse de la máxima calidad y los componentes más baratos disponibles en todo el mundo, lo que le confirió una ventaja distintiva respecto de otros competidores como Bombardier más integrados tanto verticalmente como horizontalmente. Cabe destacar, a este respecto, que si bien el establecimiento de esta red global de alianzas permitió a Embraer mantenerse a la vanguardia de la tecnología al poder beneficiarse de la especialización tecnológica de sus proveedores de componentes, no le permite, ni

tiene como objeto, el acceder a la tecnología en si misma, la cual sigue en manos de los proveedores. Asimismo, mediante este modelo de subcontratación, Embraer, logró aumentar su nivel flexibilidad operativa, incrementar la velocidad de la fase de desarrollo —en 1996 su ciclo de producción por cada aeronave era de 8 meses mientras que en el año 2006 pasó a 3,1 meses— y mantener minimizados los costes.

Estrategia de cooperación 2: La EMN no necesita socios para desarrollar sus productos pero sí para llegar a todos los mercados

En este caso consideramos aquellas situaciones en las que la EMN se plantea una oportunidad de ampliación de la cuota de mercado, bien por el lanzamiento de un nuevo producto desarrollado por la empresa a nivel global, o bien por el lanzamiento de un producto ya existente en la EMN a nuevos mercados en los que ésta carece de una cobertura suficiente. Esta estrategia ha sido muy habitual en muchos sectores, como por ejemplo, el bancario, a la hora de hacer frente a los retos de la globalización. Frente a la dificultad que supondría el desarrollo de una red de distribución propia a nivel global y el elevado compromiso de recursos asociado a las adquisiciones, las alianzas con socios que posean una red de distribución complementaria permiten una internacionalización rápida con un escaso compromiso de recursos. De este modo, los socios aprovechan sus redes de distribución para comercializar sus productos a escala global —en muchos casos ofreciendo como contrapartida la comercialización recíproca de los productos del socio en su propia red. Por tanto, este tipo de acuerdos permite a las EMNs acceder a nuevos mercados rápidamente aprovechando redes de distribución existentes, con mucha flexibilidad y muy poca inversión. La clave de este tipo de acuerdos radica en la complementariedad de la implantación de los socios y en el principio de la reciprocidad. La complementariedad es imprescindible para evitar las fricciones que podrían surgir entre los socios en caso de llegar a algún tipo de conflicto de intereses en algún mercado. La reciprocidad se basa en que los socios saben que el trato que den a los socios a la hora de comercializar sus productos y servicios es el que pueden esperar como contrapartida. Por tanto, evitar los conflictos de intereses resulta crítico en la gestión de este tipo de alianzas. Un ejemplo claro de este tipo de alianzas lo constituyen las alianzas de aerolíneas tales como OneWorld, Star Alliance o SkyTeam cuya finalidad es completar la cobertura de mercado de las empresas aliadas y ofrecer más servicios a sus clientes. Así, OneWorld, que cumple este año su décimo aniversario, reúne a diez de las mejores y más grandes aerolíneas del mundo: Iberia, American Airlines, British Airways, Cathay Pacific, Finnair, Japan Airlines, Lan, Malev, Qantas y Royal Jordanian. OneWorld es actualmente la mayor alianza del mundo en número de destinos ofrecidos (673 destinos), con más de 300 millones de pasajeros transportados al año y con una flota de más de 2.200 aviones a disposición de todos sus viajeros en los cinco continentes. La finalidad de esta alianza es, pues, ofrecer a los clientes de cualquiera de las aerolíneas miembro: un mayor número de destinos, mejores servicios tales como el acceso a un mayor número de salas VIP o la posibilidad de realizar una única facturación en aquellos viajes que impliquen volar con varias compañías de la alianza, así como beneficios exclusivos para viajeros frecuentes. De este modo, gracias a participar en esta alianza cada compañía puede beneficiarse de una infraestructura internacional mucho mayor de la que podría alcanzar con sus propios recursos. Iberia es socia desde 1999, año en que se fundó la alianza. En este caso, por ejemplo, con su participación en la alianza Iberia aporta su amplia red en América Latina y recíprocamente se beneficia de la enorme presencia de sus socios en el continente asiático y Norteamérica. Cuando se utiliza esta estrategia de cooperación una decisión relevante es

la de optar entre un único socio para coordinar la actuación de la empresa a escala global o a varios. Para más detalle sobre esta elección puede consultarse García Canal et al. (2002).

Estrategia de cooperación 3: La EMN necesita socios para desarrollar sus productos pero no para hacerlos llegar a todos los mercados.

La dispersión de las fuentes de conocimiento unida a la gran inversión y riesgo asociados al desarrollo de ciertos proyectos de I+D conlleva a que en la actualidad muchas empresas necesiten del apoyo de otras empresas para mantener al día sus competencias tecnológicas de cara a diseñar los productos que demanda un mercado global. Hoy en día, dado el dinamismo tecnológico, los costes de desarrollo de ciertos proyectos de innovación se vuelven prohibitivos para ser afrontados por una única empresa y el aliarse con otras para llevarlos a cabo les permite, por un lado, aprovechar sinergias y alcanzar economías de escala y, por otro lado, reducir tanto riesgos como acortar el tiempo de desarrollo del proyecto. Pero, además, la convergencia entre productos y tecnologías viene forzando al desarrollo de estándares internacionales. Las alianzas que encajan dentro de esta estrategia cubren un amplio espectro de proyectos que van desde las licencias de tecnología a la participación activa en su generación. El elemento común a todas ellas es el de contribuir al desarrollo de un estándar tecnológico

Un ejemplo de este tipo de alianzas globales sería el creado para el desarrollo de la tecnología Bluetooth cuando a finales de los años 90 un grupo de empresas líderes en su mercado, como Intel, IBM, Nokia, Microsoft, 3Com y Motorola entre otras, se unieron en un grupo llamado SIG (Special Interest Group) con la finalidad de comunicar diferentes tecnologías y dispositivos de forma que nadie hasta el momento lo había hecho es de decir de forma inalámbrica. Gracias a que cada una de las empresas unió la tecnología punta con la que contaban dieron como resultado la Tecnología Bluetooth. En este tipo de alianzas, una vez desarrollada la tecnología, tal y como ocurrió con la Tecnología Bluetooth, la aplicación comercial que se le dé posteriormente se realizará de forma independiente por cada empresa. De esta manera, la creación de este tipo de alianzas en investigación y desarrollo resultan una forma organizativa muy atractiva ante entornos competitivos caracterizados por rápidos cambios tecnológicos y una dispersión geográfica de las fuentes de know-how (Teece, 1992).

Estrategia de cooperación 4: La EMN necesita socios tanto para desarrollar sus productos como para hacerlos llegar a todos los mercados.

En un principio, puede parecer que las empresas que se encuentran en esta situación son las que se enfrentan al peor escenario, al necesitar socios tanto para desarrollar el producto como el mercado. Sin embargo, las empresas que siguen esta estrategia no sólo pueden utilizarla con propósitos defensivos (hacer frente a otros competidores con mejor dotación de recursos), sino también ofensivos (crear una nueva categoría de productos). Las alianzas de corte defensivo suelen surgir como consecuencia de la pérdida de competitividad de una empresa frente a competidores de mayor tamaño. Este gap de competitividad lleva a la empresa a combinar sus recursos con los de otras empresas en una situación similar, buscando una masa crítica con la que hacer frente a sus principales competidores. Un ejemplo de esta estrategia lo podemos encontrar en la compañía española Fagor Electrodomésticos. Esta empresa quedó en desventaja frente a competidores europeos de mayor tamaño y tecnologías más avanzadas tras la incorporación de España a la Comunidad Económica

Europea. En ese momento emprendió una política de alianzas con la que hacer frente a competidores de mayor tamaño. La alianza más representativa es la denominada Eurodom, formada en 1991 con la francesa Thomson, que se amplió con la entrada en 1992 de la empresa británica General Domestic Appliances (GDA) y en 1993 de la empresa italiana Ocean. Eurodom surgió como respuesta para integrar empresas europeas que estuvieran pasando por las mismas dificultades en sus respectivos mercados y que aunando esfuerzos pudieran alcanzar economías de escala y niveles tecnológicos equiparables a los de las grandes empresas multinacionales. Además, las empresas que inicialmente formaron la alianza tenían un alcance geográfico complementario con lo que no existía una rivalidad directa entre los miembros y facilitaba el buen desarrollo del acuerdo. A este respecto, si bien en sus comienzos el principal objetivo de Eurodom era la integración de las compras de los socios para así obtener mayor poder de negociación ante los proveedores y economías de escala, los objetivos perseguidos evolucionaron gradualmente a la vez que aumentaba la confianza entre los miembros. Así, en una segunda etapa las empresas miembros de Eurodom comenzaron a realizar conjuntamente actividades en I+D, benchmarking y compras cruzadas preferentes —siempre con un compromiso implícito de no competencia directa entre los socios. Esta alianza global le sirvió a Fagor, y al resto de los socios, para ganar poder de negociación, mejorar sus procesos productivos dentro de la empresa, alcanzar economías de escala, así como conseguir masa crítica en sus actividades de I+D. Esta alianza no obstante, perdió pujanza en 1994 cuando Ocean y Thomson abandonaron la alianza tras la adquisición de Thomson por parte de Ocean. La alianza continuó funcionando con dos socios hasta 2001, momento en el que GDA fue adquirida por un competidor de Fagor; si bien Fagor ya era en ese momento una empresa competitiva a escala internacional¹.

No obstante, las alianzas de estas características que más relevancia suelen alcanzar son las aquellas de tipo ofensivo, orientadas al desarrollo de nuevas generaciones de productos que suponen un salto cualitativo frente a los existentes, normalmente aprovechando capacidades en posesión de diferentes empresas que, una vez combinadas, dan lugar a recursos de orden superior. Se trata de innovaciones que ninguna de las empresas participantes podría introducir y comercializar con éxito actuando en solitario².

4. Implicaciones para la gestión de las empresas multinacionales

Sobre la base de las consideraciones anteriormente expuestas cabe afirmar que la competitividad de las empresas ya no depende de los recursos y capacidades que puedan desarrollar internamente sino también de los recursos externos a los que pueda acceder bien a través de alianzas como de adquisiciones. La flexibilidad inherente a las alianzas las

1. Una información más detallada sobre el caso de Fagor Electrodomésticos se puede encontrar en García-Canal et al. (2002).

2. Este tipo de alianzas de corte ofensivo suelen integrar a empresas provenientes de diferentes industrias, aunque su trayectoria acabe convergiendo posteriormente en un mismo negocio. Un ejemplo lo encontraríamos en la alianza global creada entre Apple y AT&T para el desarrollo y comercialización del iPhone. Así el iPhone combina el diseño y desarrollo tecnológico de Apple con la red de distribución global de AT&T. Además esta alianza le permitió a Apple acceder a conocimiento sobre el mercado de la telefonía móvil. A este respecto, la necesidad de este tipo de alianzas fue puesta de manifiesto por K. Ohmae (1989) en un artículo de gran difusión, en el que también alertó de la complejidad inherente a este tipo de alianzas y los problemas de gestión que en ellas se pueden presentar —como fue, en el caso anterior, la alianza frustrada de Apple y Motorola previa a la firmada con AT&T para el desarrollo del iPhone.

hace especialmente atractivas en contextos en los que existe incertidumbre acerca de la necesidad de recursos externos y/o del potencial de beneficios que éstos pueden generar una vez combinados con los recursos de la empresa, así como en situaciones de incertidumbre económica como la actual. Así pues, la competitividad internacional de una empresa a día de hoy pasa por los acuerdos o alianzas que una empresa puede establecer con otras entidades que posean recursos complementarios, así como la forma en la que dichos acuerdos son gestionados. Por otro lado, el análisis previo también pone de manifiesto que todo tipo de empresas se pueden beneficiar de las alianzas globales, con independencia de su dotación de recursos previa, al haberse identificado las alianzas más adecuadas en cada contexto.

Por todas estas razones, la gestión de la cartera de alianzas de una empresa ocupa un lugar central en la implementación de su estrategia. Con todo, aunque es inevitable que las empresas deban acostumbrarse a convivir con las alianzas, cabe destacar que no necesariamente deben convivir siempre con las mismas alianzas o los mismos socios. Es necesario tener en cuenta que la evolución del entorno, el propio rendimiento de la alianza y, en especial, la reducción de la incertidumbre sobre la necesidad de los recursos externos puede exigir cambios en la composición de la cartera de alianzas. Por tanto, una gestión activa de la cartera de alianzas implica aprovechar la flexibilidad y adaptación al cambio de la que proveen estos acuerdos tan sólo en los casos en los que dicha flexibilidad aporte valor a la empresa. Por ello, las alianzas tienen un principio y deben tener también un fin que será o bien la disolución porque ya se alcanzó el objetivo perseguido con la misma —lo que supondría morir de éxito— o porque ya no se va a alcanzar —por un fracaso—; o bien conllevan la fusión de los socios para blo-

quear y consolidar las sinergias alcanzadas. La proliferación de las alianzas a nivel global, como las descritas en este artículo, ha hecho la labor de gestión de cada alianza, así como de la propia cartera de alianzas en su conjunto mucho más complicada. Cómo debe llevarse a cabo esa gestión no es el objetivo de este trabajo, pero lo que no cabe duda es que cada vez se hace más necesaria en las empresas la figura del director de alianzas, aquella persona encargada de negociar, supervisar y canalizar las relaciones con los socios. Así pues, del mismo modo que es importante la existencia de un directivo capaz de identificar y desarrollar alianzas generadoras de valor para la empresa, no menos importante es que éste sea capaz de identificar el momento óptimo para terminarla, bien porque ya no sea necesaria o porque deba evolucionar hacia una fusión o adquisición entre las partes.

.....

Bibliografía

Ansoff, H. I. (1965): Corporate strategy. New York: McGraw-Hill.

Arruñada, B. y Vázquez, X. H. (2006): "When your contract manufacturer becomes your competitor", Harvard Business Review, Vol. 84, No. 9, Sept., pp. 135-145.

García-Canal, E.; López, C; Rialp, J. y Valdés, A. (2002): "Accelerating international expansion through global alliances: A typology of cooperative strategies", Journal of World Business, 37, 91-107.

Obmae, K. (1989): "The Global Logic of Strategic Alliances", Harvard Business Review, Mar/Apr89, Vol. 67, Issue 2, p143-154.

Sánchez Lorda, P. y García-Canal, E. (2006): "Experiencia previa y reacción del mercado de capitales ante la formación de combinaciones empresariales", Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa, nº 28, pp. 27-54.

Teece, D. (1992): "Competition, cooperation, and innovation: organizational arrangements for regimes of rapid technological progress", Journal of Economic Behavior & Organization, 18, 1, pp. 1-25.



On the Applicability of WACC for Investment Decisions

AREA: 2
TYPE: Application

Sobre la aplicabilidad del WACC para decisiones de inversión
Sobre a aplicabilidade do WACC para decisões de investimento

AUTHOR

Jaime Sabali
ESADE, Spain
jaime.sabal@esade.edu

1. Corresponding Author: ESADE; Av.Pedralbes, 60-62; 08034 Barcelona (Spain).

Although WACC is appropriate for project and firm valuation, it is not a good rule for investment decision making. The reason is that by mixing up the value of the project itself with the tax shield, WACC can often turn unattractive projects into apparently acceptable ones. Real investments must be accepted only if they yield positive NPVs when discounted at the unleveraged discount rate, that is, without accounting for the tax shield. WACC enters the picture only to assess the impact of a new project on firm value, once it has been accepted, and when a fixed debt ratio policy is in place.

Aunque el WACC es adecuado para la valoración del proyecto y de la firma, no es una buena regla para tomar decisiones de inversión. Al mezclar el valor del propio proyecto con los incentivos fiscales, el WACC suele disfrazar proyectos nada atractivos como proyectos aparentemente aceptables. Se deben aceptar inversiones reales únicamente si arrojan cifras positivas de Valor Actual Líquido cuando se sustraen a la tasa aplicada de descuento, es decir, sin tener en cuenta los incentivos fiscales. WACC entra en acción solamente para evaluar el efecto de un nuevo proyecto en el valor de la firma, una vez aceptado y cuando hay efectiva una política de índice de endeudamiento fija.

Embora o WACC seja apropriado para avaliação de projetos e de firmas, não é uma boa regra para a tomada de decisão de investimento. A razão é que, ao misturar o valor do próprio projeto com os incentivos fiscais, o WACC pode muitas vezes transformar projetos não atractivos em projetos aparentemente aceitáveis. Os investimentos reais só devem ser aceites se apresentarem Valor Actual Líquido positivo quando descontados à taxa de desconto não alavancada, ou seja, sem contar com os incentivos fiscais. O WACC só entra em cena para avaliar o impacto de um novo projeto no valor da firma, uma vez este aceite, e quando é aplicada uma política de taxa de endividamento fixa.

DOI
10.3232/
GCG.2009.
V3.N2.05

1. Introduction

According to Miller & Modigliani (1958, 1963), hereinafter MM, the cost of capital WACC of a firm after corporate taxes (but before personal taxes) is given by the formula:¹

$$WACC = \frac{D}{V} \cdot (1 - T_C) \cdot r_D + \frac{E}{V} \cdot r_E \quad (1)$$

The following relationship also holds:

$$WACC = \left(1 - \frac{DT_C}{V}\right) \cdot r_0 \quad (2)$$

Where,

r_0 is the asset discount rate after taxes

D is the market value of debt

T_C is the corporate tax rate

V is the market value of the firm

r_D is the cost of debt

E is the market value of equity

r_E is the cost of equity

If the terms are reordered, the following expression is found for the return on equity with taxes:

$$r_E = r_0 + \frac{D}{E} \cdot [(r_0 - r_D) \cdot (1 - T_C)] \quad (3)$$

There is also the following equivalent formula:

$$V = V_u + DT_C \quad (4)$$

Where V_u is the value of the unleveraged firm after taxes.

This last formula shows that the value of the firm rises with debt by an amount equal to DT_C . This amount is known as the tax shield.

The above results are based on the following assumptions:

- No transaction costs

This assumption ensures that everyone has the same access to financial markets.

For example, with transaction costs the possibility of adjusting personal portfolios to compensate for the firms' financing decisions would be costly, and might not be valid. Therefore, leverage would not be irrelevant when computing firm value.

KEY WORDS

Investment,
Financial
market,
Corporate
finance, Firm

PALABRAS CLAVE

Inversión,
Mercado
financiero,
Economía
empresarial,
Firma

PALAVRAS- CHAVE

Investimento,
Mercado
financeiro,
Finanças
empresariais,
Firma

JEL CODES

G110; G300

¹ I would like to thank Randolph Westerfield, Carlos Jaramillo, Carlos Molina, and Maximiliano González for helpful comments.

- *Perfectly competitive financial markets*

With this condition nobody has advantages in the financial markets. If this were not the case, leverage preferences could differ among market participants and debt levels would not be irrelevant.

- *No agency costs*

This implies that the manager's sole objective is to maximize shareholders' wealth. Therefore, the financial mix does not have any relation with the particular interests of administrators nor any impact on firm value.

- *No personal taxes*

Individuals do not pay taxes².

- *All cash flows are no-growth perpetuities*

This assumption merely helps to simplify the formulas for the cost of capital and the value of the firm.

MM's work gave rise to two equivalent approaches for firm and project valuation³. The value of a firm or a project can be computed either by discounting asset cash flows after taxes at WACC, or by discounting asset cash flows after taxes at the unleveraged discount rate r_0 and adding the PV of the tax shield. The latter approach is known as Adjusted Present Value (APV)⁴.

In the following, it will be shown that although discounting at WACC is appropriate for project and firm valuation, it is not a good rule for investment decision making. For the sake of simplicity the argument will be illustrated with a practical example.

.....

2. WACC and Project Valuation

Assume that a firm is started with a project yielding a \$1 million yearly perpetual cash flow after taxes⁵. The project requires an initial investment of \$100 million and will be fully financed with equity. The project demands 12% annual return after taxes⁶.

2. Miller (1977) shows how MM's results are modified in the presence of personal taxes.

3. Ruback (2002) proposes a third equivalent method: Capital Cash Flows.

4. APV has been generalized to include other effects on value besides the tax shield. For further information refer to Ross, Westerfield & Jaffe (1999).

5. In reality cash flows are not certain but expected.

6. The discount rate can be determined by the CAPM or any other asset pricing model such as the APT.

The project's present value PV is:

$$PV = \frac{10MM}{0.12} = +\$83.34MM \quad (5)$$

The NPV will be:

$$NPV = +\$83.34MM - 100MM = -\$16.67MM \quad (6)$$

Thus, the project must be rejected⁷.

In the event of the project being undertaken the financial balance sheets of the firm would look like this:

Assets	Liabilities
Project: +\$83.34MM	Equity: +\$83.34MM

Investors would have put up \$100 million in exchange for equity worth just \$83.34 million. A bad decision, clearly. The present value rule has guided us wisely.

But, what is behind the present value rule?

Its key assumption is that all investors have equal access to financial markets and that these markets are complete and efficient. In our example, this implies that the investor always has the choice of placing the \$100 million in a comparable portfolio of financial assets.

In an efficient financial market the return on this portfolio must be equivalent to a \$12 million annual perpetuity and the NPV of the financial investment would be zero. Hence, the investor will never undertake a negative NPV project if he has the choice of investing in a zero NPV portfolio. This is why the present value rule dictates that only positive NPV projects must be accepted.

Let us now see what happens when the same firm decides to take leverage to finance the project.

- Enter leverage

In general, the financial balance sheet of a leveraged firm⁹ is given by:

Assets	Liabilities
Investments	Debt
Tax shield (DTC)	Equity
Total value	Total value

7. Throughout the paper it is assumed that management maximizes firm value (i.e. there are no agency problems) and that there are no costs of financial distress.

8. Meaning a balance sheet in market value terms.

9. Assuming all cash flows are no-growth perpetuities.

Now imagine that our firm has a 50% corporate tax rate and decides to partially finance the project with \$50 million of debt at a 4% annual interest. Notice that it is understood that the borrowing and investment decisions are independent.

If the project is accepted the financial balance sheet of the firm will be:

Assets	Liabilities
Project: +\$83.34MM	Debt: \$50MM
Tax shield: +\$50MMx0.5 = \$25MM	Equity: \$58.34MM
Total value: \$108.34MM	Total value: \$108.34MM

- Using MM's formulas:

The value of WACC is:

$$WACC = r_0 \cdot \left(1 - \frac{DT_C}{V}\right) = 0.12 \cdot \left(1 - \frac{\$50MM \cdot 0.5}{\$108.34MM}\right) = 9.23\% \quad (7)$$

And the value of r_E is:

$$r_E = r_0 + \frac{D}{E} \cdot [(r_0 - r_D) \cdot (1 - T_C)] = 0.12 + \frac{\$50MM}{\$58.34MM} \cdot [(0.12 - 0.04) \cdot (1 - 0.5)] = 15.43\% \quad (8)$$

Discounting at WACC, the PV of the project will now be:

$$PV = \frac{\$10MM}{0.0923} = \$108.34MM \quad (9)$$

And its NPV:

$$NPV = \$108.34MM - \$100MM = +\$8.34MM \quad (10)$$

So, it seems that the use of leverage has turned an unattractive project into an acceptable one.

3. Why WACC is not Appropriate for Investment Decision Making

The difference in PVs between the unleveraged and the leveraged project is:

$$108.34 - 83.34 = \$25MM \quad (11)$$

This amounts exactly to the tax shield. The result can be more clearly appreciated if APV is

used instead. The APV of the leveraged project equals the PV of the unleveraged project plus the PV of the tax shield:

$$APV = E(PV_{unleveraged}) + DT_C \quad (12)$$

In our example:

$$APV = 83.34 + 50 \cdot 0.5 = \$108.34MM \quad (13)$$

But, is it correct to accept a negative (unleveraged) NPV project just because of the tax shield it generates?

I think the answer is no, in general. If all investors have equal access to complete and efficient financial markets it will still be possible to invest \$100 million in an equivalent portfolio of financial assets. This portfolio will be equivalent to a \$12 million annual perpetuity after taxes. And since, like the real project, it will be partially financed by \$50 million of debt, the investor will conserve the benefit of the tax shield.

Let us recalculate the financial balance sheet in the event of the project being rejected and the \$100 million being invested instead in the equivalent financial portfolio:

Assets	Liabilities
Financial portfolio: +\$100MM	Debt: \$50MM
Tax shield: +\$50MMx0.5 = \$25MM	Equity: \$75MM
Total value: \$125MM	Total value: \$125MM

The new WACC will be:

$$WACC = 0.12 \cdot \left(1 - \frac{\$25MM}{\$125MM}\right) = 9.6\% \quad (14)$$

The new PV will be:

$$PV = \frac{12}{0.096} = \$125MM \quad (15)$$

Or, using APV:

$$APV = 100 + 25 = \$125MM \quad (16)$$

A result that is clearly superior to the \$108.34 million obtained by investing in the project.

Therefore, the rule must be that whenever,

- a) All investors have equal access to complete and efficient financial markets and,
- b) Investment and borrowing decisions are independent of each other.

Then, a real investment must be accepted only if it yields a positive NPV when discounted at the unleveraged discount rate. Discounting at WACC might lead to unfavorable decisions¹⁰.

4. What Happens When the Assumptions do not Hold

Unleveraged negative NPV projects might be acceptable only when these assumptions do not hold. First, if an investor faces restrictions to access financial markets and/or financial markets are not complete or efficient, a financial portfolio equivalent to the project might not be attainable. In this instance, investing in an unleveraged negative NPV project might be justified as long as the benefit stemming from the expanded investment opportunity set is large enough.

Second, if the investment and borrowing decisions are closely tied, then the tax shield might not be possible without the project. Here again an unleveraged negative NPV project might be acceptable.

Nonetheless, we should be aware that the lack of validity of the assumptions does not justify the use of WACC for investment decision making. WACC remains an unsafe rule for the simple reason that it mixes up the value of the project itself with the tax shield, not allowing the valuation of projects on their own merits. In no case must an unleveraged negative NPV project be accepted.

As long as the investment and borrowing decisions are independent, it is always preferable to evaluate each investment opportunity on its own merits, meaning that the project's cash flows must be discounted at the unleveraged discount rate. Only then, its PV must be adjusted for the possible effects of contingent debt and/or the benefits of an expanded investment opportunity set. Notice that this is no different from the APV approach.

- The role of WACC

Up to this point it has been assumed that the borrowing and investment decisions are independent. However, many firms have a constant debt ratio policy¹¹. When this is the case, every time a project is accepted the amount of debt must be adjusted to keep it in line with the value of the new assets that have been incorporated into the balance sheet.

It can be shown that it is quite cumbersome to use APV to allow for this tuning, whereas WACC takes account of it automatically¹² and thus is a more practical approach for quantifying the impact of the debt adjustment.

¹⁰ The conclusion is not altered when personal taxes are considered. The only difference is that the WACC tax rate and the tax shield are combined expressions including both the corporate and the personal tax rates.

¹¹ This is true mostly in industrialized economies. In developing countries debt policy tends to be opportunistic. For further information refer to Sabal (2002).

¹² Refer to Inselbag & Kaufold (1997) on this point.

Nevertheless, this does not alter our earlier conclusion that projects must be accepted or rejected on the basis of their NPV by discounting their after tax cash flows at the unlevered discount rate. The conclusion still holds. WACC enters the picture only to assess the impact of a new project on firm value, once it has been accepted, and when a fixed debt ratio policy is in place.

5. Conclusions

MM's work gave rise to two equivalent methods for firm and project valuation. The value of a firm or a project can be computed either by discounting asset cash flows after taxes at WACC, or by discounting asset cash flows after taxes at the unleveraged discount rate and adding the PV of the tax shield (i.e. the APV approach).

In this paper it has been shown that although discounting at WACC is appropriate for project and firm valuation, it is not a good rule for investment decision making. The reason is that by mixing up the value of the project itself with the tax shield, WACC can often turn unattractive projects into apparently acceptable ones. Real investments must be accepted only if they yield positive NPVs when discounted at the unleveraged discount rate, that is, without accounting for the tax shield.

Unleveraged negative NPV projects might be acceptable only when the investment and borrowing decisions are somehow related, the investor faces restrictions to access the financial markets, or financial markets are not complete or efficient.

WACC enters the picture only to assess the impact of a new project on firm value, once it has been accepted, and when a fixed debt ratio policy is in place.

References

- Booth L. (2002) "Finding Value Where None Exists: Pitfalls in Using APV". *Journal of Applied Corporate Finance*, 15 (1), pp.95-104.
- Copeland T. E.; Weston J. F. (1988) *Financial Theory and Corporate Policy*. 3rd edition. Addison-Wesley.
- Graham J. R. (2000) "How Big are the Tax Benefits of Debt?". *Journal of Finance*, 55 (5), pp.1901-1941.
- Inselbag I.; Kaufold H. (1997) "Two DCF Approaches for Valuing Companies Under Alternative Financing Strategies (and how to choose between them)". *Journal of Applied Corporate Finance*, 10 (1), pp.114-122.
- Miller M. H. (1977) "Debt and Taxes". *Journal of Finance*, 32 (2), pp. 261-276.
- Modigliani F.; Miller M. H. (1958) "The Cost of Capital, Corporation Finance and the Theory of Investment". *American Economic Review*, 48 (3), pp. 261-297.
- Modigliani F.; Miller M. H. (1963) "Corporate Income Taxes and the Cost of Capital". *American Economic Review*, 53 (3), pp. 433-443.
- Ross S. A.; Westerfield R. W.; Jaffe J. (1999) *Corporate Finance*. 5th edition. Irwin/McGraw-Hill.
- Ruback R. S. (2002) "Capital Cash Flows: A Simple Approach to Valuing Risky Cash Flows". *Financial Management*, 31 (2), pp. 85-103.
- Sabal J. (2002) *Financial Decisions in Emerging Markets*. New York: Oxford University Press.



Un enfoque integrado sobre Competitividad y Deslocalización en la Industria Española*

ÁREA: 1
TIPO: Aplicación

An integrated Approach to Competitiveness and Delocalization in Spanish Industry
Um Enfoque integrado sobre Competitividade e Deslocalização na Indústria Espanhola

AUTORES

Diego Rodríguez

Grupo de Investigación en Productividad, Innovación y Comportamiento empresarial (GRIPICO). Univ. Complutense de Madrid.

drodri@ccee.ucm.es

Jaime Turrión

Grupo de Investigación en Productividad, Innovación y Comportamiento empresarial (GRIPICO). Universidad Autónoma de Madrid.
jaime.turrión@uam.es

Francisco J. Velázquez

Grupo de Investigación en Productividad, Innovación y Comportamiento empresarial (GRIPICO). Univ. Complutense de Madrid.
javel@ccee.ucm.es

1. Autor de Contacto:
Departamento de Economía Aplicada II; Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales; Univ. Complutense de Madrid; Campus de Somosaguas, 28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid); Spain.

DOI

10.3232/
GCG.2009.
V3.N2.06

En este artículo se analiza la evolución de la competitividad y del proceso de deslocalización de los sectores manufactureros españoles en el periodo 1999–2006, combinando un análisis con datos agregados de comercio con otros que utiliza microdatos de empresas. Los resultados alcanzados en el estudio, muestran una situación preocupante en torno a la competitividad de los sectores industriales españoles, que puede resumirse en que casi el 60% del empleo manufacturero se sitúa en sectores con fuertes problemas de competitividad exterior e interior. Los resultados más destacados son: a) se observa una notable heterogeneidad tanto entre sectores y productos como entre empresas en su comportamiento competitivo; b) dominan los sectores en que se ha deteriorado la situación competitiva exterior e interior; c) los principales problemas de competitividad de las manufacturas españolas se detectan entre las actividades de mayor dinamismo; d) los sectores en que se produce mayor deterioro de su situación competitiva exterior e interior se corresponde con actividades en que se ha producido una fuerte expansión de la demanda interna, como es el caso de la industria auxiliar de la construcción. Finalmente, en relación al proceso de deslocalización de la actividad productiva, los datos indican una caída en su importancia sobre todo cuando se mide sobre la base de su empleo vinculado.

This article analyses the evolution of competitiveness and the delocalization process of the Spanish manufacturing industry in the period 1999–2006, combining an assessment using aggregate trading data with others using company microdata. The results obtained in the study reveal an unsettling situation in terms of the competitiveness of the Spanish industrial sector, which can be summarized as being that almost 60% of employment in manufacturing is in sectors with serious overseas and domestic competitiveness problems. The key results are: a) a notable heterogeneity both between sectors and products and between companies in competitive behavior; b) dominance of sectors where the overseas and domestic competitive situation has worsened; c) the main problems for competitiveness for Spanish manufacturers is found in the more dynamic activities; d) the sectors where there has been the most deterioration in the overseas and domestic competitive situation is found in activities where there has been a strong increase in internal demand, as is the case of construction related industry. Finally, as regards the delocalization process of production activity, the data shows a drop in significance, primarily when measured on the basis of related employment.

Neste artigo é analisada a evolução da competitividade e do processo de deslocalização dos sectores industriais espanhóis no período de 1999–2006, combinando uma análise com dados agregados de comércio com outras que utilizam microdados de empresas. Os resultados alcançados no estudo revelam uma situação preocupante em torno da competitividade dos sectores industriais espanhóis, que se pode resumir em que quase 60% do emprego industrial está situado em sectores com grandes problemas de competitividade externa e interna. Os resultados mais destacados são: a) observa-se uma notável heterogeneidade tanto entre sectores e produtos como entre empresas no seu comportamento competitivo; b) dominam os sectores em que a situação competitiva externa e interna se deteriorou; c) os principais problemas de competitividade das indústrias espanholas são detectados entre as actividades de maior dinamismo; d) os sectores em que se produziu maior deterioração da situação competitiva externa e interna correspondem a actividades em que se produziu uma forte expansão da procura interna, como é o caso da indústria auxiliar da construção. Finalmente, em relação ao processo de deslocalização da actividade produtiva, os dados indicam uma queda na sua importância, sobretudo quando é avaliada na base do emprego associado.

* Este trabajo se basa en el libro: Diego Rodríguez, Jaime Turrión y Javier Velázquez, "Competitividad y deslocalización en la industria española", ed. FUNCAS, Madrid, 2009.

1. Introducción

La actual situación de profunda crisis económica por la que transita la economía mundial, y en particular la española, aconseja retomar lo que sin duda constituye uno de los temas más discutidos en la literatura económica: la evolución de la competitividad empresarial. Hay un consenso generalizado de que una salida sostenida de la situación actual, que permita retomar la senda de convergencia con los países europeos de mayor nivel de desarrollo, pasa por mejorar la capacidad de competir de las empresas. En un contexto de mercados fuertemente integrados como los que caracterizan a los intercambios internacionales de bienes y servicios, ello significa saber competir tanto en los mercados domésticos como en los internacionales. En ese sentido, el análisis de cuál ha sido la evolución de la capacidad competitiva de la economía española en los últimos años colabora a dotar de bases más sólidas al *cambio de modelo productivo* al que frecuentemente se alude como solución de largo plazo.

Ese análisis es el primer objetivo de este trabajo. Ello se aborda mediante dos perspectivas complementarias, que se desarrollan en los apartados segundo y tercero. La primera, con datos agregados, trata de diagnosticar la situación competitiva del sector manufacturero en el periodo 1999-2006 desde dos ópticas complementarias: la de los productos y la de los sectores. Esta última ofrece información sobre la amenaza que los problemas de competitividad plantean sobre el empleo industrial. Además, se trata de indagar en las causas de estos problemas analizando la evolución de la competitividad-precio y de sus componentes. La segunda, con un enfoque microeconómico sustentado sobre el uso de datos individuales de empresas procedentes de la base SABI y de la Encuesta Sobre Estrategias Empresariales, permite dirimir los diferentes comportamientos competitivos que estas tienen en función de sus características y de su apertura comercial, así como introducir en el análisis algunos aspectos competitivos distintos del precio.

El uso de información microeconómica abre un segundo aspecto de interés, íntimamente conectado con el análisis de la competitividad y referido a los procesos de deslocalización de la actividad productiva. Esta cuestión ha sido también objeto de considerable polémica, tanto en España como en otros países, y es objeto de estudio en el cuarto apartado. En este caso se parte de delimitar el concepto de deslocalización para, a continuación, utilizar los datos disponibles para evaluar la naturaleza e intensidad del proceso en el caso de las manufacturas españolas.

El trabajo presenta dos características básicas. Por un lado, un objetivo básico que lo recorre es centrarse en la explotación de datos, evitando discusiones conceptuales que, aunque interesantes, en muchas ocasiones se encuentran limitadas por las disponibilidades estadísticas. En otras palabras, se trata de utilizar la información existente para poder establecer un diagnóstico lo más certero posible.

Por otro lado, el análisis se centra en el sector industrial, dado que la disponibilidad de información sobre el mismo es considerablemente superior. Para poner en perspectiva su evolución temporal, cabe señalar que las actividades industriales habían registrado un comportamiento muy positivo a lo largo del quinquenio 1996-2000, manteniendo sus posiciones relativas en relación al resto de actividades en el contexto de notable creci-

PALABRAS CLAVE

Deslocalización,
Competitividad,
Sectores industriales,
España

KEY WORDS

Delocalization,
Competitiveness,
Industrial sectors,
Spain

PALAVRAS-CHAVE

Deslocalização,
Competitividade,
Sectores industriais,
Espanha

CÓDIGOS JEL

F14; F23; L60

miento de la economía española. Por el contrario en el periodo 2001-2007 se asistió a una caída notable en el ritmo de expansión industrial, con tasas de crecimiento notablemente inferiores a las del conjunto de la economía. De ese modo, el peso relativo de la industria, incluyendo al sector energético y el extractivo, ha pasado de representar un 18,9% del PIB en 2000 al 15,7% con los datos más recientes de Contabilidad Nacional. Si el cálculo se hace en términos reales la caída es ligeramente inferior (16,7%), dado el tradicional diferencial de precios entre este sector y el resto de la economía. Más recientemente, como es bien sabido, la evolución general de la industria ha sido fuertemente negativa, en un contexto general de reducción de la actividad. Aunque inicialmente se relacionó con las consecuencias del desplome de las actividades de construcción, el deterioro de la actividad industrial se ha tornado casi generalizado, con especial incidencia en los bienes de equipo y los intermedios. Algunos ejemplos, como la crisis del sector del automóvil en un contexto de exceso de capacidad y desplome de la demanda, son bien conocidos.

Pese a todo, conviene recordar que la relevancia del sector industrial va más allá de su peso específico en el conjunto de la actividad económica. Tal y como las recientes discusiones sobre la situación de la industria automovilística en Estados Unidos han puesto de manifiesto, ningún país desarrollado desea renunciar a mantener un conjunto de actividades básicas para el crecimiento de la innovación, y en consecuencia para el crecimiento de la productividad y la renta per cápita, a largo plazo. Aunque las fronteras entre sectores de actividad son cada vez menos nítidas, el papel central del sector industrial como generador de conocimiento se mantiene en la actualidad. Adicionalmente, los intercambios de bienes industriales marcan la evolución de la capacidad o necesidad de financiación del conjunto del país. Aunque los flujos comerciales de servicios han crecido de forma sustancial, siguen representando, cuando se descuenta la partida de turismo, una parte reducida en relación al conjunto de los bienes. Téngase en cuenta que a nivel mundial, el comercio de servicios representa algo menos de una cuarta parte de los flujos de bienes (17,5% excluyendo Turismo y viajes). Incluso en un país fuertemente especializado en las actividades turísticas como España, la ratio está en el 37% (24,3% sin Turismo y viajes).

2. Competitividad: análisis de agregados

El *IMD Competitiveness Yearbook* se refiere a la competitividad como la respuesta a “cómo las naciones y empresas gestionan la totalidad de sus competencias para lograr mayor prosperidad”. Como puede observarse, se trata de una definición muy amplia que permitiría incluir una larga lista de características que estarían en la base del buen comportamiento competitivo de los países/industrias. Posteriormente esas características se ponderan en forma de índices sintéticos, a partir de los cuales se elaboran *rankings* de competitividad, como el anteriormente referido de *IMD*¹ o el ampliamente conocido *Global Competitiveness Report* que elabora el *World Economic Forum*².

1. España se situó en la posición 39 de un total de 57 países analizados en el *IMD Competitiveness Yearbook 2009*.

2. El *World Economic Forum (2008)* define la competitividad como “el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país”. En ese informe España se situó en el puesto 29 de un total de 134 países.

Aunque no existe una definición unánime de lo que debe entenderse por competitividad, sí que hay un elevado consenso sobre cuáles deben ser algunos de sus elementos fundamentales. A ese respecto cabe indicar que durante mucho tiempo, y en consonancia con la teoría tradicional de ventaja comparativa, se han enfatizado los aspectos nacionales o sectoriales como los rasgos caracterizadores de la evolución de la competitividad. En ese caso, lo más frecuente es medir la competitividad de modo *ex post*, a través de indicadores sobre los resultados comerciales. Esa es la perspectiva que se sigue en este apartado utilizando la información de exportaciones e importaciones que proporciona la base de datos UN-COMTRADE y la clasificación CUCI a 3 dígitos. El análisis se circunscribe a los productos manufactureros, eliminando, por tanto, todas aquellas posiciones arancelarias que incorporan productos agrarios o energéticos en su totalidad. Adicionalmente, con el objeto de eliminar oscilaciones coyunturales espurias, los resultados se presentan a partir de los valores medios de tres años en el periodo inicial y final de análisis, esto es, 1999-2001 y 2004-2006. Esa información permite elaborar cuatro tipos de indicadores: dos que informan sobre la naturaleza dinámica de la competitividad –evolución de la cuota en el mercado mundial y de la tasa de cobertura - y otros dos que describen aspectos estructurales de los productos comercializados - dinamismo sectorial y existencia de ventaja o desventaja absoluta -.

Sobre los dos primeros, hay que señalar que es frecuente asumir la existencia de una ganancia de competitividad sólo cuando se produce un incremento en las cuotas de mercado internacionales. Sin embargo, en un entorno de mercados integrados como los que caracterizan la situación actual de las economías europeas, y de la española en particular, la modificación de las cuotas en el mercado internacional tan sólo refleja

la evolución de la competitividad exterior. Parece más adecuado, por tanto, considerar también de forma conjunta la evolución en los mercados nacionales. Para ello se suele utilizar el indicador de penetración de las importaciones, definido como la ratio entre éstas y la demanda interna. A su vez, esta ratio evoluciona de forma paralela a la tasa de cobertura, definida como la ratio exportaciones/importaciones. De forma intuitiva, una menor tasa de cobertura sectorial implica que la pérdida de competitividad interior por el incremento de las importaciones no está siendo compensada por las ventas en el exterior.

El segundo conjunto de indicadores no analiza la evolución de la competitividad, sino que proporciona rasgos estructurales de los sectores. En primer lugar, el concepto de dinamismo de los mercados es ambiguo, de tal modo que es frecuente delimitar una lista de sectores identificados como *sectores de futuro*. Sin embargo, aquí se define el dinamismo en función del incremento observado en el conjunto de transacciones comerciales. Para ello los sectores se han clasificado en tres categorías, según la evolución del comercio mundial en el conjunto del período 1999-2006. En consecuencia, en cada una de esas categorías se acumula un tercio de las importaciones (y exportaciones) mundiales. En segundo lugar, la existencia de ventaja o desventaja absoluta se aproxima mediante un indicador de saldo comercial relativo para el conjunto del periodo. En este caso, se han identificado cuatro tramos tanto entre los sectores con ventaja (los que obtienen un valor positivo) como entre los que presentan desventaja (aquellos con un valor negativo), con el objetivo de analizar la concentración del comercio en cada uno de ellos.

El análisis de los cuatro indicadores anteriormente referidos permite obtener las siguientes conclusiones. Por un lado, la

comparación de las cuotas de mercados en los períodos inicial y final permite constatar que más de un tercio de las exportaciones españolas se encuentran en posiciones que muestran pérdidas de competitividad exterior. En concreto, las posiciones que han perdido cuota de mercado suponían el 44% de las exportaciones españolas en el período 1999-2001 y el 38,2% de las correspondientes al período 2004-2006. Hay que señalar que la cuota global de las exportaciones españolas disminuyó ligeramente entre 1999 y 2006, pasando de representar un 2,07% del comercio mundial en el primer año al 1,86% al final del período considerado. Esta ligera caída es inferior a la de otros países de nuestro entorno que, como Italia, han registrado pérdidas de cuota superiores. Además, se produce en un contexto de acelerada competencia por parte de nuevos jugadores en el comercio mundial, en particular tras la incorporación de China a la Organización Mundial del Comercio. Sin embargo, el análisis de la competitividad interior ofrece un panorama más negativo. En este sentido, el 68,5% de las exportaciones al principio del período y el 65,1% al final, se encontraban en posiciones donde la tasa de cobertura ha disminuido. Ello supone una situación especialmente preocupante, puesto que una mayoría de las exportaciones –en torno a dos tercios– se corresponde con productos en los que las empresas españolas no parecen ser competitivas interiormente.

Por otro lado, y por lo que se refiere a lo que aquí se han denominado como indicadores de naturaleza estructural, los resultados obtenidos indican que es en los sectores de dinamismo comercial medio donde España acumula la mayor parte de sus exportaciones, con casi el 53,0% al principio del período, proporción que se reduce ligeramente al final del mismo (hasta el 51,4%). A nivel mundial, el porcentaje de exportación que se acumula en estos

sectores es del 34,6% y del 33,8% en ambos períodos de tiempo, respectivamente. Sin embargo, es en relación a los productos de alto dinamismo comercial donde los cambios acaecidos son mayores. Así, al comienzo de esta década, España acumulaba el 29,6% de las exportaciones en este tipo de bienes, un porcentaje similar al del total mundial. Por el contrario, al final del período el porcentaje se incrementa en torno a cinco puntos porcentuales para España (alcanzando hasta el 34,4%), mientras que en el total mundial asciende casi siete puntos porcentuales. En consecuencia, aunque no se han producido excesivos cambios durante el período analizado, sí que se observa un ligero deterioro en términos de especialización en los productos que registran un mayor crecimiento de su comercio a nivel mundial. Asimismo, y por lo que se refiere a las ventajas y desventajas absolutas, los resultados obtenidos muestran que más del 50% de las exportaciones manufactureras españolas se encuentran en posiciones con desventaja absoluta. Al mismo tiempo, la distribución de las posiciones se acumula a lo largo del tiempo en torno a los sectores de menor desventaja, lo que supone una ligera mejoría. Por el contrario, la distribución en los sectores con ventaja es muy estable.

Con el fin de ofrecer un análisis más detallado, el [Cuadro 1](#) presenta el porcentaje de las exportaciones españolas que se sitúan en cada uno de los grupos que se derivan de la intersección de las cuatro variables anteriormente descritas. Así, la primera fila del cuadro está constituida por aquellos productos que ven aumentar tanto las cuotas en el mercado internacional como la tasa de cobertura. Los resultados indican que las exportaciones de estos bienes con fuerte competitividad ganan peso sobre el total de exportaciones, pues pasan del 26,5% en 1999-2001 al 30,9% del total de las exportaciones. Sin embargo, incluso en ese caso hay que mencionar que la ma-

yor parte de tales exportaciones se corresponden con posiciones con desventaja relativa y un dinamismo medio. En el otro extremo, la última fila del cuadro se refiere a los productos situados en actividades con problemas de competitividad, esto es, con disminuciones de la cuota en los mercados internacionales y descensos en la tasa de cobertura. Como puede observarse, esos productos concentraban el 39,0% del total de las exportaciones españolas al comienzo del período, descendiendo al 34,2% en 2004-2006. Aún así el porcentaje es especialmente preocupante porque estos productos se corresponden en su gran mayoría con sectores con dinamismo comercial medio y alto, donde la entrada por parte de las empresas exportadoras resulta más deseable. Como conclusión, cabe señalar que aunque se detectan algunas posiciones donde hay cierta mejoría en la evolución de la competitividad, es en los sectores de mayor dinamismo donde la evolución de la posición competitiva es más preocupante.

Cuadro 1. Estructura de las exportaciones españolas: 1999-2001/2004-2006*

				DINAMISMO COMERCIAL						TOTAL	
				Alto		Medio		Bajo			
				VENTAJA RELATIVA		VENTAJA RELATIVA		VENTAJA RELATIVA			
				Ventaja	Desventaja	Ventaja	Desventaja	Ventaja	Desventaja		
CUOTA EN EL MERCADO INTERNACIONAL	Aumenta Disminuye	TASA COBERTURA	Aumenta	1,0	4,6	2,2	11,8	1,5	5,5	26,5	
			Disminuye	1,5	7,4	2,7	10,4	1,3	5,5	30,9	
			Aumenta	2,3	2,7	17,5	4,2	0,5	2,2	29,5	
			Disminuye	3,5	3,2	17,0	4,0	0,5	2,0	30,9	
	Aumenta Disminuye	TASA DE COBERTURA	Aumenta	0,0	1,1	0,0	0,9	0,3	2,7	5,0	
			Disminuye	0,0	1,2	0,0	0,7	0,2	1,8	4,0	
			Aumenta	7,0	10,9	12,6	3,8	1,7	3,0	39,0	
			Disminuye	7,2	10,3	10,4	6,0	1,1	1,8	34,2	
	TOTAL				10,3	19,3	32,3	20,7	4,0	13,4	100,0
					12,2	22,1	30,1	21,1	3,1	11,1	100,0

* Porcentajes de las exportaciones sobre el total en cada período. En sombreado figuran los resultados para el período 2004/2006

La pregunta que de forma inmediata cabe formular es cuáles son los aspectos relevantes detrás de esta relativamente desfavorable situación competitiva de las manufacturas españolas. A ese respecto, un determinante clásico de la evolución de la competitividad se relaciona con la evolución de los precios. Para su aproximación, se han construido los Índices de Valor Unitario (IVUs) relativos, es decir, los IVUs de exportación frente a los de importación, con una desagregación a tres dígitos de la CUCI3. En el Cuadro 2 se presenta la distribución de las exportaciones españolas para el período 2004-2006 que se concentran en cada una de las distintas categorías de sectores identificados con anterioridad y cruzados por la evolución de sus precios relativos entre 1999 y 2006. Los resultados evidencian tanto la importancia que tiene la evolución de los precios en la competitividad, como la relevan-

3. En este caso, la información se extrae de la base de datos *International Trade Commodity Statistics (ITCS)* de la OCDE, que ofrece una más correcta y homogénea medición a lo largo del tiempo de la variable cantidad física comerciada en cada producto.

cia de los factores no-precio en la trayectoria seguida por esta variable. De hecho, para el conjunto del comercio, el 51,2% de las exportaciones se produce en posiciones en las que han aumentado los precios relativos, es decir, donde los precios de exportación han crecido más que los de importación –aproximando éstos los internacionales-, lo que debería llevar aparejada una pérdida de posiciones competitivas en el mercado internacional.

Cuadro 2. Estructura de las exportaciones españolas según la evolución de la competitividad-precio 2004-2006

	% de exportaciones en que aumentan los precios relativos	% de exportaciones en que disminuyen los precios relativos
Sectores según el dinamismo comercial		
Bajo	47,2	52,8
Medio	34,2	65,8
Alto	78,5	21,5
Sectores según la ventaja absoluta		
Sectores con desventaja	62,8	37,2
Sectores con ventaja	37,4	62,6
Sectores según la evolución de la cuota en el comercio mundial		
Sectores que disminuyen la cuota	60,8	39,2
Sectores que aumentan la cuota	45,3	54,7
Sectores según la evolución de la tasa de cobertura		
Sectores que disminuyen la tasa de cobertura	48,6	51,4
Sectores que aumentan la tasa de cobertura	56,1	43,9
Sectores según su competitividad		
Sectores con problemas de competitividad	60,9	39,4
Sectores con competitividad en cuestión	38,0	61,5
Pérdida de competitividad exterior	59,9	38,9
Pérdida de competitividad interior	35,1	77,6
Sectores con fuerte competitividad	55,6	44,7
TOTAL	51,2	48,8
De los cuales:		
Tienen un comportamiento coherente	23,2	33,8
Tienen un comportamiento no coherente	28,0	15,0

Fuente: UN COMTRADE, OCDE ITCS y elaboración propia

Por otro lado, el análisis de las exportaciones que se acumulan en las posiciones en que los precios relativos se reducen ofrece información adicional. Así, por ejemplo, el empeoramiento de los precios relativos se produce en casi la mitad de las posiciones de bajo dinamismo comercial (47,2%), posiblemente porque allí se encuentra la mayor competencia de los países asiáticos. En los sectores de dinamismo comercial medio, nuestro país presenta la mejor posición ya que en casi dos tercios de las exportaciones de esta categoría han mejorado (se reducen) los precios relativos (65,8%). Sin embargo, resulta preocupante el empeoramiento de los precios relativos dentro de los bienes de fuerte dinamismo comercial. En ellos, casi el 80% de las exportaciones se sitúan en posiciones en que se pierde competitividad-precio. También es cierto que posiblemente es en este tipo de productos donde la competencia en calidad es más relevante. Donde los resultados son más rotundos es en relación a la tipología de sectores según su ventaja o desventaja absoluta. En efecto, en el 60% de las exportaciones que se concentran en las posiciones que presentan des-

ventajas absolutas se pierde competitividad-precio, mientras que la situación es inversa en el caso de los sectores con ventaja. Ello viene a señalar que una de las fuentes de pérdidas o ganancias de competitividad –y a largo plazo de ventajas- es la evolución favorable de los precios.

Cuando se compara la evolución de los precios de los sectores según la trayectoria seguida por la cuota en el comercio mundial se llega a conclusiones semejantes. Así, en los sectores en que disminuye la cuota, la evolución de los precios relativos ha sido desfavorable en torno al 60% de las exportaciones, mientras que en aquellos que aumenta la evolución es favorable en el 55%, lo que indica la existencia de cierta asimetría en la ganancia y pérdida de mercados. Es decir, la mejoría en los precios supondrá una menor ganancia en la cuota en el mercado mundial que la pérdida equivalente. De nuevo, este resultado puede estar ligado a los elementos distintos de la competencia en precios, tales como la fidelidad a una marca o la existencia de redes comerciales que limitan la competencia o que impiden la entrada en mercados a pesar de las mejoras de competitividad

Como era esperable, este simple análisis descriptivo sugiere que la evolución de la competitividad va ligada en una proporción importante a la de los precios relativos, aunque existen otros factores que influyen también sobre la capacidad de venta de las empresas. Para analizar esta relación, el Cuadro 3 ofrece los resultados de dos estimaciones lineales que tienen como variable dependiente a los incrementos en las cuotas que suponen las exportaciones españolas en el comercio mundial en cada posición arancelaria a 3 dígitos CUCI durante el periodo 1999-2006 y, como variable independiente, las tasas de variación de los IVUs relativos españoles en ese periodo. Nótese que al tratarse de la explicación de las cuotas, y no de la cantidad exportada, la variable de renta se elimina bajo el supuesto de que la elasticidad es igual a la unidad para todos los países. De ser cierta la asociación positiva entre incrementos (disminuciones) de los precios y pérdidas (ganancias) de competitividad –en este caso exterior- se debería encontrar un signo negativo asociado a la variable de precio relativo. Los resultados de la regresión por mínimos cuadrados ponderados indican que si se duplicara el precio relativo la caída de la cuota estaría en torno al 20%. El valor del coeficiente indicaría una caída de cuotas muy superior (del orden del 56%) cuando solo se consideran aquellas posiciones con comportamiento “coherente”, es decir las que presentan una caída (aumento) en las cuotas cuando los precios relativos se incrementan (disminuyen). Estos resultados evidencian la importancia de los precios relativos en la explicación de la evolución de la competitividad, pero también la existencia de sectores que no responden de una forma tan automática a la lógica de la competitividad-precio.

Cuadro 3. Estimación de la relación entre la evolución de la cuota en el mercado mundial y precios relativos para las manufacturas españolas. 1999-2006

Estimación	1	2*
Constante	1,963*** (0,001)	0,428*** (0,001)
Precios relativos (tv)	-0,191*** (0,000)	-0,560*** (0,000)
observaciones	236	120
R2	0,064	0,465

* La estimación que se presenta en la columna 2 recoge sólo las partidas en las que existe comportamiento coherente. Ver texto

El análisis realizado hasta ahora ha utilizado información sobre los flujos comerciales a nivel de posición arancelaria, lo que dificulta la identificación de los sectores industriales que pueden encontrarse con problemas de competitividad. Para facilitar esa identificación, se ha establecido una correspondencia a 3 dígitos entre la CUCI y la CNAE93 y luego se ha transformado ésta a la clasificación que utiliza la Encuesta Industrial del INE, reduciendo el número de sectores a 83. A continuación, se ha procedido a repetir los procedimientos realizados a nivel de posición arancelaria, ahora para esta nueva agregación, de forma que es posible evaluar los problemas de competitividad en términos de actividad económica (empleo y número de empresas) para el periodo 1999-2006. Los resultados sugieren dos cuestiones de interés. Por un lado, como es esperable, un mejor comportamiento del empleo en los sectores de alto dinamismo, en lo que crece un 11,4% en ese periodo, que en los de bajo dinamismo, que registran una pérdida del 11,5%. Por otro lado, resulta preocupante que dos tercios de las empresas y más del 55% del empleo manufacturero se sitúa en sectores con problemas de competitividad exterior e interior. Durante el período de análisis, el empleo de estos sectores se ha incrementado en un 2,5%, aunque bien es cierto que en un contexto de crecimiento global muy favorable. Una posible explicación de esta situación reside en el fuerte tirón de la demanda interna, que posiblemente ha desestimulado la entrada de las empresas en los mercados exteriores. Sobre estos sectores manufactureros se ciernen ahora las consecuencias del desplome de la demanda interna. Por el contrario, los sectores sin aparentes problemas de competitividad han tenido un mejor comportamiento, con una tasa de crecimiento del empleo del 8,6%. Estos sectores alcanzaron el 23,5% del total del empleo manufacturero en 2006.

.....

3. Competitividad: un análisis con microdatos

En el apartado anterior se han descrito los principales resultados que se obtienen a partir del uso de información procedente de flujos (comerciales, ventas, etc.) o stocks (empleo) agregados. En este apartado el estudio se completa utilizando información individualizada de empresas, esto es, microdatos empresariales procedentes de dos bases de datos: el *Sistema de Análisis de Balances Ibéricos* (SABI) que elabora Informa y el Bureau Van Dijk y la *Encuesta sobre Estrategias Empresariales* (ESEE), que elabora la Fundación SEPI con el apoyo del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. La primera base de datos (SABI) contiene información contable de las empresas, pero no se ha diseñado para su uso en investigación. Es por ello que aquí se han introducido todas las posibles cautelas para que la información sea lo más precisa posible. Por el contrario, su principal ventaja es su importante cobertura. Así, para el conjunto del sector manufacturero, se dispone de información sobre una media en el periodo 1999-2005 de aproximadamente 65.000 empresas manufactureras con empleo, frente a unas 160.000 que existen en la realidad (en torno al 40% de las empresas y del 50% del empleo)⁴. Por su parte, la ESEE ha sido ampliamente utilizada para el análisis de un amplio conjunto de estrategias de las empresas industriales. La elevada calidad de sus datos tiene como contrapartida la disponibilidad de un número de empresas sustancialmente inferior (en torno a 2000 empresas por año).

4. Entre las depuraciones realizadas sobre los datos destacan la eliminación de las empresas para las que no se dispone de información sobre el nivel de empleo y aquellas con un solo dato temporal. La eliminación de estas empresas se ha realizado tras el cómputo de los coeficientes de elevación. Asimismo, se ha considerado que los datos de empleo suministrados por las empresas se corresponden con el nivel a final de año. Por ello, se ha calculado como dato medio del año la media del empleo que la base de datos asigna a ese año y el anterior.

Para el análisis de la competitividad-precio se ha utilizado el indicador tradicional de costes laborales unitarios, definidos como la ratio entre el coste laboral nominal por trabajador y la productividad del trabajo. En el cálculo de la productividad se han utilizado como deflatores los índices de precios industriales que elabora el INE (tres y cuatro dígitos) en base 2000. Además, para mejorar la fiabilidad de los resultados, se han calculado coeficientes de expansión comparando la muestra de SABI con la población obtenida del DIRCE, a un elevado nivel de desagregación y considerando tres dimensiones: tramos de tamaño de la empresa (once tramos), dimensión geográfica (comunidades autónomas) y dimensión sectorial (CNAE a 3 dígitos). Las características de la muestra utilizada (ya extendida y depurada) indican el dominio de las microempresas (65,6% del total), una vez se han eliminado las empresas sin trabajadores, así como la escasa importancia relativa de las empresas con actividad exterior. De igual forma, tan sólo se ha detectado un 1% de empresas con capital extranjero, en torno a la mitad de forma minoritaria y el resto con presencia mayoritaria. Por el contrario, la posesión de filiales, tanto en España como en el exterior, es algo más habitual que el fenómeno anterior. En efecto, casi el 5% de las empresas tienen filiales, aunque mayoritariamente estas se sitúan en España, ya que en el exterior apenas alcanza el 1%.

Un sencillo análisis de regresión con los datos a nivel de empresa permite poner en relación los componentes y las variaciones observadas en el coste laboral unitario con las variables de empleo, actividad comercial y propiedad anteriormente referidas, además de variables dummies para controlar la pertenencia sectorial y el año de referencia de la información. Los resultados obtenidos indican la relación positiva de los salarios medios con el tamaño empresarial, así como con la realización de actividades comerciales en el exterior. Hay que tener en cuenta que el salario está fuertemente correlacionado con la productividad y que, como la literatura más reciente en el campo de la economía internacional ha puesto de manifiesto, existe una estrecha asociación entre los diferenciales de productividad de las empresas y la actividad exportadora (Melitz, 2003). Una explicación complementaria es que las empresas que operan en mercados exteriores tienen una mano de obra mejor formada y que el salario esté reflejando el pago al capital humano. La presencia de capital extranjero en el capital social también aparece positivamente asociada al nivel salarial. Por último, ese nivel también aparece asociado positivamente a la posesión de filiales, con un efecto superior cuando se trata de filiales en países de mayor nivel de renta.

Los resultados son, sin embargo, contrarios a los anteriormente descritos cuando el análisis de regresión se refiere a las tasas de variación de los salarios en lugar de a sus niveles. Tan sólo la presencia de filiales no tiene efectos significativos sobre las tasas de variación de los salarios. Por tanto, las empresas más expuestas a la competencia externa son, por un lado, las que mayores salarios pagan y, por otro lado, las que menores tasas de crecimiento muestran. Esto sugiere, que la dinámica de crecimiento salarial no es uniforme entre empresas, existiendo una clara influencia negativa –menor crecimiento– de la exposición a la competencia externa.

El análisis de la productividad permite obtener conclusiones semejantes a las obtenidas para los salarios en relación a sus diferenciales. Así se observa, como cabía esperar, una clara asociación positiva entre el tamaño de las empresas y los niveles de productividad. Este diferencial es especialmente importante en el caso de las empresas grandes: el nivel de productividad es un 5,4% mayor en las empresas pequeñas en relación a las microempresas y un 20,1% y 29,9% en las medianas y grandes. El único resultado no esperado se refiere

a la posesión de empresas filiales en el extranjero cuando éstas se encuentran en países de bajo nivel de desarrollo, que presenta una asociación negativa. Este resultado parece sugerir que las empresas españolas no están utilizando las ventajas “de costes” que pudieran surgir de la producción en estos países y quizá sólo se dedican a la distribución de sus productos. La evolución de la tasa de crecimiento de la productividad ofrece un resultado semejante al que opera en el crecimiento del salario. La consecuencia de todo ello es que el crecimiento del coste laboral unitario presenta una relación inversa con el tamaño, de forma que son las empresas más grandes las que presentan un mejor comportamiento. Sin embargo, las empresas que presentan actividad comercial exterior, muestran unas tasas de variación estadísticamente superiores al resto, como consecuencia del mayor crecimiento de los salarios que de la productividad. Este resultado es no esperado, dado que las estimaciones de las variaciones de salarios y de productividad apuntarían a que serían las empresas exportadoras las que deberían registrar menores crecimientos del coste laboral unitario, y puede estar afectado por la correlación existente entre el tamaño y la actividad exportadora. Finalmente, son las empresas de capital extranjero las que presentan menores incrementos del coste laboral unitario, mientras que la presencia de filiales no tiene ningún efecto sobre la evolución de esta variable.

En consecuencia, se constata que las empresas expuestas a la competencia exterior muestran una mejor posición competitiva frente a las que no la realizan. Sin embargo, los indicadores de evolución de la misma muestran que existe cierta atonía en la evolución de su productividad que lastra el comportamiento del coste laboral unitario, de forma que éste es ligeramente más favorable en las empresas no expuestas al comercio. En cualquier caso, es ampliamente compartido que los indicadores tradicionales de competitividad exterior basados en costes o precios relativos sólo contemplan una parte de la capacidad competitiva de las empresas, precisamente aquella basada en las estrategias de fijación de precios. Sin embargo las empresas compiten habitualmente en un contexto de productos diferenciados, donde los atributos de los bienes o servicios producidos, o la calidad percibida por los demandantes, son variables básicas para explicar su resultado competitivo. En este contexto, una forma tradicional de abordar las estrategias de diferenciación del producto consiste en distinguir entre diferenciación vertical y horizontal. La primera se identifica con la diferenciación basada en la calidad de los productos, por lo que las variables utilizadas para aproximarla se refieren a características técnicas de los bienes. Por su parte, la diferenciación horizontal se identifica como aquella que no implica necesariamente distintos niveles de calidad, sino distintas percepciones del bien desde la demanda. De ahí que sean aquellas variables vinculadas con aspectos de publicidad del producto las más utilizadas para su aproximación empírica. Aunque esta distinción entre ambos tipos de diferenciación implica cierta simplificación y no está exenta de problemas, proporciona sin embargo un buen punto de partida.

El Cuadro 4 ofrece información sobre el efecto derivado de un conjunto de estrategias de diferenciación vertical (gastos en I+D, importaciones de tecnología, patentes registradas y obtención de innovaciones de proceso) y horizontal (innovaciones de producto, intensidad publicitaria, realización de estudios de mercado y marketing, y actividades de promoción de los productos) tanto en la probabilidad de exportar como en la propensión exportadora, definida como las exportaciones sobre las ventas totales. Los resultados, a partir de la Encuesta Sobre Estrategias Empresariales, ponen de manifiesto una clara relación positiva entre la realización de actividades de innovación y las de exportación que se mantiene tan-

to en términos de probabilidades como de intensidades de las variables explicativas. Esa relación, ejemplificada en el caso de las actividades de I+D, puede observarse con más detalle en el Cuadro 5. Como puede verse, existe una estrecha asociación positiva entre la realización de actividades tecnológicas y la actividad exportadora. Por ejemplo, para las pequeñas y medianas empresas, la ratio entre no innovación e innovación en el caso de las empresas no exportadoras es de 12,8 (44,7% sobre 3,5%), mientras que esa ratio desciende a 2 (34,5% sobre 17,3%) en el caso de las empresas exportadoras. Similares resultados se obtienen en las empresas de mayor tamaño, donde de hecho la mayor parte de las empresas exportadoras son a su vez innovadoras.

Cuadro 4. Exportación y estrategias de diferenciación de producto

	Probabilidad de exportar		Propensión exportadora	
	Coficiente ¹	t-ratio	Coficiente	t-ratio
Realización de gastos en I+D (0/1)	4,351	42,2	0,096	27,4
Esfuerzo tecnológico	1,152	14,0	0,767	9,3
Patentes	1,121	7,3	0,007	2,6
Innovaciones de producto	2,633	27,3	0,041	12,2
Innovaciones de proceso	1,778	18,7	0,032	10,7
Esfuerzos de asimilación de tecnología importada	1,530	10,1	0,007	1,8
Intensidad publicitaria (0/1)	2,348	28,3	0,009	3,1
Estudios de mercado y marketing	2,486	22,6	0,005	1,5

1. Se muestran los efectos marginales de las variables correspondientes, evaluados en la media del conjunto de variables explicativas. Esto se hace así porque al tratarse de una regresión con variable dependiente binaria (0/1) los parámetros estimados no tienen la misma interpretación directa que en el caso de una regresión lineal.

Fuente: ESEE 2006 y elaboración propia.

Cuadro 5. Actividad exportadora y tecnológica de las empresas manufactureras españolas (2007)

		Realizan gastos en I+D		
		No	Sí	Total
Empresas de 200 y menos trabajadores	No exportan	44,7%	3,5%	48,2%
	Sí exportan	34,5%	17,3%	51,8%
	Total de empresas	1152	302	1454
Empresas de más de 200 trabajadores	No exportan	6,5%	3,6%	10,1%
	Sí exportan	24,1%	65,8%	89,9%
	Total de empresas	169	384	553

Fuente: ESEE 2007 y elaboración propia

4. Deslocalización en la industria manufacturera española

De modo similar a como ocurre con el concepto de competitividad, la definición precisa de qué considerar como deslocalización no es clara, lo que genera una considerable ambigüedad en los (escasos) resultados de la literatura empírica. Por ejemplo, es frecuente relacionarla con los procesos de externalización de la actividad a otro país en el seno de la propia actividad de la empresa (realmente, de una filial en el extranjero). En este caso, deslocalización y offshoring vendrían a actuar como términos con el mismo significado, como se señala en Cuervo (2006). Naturalmente, el abastecimiento de consumos intermedios a través de su adquisición a empresas filiales en el extranjero no conlleva necesariamente la pérdida de ninguna actividad anteriormente realizada en el territorio nacional.

La utilización más habitual del término “deslocalización” suele referir el proceso de cierre de empresas con el objeto de localizar la actividad productiva en unidades ya instaladas, o que se instalarán, en otro país. Con frecuencia, ese concepto se restringe a los casos en que la propiedad (parcial o totalmente) de la empresa es extranjera, aunque resulta obvio que la decisión de cambio en la localización no sólo afecta a las empresas con participación de capital extranjero, sino también a las empresas de propiedad de residentes en el territorio nacional. Además, hay que considerar que el estudio de la deslocalización así entendido presenta algunas complicaciones no triviales. En primer lugar, la unidad de información ideal debería referirse a establecimientos. En segundo lugar, es frecuente que la *salida* de la empresa extranjera se produce mediante la venta de la propiedad a otra empresa, residente o no en territorio nacional, que continúa con la actividad productiva. En tercer lugar, no está claro cuál es el porcentaje de participación de capital extranjero que debe calificar a una empresa con actividad productiva en territorio nacional como doméstica o extranjera. Algunos “niveles” estándar son el 10% del capital social en manos de no residentes, en sintonía con la Balanza de Pagos, o el mayoritario del 50%.

Pese a la considerable agitación que despierta este fenómeno, lo cierto es que la deslocalización de empresas es un proceso natural en la demografía empresarial, tal y como lo es la entrada (creación) y salida (cierre) de empresas. La cuestión de interés se centra en conocer hasta qué punto ese proceso se ha acelerado o no en los últimos años. Los datos de la Encuesta Sobre Estrategias Empresariales permiten detectar a partir del año 2000 un ligero retroceso en el porcentaje que suponen las empresas de capital extranjero sobre el total, tanto para las empresas grandes como medianas y pequeñas. Sin embargo, las características del diseño de la ESEE dificultan que ésta sea una base de datos adecuada para el estudio de los casos de deslocalización. Teóricamente, la identificación de ese fenómeno sería sencilla si se dispusiese de un Registro Industrial, que permitiese identificar las unidades productivas (empresas y locales) de las empresas y sus características, incluyendo naturalmente la participación de capital extranjero, circunstancia que no se da para la economía española. Otra posibilidad, utilizada en distintos trabajos, es la de hacer un análisis de casos a partir del rastreo de información en los medios de comunicación, generalmente en los periódicos de información económica (Myro y Fernández-Otheo, 2004, Cuervo y Guillén, 2005 y Guillén y García, 2007). Este procedimiento es sin duda muy útil para conocer el número de casos de deslocalización, aunque naturalmente siempre queda

5. Naturalmente, la utilización del país como unidad geográfica de referencia es intercambiable con otras dimensiones, como el análisis a nivel de regiones. En ese caso los problemas de aproximación empírica son, naturalmente, sustancialmente superiores.

la duda de su relevancia estadística y de si estos abandonos son simultáneos a nuevas inversiones foráneas

La base de microdatos de empresas SABI sí permite hacer un análisis exploratorio de la cuestión. A partir de la misma, y en consonancia con los resultados de la ESEE anteriormente señalados, se obtiene una ligera caída en el porcentaje de empresas con alguna participación de capital extranjero, desde el 1,01% de las establecidas en 1999 al 0,98% seis años después. Además, se observa en este periodo un desplazamiento en la distribución, aumentando de forma importante el peso de las empresas con participación mayoritaria –incluyendo aquellas en las que el capital extranjero posee la totalidad del social- y, sobre todo, las que tienen participación minoritaria. En este sentido la distribución de la participación se hace más extrema, algo que los propios datos de la ESEE también apuntan⁶. La consecuencia es que si bien el empleo vinculado a empresas extranjeras registró un ligero aumento a lo largo del periodo (del 11,5% al 12,1% de total) ese aumento fue compatible con una caída sustancial en el porcentaje de empleo relacionado con las empresas totalmente extranjeras. En concreto, estas empresas pasan a acumular sólo el 4,7% del empleo total manufacturero en 2005, frente al 9,2% que representaban en 1999.

Para poder aproximar con cierta precisión en qué medida se ha producido un proceso de deslocalización y poder cuantificarlo se ha procedido a calcular el empleo generado por el capital extranjero como el producto de dicha variable en cada empresa y el porcentaje que supone el capital extranjero en el total. El resultado pone de manifiesto una fuerte incidencia de este proceso de desinversión de las empresas multinacionales. En concreto, en 1999 el capital extranjero generaba en torno a 154 mil empleados, cantidad que desciende a 111 mil en 2005. La caída del 28% del empleo en esos seis años se produce en un contexto de relativa estabilidad en el conjunto del empleo manufacturero español, que según la Encuesta Industrial creció en torno al 1%. Además, el análisis por sectores permite constatar que la mayor parte de las actividades presentan una tasa de variación negativa del empleo generado por el capital extranjero. En este descenso destaca la aportación del sector de Vehículos de motor, que supone cerca del 37% de la caída en el empleo vinculado a empresas extranjeras en el total del sector manufacturero. Le siguen en importancia otros tres sectores: Maquinaria y equipo mecánico, Química y Material electrónico. Lo más significativo es que estas cuatro actividades, que suponen más del 80% de la pérdida de empleo generado por el abandono del capital extranjero, se sitúan en sectores de tecnología media-alta (en el primer caso) o media-alta/alta (en los otros tres). En todos los casos son actividades caracterizadas por su intensidad relativa en conocimiento. Por el contrario en tan solo dos ramas (Confección y Edición e impresión) se pone de manifiesto un incremento del capital extranjero.

Asimismo, el análisis de la evidencia obtenida partir de la base SABI permite constatar que las empresas en que disminuye el porcentaje de capital extranjero superan (en todo el periodo) en aproximadamente cinco puntos porcentuales a las que ven aumentar la participación. Esta diferencia es sustancialmente mayor cuando el incremento de la participación foránea se limita al 10% del capital social. Además, el aumento en el capital por parte de los no residentes se produce sobre todo en 2004 y, sin embargo, el abandono se detecta a comienzos

6. Por lo que se refiere a la distribución de tamaños, muestra pocas alteraciones a lo largo del periodo. Así, por encima del 40% se podrían clasificar como medianas (entre 50 y 249 trabajadores) y en torno al 20% como grandes empresas (más de 250 trabajadores). Esto, naturalmente, indica una considerable concentración de las empresas extranjeras en tramos de mayor tamaño respecto a las domésticas.

de la década entre la denominada primera y segunda ola de deslocalización de la industria española (Myro y Fernández-Otheo, 2004).

Por lo que se refiere al empleo generado o destruido como consecuencia de la entrada o salida de empresas, y considerando que no se puede identificar las salidas en 2004 y 2005 por falta de información, se comprueba que hasta 2003 las entradas han supuesto un 1,3% del empleo manufacturero, mientras que las salidas suponen el 4,6%. En consecuencia, parece encontrarse evidencia de que el proceso de deslocalización de las empresas extranjeras se ha producido en mayor proporción mediante el cierre de empresas y no vendiéndola al capital nacional. Si bien es cierto que este abandono de capital, no ha sido generalizado para el conjunto del sector manufacturero, sí puede considerarse relevante si se tiene en consideración el papel estratégico que suelen jugar estas empresas.

5. Conclusiones

Aunque los indicadores agregados sobre la cuota exportadora del conjunto de la industria no muestran un deterioro acusado en el transcurso de la última década, la capacidad competitiva de los sectores industriales españoles muestra algunos rasgos preocupantes. Casi un 60% del empleo manufacturero se sitúa en sectores con fuertes problemas de competitividad exterior e interior. Una parte importante de estos sectores se corresponden con actividades ligadas de forma más o menos cercana al sector de la construcción. Muchas de las empresas de estas industrias parecen haber desatendido el mercado exterior y, al mismo tiempo, haber sido incapaces de abastecer el mercado interior en un contexto de fortaleza de la demanda interna hasta el año 2007. En ese sentido resulta significativo que el aumento de la presencia en el exterior de las empresas manufactureras españolas, que había sido muy evidente en la década de los noventa, se paraliza desde comienzos de esta década. Esto es más evidente para el caso de las empresas pequeñas y medianas, ya que las grandes suelen tener actividad exportadora en casi la totalidad de los casos. Dado que la entrada en los mercados de exportación no es inmediata y se enfrenta con considerables costes de entrada, parece imprescindible recuperar el ritmo de expansión de la frecuencia exportadora que se había observado en la pasada década. Al mismo tiempo, también es cierto que existe un reducido grupo de actividades que no parecen mostrar problemas competitivos relevantes, ni internos ni externos, en un contexto de fuerte deterioro del sector exterior español. En ellos residen algunas de las fortalezas competitivas de la economía española.

Este panorama se completa con el referido al análisis del proceso de deslocalización. Sobre ese aspecto la información mostrada no sugiere un abandono masivo del capital extranjero, al menos en el sentido del cierre total de la actividad. Más bien parece que el proceso de deslocalización, al menos en el período de estudio, se ha circunscrito al cambio de propiedad entre no residentes y residentes. El conjunto de informaciones suministradas sí evidencia la pérdida de atractivo de la economía española para el capital extranjero. Este aspecto es especialmente preocupante, pues los efectos de *spillover* que el capital extranjero tiene sobre los procesos de innovación son bien conocidos. Además, la menor presencia del

capital extranjero no tiene efectos simétricos sobre todas las ramas de actividad, pues son las de mayor contenido tecnológico y de demanda más dinámica las más afectadas por esa caída de la penetración del capital foráneo.

Las medidas públicas que permitirían una mejora de las condiciones son bien conocidas, tanto en lo referente a las medidas directas (apoyo al establecimiento de canales de distribución, promoción de marca país, líneas de crédito específicas, apoyo a *cluster* geográficos) como medidas indirectas pero que, a la larga, son las que permiten sustentar las potenciales ventajas competitivas. Entre éstas son las relativas al capital humano las más relevantes. Los deficientes indicadores (y evolución) que sobre esta cuestión presenta España constituyen una amenaza clara para el sostenimiento de tales ventajas. Una muestra, por el lado positivo, permite poner de manifiesto esta conexión: el hecho de que las empresas españolas de servicios de ingeniería se hayan situado como empresas líderes mundiales en este ámbito está sin duda conectado con la excelente formación superior que hay en esta materia en el país. Sin embargo, como es bien sabido, es en los niveles educativos medios, básicos en el día a día de los procesos productivos, donde la debilidad es manifiesta.

Referencias

Cuervo, J.A. y Guillén, M. (2005): *Outsourcing, Offshoring, Deslocalización: Consideraciones generales y reflexiones sobre el caso español*, Tercer Foro Hispano Alemán. Fundación Rafael del Pino, Madrid.

Cuervo, J.A. (2006): *Internacionalización de la empresa española: la deslocalización como oportunidad*, *Economistas* 108, p. 259-264.

Fernández-Otheo, C.M. y Myro, R. (2004): "La deslocalización de empresas en España. La atracción de Europa Central y Oriental", *Información Comercial Española* 818, p. 185-201.

Guillén, M.F. y García, E. (2007): "La expansión internacional de la empresa española: una nueva base de datos sistemática", *Información Comercial Española* 839, p. 230-234.

Melitz, M.J. (2003): "The impact of trade on intra-industry reallocations and aggregate industry productivity", *Econometrica* 71(6), p. 1695-1725.

World Economic Forum (2008): *The Global Competitiveness Report 2008-2009*, Ginebra, Suiza.



¿Quién interesa que invierta en España?: la inversión extranjera directa de Latinoamérica en España. Tendencias recientes y perspectivas

ÁREA: 1
TIPO: Aplicación

AUTORES

Jaime Rivera- Camino

Universidad Carlos
III, España.
jrivera@emp.uc3m.
es

Victor Molero- Ayala

Universidad
Complutense de
Madrid, España.
victor.molero@
ccee.ucm.es

Julio Cerviño- Fernández

Universidad Carlos
III, España.
jcervino@emp.
uc3m.esoecd.org

1. Autor de Contacto:
Departamento de
Comercialización
e Investigación de
Mercados; Facultad de
Ciencias Económicas
y Empresariales; Uni-
versidad Complutense
de Madrid; Campus de
Somosaguas; , 28223
Pozuelo de Alarcón
(Madrid); Spain.

*Who should invest in Spain? Latin-American direct foreign Investment in Spain.
Current trends and Perspectives*

*Quem interessa que invista em Espanha?: o investimento estrangeiro directo da américa-
latina em espanha. tendências recentes e perspectivas*

Este trabajo busca una respuesta válida a la pregunta, de cómo debe evaluarse el atractivo de los países susceptibles de hacer Inversión Extranjera Directa (IED), mediante el estudio de los tres países latinoamericanos con mayor inversión en España: Brasil, México y Chile. Con la validación cualitativa de esta nueva perspectiva se puede determinar si es conveniente considerar a estos países como fuentes potenciales de IED o si, por el contrario, se deben buscar nuevos socios. Los resultados sugieren que la metodología empleada en este artículo también es válida para evaluar el atractivo de otros países emisores de IED.

How should be assessed the attractiveness of the countries likely to attract Direct Foreign Investment (DFI). This paper reflects on the question by studying the three Latin American countries with greater investment in Spain: Brazil, Mexico and Chile. The qualitative validation of this new perspective can determine whether it is appropriate to consider these countries as potential sources of DFI, or whether, by contrast, must seek new partners. The results suggest that the methodology used in this article is also valid for evaluating the attractiveness of DFI from other source countries.

Este trabalho procura uma resposta válida à pergunta através do estudo dos três países latino-americanos com maior investimento em Espanha: Brasil, México e Chile. Com a validação qualitativa desta nova perspectiva pode-se determinar se é conveniente considerar estes países como fontes potenciais de IED ou se, pelo contrário, se devem procurar novos sócios. Os resultados sugerem que a metodologia utilizada neste artigo também é válida para avaliar o interesse de outros países emisores de IED.

DOI
10.3232/
GCG.2009.
V3.N2.07

1. Introducción

La globalización económica ha dado lugar a que las inversiones extranjeras directas (IED) se conviertan en tema de moda y motivo de preocupación para la política económica de países en todo el mundo. Su importancia reside en que las IED no solamente son fuentes de capital, sino que también son canales para acceder a tecnologías y habilidades organizativas y gerenciales más avanzadas. Por ese motivo, la captación y retención de las IED resulta vital para el desarrollo económico de las naciones (ACCI, 2007).

Este tipo de inversiones se viene estudiando desde hace varias décadas, caracterizándose por una amplia producción bibliográfica con diversas aproximaciones. Por ejemplo, su estudio desde una perspectiva de integración regional se remonta a la década de los cincuenta, que se complementó un par de décadas después con el enfoque de las empresas multinacionales. A éstas se suman otras orientadas a conocer los factores determinantes de la localización del capital extranjero productivo, y estudiar las mejores acciones promocionales para atraer las IED.

Pero este interés hacia el tema no ha dado lugar a ninguna visión capaz de explicarlo de forma completa y satisfactoria. Es más, las perspectivas anteriores podrían complementarse con un *análisis histórico descriptivo* con el que identificar y clasificar a los países-origen de las IED, según su potencial inversor. No hay que olvidar que la promoción para captar inversiones extranjeras exige que los países o regiones captadoras comprometan muchos recursos a largo plazo.

Esta perspectiva se puede estudiar tomando el caso de las IED de los principales países latinoamericanos en España, puesto que:

- España ocupa el 7º destino mundial por stock de IEDs acumuladas en un país (UNCTAD, 2008).
- Según el Banco de España al cierre del 2008, las IED recibidas han permitido financiar hasta el 44,3 por ciento de las necesidades de financiación exterior, y el stock acumulado de IED representa aproximadamente el 37 por ciento del PIB, habiendo generado más de 1,3 millones de empleos directos que suponen el 6,6 por ciento del total del empleo nacional.
- Desde hace décadas (ver INTAL, 1980) se sugiere que España debería constituirse en el puente entre América Latina y la UE, dado que el crecimiento en las inversiones de estos países pueden ser una oportunidad para España (Guillen et al. 2006; Santiso, 2007).

Se hace, pues, indispensable que los responsables españoles cuenten con una perspectiva analítica para identificar los mejores países latinoamericanos hacia donde orientar sus acciones promocionales captadoras de IEDs. De momento, la CEPAL muestra que en cuanto a las salidas de IED de Latinoamérica (en términos absolutos), Brasil, México y Chile fueron los países que, además de invertir en España, también encabezaron el proceso de inversión en el resto del mundo. De ahí que fijemos la atención en estos tres casos.

PALABRAS
CLAVE

**Inversión
extranjera directa,
Interés, Atractivo,
Protección
recíproca de
inversiones**

KEY WORDS

Direct foreign
investment,
Interest,
Atractiveness,
Investment
reciprocal
protection

PALAVRAS-
CHAVE

Investimento
estrangeiro directo,
Juros, Atractivos,
Proteção
recíproca de
investimentos

CÓDIGO JEL

M160

2. El fenómeno de la IED

2.1. Un tema de amplio interés

Diversos enfoques se han empleado para explicar tanto las causas como los destinos de las IED. Así, para justificar la existencia de las IED se ha usado las ventajas de los costes de transacción que son generadas por la propiedad de una empresa (Rugman, 1981; Buckley, 1988) y las estrategias empresariales basadas en las teorías de juegos no cooperativos (Graham, 1978).

Para explicar la localización de las IED, se han usado diversas perspectivas teóricas (del comercio internacional, la perspectiva japonesa de Kojima, las ventajas competitivas de Porter, el ciclo de vida del producto de Vernon y la teoría dinámica de Ozawa), las cuales solo desarrollan una perspectiva parcial del fenómeno (Díaz, 2003). Por este motivo, un enfoque ampliamente usado en la literatura durante las últimas décadas es el enfoque ecléctico o “paradigma OLI” de Dunning (Stoian and Filippaios, 2008). Este paradigma permite al investigador incluir en su análisis, no sólo variables de las empresas inversoras, sino también variables específicas de localización que pueden integrar el entorno institucional.

Según el paradigma OLI, las IED pueden ser explicadas por la combinación de variables de propiedad, ubicación y de internacionalización, las cuales responden a la pregunta de porque las firmas se comprometen en IED en vez de autorizar a empresas extranjeras para que usen sus recursos y fortalezas. Este paradigma también indica cuales son los atributos valorados por las empresas para ubicar las actividades productivas y explica como se implican las empresas en la producción internacional. Asimismo afirma que las variables de propiedad están relacionadas a las ventajas

de derechos de propiedad, activos intangibles, capacidades de gestión y sistemas organizativos y de marketing. Las variables de localización están asociadas a: bajos precios de los insumos, mano de obra cualificada y productiva, infraestructuras bien desarrolladas, políticas para atraer inversiones y competencias innovadoras de los países destino. Las variables de internacionalización están relacionadas a las oportunidades de explotar demandas insatisfechas, reducción de los costes de búsqueda y negociación, así como el control de las imperfecciones de los mercados.

Además, y de acuerdo a Dunning (1996) los inversores extranjeros pueden buscar recursos, mercados, eficiencia o capacidades estratégicas. Motivos que también han sido reconocidos por la UNTACD (1998) como determinantes económicos de las IED y que son complementadas por el marco político de los países receptores y las facilidades que éstos brinden para el desarrollo de los negocios. El marco político se refiere a la estabilidad social y política, reglamentaciones claras, políticas de privatizaciones, convenios internacionales sobre IED y las actitudes de los gobiernos de los países receptores, sobre las corporaciones extranjeras.

A estos enfoques también se agregan los rankings usados para clasificar a los países por su atractividad para recibir IED (por ejemplo, The Global Competitiveness Report publicado por the World Economic Forum). Aunque los rankings existentes ofrecen valiosa información para las decisiones de IED, sin embargo éstos presentan algunos inconvenientes: requieren constante actualización de datos, el envío de encuestas a muchos directivos y el desarrollo de rankings para cada industria (Zhao and Reuven, 2002).

No obstante, aunque las teorías sobre los determinantes de la inversión directa ex-

tranjera han sido muy numerosas, todavía no existe ninguna capaz de explicar de una forma completa y satisfactoria este fenómeno (Muñoz, 2002), y tampoco existe un único modelo que provea la base para investigaciones empíricas (Bevan, and Estrin, 2000) .

Otra línea de estudio de las IED está orientada a conocer la efectividad de las acciones promocionales para su captación en el país de destino. Aunque, esta perspectiva también requiere conocer el funcionamiento de los procesos decisionales de inversión¹. Al respecto, los estudios sobre este tipo de decisiones muestran que aún las empresas grandes no monitorean sistemáticamente el entorno para encontrar oportunidades de inversión, sino que su conducta es una respuesta a un problema del entorno externo (Harding, and Javorcik, 2007). Estos estudios también sugieren que las estrategias internacionales de las firmas son decisiones condicionadas por un estrecho rango de opciones, el cual les orienta a imitar al líder y/o a ser influenciados por las acciones promocionales. Es decir, las empresas responden a las acciones de los competidores y no actúan como decisores independientes que buscan en el entorno las mejores oportunidades de inversión. En esas circunstancias, siguen a quien consideran que tiene éxito y/o consideran que las acciones promocionales les proveen de información nueva y de razones posibles de inversión.

Siguiendo esta perspectiva se encuentra que muchos países han usado recursos importantes para crear agencias de promoción de inversiones y que el tema es importante para las políticas públicas. Pero, también se halla que todavía se conoce poco la efectividad de los esfuerzos promocionales para captar IED (Harding, and Javorcik, 2007). Las escasas investigaciones realizadas han encontrado que su efectividad depende de factores relacionados a las agencias (antigüedad, cantidad de personal) que son mediatizados por factores del país destino: tamaño y desarrollo del mercado y costes laborales (ver Sung-Hoon, 2008).

2.2. Una nueva perspectiva de análisis

Las perspectivas mencionadas anteriormente se complementan con el método de análisis histórico-descriptivo que se presenta a continuación y con el cual se puede identificar y clasificar a los países-origen de las IED, según las siguientes facetas de su conducta inversora:

1. *Bases de la conducta inversora*, destinada a analizar el nivel de reactividad de las IED al panorama económico de los respectivos países, o si por el contrario, las inversiones obedecen a estrategias inversoras proactivas que suponen una perspectiva de largo plazo.

2. *Conducta inversora a escala mundial y principales países destino*. En donde, además de analizar la trayectoria inversora en el pasado reciente, también se identifica su concentración en los principales destinos alternativos y las razones de estas elecciones.

3. *Tendencias de las inversiones a escala mundial*. Destinada a identificar cuáles son los países considerados como prioritarios para las futuras IED, además de determinar los principales elementos que pueden condicionar la futura conducta inversora.

4. *Cantidad de IED en el país receptor*. Permite evaluar y clasificar el atractivo del país emisor, según los montos invertidos en el pasado reciente.

5. *Regularidad histórica de las IED en país receptor*. Trata de analizar si la conducta

1. La necesidad de invertir en promociones es impulsada por lo que se conoce sobre los procesos decisionales de inversión.

inversora responde a un patrón regular que permita deducir una planificación intencionada en las mismas, o si por lo contrario, es reactiva y coyuntural a factores del macro-entorno.

Este patrón de permite clasificar a los países por la estabilidad de su perfil inversor y por las cantidades de IED pasadas y futuras tanto en el país receptor como en los destinos alternativos. También suponemos que esta perspectiva posibilitará determinar el nivel de esfuerzos promocionales que deberá realizar el país receptor para modificar las conductas y tendencias inversoras de los países evaluados. Esta información es necesaria para justificar las acciones promocionales de los países receptores, dado que éstas implican el compromiso de recursos a largo plazo.

3. Aplicaciones prácticas del modelo

3.1. La inversión extranjera directa de México

- Bases de la conducta inversora mexicana

El análisis de las inversiones mexicanas parte de la base que no se ha efectuado, salvo en el caso de Latinoamérica y el Caribe, la cuantificación del monto y características de la presencia de las empresas mexicanas en América del Norte, Europa, Europa del este y el Sudeste Asiático (Arriola, 2008). Por tanto las cifras deben obtenerse de diferentes fuentes no oficiales, pues las estadísticas solo presentan información de las IED recibidas por este país.

Cuando se analizan las bases se halla que el crecimiento de las IED tiene sus antecedentes en los grupos o conglomerados de empresas que se desarrollaron en la década de los 90 siguiendo la evolución de la economía mexicana. En esa época las estrategias de crecimiento fueron las adquisiciones y fusiones. Posteriormente las IED mexicanas fueron apoyadas por una política nacional planificada. Esto se puede apreciar por la cantidad de tratados de libre comercio y por los acuerdos negociados por México para la promoción y protección recíproca de inversiones (APPRI).

Tabla 1.- El interés mexicano en las inversiones y la firma de APPRI

APPRI negociados			En negociación
Alemania	España	Rep. Checa	Reino Unido
Argentina	Francia	Suecia	Japón
Austria	Grecia	Suiza	Singapur
Corea del Sur	Holanda	Uruguay	Israel
Cuba	Italia	Unión Belgo-Luxemburguesa	Paraguay
Dinamarca	Islandia	Portugal	China
España			

Fuente: Elaboración propia

Este incremento en la firma de tratados de protección recíproca de inversiones generó un efecto de “arrastre” del crecimiento de las exportaciones mexicanas, las cuales se quintuplicaron en el lapso de la última década y la convirtió en la primera potencia latinoamericana en exportaciones. Este hecho es importante porque refuerza la relación exportación-inversión y por que explica la estrategia seguida por las multi-latinas en su crecimiento.

- **Conducta inversora a nivel mundial y principales países destino**

Entre 1990 y el 2000, El principal destino de la inversión mexicana fue los EE.UU. con más de 50 por ciento. El segundo lugar lo ocupaba España (13,03%), pero se inició una creciente orientación mexicana hacia Latinoamérica. En ese periodo, ya el 24,4% de las IED mexicanas se dirigieron a 13 países: Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica, Colombia, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Nicaragua, Panamá, Perú y Venezuela (Garrido, 2001).

Entre 2001 y 2008 las inversiones mexicanas siguieron teniendo como principal destino los Estados Unidos, pero el interés por España fue desplazado hacia Latinoamérica. Durante 2006, las inversiones mexicanas en Latinoamérica alcanzaron un acumulado histórico de 25 mil 600 millones de dólares, de los cuales, más de 10 mil millones de dólares constituyeron la inversión mexicana acumulada en Brasil, hasta 2006/7 (aunque en este país ya empezaban a acumularse inversiones desde el 2003). Como consecuencia, Brasil se convirtió en el principal destino de las inversiones mexicanas en Sudamérica, con un monto de US\$ 16,5 miles de millones de dólares, hasta el 2008.

Cabe mencionar que estos datos son el resultado de consultas a empresas inversoras, pues no existen datos oficiales del monto y características de la presencia de las empresas mexicanas en ciertos países (Arriola, 2008). También se debe señalar que las estadísticas oficiales disponibles encontradas en las agencias gubernamentales mexicanas sólo se refieren a las IED hacia México.

- **Tendencias de las inversiones mexicanas**

De acuerdo a los últimos datos, se espera que las inversiones mexicanas, además de centrarse en USA también se dirijan a reforzar su posición en la región Latinoamericana. Esto se confirma por el aumento observado en las inversiones mexicanas en la región, de un 35,9 por ciento entre el 2006 y 2007. Este incremento se eleva hasta un 120 por ciento, cuando se compara el crecimiento registrado del 2003 a la fecha (2008). Por tanto se consolida la información que México es el país latinoamericano con mayores inversiones en Latinoamérica. En este último año (2008), México continuó su fortalecimiento con Latinoamérica, pero también extendió su interés al Caribe (SER, 2008), debido a su ubicación geopolítica. Con la consiguiente disminución de las IED en España.

Esta tendencia se confirma por el estudio realizado por la consultora KPMG (2008), respecto a los países en donde se espera invertir en los próximos 12 meses y en los próximos 5 años. En este estudio se encuentra que los inversores mexicanos expresan la intención de dirigirse a los Estados Unidos, en primer lugar. En segundo lugar a Argentina, luego a Chile, después a Brasil, y finalmente a España y Guatemala.

Además, que en los siguientes cinco años, los inversores mexicanos indican que los Estados Unidos siguen siendo favoritos para el 30 por ciento, seguido por Chile para el 20 por ciento, Argentina, Brasil y el Reino Unido el 15 por ciento y la India y Alemania para el 10 por ciento. Así, esta encuesta confirma el escaso interés de este país por España. Si en el 2008-2009 se preveía una participación de España en el 10% de las IED mexicanas (compartidas con Guatemala), en el largo plazo, España desaparece de esta participación.

- **La inversión mexicana en España**

México ha sido el principal país latinoamericano que más ha invertido en España durante las últimas décadas. Aunque sus inversiones han tenido un comportamiento variable en el tiempo, sin embargo su inversión neta (sin operaciones ETVE) ha sido de 628.596,52 en efectivo miles de euros, hasta marzo del 2008 (Data Invex).

Por otra parte, de todos los países del mundo que invierten en España. México ocupa la posición 9ª (por el total de inversiones durante el periodo 2000-2008), solamente por detrás de los países desarrollados, pero constituyéndose en el primer país latinoamericano inversor en España.

En cuanto al monto total del flujo de la IED mexicana, comparado con el total de las inversiones extranjeras en España, ha sido de 2,84 por ciento, en los últimos años. Por tanto, se aprecia la baja importancia de México como inversor relevante en nuestro país, aunque cuyas cifras absolutas se incrementaron notablemente en el 2007.

Tabla 2.- IED bruta mexicana en España

Año	México	Total países	México/ Total (%)
2000	83.695,06	25.990.335	0,32
2001	1.852.245,52	15.549.474	11,91
2002	215.606,64	11.607.055	1,86
2003	191.671,3	9.717.636	1,97
2004	160.186,6	8.912.154	1,80

Año	México	Total países	México/ Total (%)
2005	652.585,9	13.671.082	4,77
2006	65.534,1	9.758.923	0,67
2007	731.156,6	29.321.451	2,49
2008	9.805,6	14.790.707	0,07
Total	3.962.487,29	139.318.816	2,84

Fuente: A partir de DataInvex. Datos en miles de euros

Con respecto a las inversiones de todos los países en España las inversiones mexicanas durante 2001-2008 ocupan el lugar 9, por delante de todos los demás países latinoamericanos. Inclusive, México aparece en mejor posición respecto a Suiza (11ª), Suecia (12ª), Bélgica (13ª), Canadá (14ª), Japón (15ª), Australia (16ª), India (17ª) y Arabia Saudita (18ª).

- **Regularidad histórica de las IED mexicanas en España**

La trayectoria inversora mexicana en España ha sido algo irregular. Aunque en todos los años los flujos son positivos, sin embargo, se aprecian variaciones negativas en los años 1994, 1995, 1999, 2001, 2004 y 2006. En cuanto a las cantidades invertidas, se observan dos periodos, el primero que va de 1993 a 1999 en donde las inversiones mantienen un

perfil regular caracterizado por montos medianos. El otro, que se inicia en el 2000, muestra un perfil con mayores cantidades, pero con más irregularidades.

A continuación, se presenta una tabla que resume la evaluación de las IED mexicana.

Tabla 3.-Inversión Neta

Años	Mexico	Variación
1993	46.279,08	
1994	14.721,09	-31.557,99
1995	6.486,76	-8.234,33
1996	8.640,63	2.153,87
1997	19.248,10	10.607,47
1998	23.660,69	4.412,59
1999	15.345,15	-8.315,54
2000	73.955,09	58.609,94
2001	26.555,04	-47.400,05
2002	30.130,66	3.575,62
2003	39.540,40	9.409,74
2004	15.858,81	-23.681,59
2005	99.007,28	83.148,47
2006	85.437,37	-13.569,91
2007	113.022,24	27.584,87
2008-03	10.708,13	
Total	628.596,52	

Fuente: A partir de DataInvex. Datos en miles de euros

Tabla 4 RESUMEN: Las tendencias inversoras mexicanas y su impacto en España

BASES DE LA CONDUCTA INVERSORA
<ul style="list-style-type: none"> • Se aprecia una política inversora planificada, con crecimiento por adquisiciones y fusiones. • Se aprecia el efecto arrastre de las exportaciones sobre las inversiones. • Aunque, existe opacidad en la información oficial sobre la IED mexicanas en varios países
CONDUCTA INVERSORA A NIVEL MUNDIAL y PRINCIPALES PAISES DESTINO
<ul style="list-style-type: none"> • Entre 1990-2000 el primer destino es USA, el segundo España. Entre 2001-2008 se acentúa el desplazamiento hacia Latinoamérica, de las inversiones destinadas a España. En 2008 México es el país latinoamericano con mayores inversiones en Latinoamérica.
TENDENCIAS DE LAS INVERSIONES MEXICANAS
<ul style="list-style-type: none"> • Continuarán invirtiendo en USA, en Latinoamérica y en el Caribe, con la consiguiente disminución de las IED en España. Tendencia al alza de las IED en el Cono Sur. • En el largo plazo, se confirma el escaso interés de México por España.
LA INVERSIÓN MEXICANA EN ESPAÑA
<ul style="list-style-type: none"> • Hasta 2008, de todos los países del mundo que invierten en España. México ocupa la posición 9ª • Es el primer país latinoamericano inversor en España, con trayectoria algo irregular. • La presencia de multilatinas es muy escasa. Las empresas mexicanas que no se instalan en España lo hacen en Londres, por el ambiente financiero, legal y político.

Fuente: elaboración propia.

3.2. La inversión extranjera directa de Brasil

- Bases de la conducta inversora brasileña

El análisis de las inversiones brasileñas parte de la base que el Banco Central de Brasil no divulga la información sobre el destino sectorial o de distribución geográfica de la Inversión Brasileña Directa (IBD). Asimismo, que la UNCTAD, en una nota sobre las IED brasileñas cita el hecho de que gran parte del capital invertido en el extranjero sale del país, principalmente por razones financieras (la negación, la especulación), en detrimento de la producción internacional. Por tanto, para este estudio se han debido cruzar diferentes fuentes de información secundaria para la obtención de los datos.

En el caso de Brasil, se aprecia una estrategia de IED sostenida y a largo plazo. Prueba de ello ha sido la evolución que han mostrado las empresas brasileñas en sus fusiones y adquisiciones en los diferentes países durante el periodo 1995-2004. Además se aprecia una trayectoria estable y creciente, pues sobre las 100 principales multinacionales emergentes estudiadas por El Boston Consulting Group, en 2006 se identificaron 11 empresas brasileñas, pero en 2008 esta cantidad se había elevado a 34.

También se encuentra que la actividad inversora de las empresas brasileñas es el resultado de una estrategia compuesta de dos etapas. En la primera etapa se busca incrementar el volumen de ventas fuera del país. Esto se ha apreciado en los grupos más importantes, que además de aumentar sus ventas internacionales, también están avanzando a una segunda etapa, con ayuda del escenario de globalización. Aunque, como en México, algunos de los principales exportadores de Brasil son empresas extranjeras, como Volvo, de Suecia, que vende en el exterior casi 50% de su producción brasileña; General Motors, Cargill y Caterpillar, estadounidenses; Fiat y Pirelli, de Italia; Renault, de Francia, y Bosch y Volkswagen, de Alemania. Sin embargo, todos estos grupos —yendo más allá de la etapa “mercantilista”— apuntan también a sustanciales operaciones de inversión en el exterior.

- Conducta inversora a nivel mundial y principales países destino

De acuerdo al cuadro mostrado a continuación, se aprecia que los llamados “paraísos fiscales” fueron el principal destino del capital brasileño entre 2001-2006. Se aprecia que desde 2004, Dinamarca se unió al grupo de los mayores receptores de inversión directa. En 2006, las Bermudas y Dinamarca adquirieron importancia como destino de las inversiones directas brasileñas. Incluso, Dinamarca superó a las Islas Vírgenes en el periodo 2004-2006.

Tabla 5.- Principales países destino de la IED brasileña 2001-2006

RANK	País Destino	2001	2002	2003	2004	2005	2006	TOTAL
1.	Cayman, Islas	14785	16465	15097	13930	15113	20284	95674
2.	Bahamas, Islas	5954	6958	6565	7825	7449	9259	44009
3.	Vírgenes, Islas (Británicas)	7109	5416	6314	6254	7333	10345	42772
4.	Dinamarca	16	8	10	6460	9466	10361	26322
5.	Bermudas	990	1103	593	397	690	15061	18835
6.	España	1657	2953	1775	2934	3324	4221	16863
7.	Estados Unidos	1401	1830	2100	2552	4163	3942	15988
8.	Luxemburgo	584	402	2055	3114	3512	3918	13585
9.	Uruguay	3121	1547	2810	1657	1748	1743	12625
10.	Argentina	1625	1503	1549	1722	2068	2136	10604
	Otros							3.220

Fuente UNCTAD

En este mismo periodo, 2001-2006, la inversión acumulada de Brasil en los países latinoamericanos fue de 31.417 US\$ millones, un valor 1,86 veces superior al registrado en España. Así, Latinoamérica empieza a adquirir importancia para Brasil, pero también se aprecia un desplazamiento en las IED hacia Estados Unidos. Recientemente y según datos 2008, siguen predominando los centros financieros del Caribe, con un 47% del total de inversiones, pero Estados Unidos adquiere la segunda posición con un 30% y por tanto desplaza a España (según datos 2001-2006).

Tabla 6.- IED Brasil 2008 (excluidos bienes e inmuebles)

País de destino	Millones de dólares	Porcentaje
Estados Unidos	3 548	30
Centros financieros del Caribe	5 420	47
Chile	689	6
Argentina	528	5
México	258	2
Uruguay	229	2
Otros países de América Latina y el Caribe	131	1
Portugal	155	1
Otros países de Europa	633	5
Otros	54	0

Fuente CEPAL

De acuerdo con el último informe de la CEPAL, Brasil apuesta por intensificar la integración con los países de la región mediante un esquema de geometría variable que permita el desarrollo de la “fábrica América Latina” con alimentos, materias primas y energía, una adaptación particular de la “fábrica Asia”. En esta línea se inscriben tanto los proyectos de infraestructuras transoceánicas como la Integración de América del Sur y el relanzamiento de las relaciones con México, América Central y el Caribe (Arahuetes, 2008).

- Tendencias de las inversiones brasileñas

Las tendencias están marcadas por la agenda 2008/2010 de Apex-Brasil, según la cual se priorizan a algunos países a los cuales se les debe definir como “trader”, que son los que pueden servir de puerta de entrada para los mercados de determinadas regiones. Ellos son: Argentina, Colombia, Cuba, Perú, Venezuela, Chile (trader) y Panamá (trader) en América Latina; Noruega, Polonia, Rusia, Turquía (trader) en Europa; China, Corea del Sur, Vietnam y Singapur (trader) en Asia; Canadá, EUA y México en América del Norte; Angola, Egipto, Sudáfrica (trader) y Emirados Árabes (trader) en África. Como se aprecia en la lista anterior, España no está considerada como país trader.

En cuanto a las tendencias de las inversiones brasileñas en España, la encuesta de la consultora KPMG confirma el escaso interés de este país en España. Si en el 2008-2009 no se prevé una participación de España en las IED brasileñas, en el largo plazo (2013/14), España aparece dentro de otros países (Japón, Indias occidentales, Australia) con un 5%.

• La inversión brasileña en España

Brasil, como país integrante de los G20, tiene una economía emergente que invierte en diversos países en todo el mundo. Sin embargo, en España solamente ocupa la posición 27 (por el total de inversiones durante el periodo 2000-2008). Comparado con otros países latinoamericanos, Brasil ocupa la sexta posición, detrás de Argentina, Costa Rica y Panamá (5°, 4° y 3°, respectivamente).

En cuanto a la IED brasileña bruta, la siguiente tabla presenta una comparación con todos los países que invierten en España. Esta Tabla muestra que durante el periodo 2000 y 2008 (primer trimestre) el flujo de inversiones brasileñas alcanzaron la cifra de 213.788,14 miles de euros. Las dos últimas columnas de la Tabla señalan el volumen acumulado para el periodo seleccionado (2000-08) y el porcentaje de Brasil respecto al total de los países, respectivamente. Así, el monto total del flujo IED de Brasil, comparado con el total de las inversiones extranjeras en España, es de 0,15%, en estos últimos años. Por tanto, se aprecia la baja importancia de Brasil como inversor relevante en nuestro país, cuyas cifras absolutas han tenido una trayectoria irregular, con varios altibajos y con una altísima inversión en el 2006, que cae pronunciadamente en 2007.

Tabla 7.- IED bruta brasileña en España

Año	Brasil	Total países	Brasil/ Total (%)
2000	9.744,73	25.990.335	0,04 %
2001	12.056,98	15.549.474	0,08 %
2002	2.157,45	11.607.055	0,02 %
2003	4.456,99	9.717.636	0,05 %
2004	1.601,84	8.912.154	0,02 %
2005	4.901,42	13.671.082	0,04 %
2006	168.889,72	9.758.923	1,73 %
2007	8.760,26	29.321.451	0,03 %
2008	1.218,75	14.790.707	0,01 %
Total	213.788,14	139.318.816	0,15 %

Fuente: A partir de DataInvex. Datos en miles de euros

Esta afirmación es apoyada por el documento elaborado por Oficina Económica y Comercial de España en Brasilia (Flujos de Inversión, 2007), que indica que tradicionalmente la inversión directa de Brasil en España ha sido prácticamente inexistente (Flujos de Inversión, 2007). Así, en el informe elaborado por INTERES sobre la Inversión Extranjera Directa en España, para el 2008, Brasil no aparece – por flujos de IED- en ninguna comunidad autónoma española.

• Regularidad histórica de las IED brasileñas en España

Por las IED netas en España, la trayectoria brasileña ha sido irregular, pues existen periodos en los cuales se aprecian variaciones negativas (años 1994, 1996, 1998, 1999, 2002, 2004, 2006 y primer trimestre 2008).

Además que existen periodos con inversión neta negativa: 1999, 2004, 2006 y 2008.

A continuación, se presenta una tabla que resume la evaluación de las IED brasileña.

Tabla 8.-Inversión Neta

Años	Brasil	Variaciones
1993	6.124,60	
1994	1.800,40	-4.324,20
1995	4.281,80	2.481,40
1996	662,53	-3.619,27
1997	751,51	88,98
1998	556,22	-195,29
1999	-5.244,80	-5.801,02
2000	5.477,00	10.721,80
2001	7.162,70	1.685,70
2002	2.077,40	-5.085,30
2003	4.181,30	2.103,90
2004	-703,62	-4.884,92
2005	4.465,10	5.168,72
2006	-951,55	-5.416,65
2007	8.205,50	9.157,05
2008-03	-4.772,50	
Total	34.073,70	

Fuente: A partir de DataInvox. Datos en miles de euros

Tabla 9 RESUMEN: Las tendencias inversoras brasileñas y su impacto en España

BASES DE LA CONDUCTA INVERSORA
<ul style="list-style-type: none"> • Gran parte del capital invertido en el extranjero sale del país, por razones de evasión fiscal. Otra parte proviene de empresas extranjeras (Volvo, GM, Cargill y Caterpillar, Fiat y Volkswagen). • Tiene una política sostenida, orientada a las fusiones y adquisiciones en países Latinoamericanos, apoyada por la estabilidad económica de los últimos 5 años.
CONDUCTA INVERSORA A NIVEL MUNDIAL y PRINCIPALES PAISES DESTINO
<ul style="list-style-type: none"> • Siguen una estrategia de dos etapas: primero incrementar exportaciones y después invertir. Existe un plan para alentar las exportaciones y competitividad de las empresas en el exterior • El principal destino del capital brasileño lo constituyen los llamados paraísos fiscales, luego USA y después los países latinoamericanos. Esta inversión es mayor que el monto dirigido a España.
TENDENCIAS DE LAS INVERSIONES BRASILEÑAS
<ul style="list-style-type: none"> • Entre los mercados prioritarios y los países elegidos “como puertas de entrada”, no está España. • Si en el 2008-2009 no se prevé una participación de España en las IED brasileñas, en el largo plazo, España aparece dentro de otros países (Japón, Indias occidentales, Australia) con un 5%. • En época de crisis, la solución es la orientación regional de las inversiones.
LA INVERSIÓN BRASILEÑA EN ESPAÑA
<ul style="list-style-type: none"> • Ocupa la posición 27 (por el total de inversiones durante el periodo 2000-2008). Comparado con los demás países Latinoamericanos, Brasil ocupa la sexta posición, detrás de Argentina, Costa Rica y Panamá. • Trayectoria inversora irregular, desde 1993 se encuentran 8 años en los cuales la inversión neta es negativa.

Fuente: elaboración propia

3.3. La inversión extranjera directa de Chile

- Bases de la conducta inversora

La expansión inversora chilena tiene sus antecedentes en los grupos o conglomerados de empresas, que se desarrollaron siguiendo la evolución de la economía chilena. Debido a la creciente apertura y mejora de las relaciones internacionales de Chile, las grandes empresas chilenas, haciendo uso de las inmensas utilidades obtenidas en el mercado nacional, se lanzaron a la conquista de nuevos mercados. Así se aprecia que las IED chilenas buscan posicionarse como líder en negociaciones comerciales regionales y como puerta de entrada y salida de mercaderías hacia Oriente. El gobierno chileno *asume que las exportaciones influyen en las inversiones*, por lo cual ha firmado TLC con diversos países.

Asimismo, dado que desde 1980, las inversiones chilenas en el exterior han tenido una tendencia creciente, tanto en los stocks de inversión productiva como en los flujos de inversión en la IED chilena, se puede sugerir que La política inversora de Chile está consolidada y con tendencia a incrementarse.

- Principales países destino y tendencias a nivel mundial

El análisis del periodo 1990-2008 muestra que las IED concentran el 91% en nueve países: Argentina, Brasil, Perú, Colombia, Estados Unidos, Panamá, Australia, México y Venezuela. Pero, Argentina es el primer país receptor de inversiones chilenas con un 34% de la inversión materializada. Le sigue Brasil, con un 16% de participación, Perú con un 14% y Colombia con un 13% de participación. En términos regionales, en el 2008 se apreció una leve redistribución de las IED, con un incremento en los países componentes del NAFTA, pues subieron del 4,9% al 9,5%; en tanto que la Unión Europea descendió de 2,4 a un 1,7%.

Como tendencias, se aprecia que se mantendrá el interés de Chile por invertir en Latinoamérica. En esta región, los países que captarán las IED chilenas serán Perú, México, Argentina y Colombia. Esta afirmación se basa en apreciar que, aunque en el primer semestre las inversiones se destinaron a diez países, el 77% del capital materializado en el exterior (US\$ 1.300 millones de dólares) se dirigió preferentemente a cuatro países de América Latina (Perú, México, Argentina y Colombia). Pero, con el interés por convertir a Brasil en el segundo receptor mundial de la inversión directa de Chile.

- La inversión chilena en España.

De todos los países del mundo que invierten en España, Chile ocupa el lugar 59, (por el total de inversiones durante el periodo 2000-2008). En cuanto al monto total del flujo de la IED chilena, comparado con el total de las inversiones extranjeras en España, ha sido de 0,02%. Por tanto, se aprecia la escasa importancia de Chile como inversor relevante en nuestro país, cuyas cifras absolutas han ido disminuyendo ligeramente desde 2005.

Tabla 10.- IED bruta chilena en España

Año	Chile	Total países	Chile/ Total (%)
2000	1.803,3	25.990.335	0,0069%
2001	6.496,8	15.549.474	0,0418%
2002	3.560,5	11.607.055	0,0307%
2003	2.777,7	9.717.636	0,0286%
2004	7.799,4	8.912.154	0,0875%

Año	Chile	Total países	Chile/ Total (%)
2005	2.898,1	13.671.082	0,0212%
2006	2.440,2	9.758.923	0,0250%
2007	1.160,8	29.321.451	0,0040%
2008	51,6	14.790.707	0,0003%
Total	28.988,4	139.318.816	0,02%

Fuente: A partir de DataInvex. Datos en miles de euros

- Regularidad histórica de las IED chilena

Por las IED netas en España, la trayectoria chilena ha sido irregular. Se aprecia la existencia de periodos en los cuales hay variaciones negativas (años 1994, 1995, 1997, 1990, 2002, 2003, 2005, 2006, 2007).

También se encuentra que existen periodos con inversión neta negativa: 1998, 2003, y 2007.

A continuación, se presenta una tabla que resume la evaluación de las IED chilena.

Tabla 11.-Inversión Neta

Años	Chile	Variación
1993	411,94	
1994	269,81	-142,13
1995	161,74	-108,07
1996	2787,10	2625,36
1997	1747,43	-1039,67
1998	-1,52	-1748,95
1999	498,92	500,44
2000	1254,16	755,24
2001	6376,75	5122,59
2002	2377,92	-3998,83
2003	-13219,50	-15597,42
2004	6634,37	19853,87
2005	2744,98	-3889,39
2006	2276,47	-468,51
2007	-723,66	-3000,13
2008-03	77,05	
Total	13.673,95	

Fuente: A partir de DataInvex. Datos en miles de euros

Tabla 12 RESUMEN: Las tendencias inversoras chilenas y su impacto en España

BASES DE LA CONDUCTA INVERSORA
<ul style="list-style-type: none"> • Las bases se encuentran en los grupos o conglomerados de empresas, que se desarrollaron siguiendo la evolución de la economía chilena, y que se vieron favorecidos por la globalización. • La política inversora de Chile está consolidada y con tendencia a incrementarse.
CONDUCTA INVERSORA A NIVEL MUNDIAL y PRINCIPALES PAISES DESTINO
<ul style="list-style-type: none"> • Conducta expansiva para posicionarse como líder en negociaciones comerciales regionales y como puerta de entrada y salida de mercaderías hacia Oriente. • Entre 1990-2008, concentran el 91% de las inversiones en nueve países: Argentina, Brasil, Perú, Colombia, Estados Unidos, Panamá, Australia, México y Venezuela. En 2007-2008, Latinoamérica capta entre el 84 y 82% de las IED chilenas, pero la Unión Europea desciende de 2,4% a 1,7%.
TENDENCIAS DE LAS INVERSIONES CHILENAS
<ul style="list-style-type: none"> • Se mantendrá el interés de Chile por invertir en Latinoamérica. En esta región, los países que captarán las IED chilenas serán Perú, México, Argentina y Colombia. Pero, con el interés por convertir a Brasil en el segundo receptor de la inversión directa de Chile en el mundo.
LA INVERSIÓN CHILENA EN ESPAÑA
<ul style="list-style-type: none"> • Comparada con todos los países, Chile ocupa la posición 59, y con las IED latinoamericanas, la 8ª. • La trayectoria inversora chilena en España ha sido irregular, cuyas cifras absolutas han ido disminuyendo ligeramente desde 2005.

Fuente: elaboración propia

4. Conclusiones

La teoría actual sólo presenta perspectivas para conocer por qué se invierte en los países. Este artículo, en cambio, prueba cualitativamente un enfoque con la perspectiva inversa para evaluar la trayectoria de los países emisores de inversión y determinar si tienen el atractivo suficiente para que justifiquen el desarrollo de acciones promocionales con las que atraer sus inversiones. Para los países receptores es importante contar con esta metodología de análisis y diagnóstico, dado que la atracción de inversiones compromete gran cantidad de recursos a medio y largo plazo. Aunque existen diversas publicaciones que demandan que España se convierta en puerta de entrada para las inversiones latino-americanas, el análisis desarrollado sugiere que este interés no se corresponde con la realidad. Si bien existe interés por parte de empresas españolas para ampliar sus inversiones productivas en diversos países latinoamericanos, los datos evaluados sugieren que este propósito no es recíproco.

La propuesta de análisis de este artículo permite evaluar a los países, al tiempo que se establece un diagnóstico y pronóstico de Latinoamérica en su conjunto como fuente de inversiones. Por ejemplo, se puede indicar que una de las bases del crecimiento inversor latinoamericano son las IED intra-regionales. Pero, que esta orientación se reforzará más en época de crisis y generará por tanto una amenaza para España. El estudio también con-

firma lo señalado por algunos autores, sobre el efecto arrastre de las exportaciones sobre las inversiones, punto éste que permite establecer otro reto para España, cuando se aprecia la creciente relación económica y política entre Latinoamérica y Asia, que se traduce en la creación de foros (Cooperación Económica Asia Pacífico y Foro de Cooperación América Latina-Asia del Este) del que forman parte 21 países entre los que se incluyen México, Brasil y Chile. Este reto lo confirma la tendencia de la relación Latinoamérica-Asia que podría ser la más promisorio de este siglo e ilustrar uno de los mayores cambios que registra la economía mundial: lo que antes se llamaba el “centro” (los países de la OCDE), es cada vez menos centro del comercio y de las corrientes de capital mundiales, en tanto que la “periferia” (los países emergentes) empiezan a adquirir más protagonismo (ABC, 2008). Por tanto, el método que se propone puede suponer un aporte a la literatura sobre las IED con implicancias prácticas de largo alcance, lo que permite sugerir que de los países analizados solamente México presenta un leve potencial para justificar las acciones promocionales de España (ver tabla siguiente).

Tabla 13.- Evaluación de conducta inversora de países latinoamericanos

<i>Países evaluados</i>	México			Brasil			Chile		
	-	+/-	+	-	+/-	+	-	+/-	+
<i>Bases de la conducta inversora</i>			✓			✓			✓
<i>Conducta inversora mundial y países destino.</i>	✓			✓			✓		
<i>Tendencias de las inversiones a nivel mundial.</i>	✓			✓			✓		
<i>Cantidad de IED en el país receptor.</i>		✓		✓			✓		
<i>Regularidad histórica de IIED en país receptor.</i>		✓		✓			✓		

(-)Malo ; (+/-) Neutro; (+) Bueno

Fuente: elaboración propia

No debe olvidarse que este país, al igual que Brasil y Chile, dependen de materias primas, por lo que la crisis mundial les afectará directamente y disminuirán sus perspectivas de desarrollo. También se debe considerar que las inversiones de las multi-latinas de estos países no responden a promociones inversoras puntuales de los países destino. En todo caso, si se desean promover las inversiones de este país se puede usar el efecto arrastre de las exportaciones y por tanto concentrarse en las empresas mexicanas que exportan a España. También se podrían dirigir acciones a las PYMEs exportadoras, dado que informes recientes (OECD y la APEC) señalan la creciente internacionalización de la producción y comercialización de las pequeñas empresas latinoamericanas.

Referencias

ABC (2008), *China le disputa a EE.UU. la hegemonía comercial en Iberoamérica con inversiones multimillonarias*, Martes, 18-11-08.

ACCI, (2007): "Attracting Foreign Direct Investment - Apec Could Lead", *Issues Paper, Australian Chamber of Commerce and Industry*, May, pp 1-4.

Arquetes, A. (2008), *La peculiar adaptación asiática de Brasil*, *El País.com*, 18/03/2008.

Arriola, S. (2008): "Representaciones del Servicio Exterior y la promoción de las inversiones en el exterior", *Promoción Económica Internacional para Representaciones de México en el Exterior*, 10-13 de marzo de 2008, C. México.

Bevan, A. and Estrin, S. (2000). *The Determinants of Foreign Direct Investment in Transition Economies*, *William Davidson Institute Working Paper 342, Centre for New and Emerging Markets, London Business School, Centre for New and Emerging Markets, London Business School*.

Buckley, P. J. (1988): "The Limits of Explanation: Testing the Internalisation Theory of the Multinational Enterprise", *Journal of International Business Studies*, vol. XIX, pp.181-193.

Díaz, R. (2003): "Las teorías de la localización de la inversión extranjera directa: Una aproximación", *Revista Galega de Economía*, Vol. 12, núm. 1, pp. 1-12.

Flujos de Inversión (2007). Elaborado por Oficina Económica y Comercial de España en Brasilia.

Garrido, C. (2001), *Fusiones y adquisiciones transfronterizas en México durante los años noventa*. CEPAL.

Graham, E. M. (1978): "Transatlantic Investment by Multinational Firms: A Rivalistic Phenomenon?", *Journal of Post Keynesian Economics*, 1, pp. 82-99.

Guillén, M.; Ontiveros, E.; y Santiso, J. (2006): "España: un 'hub' latinoamericano incompleto", *EL PAÍS*, martes 14 de noviembre de 2006.

Harding, T., and Javorcick, B. (2007): "Developing Economies and International Investors", *Policy Research Working Paper 4339. The World Bank Development Research Group*.

INTAL (1980): "España: ¿Puente entre América Latina y la CEE?", *Revista Integración Latinoamericana* N° 45-46 (abril-mayo).

Muñoz, M. (2002): "Factores de localización de la inversión directa extranjera en Andalucía", *Revista de Estudios Regionales* N° 62 (2002), PP. 171-187.

Santiso, J. (2007): "España: ¿hub empresarial para las multilaterales?", *Infolatam*, http://www.infolatam.com/entrada/espana_hub_empresarial_para_las_multilaterales-6537.html

SER (2008), *Fortalecimiento de los vínculos con Latinoamérica y el Caribe*, *Secretaría de Relaciones Exteriores- Correo de la SER-013-16 de enero de 2008*.

Stoian, C., Filippaios, F. (2008): "Foreign Direct Investment in Central, Eastern and South Eastern Europe: an 'eclectic' Approach to Greek Investments", International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management - Vol. 8, No.5 pp. 542 - 564.

Sung-Hoon, L. (2008): "How investment promotion affects attracting foreign direct investment: Analytical argument and empirical analyses", International Business Review, Volume 17, Issue 1, pp. 39-53.

UNCTAD (1998) World Investment Report 1998: FDI Trends and Determinants, United Nations Publication, Geneva.

Zhao, H., and Reuven, L. (2002): "Evaluation of country attractiveness for foreign direct investment in the e-retail industry", Multinational Business Review; Vol. 10 Issue 1, pp. 1-10.



Libertad de Prensa y Desarrollo: una relación ineludible

ÁREA: 4
TIPO: Aplicación

Freedom of the Press and Development: an unavoidable relationship
Liberdade de Imprensa e Desenvolvimento: uma relação ineludível

AUTOR

Hernán Alberro
Director de
Programas del
Centro para la
Apertura y el
Desarrollo de
América Latina
(CADAL).
hernan@cadal.org

1. Autor de Contacto:
Centro para la Apertura
y el desarrollo de América
Latina (CADAL);
Av. Roque Sáenz Peña
628; Piso 2º Oficina
R - 1035; Buenos Aires
(Argentina).

Los estudios de la relación entre la libertad de prensa y el desarrollo datan del siglo XVIII. Sin embargo, el sentido de esta relación no fue siempre interpretado de la misma forma e incluso en la actualidad es un tema de debate. Este trabajo busca inicialmente realizar un recorrido histórico a lo largo de los diferentes autores e interpretaciones para concluir apelando a datos empíricos que permitan observar la realidad y la vinculación entre indicadores de libertad de prensa y desarrollo tanto en su aspecto económico como humano.

Studies on the relationship between freedom of the press and development date back to the 18th century. However, the meaning of this relationship has not always been interpreted in the same way, and even today it is a topic for debate. This article initially seeks to take a historical journey through different authors and interpretations, concluding by drawing on empirical data which allows us to observe the reality and the link between these indicators of freedom of the expression and development in both the human and the economic aspect.

Os estudos da relação entre a liberdade de imprensa e o desenvolvimento datam do século XVIII. No entanto, o sentido desta relação não foi sempre interpretado da mesma forma e ainda na actualidade é um tema de debate. Este trabalho procura inicialmente realizar um percurso histórico ao longo dos diferentes autores e interpretações para concluir, apelando a dados empíricos que permitem observar a realidade e a vinculação entre indicadores de liberdade de imprensa e desenvolvimento, tanto no seu aspecto económico como humano.

DOI
10.3232/
GCG.2009.
V3.N2.08

1. Orden y progreso

A lo largo de la historia del pensamiento político y social, han sido varios los autores que se han preguntado y han analizado la importancia de la libertad de prensa. Ya desde comienzos del siglo XVIII pero incluso antes el concepto empezó a tener gran importancia. Por supuesto que las expresiones eran diferentes. Por aquellos años se hacía referencia a la libertad de opinión, dado el magro desarrollo de la prensa en esos primeros años del mundo político liberal moderno. En lugar de desarrollo, los autores se referían a la idea de progreso o evolución.

En este sentido podría tratarse de explicarse la relación entre la libertad de prensa y el desarrollo interpretando la importancia que los diferentes autores fueron otorgándole a dos conceptos clave: orden y progreso. El hecho de hallar estas palabras en los escudos de varios países, en sus constituciones nacionales, demuestra que eran éstos conceptos muy importantes y valiosos en los procesos de creación de los estados nacionales desde fines del siglo XVIII hasta incluso el siglo XX.

PALABRAS CLAVE
Desarrollo económico, Prensa, Gobernabilidad, Democracia, Libertad

KEY WORDS
 Economic development, Press, Governability, Democracy, Freedom

PALAVRAS-CHAVE
 Desenvolvimento económico, Imprensa, Governabilidade, Democracia, Liberdade

2. Orden como libertad

Resulta interesante ver cómo varios autores dan al papel de la libertad de opinión, la función de mantener el orden. Esta idea está particularmente presente en los autores liberales del siglo XVIII y principios del siglo XIX. Así, por ejemplo, en *El contrato social* (1762) Jean-Jacques Rousseau le da a la opinión pública, el papel de “censor”¹. Básicamente su función es la de censurar las acciones gubernamentales con las cuales la “voluntad general” no está de acuerdo.

Es precisamente la preocupación por el orden lo que caracteriza a la segunda mitad del siglo XVIII. Probablemente se pueda explicar esta preocupación en el hecho de que se trata de una época de transición del absolutismo a sistemas basados en las declaraciones de derecho, en constituciones, en repúblicas. Las razones de este proceso de transición escapan a los intereses de este estudio pero vale la pena destacar que varios estudiosos del período concuerdan en que el desarrollo económico que tuvo lugar en Europa Central desde un siglo antes de la Revolución Francesa “relajó las barreras sociales, facilitó el consumo privado, mejoró las expectativas y provocó una liberalización genuina”². Sostiene el mismo autor que en países como Inglaterra y Francia, “el propio mercado había llevado la prohibición a una situación insostenible”.

El enorme potencial político de la prensa se había puesto de manifiesto durante la época de inestabilidad posterior a 1600, tanto en Inglaterra como en Francia. El ejemplo más prematuro de desarrollo de la prensa se da en Inglaterra donde ya hacia mediados del

CÓDIGOS JEL
P500; A130

1. ROUSSEAU, Jean-Jacques, *El Contrato Social*. M. E. Editores, Madrid: 1993.
 2. MUNCK, Thomas, *Historia social de la Ilustración*. Editorial Crítica, Barcelona: 2001.

siglo XVII Londres había crecido muy considerablemente y sus habitantes habían ganado en poder adquisitivo, sumado a que la ley de licencias había caducado en 1695, lo que derivó en un abandono efectivo, aunque no intencionado de la censura previa a la publicación. Así, los ejemplos de periódicos como *Tatler* y *Spectator* sentaron un precedente en sus prácticas editoriales.

Incluso antes que esto, John Locke en *Essay Concerning Human Understanding* (1693) sostenía que hay tres tipos de leyes, la divina, la civil y la de la virtud o de la opinión. Al referirse a esta última, el autor asegura que “cuando los hombres se unen en sociedades políticas, aunque entreguen a lo público la disposición sobre toda su fuerza, de modo que no puedan emplearla contra ningún conciudadano más allá de lo que permita la ley de su país, conservan sin embargo el poder de pensar bien o mal, de aprobar o censurar las acciones de los que viven y tienen trato con ellos”. Así asume la libertad de prensa como una de las leyes necesarias para el orden social.

En definitiva, como sostiene Jesús Álvarez (2004) el siglo XVIII inglés es definido como “siglo de las luchas por la libertad de expresión”, ya que esa libertad, la de escribir, editar y distribuir, “se convirtió en la primera y abanderada de las reivindicaciones de la burguesía liberal”³. “Esa libertad de opinar abiertamente orienta y guía toda la consolidación de los estados nacionales a lo largo del siglo XIX” concluye el citado autor.

.....

3. ÁLVAREZ, Jesús T. “Los medios y el desarrollo de la sociedad occidental” en BARRERA, Carlos (coord.) *Historia del periodismo universal*. Ariel, Barcelona: 2004.

3. El orden como progreso

Este orden provocado o mantenido por esa libertad de opinión, era visto por muchos como terreno fértil para el progreso. Por eso es que se ve claramente en varios autores, la idea de que la libertad de opinión propicia el desarrollo.

En *¿Qué es la ilustración?* (1784) Immanuel Kant se pregunta sobre la cuestión puntual de cómo se ilustra la gente. Es allí donde aporta una idea, que será ampliamente analizada más adelante por John Stuart Mill, respecto de que “es posible que el público se ilustre a sí mismo, siempre que se le deje en libertad; incluso, casi es inevitable” (Kant, 1983).

Otra cuestión interesante de destacar es que, parecido al planteo de Mill, Kant afirma que la ilustración es conducente al progreso, o sea que el disenso y la libertad de opinión son conducentes al progreso. “Para esa ilustración sólo se exige libertad y, por cierto, la más inofensiva de todas las que llevan tal nombre, a saber, la libertad de hacer un uso público de la propia razón, en cualquier dominio”. Es en este sentido que Mill consideraría que coartar la expresión es cometer un mal a toda la sociedad y no sólo a quien se restringe individualmente⁴.

Probablemente, quien más impulsaría esta idea de orden y progreso sería Mill, al profundizar sobre qué es un buen gobierno, ya que plantea que se trata básicamente de orden y progreso. Y aquí es lo más interesante respecto de la libertad de prensa, ya que para que exista progreso, Mill sostiene que se necesita libertad intelectual e individuals.

4. MILL, John Stuart, *Sobre la libertad*. Primera Edición, Alianza Editorial, Buenos Aires: 1993.

5. MILL, John Stuart, *Del Gobierno Representativo*. 3ra. Ed. Tecnos, Madrid: 2000.

Por este motivo, tomar como punto de partida el período de la Ilustración para elaborar una breve descripción del desarrollo de la libertad de prensa y su relación con el desarrollo humano tiene sentido ya que el siglo XVIII fue claramente determinante y forjador de lo que más tarde serán en todo el mundo, las ideas predominantes de libertad, república, e igualdad.

Un autor clave para comprender el proceso de instauración de las democracias modernas y las sensaciones y opiniones que éstas despertaban en Europa y el mundo occidental, es, desde ya, Alexis de Tocqueville. Este autor francés haría un profundo análisis sobre el peso de la opinión pública y la libertad de expresión sobre el desarrollo de una sociedad democrática.

Siendo crítico y desconfiado del sistema imperante en Estados Unidos, Tocqueville representa un caso interesante porque ya a mediados del siglo XIX empieza a ver problemas en la libertad de opinión. “Confieso que no profeso a la libertad de prensa ese amor completo e instantáneo que se otorga a las cosas soberanamente buenas por su naturaleza. La quiero por consideración a los males que impide, más que a los bienes que realiza”⁶. Tocqueville veía a la “opinión pública en los Estados Unidos [como] una pesada presión, una carga, una coerción hacia la conformidad”⁷.

Tocqueville representa así un parecer que se haría muy presente hacia fines del siglo XIX, que es un temor hacia la proliferación de la libertad de prensa y de la prensa misma, acompañada por la comprensión de su necesidad imperiosa para el progreso.

Para comprender mejor las impresiones de Tocqueville, vale recordar que en Estados Unidos, a diferencia de lo sucedido en el viejo mundo, la prensa siempre tuvo un ámbito de amplia libertad incluso antes de la aprobación de la Constitución, de hecho, ni siquiera existían las trabas a los periódicos en forma de tasas que existían en Inglaterra⁸.

La clave puede estar en la aparición ya desde mediados del siglo XVIII, de los periódicos a los que se conoció como “penny papers” o “penny press”, es decir, los periódicos que se vendían por una moneda, voceados por sus vendedores callejeros. Estos periódicos dependían de la publicidad, y no hacían mucho distingo de sus anunciantes, a diferencia de los periódicos tradicionales. Además, reclamaban su independencia política, aunque en realidad se interesaban poco por cuestiones políticas y lo decían abiertamente. Así fue que se le dio lugar a la aparición de la noticia que ya no era internacional sino local, con información policial, de tribunales, de las calles y de las vidas privadas. Así se comenzó a reflejar más la vida social, las actividades de la crecientemente variada y urbana clase media.

Según Schudson (1978) la aparición de los penny papers y su desarrollo se debió a lo que llama “la sociedad de mercado democrática”, o sea, la expansión de una economía de mercado y de una democracia política, o puesto de otra forma, la democratización de los negocios y la política impulsada por una clase media urbana que anunciaba la “igualdad”

6. TOCQUEVILLE, Alexis de, *La democracia en América*. Hyspamerica, Buenos Aires: 1985.

7. NOELLE-NEUMANN, Elizabeth, *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social* Paidós, Barcelona: 1995.

8. SÁNCHEZ ARANDA, Javier J. “Evolución de la prensa en los principales países occidentales” en BARRERA, Carlos (coord.) *Historia del periodismo universal*. Ariel, Barcelona: 2004.

en la vida social». Más allá de las diferentes teorías en torno a las causas de este desarrollo como la teoría tecnológica, la del alfabetismo o la del igualitarismo, el elemento clave en todas ellas es el desarrollo de un mercado.

Ahora bien, estos penny papers que tanto hicieron para el periodismo como lo conocemos hoy, fueron también causantes de lo que fue visto como un desorden. Los periodistas tradicionales veían en los penny papers una prensa barata, de baja calidad que conduciría al desorden, a discusiones infundadas y a interesar a la gente en cuestiones vanas.

Así, la idea de que la libertad ordena, o censura los excesos no fue siempre considerada de la misma forma. De hecho, podría decirse que con la aparición de los penny papers, es decir, cuando los medios de prensa comenzaron a hacerse más masivos hacia fines del siglo XIX esta idea de que la libertad de prensa era buena para el orden se fue diluyendo, al punto que muchos temían el caos supuestamente provocado por esta libertad.

Sin embargo, aún con todos los temores que esta libertad podía ocasionar en muchos intelectuales e incluso periodistas y dueños de medios, un buen número de ellos no dejaba de sostener que de todas formas era conducente al progreso. “Sin absoluta libertad de prensa no puede haber ni libertad ni progreso” sostenía Domingo Faustino Sarmiento a lo cual agregaba lamentándose que “con ella apenas si se puede mantener el orden público” (citado en Jaksic, 2002). Esta cita del prócer y ex Presidente de Argentina resume en buena medida ese espíritu del siglo XIX con respecto a la libertad de prensa y el desarrollo. Esta expresión del prócer argentino, no resulta casual ni pensada sólo para Estados Unidos, sino que fue una expresión de preocupación sobre lo que sucedía en América Latina, un período considerado anárquico que abarcó la primera mitad del siglo XIX y que no siempre se caracterizó por el derramamiento de sangre sino que también estuvo representado por la virulencia en los medios¹⁰.

4. La libertad como amenaza

Sin embargo, superada la etapa de anarquía, ya a partir de 1860, con el crecimiento de las grandes urbes, los intereses comienzan a diversificarse. “Aparecen periódicos con intenciones discursivas desvinculadas de un explícito compromiso partidario, actuando como agentes políticos singulares, no necesariamente instrumentalizados por partidos o grupos, con propuestas textuales formal y temáticamente nuevas, diversificadas, definidas desde una perspectiva editorial interna de la publicación”¹¹. Así, se fue consolidando un periodismo de masas ligado a fines comerciales.

9. SCHUDSON, Michael, *Discovering the News. A Social History of American Newspapers*. New York, Basic Books: 1978.

10. Como ejemplos puede darse el de Chile con el análisis de PIWONKA FIGUEROA, Gonzalo, *Orígenes de la libertad de prensa en Chile: 1823-1830*, Ril Editores, Santiago de Chile: 2000 y también el caso de Brasil con RIBEIRO, Lavina Madeira “Imprensa e esfera pública: o processo de institucionalização do jornalismo no Brasil (1808-1964)” en *Comunicação & Sociedade* Sao Bernardo do Campo: PósCom-Umesp, nro. 41, págs. 97-114, Primer semestre 2004.

11. RIBEIRO, Lavina Madeira Ob. Cit.

Ahora bien, esta consolidación del periodismo de masas que se empieza a observar con claridad desde comienzos del siglo XX podría ser visto como resultado de que las sociedades lograron el punto de equilibrio entre orden, libertad y desarrollo. Sin embargo, sea esta la situación o no, la realidad es que ese “equilibrio” no perduraría ni hasta mediados de siglo.

Aproximadamente hasta 1950, América Latina vivió una evolución de la prensa, incluso ante la aparición de la radio y la televisión que generó una verdadera revolución que entre otras cosas llevó a que la prensa afianzara su aspecto económico e informativo¹². Sin embargo, la preocupación social por unos medios que debían involucrarse en el desarrollo nacional de cada uno de los países, no siempre tuvo buenos resultados. Muchas veces se utilizó el fin social de los medios para cooptarlos políticamente para apoyar a gobiernos autoritarios o dictatoriales. Así el sector vivió varias expropiaciones, cierres, períodos de censura en los distintos procesos políticos de casi todos los países de la región con la excepción de Costa Rica¹³.

Es que el siglo XX, traería una nueva preocupación y una nueva amenaza a la libertad de prensa. Al haberse instaurado las democracias liberales en la región y en el mundo, sin lograr aún alcanzar el deseado desarrollo económico, se empezó a plantear la hipótesis de que era necesario alcanzar el desarrollo económico previo a estar en situación de gozar de libertades políticas.

Al mismo tiempo, no se puede olvidar que la fuerte presencia de la Unión Soviética y el comunismo en el mundo, con su mo-

delo de control sobre los medios y con su supuesto desarrollo económico, servía de muestra empírica para este postulado¹⁴. Así fue, que durante la Guerra Fría, América Latina vivió un período de debate y de fuertes sufrimientos en materia de libertad.

La idea detrás de la instauración de las dictaduras que ensombrecieron a la región durante gran parte del siglo era que la democracia implicaba un cierto desorden. La discusión política democrática, la libertad de prensa, la proliferación de diferentes partidos políticos, eran vistos como obstáculos para el desarrollo económico. Así, fue que fuertes y terribles dictaduras transformaron a nuestra región en una suerte de tubo de ensayos para testear la hipótesis.

Se trataba de una idea “realista” bastante aceptada a mediados del siglo XX de que el desarrollo democrático depende de una combinación de precondiciones económicas, sociales y culturales. En definitiva se conformaba una tradición que virtualmente dejaba fuera la posibilidad de una teoría democrática para el desarrollo porque la idea de que la democracia en sí misma podía ser la fuente del desarrollo les parecía similar a poner el carro por delante del caballo¹⁵.

14. DE SCHWEINITZ, Karl “Economic Growth, Coercion, and Freedom” en *World Politics*, Vol. 9, No. 2, (Jan., 1957) The Johns Hopkins University Press.

15. Por citar algunos ejemplos de trabajos que giran en torno a este tema: ALMOND, Gabriel A. y BINGHAM POWELL, G., Jr., *Comparative Politics*, 2d ed. Boston: Little, Brown, 1978; HUNTINGTON, Samuel P. y NELSON, Joan M. *No Easy Choice* Cambridge: Harvard University Press, 1976; SKLAR, Richard L. “Developmental Democracy” en *Comparative Studies in Society and History*, Vol. 29, Nro. 4, (Oct. 1987). Cambridge University Press.

12. ZETA DE POZO, Rosa “Los medios de comunicación en América Latina” en BARRERA, Carlos (coord.) *Historia del periodismo universal*. Ariel, Barcelona: 2004.

13. ZETA DE POZO, Rosa Ob. Cit.

5. Libertad de prensa y desarrollo: estado de la cuestión

Hasta hace algunos años, la libertad de prensa ocupó un lugar relativamente reducido en los estudios políticos y económicos. Principalmente los estudios se centraron más en la democracia en general que en la libertad de prensa y son varios los estudios que aún intentando sistematizar una relación entre democracia y desarrollo o crecimiento económico, o no la mencionan o dedican sólo una parte menor a este derecho fundamental (Przeworski y Limongi, 1993; Burkhart y Lewis-Beck, 1994; Yi, 1997; Vanhanen, 2000).

Sin embargo, en los últimos años ha sido bastante prolífica la producción en materia de estudios sobre libertad de expresión y de prensa y su vinculación con el crecimiento y desarrollo económico. Es que varios intelectuales, pensadores y académicos comenzaron a rever los textos clásicos de la ilustración y de los autores liberales de siglos pasados para hallar paralelismos e intentar vislumbrar el futuro. Seguramente uno de los más prominentes ejemplos fue el economista indio, Premio Nobel de Economía, Amartya Sen.

Primero que nada, Sen revolucionó el concepto de desarrollo al referirse a lo que luego se llamó “desarrollo humano”. En este concepto, la expansión de la libertad es vista como el objetivo primario y el medio principal para el desarrollo¹⁶.

Una forma contundente con la cual Sen vincularía el desarrollo con las libertades políticas como para desterrar la idea previa acerca de la democracia como obstáculo para el desarrollo, fue la demostración de que jamás hubo una hambruna sustancial en ningún país independiente y democrático con una prensa relativamente libre¹⁷.

Cabe destacar también el lugar que, en las mencionadas citas, el premio Nobel indio le otorga a la libertad de prensa, pareciendo dejar claro que en cierta forma esta libertad tutela al resto de las libertades civiles y políticas. Sen no habla de partidos políticos, no le dedica gran importancia a los procesos electorarios, pero sí destaca una y otra vez el rol de la libertad de expresión en términos generales y la libertad de prensa en términos particulares.

6. Libertad de prensa y desarrollo

En la actualidad han sido muchos los autores que investigan la relación entre democracia y ciertas libertades democráticas con el desarrollo económico, como los casos más destacados de Pippa Norris¹⁸, Daniel Kaufman¹⁹. La primera sostiene que “el amplio acceso masivo a medios independientes está muy estrechamente relacionado con indicadores sistemá-

16. SEN, Amartya *Development as Freedom*. Anchor Books, New York: 2000.

17. SEN, Amartya “Democracy as a Universal Value” en *Journal of Democracy* 10.3 (1999) pp. 3-17.

18. NORRIS, Pippa, *Giving Voice to the Voiceless. Good Governance, Human Development & Mass Communications*. Daft Version 2001. Shorenstein Center. John F. Kennedy School of Government, Harvard University.

19. KAUFMAN, Daniel, *Human Rights and Development: Towards Mutual Reinforcement* paper prepared for a conference co-sponsored by the Ethical Globalization Initiative and the NYU Center for Human Rights and Global Justice, New York: 2004. Revised Draft of December, 2005.

ticos de buena gobernabilidad y desarrollo humano”²⁰, mientras que Kaufman concluye que “los avances en materia de los derechos humanos de segunda generación (derechos socioeconómicos y de desarrollo económico, también llamados ‘libertades positivas’) se halla que dependen de los derechos humanos de primera generación. En consecuencia, no habría ninguna justificación empírica para reducir el nivel de prioridad sobre los derechos humanos de primera generación – aún si las cuestiones de los derechos humanos de segunda generación son vistas como pares en términos de sus implicancias de bienestar social general”²¹. Desenterrando así las ideas predominantes en los setenta.

Sin embargo, no se puede decir que se haya alcanzado el equilibrio y que no haya nuevas amenazas o discursos preocupantes en el horizonte. Así como están los citados autores, existen también intelectuales como Ignacio Ramonet, ex-Director de *Le Monde Diplomatique* que sostiene que la globalización y con ella la libertad económica está llevando a una monopolización excesiva de los medios de comunicación transformando el debate público en un discurso único. Como solución, Ramonet no sólo propone restringir las libertades económicas y la globalización, sino que también lanza la “genial” idea de un organismo censor mundial con el fin de fiscalizar la veracidad de la información de los medios. Esto último, claro está que es un derecho de todos, pero es importante destacar que ese derecho es gracias a que existe algún grado de libertad de expresión y de globalización sin las cuales una organización así sería imposible.

En cuanto a restringir la libertad económica, es fundamental recordar la frase de Amartya Sen al respecto: “Los mercados son defendibles sobre la base de los derechos que tiene la gente (que deberían ser libres de poder realizar transacciones), más que por sus efectos de generación de bienestar”²². En otras palabras, difícil pretender disociar estas libertades.

Este es el espíritu que guía la investigación que llevo a cabo en el Centro para la Apertura y el Desarrollo de América Latina (CADAL) sobre Libertad de Prensa y Desarrollo Económico en América Latina²³, donde busco comprender mejor la vinculación entre estos indicadores, su comportamiento e interrelación, sin dejar de lado la importancia intrínseca de la primera como derecho humano fundamental.

Ahora bien, a diferencia de los estudios antes citados este trabajo no pretende demostrar relaciones, sino armar un ranking que permita ver claramente la vinculación entre libertad de prensa, libertad económica y desarrollo económico o riqueza. Para tal fin, se utiliza el informe anual *Freedom of the Press 2008: A Global Survey of Media Independence* publicado por Freedom House, uno de los más completos y el de mayor cantidad de años en vigor, que mide tres aspectos de la libertad de prensa: el entorno legal, el entorno político y el entorno económico. Por su parte, para saber el grado de libertad económica del que goza cada país, se utiliza el trabajo realizado anualmente por Heritage Foundation y Wall Street Journal, *Índice de Libertad Económica 2008*. Este estudio entiende que “la libertad económica abarca todas las libertades y derechos de producción, distribución o consumo

20. NORRIS, Pippa Ob. Cit.

21. KAUFMAN, Daniel Ob. Cit.

22. SEN, Amartya “Markets and Freedoms: Achievements and Limitations of the Market Mechanism in Promoting Individual Freedoms” *Oxford Economic Papers*, New Series, Vol. 45, No. 4 (Oct., 1993), 519-541.

23. ALBERRO, Hernán “Libertad de Prensa y Desarrollo Económico en América Latina” la última edición es 2008 y puede encontrarse en www.cadal.org

de bienes y servicios” y la mide a través de diez libertades: libertad comercial, libertad de comercio internacional, libertad monetaria, libertad frente al gasto gubernamental, libertad fiscal, derechos de propiedad, libertad de inversión, libertad financiera, libertad frente a la corrupción y libertad laboral.

En última instancia, este estudio utiliza el nivel de riqueza de las poblaciones como indicador de desarrollo económico. Esto se realiza con el indicador de la Paridad de Poder de Compra per capita tal como la mide en forma anual el Banco Mundial.

Finalmente, estos indicadores son ponderados de la misma forma en un índice de libertad de prensa y desarrollo económico en una escala del 0 al 1 donde cuanto más cercano a la unidad, mayor es el puesto que ocupa el país en el ranking. De esta forma, un país que retroceda o avance en alguno de los indicadores verá el impacto en el resultado final y también podrá compararse en términos relativos con el resto de los países para permitir ver un panorama más completo de la situación de la libertad de prensa y el desarrollo en la región.

Los mejores en el Ranking de Libertad de Prensa y Desarrollo Económico 2008

Posición	País	2008
1	Luxemburgo	0,877
2	Noruega	0,808
3	Estados Unidos	0,782
4	Suiza	0,778
5	Hong Kong	0,762
6	Dinamarca	0,754
7	Holanda	0,750
8	Irlanda	0,749
9	Finlandia	0,734
10	Islandia	0,734

Para poder ver el objetivo del estudio, que como dije es un trabajo en evolución, lo mejor es apelar al material empírico. En primer lugar pueden verse los diez países mejor ubicados en este ranking y se los puede comparar con los peor calificados. A simple vista puede verse que son precisamente los países más desarrollados del mundo los mejor ubicados, o sea que no sólo tienen excelentes rendimientos en materia económica, sino que también lo hacen en materia de libertades. Caso totalmente opuesto y que no requiere mucha aclaración, es el de los diez peores países en materia de libertad de prensa y desarrollo económico, donde nadie discutirá que las libertades están fuertemente coartadas y por ende también su desempeño económico.

También resulta interesante observar el ranking para América Latina que en este caso incluye la mirada comparativa con el año anterior. En la región, por tercer año consecutivo el ranking está encabezado por Chile, Costa Rica y Uruguay.

El otro país que podría parecer la gran estrella de este año es Perú, sumándose este indicador a tantos otros que ponderan los fuertes y decididos avances al desarrollo que está

emprendiendo el gobierno de Alan García. Sin embargo, esto no sería del todo exacto. Si bien es cierto que Perú tuvo una leve mejora en el ranking, los tres puestos que avanzó con respecto al año pasado no son mérito de sus logros sino del estancamiento sufrido por Argentina, Brasil y República Dominicana que en definitiva cedieron lugares ante el país andino. Así, queda demostrado que en estos ámbitos, tiene una gran validez el dicho popular que indica que “cocodrilo que se duerme, es cartera”.

Los peores en el Ranking de Libertad de Prensa y Desarrollo Económico 2008

Posición	País	2008
137	Irán	0,251
138	Chad	0,251
139	Burundi	0,241
140	Vietnam	0,238
141	Rwanda	0,237
142	Bielorrusia	0,233
143	Siria	0,233
144	Laos	0,229
145	Uzbekistán	0,208
146	Cuba	0,149
147	Corea del Norte	0,017

Ranking de Libertad de Prensa y Desarrollo Económico en América Latina

Variación	Posición	País	2007	2008
=	1	Chile	0,558	0,563
=	2	Costa Rica	0,554	0,528
=	3	Uruguay	0,527	0,516
=	4	México	0,457	0,448
=	5	El Salvador	0,456	0,447
=	6	Panamá	0,452	0,444
3	7	Perú	0,433	0,434
=	8	Brasil	0,445	0,427
2	9	Argentina	0,450	0,426
1	10	Rep. Dominicana	0,435	0,423
2	11	Ecuador	0,403	0,416
=	12	Bolivia	0,406	0,401
2	13	Nicaragua	0,422	0,399
=	14	Honduras	0,381	0,379
1	15	Colombia	0,387	0,376
=	16	Guatemala	0,365	0,361
=	17	Paraguay	0,349	0,356
=	18	Haití	0,316	0,314
=	19	Venezuela	0,286	0,297
=	20	Cuba	0,122	0,149

Muchos críticos de la globalización suelen sostener que el argumento del desarrollo económico es demasiado materialista y que no da importancia ni refleja un factor clave como el desarrollo humano. Ya se ha hecho mención a la honesta interpretación de Amartya Sen con respecto al desarrollo humano y el papel que juega la libertad en dicha idea.

Posición	País	FINAL
1	Chile	0,823
2	Costa Rica	0,807
3	Uruguay	0,778
4	El Salvador	0,731
5	Panamá	0,710
6	Perú	0,709
7	Ecuador	0,690
8	Rep. Dominicana	0,690
9	Brasil	0,689
10	Nicaragua	0,684
11	México	0,679
12	Argentina	0,676
13	Honduras	0,671
14	Colombia	0,654
15	Bolivia	0,651
16	Paraguay	0,636
17	Guatemala	0,632
18	Haití	0,559
19	Venezuela	0,549
20	Cuba	0,438

Pero aún si uno quisiera hacer este mismo ranking pero utilizando un indicador más humano que el de riqueza, como ser la tasa de mortalidad infantil (menores de 5 años cada mil nacidos) el resultado, como puede verse, es similar. En este caso por cuestión de espacio aparecen sólo los guarismos para América Latina, pero el mismo resultado se replica en todo el mundo. Si a esto se suma que este indicador está fuertemente relacionado con el alfabetismo y con la pobreza²⁴, se puede asumir que el resultado es muy cercano al que se obtendría con el popular Índice de Desarrollo Humano que elabora el PNUD.

Como ya se ha mencionado otros han logrado con cierto éxito demostrar la relación entre las libertades democráticas y el desarrollo medido de diversas formas. Aquí se busca armar un ranking que permita a los países conocer el lugar que ocupan, desde una perspectiva amplia, que no sólo incluya factores “duros” como riqueza o menos duros como desarrollo humano, sino que también incluya el fundamental e inalienable derecho de las personas a expresarse libremente, con su consiguiente y consabido impacto sobre la democracia.

24. GERRING, John; THACKER, Strom C.; ALFARO, Rodrigo “Democracy and Human Development” Prepared for the annual meeting of the American Political Science Association, September 2005.

Bibliografía

Alberro, Hernán (2008) "Libertad de Prensa y Desarrollo Económico en América Latina", CADAL, Buenos Aires. Puede encontrarse en www.cadal.org

Almond, Gabriel A. y Bingham Powell, G., Jr., (1978) *Comparative Politics*, Little, Brown, Boston.

Álvarez, Jesús T. (2004) "Los medios y el desarrollo de la sociedad occidental" en Barrera, Carlos (coord.) "Historia del periodismo universal". Ariel, Barcelona.

De Schweinitz, Karl (1957) "Economic Growth, Coercion, and Freedom" *World Politics*, Vol. 9, No. 2, (Jan) The Johns Hopkins University Press.

Gerring, John; Thacker, Strom C.; Alfaro, Rodrigo (2005) "Democracy and Human Development" annual meeting of the American Political Science Association, September.

Huntington, Samuel P. y Nelson, Joan M. (1976) "No Easy Choice" Harvard University Press, Cambridge.

Kaufman, Daniel (2004) "Human Rights and Development: Towards Mutual Reinforcement" paper prepared for a conference co-sponsored by the Ethical Globalization Initiative and the NYU Center for Human Rights and Global Justice, New York.

Mill, John Stuart (1993) "Sobre la libertad". Alianza Editorial, Buenos Aires.

Mill, John Stuart (2000) "Del Gobierno Representativo". Tecnos, Madrid.

Munck, Thomas (2001) "Historia social de la Ilustración". Editorial Crítica, Barcelona.

Noelle-Neumann, Elizabeth (1995) "La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social" Paidós, Barcelona.

Norris, Pippa (2001) "Giving Voice to the Voiceless. Good Governance, Human Development & Mass Communications". Daft Version 2001. John F. Kennedy School of Government, Harvard University.

Pirwonka Figueroa, Gonzalo (2000) "Orígenes de la libertad de prensa en Chile: 1823-1830", Ril Editores, Santiago de Chile.

Ribeiro, Lavina Madeira (2004) "Imprensa e esfera pública: o processo de institucionalização do jornalismo no Brasil (1808-1964)" *Comunicação & Sociedade Sao Bernardo do Campo: PósCom-Umesp*, nro. 41, págs. 97-114, Primer semestre.

Rousseau, Jean-Jacques (1993) "El Contrato Social". M. E. Editores, Madrid.

Sánchez Aranda, Javier J. (2004) "Evolución de la prensa en los principales países occidentales" en Barrera, Carlos (coord.) "Historia del periodismo universal". Ariel, Barcelona.

Schudson, Michael (1978) "Discovering the News. A Social History of American Newspapers". New York, Basic Books.

Sen, Amartya (1993) "Markets and Freedoms: Achievements and Limitations of the Market Mechanism in Promoting Individual Freedoms" *Oxford Economic Papers, New Series, Vol. 45, No. 4 (Oct.)*, 519-541.

Sen, Amartya (1999) "Democracy as a Universal Value" *Journal of Democracy* 10.3, pp. 3-17.

Sen, Amartya (2000) "Development as Freedom". *Anchor Books, New York*.

Sklar, Richard L. (1987) "Developmental Democracy" *Comparative Studies in Society and History, Vol. 29, Nro. 4, (Oct.)*. Cambridge University Press, Cambridge.

Tocqueville, Alexis de (1985) "La democracia en América". *Hyspamerica, Buenos Aires*.

Zeta De Pozo, Rosa (2004) "Los medios de comunicación en América Latina" en Barrera, Carlos (coord.) "Historia del periodismo universal". *Ariel, Barcelona*.

