

**PRESENCIA Y EFECTOS DE ARRASTRE DE LAS FILIALES
EXTRANJERAS DE SERVICIOS A EMPRESAS EN ESPAÑA**

M^a Teresa Fernández Fernández (*)

Documento de Trabajo n°1/2000

(*) M^a Teresa Fernández Fernández
Profesora Asociada
Departamento de Economía Aplicada
Universidad de Alcalá

La serie Documentos de trabajo que edita el Laboratorio de Investigación del Sector Servicios, incluye avances y resultados de los trabajos de investigación elaborados como parte de los programas y proyectos en curso dentro de Servilab como de otros centros de investigación o Universidades. Las opiniones y datos incluidos en estos documentos de trabajo son responsabilidad de los autores.

Edita:

Servilab (Laboratorio de Investigación del Sector Servicios)

Plaza de la Victoria 1

28802 Alcalá de Henares - MADRID

Tel. : 91 889 57 03 / 91 889 90 95

E-mail: iaes@iaes.es

Página web: <http://www.iaes.es/doctrab.htm>

Imprime:

GRAFICAS ALGORÁN

Depósito legal: M- 35833 - 98

ISSN: 1139-6148 (Versión impresa)

ISSN: 2172-7864 (Versión online)

© Todos los derechos reservados. Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta publicación sin la previa autorización escrita del editor.

RESUMEN

El propósito de este trabajo es el análisis del grado de penetración e importancia cuantitativa y cualitativa de las filiales extranjeras que operan en España dentro de las actividades de servicios a empresas.

En primer lugar se ofrece un análisis teórico que explica por qué los servicios a empresas son especialmente proclives a internacionalizarse a través de inversión directa extranjera. Se constata que la teoría tradicional de la empresa multinacional también puede explicar la producción en el exterior en el caso de los servicios a empresas debido a sus activos intangibles y al aprovechamiento de ciertas imperfecciones del mercado medidas en este trabajo a través del grado de concentración. Se pretende comprobar la hipótesis de que existen diferencias en términos de grado de penetración y efectos de arrastre en España en las distintas actividades de servicios a empresas consideradas.

Palabras clave: filiales extranjeras, inversión directa extranjera, servicios, comercio

1. INTRODUCCIÓN

Durante la última década datos estadísticos recopilados por prestigiosas instituciones muestran un protagonismo de la inversión directa extranjera en el proceso de internacionalización de las economías que ha relegado a un segundo plano a las tradicionales formas de apertura al exterior basadas en el comercio internacional (Naciones Unidas, 1999). Los servicios, y dentro de este sector muy especialmente los servicios a empresas, no son ajenos a esta tendencia, sino que tienden a intensificarla.

Sin embargo, la verdadera importancia de la multinacionalización de las economías reside en la interacción de las empresas extranjeras con las empresas nacionales y en los posibles efectos que éstas pueden tener en los países de acogida. Inexistencia de datos hasta fechas muy recientes sobre la actuación de las filiales extranjeras del sector servicios en los países receptores ha limitado este análisis.

El objeto de este trabajo es ofrecer un análisis basado en los primeros datos publicados por EUROSTAT sobre la actuación de estas empresas en los países de acogida. SERVILAB tomó parte en este proyecto internacional¹ contribuyendo a la elaboración de las estadísticas españolas.

La estructura del trabajo es la siguiente: en primer lugar se ofrece el grado de penetración de las filiales extranjeras en cada una de las actividades de servicios consideradas en el estudio piloto. Argumentaciones teóricas basadas en la literatura económica sustentan el protagonismo de las actividades de servicios a empresas en contraste con el resto de las actividades terciarias. Al mismo tiempo se recurre a la literatura económica, en este caso a la teoría de la empresa multinacional industrial para estudiar su aplicabilidad en el caso del sector servicios. En segundo lugar se contrastará la hipótesis del trabajo: si existe o no un comportamiento diferencial por actividad en términos de efectos de arrastre, con objeto de destacar un posible patrón de especialización e incentivos a aquellas actividades que presentan efectos más beneficiosos.

2. LA MULTINACIONALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS A EMPRESAS: ALGUNAS CONSIDERACIONES TEÓRICAS

Características específicas de los servicios a empresas: influencia en su modo de internacionalización

Como es bien conocido, los servicios tienen características específicas que los diferencian de los bienes. Entre las más destacadas por la literatura económica (Hill, 1977; Nusbaumer, 1987) se pueden señalar aquellas que suelen afectar más directamente a su forma de provisión internacional: la intangibilidad, la necesidad de proximidad entre productor y consumidor, la simultaneidad en los actos de producción y consumo de los servicios o su bajo grado de comerciabilidad.

¹ El proyecto lleva por título International Ownership in trade and service activities (FATS). El Instituto Nacional de Estadística encargó a SERVILAB la elaboración de las estadísticas requeridas por EUROSTAT. El objetivo del proyecto es doble: el conocimiento de las actividades que realizan las empresas de servicios participadas en un cincuenta por ciento o más de su capital por empresas extranjeras en los nueve países que tomaron parte en el estudio y al mismo tiempo contribuir a la armonización de las estadísticas. Las actividades consideradas fueron: distribución comercial, turismo, hostelería, transporte y servicios a empresas. El estudio se encuentra actualmente en su segunda fase.

Que los servicios sean más o menos proclives a presentar algunas de estas características les va a conferir, en primer lugar, un alto grado de heterogeneidad y, en segundo lugar, una amplia variedad de formas de prestación en el extranjero. Esta heterogeneidad ha sido objeto de reflexión tanto a nivel académico como a nivel institucional y ha dado lugar a diversas clasificaciones atendiendo a la forma de prestación elegida.

El GATS (1993) distingue claramente cuatro modos de provisión internacional de servicios:

- 1) suministro transfronterizo: desplazamiento de los productores para atender a las necesidades de los consumidores en el exterior;
- 2) consumo en el extranjero: desplazamiento de los clientes hacia los productores;
- 3) presencia comercial: actividad de filiales extranjeras en los países de acogida;
- 4) presencia de personas físicas para proveer ese servicio en el extranjero.

En el ámbito académico-investigador hay varias clasificaciones bastante conocidas. Entre ellas destacan las de Vandermewere y Chadwick (1989) y la de Sapir, (1993). Estos autores han considerado dos criterios de clasificación: la comerciabilidad y el desplazamiento transfronterizo del productor. Su explicación es que debido a su carácter intangible, los servicios a empresas tienen menos posibilidad de transmitirse de forma material como los bienes. Además, el alto grado de interacción entre productor y consumidor obliga a una presencia cercana de ambos. Por lo tanto, no es de extrañar que la inversión directa extranjera en servicios a empresas tenga un papel muy importante y que ésta se produzca como resultado de la propia multinacionalización de los clientes.

El esquema 1 muestra la clasificación de Sapir (1993) en la cual los servicios a empresas aparecen clasificados como servicios susceptibles de ser prestados mediante inversión directa extranjera frente a otras actividades de servicios como las actividades turísticas, las telecomunicaciones o los transportes que no requieren una presencia comercial tan importante en otros países. Así, en el caso de los servicios turísticos es el propio demandante de esos servicios el que se desplaza al lugar de provisión de los mismos, los transportes por su propia movilidad no precisan con tanta importancia de sedes en el extranjero y, por último, en el caso de las telecomunicaciones los avances a través de internet permiten que la movilidad del productor y del consumidor pueda

llegar a ser nula para la provisión del servicio. Aunque estas tecnologías pueden ser una herramienta útil en el caso de los servicios a empresas, parece que, por el momento, su carácter de mayor proximidad entre productor y usuario del servicio para la satisfacción de este último, no van a sustituir ese necesario contacto de manera total.

Esquema 1

Tipología de las transacciones internacionales en servicios

		Movilidad del productor	
		Baja	Alta
Movilidad del Consumidor	Baja	<u>Tipo I</u> Banca al por mayor Seguros al por mayor Telecomunicaciones	<i>Temporal</i> <u>Tipo 3</u> Transporte por carretera Servicios a empresas Transporte aéreo Construcción <i>Permanente</i> <u>Tipo 4</u> Banca al por menor Seguros al por menor Servicios a empresas Distribución
	Alta	<u>Tipo 2</u> Hostelería Distribución	

Fuente: Sapir 1993, pág. 26

Sin embargo, no puede afirmarse que la inversión directa extranjera sea el único modo de internacionalización de los servicios a empresas ya que, como es bien conocido, las empresas que se convierten en multinacionales son las que gozan de ciertas características específicas que garantizan su competitividad cuando operan en otros países, en entornos económicos y culturales desconocidos. Un repaso a la literatura económica sobre inversión directa extranjera en la industria es ilustrativa de cuáles son las características de estas empresas y en qué medida pueden ser adaptables a los servicios a empresas.

Revisión de la literatura sobre inversión directa extranjera

Hymer (1960) y Kindleberger (1969) establecieron los primeros fundamentos teóricos de la empresa multinacional. Para estos autores, las empresas multinacionales tienen ventajas específicas de propiedad que reducen los riesgos y costes de producir en el extranjero y les proporcionan protección frente a la competencia de firmas locales en un contexto de mercados imperfectos. La descripción de las ventajas específicas de propiedad, las condiciones bajo las cuales se transmiten dentro de la empresa y el lugar geográfico elegido para realizar las inversiones ha culminado en el desarrollo de tres enfoques dentro de la teoría de la inversión extranjera: la teoría que trata de la descripción de estas ventajas específicas, la teoría de la internalización y la teoría de la localización. Conviene hacer una breve alusión de cada uno de ellos.

El conjunto de ventajas específicas de propiedad está formado, principalmente, por activos intangibles de variada naturaleza y que tienen efectos muy beneficiosos para las empresas que los poseen. Algunos de ellos, como la tecnología, proporcionan eficiencia técnica y reducen costes (Johnson, 1970). Otros, están estrechamente relacionados con la diferenciación del producto (Caves 1971), por ejemplo, mediante la inversión en investigación y desarrollo o la inversión en publicidad que permite la obtención de una reputación reconocible a través de una marca comercial.

La teoría de la internalización está basada en el enfoque de los costes de transacción desarrollado por Coase en un trabajo realmente seminal (1937). La teoría de la internalización es un elemento clave dentro del esquema conceptual de la teoría de la empresa multinacional y viene a complementarlo ya que, como expuso Rugman (1981), la posesión de un activo específico no es suficiente para que una empresa decida iniciar el proceso de multinacionalización. La internalización se define como la creación de un mercado dentro de la propia empresa para evitar los costes de transacción asociados a imperfecciones del mercado cuando se desea transferir un activo intangible (Buckley y Casson, 1976; Rugman 1981). De esta manera se logran lo que se conoce como economías de gobierno común (Enderwick, 1989) que en definitiva es la ganancia de eficiencia que consigue la empresa al realizar las transacciones entre unidades empresariales de su propio grupo.

Para finalizar, la teoría de la localización hace referencia a las ventajas de localización ofrecidas por el lugar geográfico de la inversión, ya sea un país o una zona concreta determinada. Estas ventajas de localización son variadas. Algunas de las más comentadas por la literatura económica son la ausencia de impedimentos a la inversión, los incentivos a la misma o la disponibilidad de recursos. En este campo es donde la inversión extranjera entra más en contacto con la literatura referida a los estudios regionales y urbanos. De esta manera, se considera que si las ventajas ofrecidas por el país de acogida son mayores que las ofrecidas en el país de origen, la empresa tendrá un incentivo para empezar a producir en el extranjero.

Finalmente, Dunning (1981) expuso que de ninguna manera las distintas teorías pueden considerarse por separado ya que todas tienen su influencia en el proceso de decisión de una empresa a la hora de considerar si puede y debe en términos de rentabilidad acometer la deslocalización total o parcial de su actividad. Por ello, integró estos tres enfoques en lo que se conoce como paradigma OLI (*ownership, location and internalisation*): propiedad, localización e internalización.

Algunas evidencias empíricas para el caso español apoyan el papel de los activos intangibles. Merino de Lucas y Salas Fumás (1996) lo ponen en evidencia en un trabajo de comparación entre la industria nacional y extranjera. Estos autores afirman que la nacionalidad no explica, por sí misma, las diferencias entre empresas nacionales y extranjeras. En su opinión, estas diferencias se atribuyen a activos específicos como las características de los procesos, los recursos humanos y materiales y la tecnología. Es interesante pensar si esta literatura se puede aplicar al caso de los servicios y especialmente a los servicios a empresas.

Los servicios son por naturaleza intangibles pero, además, la propiedad de ciertos activos que acentúen un mayor valor añadido en términos de intangibilidad pueden constituirse en fuentes de ventaja competitiva también para las empresas de servicios.

Los activos intangibles juegan un papel importante en los mercados de servicios, donde la competencia se establece principalmente en términos de calidad. Las evidencias empíricas en el sector de servicios a empresas en el Reino Unido parecen confirmarlo (O'Farrell, Hitchens y Moffat, 1993). Tomemos por caso la reputación y la tradición, elementos que crean barreras a potenciales empresas competidoras. La reputación puede provenir de un *know-how* poseído por ciertas empresas. De esta manera, la publicidad se convierte en un medio para establecer la identificación entre una empresa y la posesión de ese activo intangible. Ahora bien, la identificación entre una empresa y su *know-how* sólo será posible si el activo intangible permanece dentro de la empresa. De esta forma, la internalización parece un medio muy adecuado de transferir la reputación y otros activos intangibles a escala internacional, simplemente porque con ello se consigue que los clientes puedan seguir percibiendo las cualidades de una empresa cuando ésta sobrepasa la frontera nacional. Por consiguiente, los servicios a empresas parecen encajar también en la teoría de la empresa multinacional.

En los dos próximos apartados se ofrece una panorámica que refleja los hechos más destacados del grado de penetración de las empresas multinacionales del sector

servicios a empresas en nuestro país, así como de sus efectos de arrastre. Los datos de base constituyen los primeros datos sobre presencia comercial en el sector servicios y forman parte de un estudio piloto llevado a cabo por EUROSTAT y en el que SERVILAB ha tomado parte.

3. LAS FILIALES EXTRANJERAS DE SERVICIOS A EMPRESAS EN ESPAÑA: GRADO DE PENETRACIÓN Y RELACIÓN CON ALGUNAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

Una cuestión previa, antes de comenzar a estudiar el comportamiento y presencia de las filiales de servicios a empresas en España es conocer el panorama de los servicios a empresas en nuestro país. Saber cuál es la importancia relativa de cada una de las actividades de servicios a empresas constituye un paso inicial para saber si las empresas multinacionales al instalar sus filiales en España contribuyen al proceso de especialización relativa dentro de estas actividades o si por el contrario prefieren ocupar nichos de mercado poco explotados por las empresas españolas.

Tabla 1. Cifra de negocios y penetración extranjera en actividades de servicios a empresas en España

Descripción de actividad	Cifra de negocios	Grado de penetración (%)
Alquiler vehículos	110428	17,7
Alquiler otros medios transporte	16016	33,3
Alquiler de maquinaria	283403	14,5
Servicios informáticos	626372	14,5
Contabilidad, auditoría y asesoría fiscal	376041	0,8
Estudios de mercado y elaboración de encuestas	69015	21,1
Consultoría	109791	18,6
Servicios de arquitectura e ingeniería	880475	5
Ensayos y análisis técnicos	39387	17,1
Publicidad	1170955	20,1
Selección de personal	27422	6,2
Limpieza industrial	416675	2,1

Fuente: Elaboración propia a partir las estadísticas estructurales de servicios de INE (varios años). Ver índice.

Como puede observarse en la tabla 1 no existe un desarrollo homogéneo para todas las actividades de servicios a empresas en nuestro país sino que hay algunas para las cuales su importancia relativa, medida a través de la cifra de negocios es más destacada². Este es el caso de los servicios informáticos, publicidad y servicios técnicos de arquitectura e ingeniería.

Cabe preguntarse ahora, si el grado de especialización relativa es acorde con una penetración extranjera en la misma cuantía. La misma tabla 1 nos muestra cómo la penetración extranjera, que viene medida a través de la cifra de negocios generada por las empresas filiales con respecto al total de empresas, no sigue claramente las pautas de especialización relativa contempladas entre unas actividades de servicios a empresas y otras. Lo que parece sugerir la tabla 1 es que las empresas multinacionales buscan principalmente la consecución de nichos de mercado en actividades donde la presencia española no está todavía muy consolidada, persiguiendo posiblemente una competitividad y por ende una alta rentabilidad basada en economías dinámicas obtenidas a partir de la experiencia.

La no existencia de una clara relación entre penetración extranjera y especialización de las actividades parece ser coincidente también con algunos estudios referidos a la industria, de entre los cuales podemos destacar como más reciente el referente a las empresas de Madrid (Fariñas y Jaumandreu, 1999).

Al mismo tiempo, es conveniente observar cómo la estructura del mercado de servicios a empresas, caracterizada por la competencia imperfecta, tiende a favorecer la penetración de capital extranjero. La concentración en el mercado de estas actividades es un buen indicador de esta competencia imperfecta. La literatura económica (Mochón, 1993) define el grado de concentración como la proporción de ventas que representan unos pocos y grandes vendedores respecto al total de las ventas del mercado o industria. Es decir, la concentración se mide a través de la cuota de mercado atribuida a unas pocas empresas.

² Sólo se incluyen en este análisis las actividades de servicios a empresas que tomaron parte en el proyecto piloto FATS. Es decir, se excluyen las actividades jurídicas, las actividades de seguridad y otros servicios empresariales que sí forman parte de acuerdo a las directrices marcadas por EUROSTAT (1995) de la clasificación de servicios a empresas.

En el caso de las actividades consideradas en este trabajo, se ha realizado un CR10, es decir la cuota de mercado que tienen las 10 empresas con mayor facturación sobre el total de empresas para cada una de las actividades. Los resultados obtenidos se muestran en la tabla 2.

Tabla 2.
Relación penetración-concentración

Descripción de actividad	Grado de penetración (%)	CR 10
Alquiler vehículos	17,7	35,7
Alquiler otros medios transporte	33,3	68,5
Alquiler de maquinaria	14,5	27,4
Servicios informáticos	14,5	28,6
Contabilidad, auditoría y asesoría fiscal	0,8	16,4
Estudios de mercado y elaboración de encuestas	21,1	35,3
Consultoría	18,6	37,3
Servicios de arquitectura e ingeniería	5	12,8
Ensayos y análisis técnicos	17,1	49,7
Publicidad	20,1	33,9
Selección de personal	6,2	40,2
Limpieza industrial	2,1	21,7

Fuente: elaboración propia a partir de las estadísticas estructurales de servicios de INE (varios años). Ver bibliografía

La tabla 2 sugiere que existe una relación positiva entre el grado de concentración en cada una de las actividades consideradas y el grado de penetración extranjera. Esta relación positiva arroja una correlación significativa del 0,817 al nivel de confianza del 99%, medida a través del coeficiente de correlación de Pearson. El que la correlación sea tan significativa viene a demostrar que las teorías de la inversión extranjera que toman como punto de partida los modelos de organización industrial en mercados imperfectos tienen validez en el caso de los servicios a empresas³.

Como decían Helpman y Krugman (1985) la mera existencia de empresas que “se hacen notar” no tiene cabida en un mundo de competencia perfecta. La inclusión del enfoque de los costes de transacción en el análisis de internacionalización de las empresas tiene a la larga una cierta relación con la concentración de la oferta. Las

³ Existen abundantes estudios empíricos que han demostrado el importante grado de asociación entre el grado de penetración extranjera y la concentración en la industria como el de Buckley y Casson, 1976 para el Reino Unido; y Lall (1980) para otros países.

empresas multinacionales poseen ciertas ventajas en forma de activos intangibles (economías de escala, diferenciación de producto, tamaños eficientes de producción requeridos o inversión en ciertos activos competitivos) se convierten en barreras en forma de costes hundidos y coinciden con las barreras que normalmente son consideradas como reductoras de la entrada de nuevos competidores en los mercados locales. Ello no quiere decir, que la causa de la concentración de los mercados sea la presencia de empresas multinacionales, es decir, no se ha demostrado empíricamente que exista una relación causal, sino solamente una asociación positiva entre concentración de mercado y mayor presencia de inversión extranjera, de tal manera que estos mercados van a estar caracterizados por formas de competencia imperfecta que en el caso del sector servicios a empresas ha sido considerada por algunos como competencia monopolística (Sapir, 1993) y por otros como un modelo de empresa dominante (Rubalcaba, 1996).

4. EFECTOS DE ARRASTRE DE LAS EMPRESAS MULTINACIONALES EN ESPAÑA

Si bien es importante conocer el grado de penetración de las empresas multinacionales en España, lo es mucho más saber cuál es el resultado de esa presencia en la economía de acogida. En esta sección se estudian los efectos de arrastre que originan las empresas multinacionales de servicios a empresas. Para ello se va a analizar la influencia sobre el tejido productivo español y sobre la balanza de pagos con el fin de llevar a cabo una caracterización por actividad, es decir, observar qué actividades de entre las consideradas generan mayores efectos beneficiosos en España.

Algunas referencias teóricas

La influencia sobre el tejido productivo hace referencia a los efectos verticales o vínculos directos que se producen sobre la producción. Varios autores, entre los que se pueden destacar los trabajos de Lall y Singh (1977) o el de Hirschmann (1983), hablan específicamente de esos vínculos directos y hacen referencia en concreto a la subcontratación.

Los efectos sobre la balanza de pagos también son de importancia, ya que estudios empíricos para el sector industrial en varios países (OCDE, 1994) demuestran que las empresas filiales se caracterizan por tener una mayor propensión importadora. Esto es consecuencia, principalmente, de que gran parte de los aprovisionamientos los obtiene la propia filial a través del comercio intraempresa con la matriz o con otras empresas del mismo grupo. La intensidad del comercio intraempresa es resultado precisamente de las propias razones que llevaron a la empresa a multinacionalizarse mediante un proceso de internalización basado en una ventaja en términos de costes de transacción en la transmisión internacional del activo intangible propiedad de la empresa. Lo que indica la internalización es que la creación de un mercado interno en la empresa es más ventajosa que realizar transacciones en los mercados internacionales. Esta mayor propensión importadora tiene dos consecuencias en el país de acogida: en primer lugar, disminuyen los efectos beneficiosos que se observa mediante la subcontratación y en segundo lugar afecta negativamente a la balanza de pagos.

Los efectos sobre la balanza de pagos han sido ampliamente tratados por la literatura que relaciona la inversión directa y el comercio internacional (Graham y Krugman, 1991; Bergsten, Horst y Moran, 1978; Glickman y Woodward 1989; Burges y Jacquemin, 1992). Estos autores manifiestan posturas contrapuestas que han sido analizadas por Fernández Leiceaga (1998). Una corriente señala que aunque las filiales generen una tasa de importaciones superior a la de las empresas nacionales su impacto negativo sobre la balanza de pagos es menor ya que en un primer momento la inversión directa puede estar sustituyendo anteriores importaciones, y que además existen efectos dinámicos ya que se espera que con el transcurso del tiempo las empresas filiales estrechen cada vez más sus relaciones con empresas del país que las acoge y no necesite tanto de la empresa matriz. La corriente contrapuesta dice que la inversión directa sustituye a la producción nacional, esto ocurre sobre todo cuando la forma de la inversión extranjera no es del tipo *greenfield* sino que se lleva a cabo mediante participaciones substanciales de capital en empresas ya existentes de tal manera que la empresa pasa a ser o de propiedad extranjera o a estar controlada por extranjeros. En este caso, las importaciones son substancialmente mayores y además las exportaciones pueden verse reducidas al entrar en competencia con las de la matriz.

Análisis empírico de los efectos de arrastre de las filiales extranjeras en España dentro del sector servicios a empresas

En las páginas siguientes se procede a realizar un análisis multivariante *cluster* con el fin de conocer las agrupaciones de actividades que son más similares en términos de efectos verticales sobre la producción a través de subcontratación y para conocer, asimismo, su comportamiento en términos de comercio internacional.

El nivel de subcontratación viene medido por la variable trabajos realizados por otras empresas para el proceso de producción propio con respecto a las compras totales en cada una de las empresas multinacionales de las actividades de servicios a empresas consideradas.

Para ver la influencia en la balanza de pagos se han tomado como indicadores la propensión exportadora (exportaciones sobre la cifra de negocios) y la propensión importadora (importaciones sobre el total de compras).

El análisis efectuado es de conglomerados jerárquicos usando variables tipificadas y la técnica de Ward y Hook (1963). Esta técnica tiene bastante fiabilidad ya que se minimiza la suma del cuadrado del error en la construcción de los grupos. Los resultados aparecen en el esquema 2.

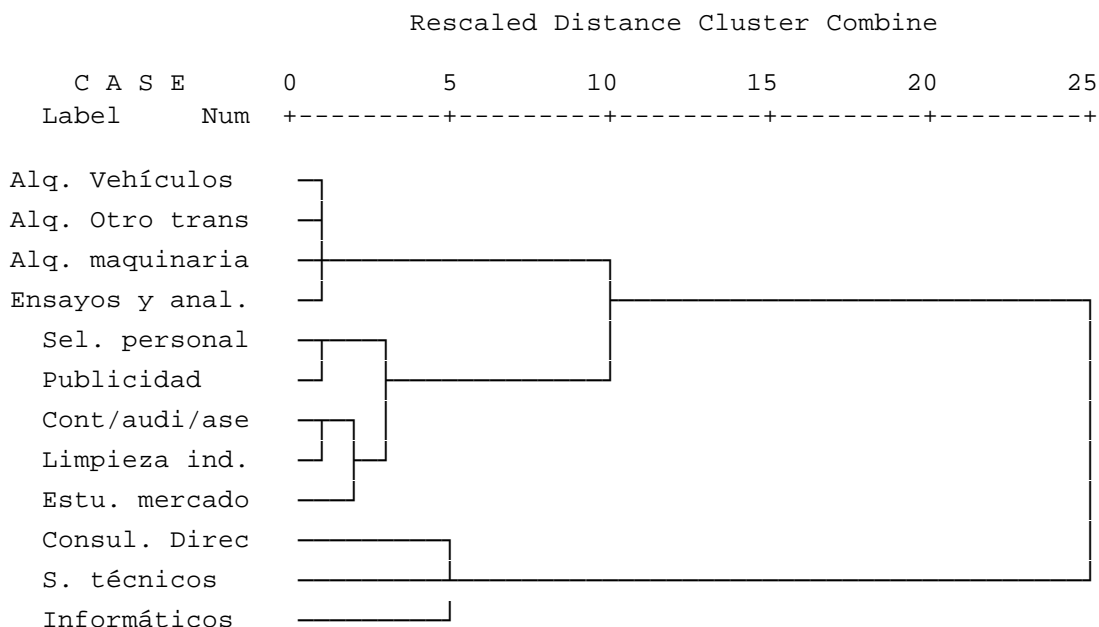
Tres grupos aparecen claramente delimitados. En el primero se hallan las empresas de alquiler y las empresas de ensayos y análisis técnicos. En el segundo grupo las empresas de contabilidad, auditoría y asesoría, las empresas de estudios de mercado, las empresas de selección de personal, las empresas de limpieza industrial y las de publicidad. En el tercer grupo se hallan las empresas informáticas, los servicios técnicos y las empresas de consultoría y asesoramiento sobre dirección empresarial.

Esquema 2

Análisis cluster de las filiales extranjeras de servicios a empresas.

* * * * * H I E R A R C H I C A L C L U S T E R A N A L Y S I S *
* * * * *

Dendrogram using Ward Method



Fuente: Elaboración propia a partir de las encuestas estructurales de INE (varios años)

Ahora bien, ¿Qué rasgos específicos presentan estas actividades en términos de efectos de arrastre? La tabla 3 que se ha construido calculando la media del grupo sobre la media total para cada una de las variables consideradas, propensión exportadora, propensión importadora y grado de subcontratación, ofrece estos resultados.

Tabla 3.
Efectos de arrastre de los grupos resultantes en el análisis cluster
(media del grupo sobre media total)

	propensión exportadora	Subcontratación	propensión importadora
grupo 1	0,049	0,153	0,234
grupo 2	0,684	1,42	0,447
grupo 3	2,793	1,429	2,944

Fuente: Elaboración propia a partir de INE (Varios años)

Los servicios de alquiler y los ensayos y análisis técnicos no destacan ni en propensión exportadora ni en cuanto a subcontratación. Las actividades contenidas en el segundo grupo se caracterizan por tener unos niveles de subcontratación superiores al de la media del total de actividades y no destacan en términos de comercio internacional. Es decir, son actividades bastante proclives a la externalización de parte de su proceso productivo. Finalmente, las actividades del tercer grupo (servicios informáticos, servicios técnicos y consultoría de dirección) parecen las más proclives a generar efectos de arrastre notables en términos de subcontratación, por lo que su presencia impulsaría la creación de nuevas empresas y destacan también por tener una propensión exportadora e importadora superior al conjunto de las actividades. Sin embargo, a pesar de destacar sobre la media por su actividad exportadora e importadora, el balance en términos netos resultaría negativo para la balanza de pagos ya que la propensión importadora supera a la propensión exportadora. Se puede pensar, que esta mayor propensión importadora se debe a la existencia de comercio intraindustrial entre la empresa filial extranjera localizada en España y la empresa matriz.

5. RESUMEN Y CONCLUSIONES

A pesar de que este trabajo constituye una primera aproximación al tema, pueden extraerse del mismo, algunas conclusiones que se enumeran a continuación:

En primer lugar, no se puede ignorar que los servicios a empresas son, por sus propias características, especialmente proclives a su prestación en el extranjero a través de inversión directa.

Al mismo tiempo, la decisión de invertir en el extranjero puede ser explicada por las teorías tradicionales de la empresa multinacional desarrolladas para el caso industrial, ya que la fuente de competitividad de las empresas de servicios es especialmente la posesión de activos intangibles, los cuales han sido tan destacados por algunos autores en el caso del sector industrial.

En el caso español se observa una relación negativa entre especialización dentro de las propias actividades de servicios a empresas y presencia extranjera. Sin embargo, sí que parece existir una relación positiva entre grado de concentración medida a través de la cuota de mercado en cada una de las actividades de servicios a empresas y presencia extranjera considerada como el porcentaje de cifra de negocios generada por empresas filiales de multinacionales extranjeras. Esta correlación positiva viene a apoyar a la teoría tradicional de la empresa multinacional que expone que una de las razones que llevan a las empresas a invertir en el extranjero es la existencia de mercados imperfectos que les permiten superar la desventaja inicial de operar en entornos desconocidos.

Por último, pero no menos importante, se observa que las filiales extranjeras tienen efectos de arrastre en el país de acogida, España, que son distintos según la actividad considerada. Son especialmente significativos los efectos verticales sobre la producción generados a través de subcontratación en las actividades informáticas, servicios técnicos y consultoría de dirección. Estas mismas actividades también presentan efectos destacados en términos de comercio internacional si bien su propensión importadora es mayor que su propensión exportadora por lo que el efecto neto en términos de balanza de pagos no parece ser muy positivo.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bergsten, Horst y Moran, (1978): *Les multinationales aujourd'hui*, Economica
- Buckley, P. J. y Casson, M. C. (1976): *The Future of the Multinational Enterprise*; Macmillan, London
- Buigues, P. y Jacquemin, A. (1992): “Inversión extranjera directa y exportaciones en el Mercado Común: aspectos teóricos, empíricos y de política económica”; *Moneda y Crédito*, n. 94, 1992.
- Caves, R. E. (1971): “International Corporations: The Industrial Economics of Foreign Investment”; *Economica*, vol. 38, pp. 1-27

- Coase, R. H. (1937): “The Nature of the Firm”; *Economica*, vol. 4, pp. 386-405
- Dunning, J. H. (1981): *International Production and the Multinational Enterprise*; George Allen and Unwin, London
- Enderwick, P. (1989): *Multinational service firms*; Routledge
- EUROSTAT (1995): *Business Services in Europe*
- EUROSTAT (1998): *International ownership in trade and service activities. First finding of a study on foreign affiliates*, Luxembourg: European Communities
- Fariñas, J. C. y Jaumandreu, J. (1999): “Estructura y actividad de las empresas de Madrid: una visión de conjunto” en FARIÑAS, J. C. y JAUMANDREU, J. coord. (1999): *Estructura y actividad de las empresas de Madrid*
- Fernández Leiceaga, X. (1998): *El impacto de las multinacionales en las economías de acogida*; Universidad de Santiago de Compostela, Servicio de Publicaciones e Intercambio Científico
- GATS (1993): *Document of GATT Secretary: MTN. GNS/W/164, 3rd September*
- Glickman, N y Woodward, D. P. (1989): *The new competitors: How foreign investors are changing the US economy*, Basic Books.
- Graham, E.M. y Krugman, P.R. (1991): *Foreign direct investment in the United States*, Institute for International Economics
- Helpman, E. y Krugman, P. R. (1985): *Market Structure and Foreign Trade, Increasing Returns, Imperfect Competition, and the International Economy*; The MIT Press; Cambridge, Massachusetts/London.
- Hill, T. D. (1977): “On goods and services”; *The Review of Income and Wealth*, 4.
- Hirschmann (1983): “La estrategia del desarrollo económico”, *El Trimestre Económico*, n. 199, 1983

- Hymer, S. H. (1960): *The International Operation of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment*, MIT Press: Cambridge, Mass. (Publicado en 1976 a título póstumo).
- Kindleberger, C. P. (1969): *American Business Abroad: Six Lectures on Direct Investment*; New Haven: Yale University Press (ed) 1970: *The International Corporation: A Symposium*; MIT Press, Cambridge, Mass.
- INE (1994): *Encuesta de Servicios Técnicos 1992*
- INE (1996): *Encuesta de Servicios de Consultoría 1993*
- INE (1997b): *Encuesta de Servicios de Alquiler de vehículos, maquinaria y equipo 1994*
- INE (1997c): *Encuesta de Servicios Industriales de Limpieza 1995*
- INE (1997d): *Encuesta de Servicios de Publicidad 1994*
- INE (1997e): *Encuesta de Servicios Informáticos 1995*
- Johnson, H. J. (1970): "The efficiency and welfare implications of the international corporation" en Kindleberger, C. P. (ed. 1970)
- Lall y Singh, a. (1977): *Transnational corporations and linkages with domestic enterprises: a survey and research proposal*, UNCTC
- Merino de Lucas, F. y Salas Fumás, V. (1996): 'Diferencias de eficiencia entre empresas nacionales y extranjeras en el sector manufacturero', *Papeles de Economía Española*, No. 66, pp. 191-208.
- Mochón, F. (1993): *Economía*, 3ª Ed., MacGraw-Hill, Madrid
- Naciones Unidas (1999): *World Investment Report 1999*
- Nusbaumer, J. (1987): *Services in the Global Market*; Kluwer, Boston.
- OCDE, (1994): *The Performance of Foreign Affiliates in OECD Countries*, Paris: OECD.

- O'farrell, P. N., Hitchens, D.M. y Moffat, L.A.R. (1993): 'The Competitive Advantage of Business Service Firms', *The Service Industries Journal*, Vol. 13, No. 1, pp. 40-64.
- Rubalcaba, L. (1996): *Los servicios a empresas en Europa: crecimiento y asimetrías*; Tesis doctoral, Universidad de Alcalá
- Rugman, A. M. (1981): *Inside the Multinationals: The Economics of Internal Markets*; Croom Helm: London
- Sapor, A. (1993): "Sectoral Dimension"; *European Economy*, n. 3, pp. 23-39
- Vandermerwe, S. y Chadwick, M. (1989): 'The Internationalisation of Services', *The Service Industries Journal*, Vol. 9, No. 1, pp. 79-93.
- Ward, Jr. J.H. y Hook, M. R. (1963): "Application of Hierarchical Grouping Procedure to a Problem of Grouping Profiles"; *Educ. and Psychology Measurement*, Vol. 23, n. 1, pp.69-82

Documentos de Trabajo de Servilab

- DT-1/97** **LAS FERIAS Y EXPOSICIONES EN EUROPA COMO FACTORES DE COMPETENCIA Y ESPECIALIZACIÓN URBANA.**
Juan Ramón Cuadrado Roura y Luis Rubalcaba Bermejo
- DT-2/97** **UNA APROXIMACIÓN A LAS FUNCIONES DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA ECONOMÍA ESPAÑOLA : 1960-1994.**
Miguel González Moreno y Francisco González Gómez
- DT-3/97** **EMPLEO Y CUALIFICACIONES LABORALES EN EL SECTOR SERVICIOS. EVOLUCIÓN RECIENTE Y ANÁLISIS PROSPECTIVO.**
Carlos Iglesias Fernández, Julián Messina Gravovsky y Juan Ramón Cuadrado Roura (**Agotado**)
- DT-4/97** **EL CONSUMO FAMILIAR DE SERVICIOS EN ESPAÑA : FACTORES EXPLICATIVOS DE LAS DECISIONES DE GASTO.**
Elena Mañas Alcón (**Agotado**)
- DT-1/98** **CRECIMIENTO, PRODUCTIVIDAD Y SERVICIOS AVANZADOS EN EUROPA: IMPLICACIONES PARA LA POLÍTICA ECONÓMICA.**
Luis Rubalcaba Bermejo, Alvaro Ortiz Vidal-Abarca y Tomás Mancha Navarro
- DT-2/98** **LAS CADENAS DE FRANQUICIAS EN ESPAÑA: ESTRATEGIAS EMPRESARIALES Y ORGANIZACIÓN ESPACIAL.**
Agustin Gámir de Orueta y Ricardo Méndez Gutiérrez del Valle
- DT-3/98** **LOS SERVICIOS EN LAS RELACIONES INTERSECTORIALES DE LA ECONOMIA: PROPUESTA METODOLOGICA Y EVIDENCIA.**
José Antonio Camacho Ballesta
- DT-4/98** **ANÁLISIS DEL EMPLEO POR FORMAS COMERCIALES. ASALARIZACIÓN Y DISMINUCIÓN DEL REFUGIO DE “AUTÓNOMOS”.**
Javier Casares Ripol, Evangelina Aranda García y Víctor Jesús Martín Cerdeño
- DT-5/98** **FORMACIÓN EN LAS ACTIVIDADES DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL.**
Evangelina Aranda García
- DT-1/99** **PATRONES DE CONVERGENCIA REGIONAL EN LOS SERVICIOS DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA.**
Santiago Martínez Argüelles y Fernando Rubiera Morollón

- DT-2/99** **INTENSIDAD TECNOLÓGICA Y CARACTERÍSTICAS DEL EMPLEO EN EL SECTOR SERVICIOS**
Juan Ramón Cuadrado, José Guardia, Carlos Iglesias y Álvaro Ortiz
- DT-3/99** **FUENTES DE FLUCTUACIÓN SECTORIAL DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA**
Juan Ramón Cuadrado y Álvaro Ortíz.
- DT-4/99** **LA DEMANDA DE TRANSPORTE DE MERCANCÍAS EN ESPAÑA: FACTORES DETERMINANTES Y UN ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DE LOS FLUJOS DE TRÁFICO EN EL ÁMBITO DE LA UNIÓN EUROPEA.**
Juan Carlos Martín Hernández y Concepción Román García
- DT-5/99** **COMPETITIVIDAD Y COMERCIO DE SERVICIOS EN LA ECONOMÍA ESPAÑOLA.**
Luis Rubalcaba Bermejo y David Gago Saldaña