



e

m

p

Rubén Garrido

r

Localización  
y movilidad  
de empresas  
en España

e

s

a



# Localización y movilidad de empresas en España

Estudio realizado con la  
colaboración del Área de  
Investigación y Estudios de la  
Fundación EOI, y por el profesor:

Rubén Garrido Yserte

Coordinación de la edición: Eduardo Lizarralde

Diseño de colección: Manuel Estrada

Maquetación: Estudio Manuel Estrada

Impresión: xxxx

© 2006. Fundación EOI

ISBN: 84-88723-74-1

Depósito Legal:

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni el almacenamiento en un sistema informático, ni la transmisión de cualquier forma o cualquier medio electrónico, mecánico, fotocopia, registro u otros medios, sin el permiso y por escrito de los titulares del Copyright.

# Índice

Índice de Tablas.....	7
Índice de Gráficos.....	11
Índice de Esquemas.....	13
<b>PRÓLOGO</b> .....	15
<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	17
1.1. ¿Por qué un estudio como éste?.....	17
1.2. ¿Cómo se ha hecho? Metodología y fuentes.....	19
1.3. Lo que viene a continuación.....	21
1.4. Agradecimientos.....	22
<b>2. LOCALIZACIÓN Y MOVILIDAD EN EL CONTEXTO DE LA GLOBALIZACIÓN</b> .....	25
2.1. Globalización, integración y localización: ¿una nueva trilogía?.....	25
2.2. De la vieja geografía a la nueva geografía económica: un repaso sobre las claves de las teorías sobre la localización.....	30
2.3. De la teoría a la práctica: una tipología de condiciones de localización y una valoración para la Unión Europea.....	37
2.4. De las condiciones de localización a los factores de localización. Del en-torno al in-torno.....	48
2.5. Algunos apuntes sobre la migración de empresas: cambios locacionales e internacionalización.....	51

<b>3. DE LOCALIZACIÓN Y MOVILIDAD EMPRESARIAL EN ESPAÑA: EL ANÁLISIS EMPÍRICO .....</b>	<b>57</b>
3.1. Descripción de la muestra: características generales.....	57
3.2. Los factores de localización de las empresas encuestadas: complejidad y características .....	67
3.3. ¿Por qué motivos las empresas desean moverse? .....	80
3.4. La visión de la posición competitiva de la empresa en relación con la competencia internacional: ¿cuestión de precio o de innovación? .....	88
3.5. Las ventajas competitivas de España según el conjunto de empresas encuestadas .....	90
<b>4. ¿CÓMO SON LAS EMPRESAS QUE DESEAN MOVERSE? ¿A DÓNDE? Y ¿POR QUÉ? .....</b>	<b>94</b>
4.1. Caracterización de las empresas con riesgo de cambiar su localización .....	94
4.2. ¿Hacia qué tipo de destinos piensan dirigirse las empresas? .....	102
4.3. Factores de atracción y factores de expulsión: ¿cuáles son las causas determinantes de las decisiones de movilidad? .....	104
4.4. La competencia internacional según el subconjunto de empresas que planean mover su actual localización .....	107
4.5. Las ventajas competitivas de España según el subconjunto de empresas que planean mover su actual localización.....	108
<b>5. LAS DECISIONES DE LOCALIZACIÓN Y MOVILIDAD A PARTIR DE UN MODELO LOGIT Y DEL ANÁLISIS DE CORRESPONDENCIAS MÚLTIPLES .....</b>	<b>111</b>
5.1. Consideraciones metodológicas, datos y fuentes utilizadas .....	112
5.2. Los resultados del modelo de localización. ¿Qué región está mejor y en qué?.....	114
5.3. Modelo de movilidad .....	116
5.4. Los resultados del Análisis de Correspondencias Múltiples .....	119
<b>6. CONCLUSIONES.....</b>	<b>125</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>131</b>

# Índice de tablas

TABLA 1. TIPOLOGÍA DE LAS CONDICIONES DE LOCALIZACIÓN.....	46
TABLA 2. CONDICIONES DE LOCALIZACIÓN DE LOS NUEVOS SOCIOS DE LA UNIÓN EUROPEA FRENTE A ESPAÑA.....	47
TABLA 3. CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA, SEGÚN NÚMERO DE EMPLEADOS, VOLUMEN DE FACTURACIÓN, AÑO DE CREACIÓN Y ORIGEN DEL CAPITAL .....	59
TABLA 4. DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS DE LA MUESTRA SEGÚN SECTOR DE ACTIVIDAD Y ORIGEN DEL CAPITAL.....	61
TABLA 5. DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS SEGÚN INTENSIDAD TECNOLÓGICA. ....	62
TABLA 6. DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS SEGÚN TRAYECTORIA TECNOLÓGICA. ....	63
TABLA 7. DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS QUE POSEEN MÁS DE UN ESTABLECIMIENTO EN ESPAÑA .....	64
TABLA 8. DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS CON MÁS DE UN ESTABLECIMIENTO EN ESPAÑA, LOCALIZACIÓN DE LAS FUNCIONES DE DIRECCIÓN Y CONTROL (LOCALIZACIÓN DE LA CENTRAL).....	64
TABLA 9. DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS SEGÚN LA LOCALIZACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS.....	65
TABLA 10. DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS SEGÚN EL DESTINO DE LAS VENTAS Y EL ORIGEN DE LAS COMPRAS .....	67

TABLA 11. OPINIÓN DE LAS EMPRESAS EN RELACIÓN CON LAS VENTAJAS QUE OFRECE LA UBICACIÓN ACTUAL EN LOS FACTORES DE LOCALIZACIÓN CONSIDERADOS.....	69
TABLA 12. OPINIÓN DE LAS EMPRESAS EN RELACIÓN CON LAS VENTAJAS QUE OFRECE LA UBICACIÓN ACTUAL EN LOS FACTORES DE LOCALIZACIÓN CONSIDERADOS. SEGÚN INTENSIDAD TECNOLÓGICA .....	71
TABLA 13. PRINCIPALES FACTORES DE LOCALIZACIÓN VALORADOS COMO VENTAJAS DE LA LOCALIZACIÓN ACTUAL PARA LAS EMPRESAS EN CADA CATEGORÍA DE INTENSIDAD TECNOLÓGICA .....	73
TABLA 14. PRINCIPALES FACTORES DE LOCALIZACIÓN MENOS VALORADOS COMO VENTAJAS DE LA LOCALIZACIÓN ACTUAL PARA LAS EMPRESAS EN CADA CATEGORÍA DE INTENSIDAD TECNOLÓGICA .....	74
TABLA 15. OPINIÓN DE LAS EMPRESAS EN RELACIÓN A LAS VENTAJAS QUE OFRECE LA UBICACIÓN ACTUAL. ANÁLISIS SECTORIAL.....	75
TABLA 16. ÍNDICE DE COMPLEJIDAD PARA CADA UNO DE LOS SECTORES DE ACTIVIDAD CONSIDERADOS .....	78
TABLA 17. ÍNDICE DE COMPLEJIDAD DE LOS SECTORES DE ACTIVIDAD AGREGADOS SEGÚN INTENSIDAD TECNOLÓGICA .....	79
TABLA 18. MOTIVOS POR LOS QUE LAS EMPRESAS SE PLANTEARÍAN UN POSIBLE TRASLADO.....	81
TABLA 19. MOTIVOS POR LOS QUE LAS EMPRESAS SE PLANTEARÍAN UN POSIBLE TRASLADO, SEGÚN SECTOR DE INTENSIDAD TECNOLÓGICA.....	84
TABLA 20. PERCEPCIÓN DE LOS ENCUESTADOS SOBRE LA COMPETENCIA INTERNACIONAL EN LOS SECTORES DE ACTIVIDAD AGREGADOS POR INTENSIDAD EN EL USO DE LA TECNOLOGÍA.....	89
TABLA 21. OPINIÓN DE LAS EMPRESAS EN RELACIÓN A LAS VENTAJAS COMPETITIVAS QUE OFRECE ESPAÑA EN LOS SECTORES DE ACTIVIDAD AGREGADOS POR INTENSIDAD EN EL USO DE LA TECNOLOGÍA.....	93
TABLA 22. EMPRESAS QUE DECLARARON CONSIDERAR LA POSIBILIDAD DE TRASLADAR SU ACTUAL ESTABLECIMIENTO.....	97
TABLA 23. DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS QUE PLANEAN MOVER SU LOCALIZACIÓN ACTUAL, SEGÚN EL DESTINO DE SUS VENTAS Y EL ORIGEN SE SUS COMPRAS .....	99

TABLA 24. DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS QUE PLANEAN MOVER SU LOCALIZACIÓN ACTUAL, AGREGADAS SEGÚN INTENSIDAD TECNOLÓGICA.....	100
TABLA 25. DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS QUE PLANEAN MOVER SU LOCALIZACIÓN ACTUAL, AGREGADA SEGÚN TRAYECTORIA TECNOLÓGICA.....	101
TABLA 26. DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS QUE PLANEAN MOVER SU LOCALIZACIÓN ACTUAL, EN CADA UNO DE LOS SECTORES DE ACTIVIDAD CONSIDERADOS, SEGÚN EL DESTINO DE LOS POSIBLES TRASLADOS.....	103
TABLA 27. OPINIÓN DE LAS EMPRESAS QUE PLANEAN MOVER SU EMPLAZAMIENTO ACTUAL EN RELACIÓN CON LAS VENTAJAS QUE ÉSTE OFRECE EN LOS FACTORES DE LOCALIZACIÓN CONSIDERADOS.....	105
TABLA 28. MOTIVOS POR LOS QUE SE PLANTEARÍAN UN POSIBLE TRASLADO LAS EMPRESAS QUE PLANEAN MOVER SU LOCALIZACIÓN ACTUAL.....	106
TABLA 29. MODELO LOGIT MULTINOMIAL DE LOCALIZACIÓN.....	115
TABLA 30. MODELO LOGIT BINOMIAL DE MOVILIDAD.....	118



# Índice de gráficos

GRÁFICO 1. DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS POR COMUNIDAD AUTÓNOMA, SEGÚN NÚMERO DE EMPLEADOS, FACTURACIÓN E INICIO DE ACTIVIDADES.....	60
GRÁFICO 2. DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS SEGÚN INTENSIDAD TECNOLÓGICA .....	61
GRÁFICO 3. DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS SEGÚN TRAYECTORIA TECNOLÓGICA.....	62
GRÁFICO 4. OPINIÓN DE LAS EMPRESAS EN RELACIÓN CON LAS VENTAJAS QUE OFRECE LA UBICACIÓN ACTUAL EN LOS FACTORES DE LOCALIZACIÓN CONSIDERADOS .....	68
GRÁFICO 5. COMPARACIÓN DE LA OPINIÓN DE LAS EMPRESAS DE SECTORES DE SERVICIOS A EMPRESAS Y MANUFACTUREROS, EN RELACIÓN CON LAS VENTAJAS QUE OFRECE LA UBICACIÓN ACTUAL EN LOS FACTORES DE LOCALIZACIÓN CONSIDERADOS.....	76
GRÁFICO 6. MOTIVOS POR LOS QUE LAS EMPRESAS SE PLANTEARÍAN UN POSIBLE TRASLADO.....	82
GRÁFICO 7. COMPARACIÓN DE LOS MOTIVOS DE MOVILIDAD DE LAS EMPRESAS EN LOS SECTORES DE SERVICIOS A EMPRESAS Y MANUFACTUREROS.....	88
GRÁFICO 8. COMPETENCIA INTERNACIONAL EN SECTORES AGREGADOS SEGÚN INTENSIDAD EN EL USO DE LA TECNOLOGÍA.....	90
GRÁFICO 9. OPINIÓN DE LAS EMPRESAS DE LA MUESTRA SOBRE LAS VENTAJAS COMPETITIVAS DE ESPAÑA.....	91
GRÁFICO 10. OPINIÓN DE LAS EMPRESAS EN RELACIÓN A LAS VENTAJAS COMPETITIVAS DE ESPAÑA .....	92

GRÁFICO 11. POSIBILIDAD DE MOVILIDAD DE EMPRESAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS.....	96
GRÁFICO 12. COMPARACIÓN DE LA OPINIÓN DE LAS EMPRESAS QUE PLANEAN MOVER SU LOCALIZACIÓN ACTUAL Y EL RESTO CON RELACIÓN A LA COMPETENCIA INTERNACIONAL .....	107
GRÁFICO 13. OPINIÓN DE LAS EMPRESAS QUE PLANEAN MOVER SU LOCALIZACIÓN ACTUAL SOBRE LAS VENTAJAS COMPETITIVAS QUE OFRECE ESPAÑA.....	109
GRÁFICO 14. LAS VENTAJAS DE LOCALIZACIÓN Y LA DECISIÓN DE TRASLADARSE.....	120
GRÁFICO 15. PERCEPCIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR Y LA DECISIÓN DE TRASLADARSE .....	122
GRÁFICO 16. PROYECCIÓN DE LAS 36 MODALIDADES ILUSTRATIVAS (10 VARIABLES) SOBRE EJES 1 Y 2 Y LA DECISIÓN DE TRASLADARSE (P8).....	123
GRÁFICO 17. PROYECCIÓN DE LAS 10 VARIABLES ILUSTRATIVAS.....	124

# Índice de esquemas

ESQUEMA 1. SÍNTESIS DEL ESCENARIO GLOBAL.....	29
ESQUEMA 2. LOCALIZACIÓN, EMPRESA Y ESPACIO: TRES APROXIMACIONES DISTINTAS .....	34
ESQUEMA 3. DE CONDICIONES Y FACTORES DE LOCALIZACIÓN .....	49
ESQUEMA 4. FACTORES IMPLICADOS EN LA LOCALIZACIÓN Y MOVILIDAD DE LAS EMPRESAS EN EL CONTEXTO ACTUAL.....	56



# Prólogo

El trabajo del profesor Rubén Garrido aborda de manera rigurosa un fenómeno económico que no solamente interesa a expertos sino que preocupa a los ciudadanos. La intensificación de los procesos de globalización e integración en la Unión Europea que han puesto sobre la mesa la necesidad de abordarlo con un renovado interés y sobre todo profundizando sobre su vertiente más empírica y dinámica: la movilidad de las empresas y los fenómenos de re-(des)localización. Bajo esta perspectiva la publicación de esta investigación creemos que es muy oportuna.

Los objetivos que cubre se pueden sintetizar básicamente en los tres siguientes: indagar acerca de los factores que se consideran en la actualidad como claves para la localización de las empresas, tanto desde una perspectiva teórica y del nuevo entorno de globalización de los negocios, como desde un punto de vista aplicado; en segundo lugar, mostrar el grado de satisfacción de las empresas con las localizaciones actuales; y, finalmente, analizar el grado de movilidad existente en el tejido empresarial español apuntando las causas subyacentes más importantes.

Estos objetivos merecían ser abordados con rigor y sobre la base de un análisis empírico que permitiera sustentar adecuadamente el estudio. Por ello, EOI Escuela de Negocios decidió realizar un trabajo de campo que abarcara información sobre las pautas de localización y movilidad de las empresas españolas de los sectores industriales y de servicios.

Esta publicación permite contextualizar muy bien el fenómeno de la localización y movilidad dentro del actual entorno global donde la localización y re-localización se realiza en un contexto de información limitada, incertidumbre y riesgos, y donde se evidencian en el proceso de toma de decisiones cómo juegan con un papel equivalente tanto los factores externos a la empresa: costes, infraestructuras, accesibilidad, congestión, etc. como factores internos a la misma como la necesidad de crecimiento y ampliación, el aprovechamiento de economías de escala o los cambios que se producen en la idoneidad de la localización actual.

Esta investigación permite también cuestionar algunos mitos actuales sobre los riesgos de deslocalización internacional que, sin duda existen, pero que presentan una dimensión acotada.

El estudio demuestra que la intención de movilidad de las empresas es relativamente elevada pero la intención de moverse responde a la necesidad de re-localizarse dentro del mismo territorio y, no tanto, al resultado de una estrategia agresiva de deslocalización a países de bajos costes. Esto es lógico si tenemos en cuenta el fuerte componente lo-

cal y regional de nuestras empresas (la gran mayoría de dimensión pequeña o mediana) y su fuerte vinculación con el mercado interno.

La mayoría de las re-localizaciones corresponden a empresas pequeñas, relativamente jóvenes o con un grado de intensidad tecnológica baja y respondería a una estrategia defensiva de reducción de costes y mantenimiento del mercado al que sirven. De hecho, los principales motivos que aducen las empresas que quieren moverse tienen que ver con la necesidad interna de ampliación y en la posibilidad de obtener suelo a menor coste. Pero, sorprendentemente, valoran poco la proximidad a empresas del mismo sector, de proveedores o clientes, o la existencia de institutos tecnológicos, de diseño o I+D como elemento que les ancla al territorio. Estos resultados parecen señalar que las empresas que cambian fácilmente de localización mantienen pocos vínculos interempresariales y de innovación con su entorno geográfico. Estos resultados merecen atención por parte de las autoridades regionales que han de articular una política empresarial pro-activa, que facilite no sólo la oferta de servicios avanzados sino que transmita la necesidad de buscar una nueva forma de competir, y una cultura de la innovación sistemática en las empresas que permita posicionarse en los mercados de mayor valor añadido, donde la presión de los costes no es tan evidente. Las políticas de clusters innovadores se orientan precisamente a ello.

Los resultados de este estudio mostrarían que en este terreno todavía hay bastante por hacer. De hecho, muchas empresas todavía priorizan la competencia en precios más que la necesidad de la incorporación de intangibles, como la calidad, como elemento competitivo, salvo las empresas que están en los sectores más avanzados. De hecho, las empresas opinan que la competencia internacional es muy intensa en precios, aunque también es alto, aunque inferior, el grado de percepción de la necesidad de incorporar parámetros de calidad e innovación como estrategia competitiva.

En relación con la economía española, cuando se les pregunta a las empresas sobre las ventajas competitivas de España, aparecen en primer lugar la calidad de vida y el medio ambiente o la existencia de mano de obra especializada. En cambio, los costes laborales, el acceso a los mercados mundiales o europeos o la legislación que facilita el desarrollo normal de la actividad empresarial son aspectos considerados mejorables.

En definitiva, y como se argumenta a lo largo de estas páginas, los problemas de localización y movilidad no residen tanto en la "huida" de las empresas al exterior sino en la pérdida de competitividad de las empresas locales y regionales que se desenvuelven en un territorio que, fruto de la globalización de los negocios, se encuentra en la encrucijada de la "periferia intermedia" donde las desventajas en costes afloran con fuerza y las ventajas en innovación y calidad necesitan ser consolidadas para poder competir no sólo a nivel internacional sino también para conservar el mercado interno.

Rosa Arce

*Directora General EOI Escuela de Negocios*

# 1. Introducción

## 1.1. ¿Por qué un estudio como éste?

La fuerte vinculación que existe entre economía y espacio es actualmente foco de un renovado interés y protagonismo, dado que el proceso de globalización está aparejando la intensificación de la competencia entre las empresas a nivel mundial y entre los territorios por la atracción de éstas. Las pautas de localización de las actividades económicas están siendo influidas y modificadas por los cambios ocurridos a nivel mundial y particularmente, en el contexto europeo, por la consolidación del Mercado Único, actualmente ampliado a 27 Estados miembros.

Ambos fenómenos, globalización e integración, están implicando una dinámica de concentración-difusión de las actividades económicas en todo el mundo, estructurando el sistema económico internacional y, particularmente, el europeo, afectando a la distribución espacial de la actividad económica, especialmente de las grandes firmas multimodésticas.

En efecto, por una parte, las fuerzas favorables a la concentración hacen que las actividades centrales o de control de las empresas (control de la producción, diseño, investigación, desarrollo e innovación) tiendan a localizarse espacialmente en las grandes ciudades y metrópolis internacionales. Paralelamente, la difusión de las actividades productivas a escala mundial significa la mayor movilidad internacional de las empresas y su localización en diversas regiones y ciudades intermedias en busca de mayores ventajas, relacionadas, en las fases más mecánicas o estandarizables, con costes relativos más bajos. Estos procesos también afectan al conjunto de empresas, en la medida en que se ve alterada su posición competitiva, aunque tengan una dimensión más reducida y sus operaciones se centren en el mercado interno.

Aunque los procesos de movilidad empresarial se producen de una manera relativamente lenta (poniéndose de manifiesto cierta inercia relacionada con los altos costes que implica el traslado y los posibles riesgos en los que se incurre), las circunstancias de este nuevo entorno están propiciando, cada vez más, por una parte, la externalización de algunas etapas del proceso de producción o el traslado de plantas productivas en busca de mayores beneficios. En efecto, la mayor apertura e integración de los mercados junto a la posibilidad de contar con tecnologías, que reducen distancias y costes, permite que las empresas cuenten con mayores posibilidades para emplazar sus actividades en diferentes regiones del planeta, alertando por doquier a gobiernos y ciudadanos que temen la salida de empresas de sus territorios, con las consecuencias económicas que esto apareja. No obstante, es necesario tener en cuenta que estos procesos son liderados básicamente por empresas grandes, generalmente participadas por capital internacional o muy vinculadas a empresas de esta naturaleza (como proveedores, por ejemplo) que permite también matizar el grado de "alarma" que causan algunos procesos de deslocalización (mejor dicho de inversión directa en el extranjero) que son, en relación con el tejido empresarial de un país como España, claramente minoritarios.

No obstante, el aumento de la presión competitiva que supone la integración de los mercados europeos e internacionales, tiene una consecuencia mucho más importante en la medida en que afecta a las condiciones de localización de los territorios y esto no sólo se traduce en cambios en el poder de atracción de una inversión foránea sino también en la competitividad de las empresas locales (la gran mayoría de ellas), pequeñas o medianas empresas, que han de cambiar sus estrategias de negocio en este nuevo entorno y que pueden demandar elementos de la localización en la que se ubican que les aseguren unas ciertas garantías de supervivencia. Esto hace que no sólo sea necesario atender a los procesos de desinversión que puedan producirse sino también a las condiciones de localización de los territorios, tal como vamos a abordar en este trabajo.

Por todo esto, la globalización está siendo acompañada de un proceso de creciente importancia de los territorios, propiciado por la descentralización implementada en varios países desde décadas anteriores. La competencia entre los territorios por la atracción de inversiones y la localización de empresas que dinamicen la economía se está convirtiendo en un importante papel de los niveles de gobierno regional y local. La creciente búsqueda de ventajas competitivas está llevando a los territorios a desarrollar sus potencialidades endógenas para promover la mejora en las condiciones de localización. Estas condiciones son aquellas características tangibles e intangibles que poseen los espacios y que son consideradas por las empresas en sus decisiones de localización y, consecuentemente, de movilidad. Las condiciones territoriales de localización se relacionan con las particularidades de los mercados, del transporte, de la mano de obra, las economías de escala, etc. que están presentes en un espacio determinado.

Actualmente, con mayor frecuencia son las características intangibles (calidad de vida, seguridad, etc.) de dichas condiciones territoriales de localización las que están aumentando su peso como factor de atracción empresarial. Sin embargo, la localización y evidentemente la movilidad de una empresa depende de factores tanto internos como externos a la misma. El tipo de actividad, el ciclo de vida del producto, la intensidad en el uso de tecnología o mano de obra, las propias estrategias empresariales, etc. condicionan las decisiones de localización. Por tanto, la localización de las empresas es el resultado de decisiones empresariales tomadas en contextos de incertidumbre que intentan valorar un conjunto muy variado de condiciones que funcionan como fuerza de atracción o de expulsión de los territorios.

En este contexto, la localización de las actividades económicas en el espacio y su movilidad dentro del mismo tienen consecuencias directas sobre la economía nacional, regional y local. Por ello, las reflexiones sobre este tema trascienden el ámbito académico para situarse en el centro de los debates más actuales, tanto en la esfera política como empresarial de España. En el caso español, resulta interesante estudiar las condiciones de localización y las ventajas competitivas que el país ofrece en este entorno más dinámico que supone la globalización económica; pero además se torna imprescindible conocer si existen altos riesgos de movilidad de las empresas asentadas en este territorio y cómo perciben estos riesgos.

Por todo lo anterior, la *Escuela de Organización Industrial* estimó como muy oportuno el patrocinio de un estudio, básicamente empírico pero donde se abordaran también aspectos conceptuales, que permitieran arrojar alguna luz sobre algunos puntos del amplio debate que supone la localización y movilidad empresarial en España en la actualidad.

Bajo este denominador común, este trabajo atiende a los siguientes objetivos específicos:

- Sintetizar, utilizando un lenguaje preciso pero accesible a un público amplio, los elementos clave de las teorías sobre la localización de actividades productivas, destacando básicamente los factores-clave que permitan entender el desarrollo empírico, llevado a cabo a través de encuestas, que se realiza posteriormente.
- Modelizar las pautas de localización diferencial entre los territorios estudiados y las características esenciales de las empresas que declaran la intención de “moverse”, cambios de emplazamiento, identificando distintos tipos de movilidad.

## 1.2. ¿Cómo se ha hecho? Metodología y fuentes

La investigación que da soporte a la publicación de esta monografía se encuentra soportada en el análisis de un volumen de datos considerable, de fuentes tanto directas como indirectas, de datos cualitativos y cuantitativos.

Aunque aquí no se incluye, la investigación realizó un análisis exhaustivo de la localización territorial de las inversiones extranjeras en España y también de España como emisor de inversiones al exterior, mostrando como ha pasado de ser una economía receptora neta a jugar un papel, cada vez más fortalecido, como emisor de inversiones, fruto de un doble fenómeno: una cierta pérdida de atractivo en algunos sectores concretos junto con la intensiva internacionalización de las actividades empresariales españolas. Para ello se utilizaron los datos del Registro de Inversiones Exteriores del Ministerio de Industria y se realizó un análisis regional de los flujos.

Adicionalmente, utilizando el Directorio Central de Empresas que elabora el Instituto Nacional de Estadística, se realizó un estudio en profundidad sobre cuál es la distribución territorial de los establecimientos y su variación más significativa por sectores, cuestión muy importante para realizar el diseño muestral de la encuesta. Esto nos permitió centrarnos en 15 ramas de actividad (en industria básicamente pero también en servicios), que luego se clasificarían de acuerdo con su intensidad tecnológica atendiendo a estudios internacionales (OCDE). Por otra parte, el análisis de la distribución territorial nos indicó la oportunidad de concentrarse en las regiones más importantes (Andalucía, Cataluña, Comunidad Valenciana y la Comunidad de Madrid) para, con un esfuerzo importante de encuestación pero lógicamente limitado (se realizaron 250 encuestas) se pudieran inferir conclusiones relevantes para estas cuatro regiones individualmente y que fueran, a su vez, extrapolables al conjunto de la economía española, cuando se trataran los datos agregados.

El eje central del estudio lo constituye el análisis estadístico de los resultados obtenidos de dicha encuesta (*"Encuesta EOI - Movilidad empresarial en España"*).

La encuesta, como base del estudio empírico que se presenta en las páginas que siguen, se efectuó entre el 24 de junio y 7 de julio de 2005 a un conjunto de 250 empresas localizadas en España, específicamente en las Comunidades Autónomas de Madrid, Cataluña, Andalucía y Comunidad Valenciana. La encuesta recababa información sobre los rasgos más importantes de la empresa, atendiendo a una serie de cuestiones tales como: origen del capital, antigüedad, número de empleados, cantidad y ubicación de sus establecimientos en España, distribución geográfica de las ventas y las compras, entre otras. El núcleo central de la encuesta se centra en la valoración de las empresas sobre sus pautas de localización, las posibilidades de que éstas se muevan de su localización actual y el tipo de movilidad que se plantearían, así como los motivos que pueden estar detrás de la decisión de trasladarse. La mayoría de los datos producidos por la encuesta tiene carácter cualitativo, por lo que en su análisis y elaboración se ha intentado cuantificar todos ellos a fin de producir nuevos datos que brinden una información más resumida y clara para el lector, generalmente utilizando los saldos netos entre operaciones positivas y negativas.

### 1.3. Lo que viene a continuación

Teniendo en cuenta los objetivos del estudio, el mismo se estructura en seis capítulos, siendo el primero de ellos esta introducción. El capítulo 2 ofrece los elementos esenciales del marco teórico y conceptual del estudio, donde en primer lugar se desarrollan, brevemente, las principales vertientes teóricas que han dado explicación a la relación entre empresas y territorio. Asimismo, se describen las principales características del actual orden global y sus consecuencias de difusión y concentración de la economía a escala mundial, haciendo sucinta referencia a la nueva situación planteada a partir de la última ampliación de la Unión Europea. Seguidamente, se exponen las condiciones territoriales de localización para finalizar este capítulo 2 con una explicación de los factores de localización, tanto internos como externos a la empresa, y se profundiza en la descripción de éstos últimos en la medida en que operan como fuerzas de atracción y expulsión que pudieran explicar la movilidad empresarial.

El capítulo 3 se dedica al análisis de los resultados de la encuesta como base del estudio empírico sobre la localización y movilidad de las empresas en España. Primeramente, se realiza una descripción del conjunto muestral atendiendo a sus características generales: número de empleados, volumen de facturación, antigüedad, origen del capital, sectores de actividad, cantidad de establecimientos localizados en España, etc. Seguidamente, se indaga en los factores de localización de las empresas encuestadas partiendo de la valoración que éstas hacen de las ventajas que ofrece la actual ubicación de sus establecimientos. Este análisis se completa con la identificación de qué factores de localización son clave para los diversos sectores de actividades agrupados según su contenido tecnológico y su naturaleza manufacturera o de servicios. Adicionalmente, se muestra también el grado de complejidad que tienen las decisiones de localización en la práctica, a partir de la elaboración de un índice de complejidad para cada uno de los sectores de actividad estudiados.

El capítulo 4 se ocupa especialmente de la movilidad empresarial. Se analizan los motivos por los que las empresas de la muestra se plantearían moverse hacia otra localización, la visión que estas empresas tienen sobre la competencia internacional en los distintos sectores de actividad y cuáles son según ellas las ventajas competitivas con las que cuenta España. Se realiza un estudio específico de las empresas que declaran su voluntad de trasladar la localización actual de sus establecimientos en los próximos cinco años. En primer lugar, se procede a la descripción y cuantificación de las empresas con mayores posibilidades de trasladar sus actividades hacia otros territorios, con el objeto de delinear algunos de sus rasgos distintivos frente al conjunto muestral. En segundo lugar, se muestran cuáles son los factores de expulsión y de atracción que influyen en la posible movilidad de las empresas a fin de comprender los motivos que sustentan esa decisión.

El capítulo 5 presenta los resultados del análisis econométrico efectuado para calibrar la importancia de los factores de localización en cada uno de las cuatro regiones consideradas y los elementos esenciales que aumentan o disminuyen la probabilidad de moverse. Los resultados del análisis efectuado muestran que, pese a estar muy relacionados localización y movilidad, las variables de ambas no son las mismas y además las valoraciones que realizan las empresas sobre la localización no se trasladan de manera simétrica a las decisiones de movilidad.

El estudio se cierra con un capítulo 6 dedicado a destacar las principales conclusiones.

## 1.4. Agradecimientos

Un trabajo como el que se publica aquí no es fruto de la improvisación ni tampoco es el resultado del esfuerzo de una única persona, por lo que es una cuestión de justicia dejar constancia del agradecimiento a todos aquellos que han participado, directa o indirectamente, en este proyecto.

En primer lugar, es necesario agradecer la confianza de la *Escuela de Organización Industrial* en el equipo de investigación de la Universidad de Alcalá que le presentó la propuesta de estudio en enero de 2005 que decidió, finalmente, financiar y acometer un proceso de encuestación que, como sabemos todos aquellos que nos hemos enfrentado alguna vez a una investigación donde la encuesta es un elemento esencial, es costoso en términos monetarios y de tiempo. Confío en que les haya merecido la pena y que vean como una decisión acertada financiar primero el proyecto y ahora su publicación. Particularmente, quisiéramos mencionar a Rosa Arce, que es la persona que se encargó de entablar la relación de colaboración EOI-Universidad de Alcalá (Departamento de Economía Aplicada) y que en la actualidad ocupa la Dirección de la Escuela y a Eduardo Lizarralde, Director de Estudios de EOI, por entender el interés que pudiera tener un trabajo como éste para EOI. Confío en que este sea sólo el primero de una lista de trabajos que nazcan fruto de una colaboración más estrecha entre ambas instituciones en un futuro próximo.

Pero, si hoy podemos agradecer esta publicación es también por la colaboración fundamental de tres personas que desarrollan su labor investigadora y de docencia en el Departamento de Economía Aplicada de la Universidad de Alcalá. En primer lugar, a la profesora Elena Mañas, por su inestimable ayuda a la hora de clarificar conceptos, presentar datos, resumir información y que no se perdiera la esencia del proyecto de investigación en el que se basa este libro. Y en segundo término, a dos investigadoras jóvenes, que son el vivo ejemplo de los efectos positivos que tiene la globalización, ya que este proyecto y, por tanto, esta publicación se ha beneficiado de su inteligencia, interés, capacidad de análisis y dedicación. Son dos investigadoras que están preparando su Tesis sobre cuestiones territoriales en el Departamento de Economía Aplicada y que hacen

que su trabajo diario se desarrolle de forma brillante sin que se vea afectado, negativamente, por el coste añadido –real y sentimental– de estar a miles de kilómetros de sus familias, tanto en la Argentina como en el Perú. Por todo esto, un reconocimiento muy especial a la mendocina Natalia Usach y a Maite Gallo, natural de Piura.

Obviamente, los errores, omisiones o imprecisiones que aquí puedan contenerse son de exclusiva responsabilidad del autor.



## 2. Localización y movilidad en el contexto de la globalización

### 2.1. Globalización, integración y localización: ¿una nueva trilogía?

Como se analizarán sintéticamente en las páginas que siguen, las teorías sobre la localización (de origen geográfico o economicista) han contribuido a dar explicaciones respecto a la distribución espacial de las actividades económicas, incidiendo en unos aspectos u otros y trascurriendo desde las primeras aproximaciones más abstractas, estilizadas y normativas (sobre el análisis de la localización óptima) hacia estudios más pegados al terreno, más pragmáticos y donde el objetivo es explicar una de las decisiones más complejas de inversión –dónde desarrollar la actividad empresarial– a causa de sus altos costes, su elevado riesgo y su naturaleza de largo plazo.

En este proceso, el entorno externo de la empresa siempre ha jugado un papel. A veces, ciertamente secundario y, en otras ocasiones, sin duda ha adquirido un gran protagonismo. El entorno cambiante y complejo en el que actualmente operan las empresas aporta un mayor grado de incertidumbre en la toma de decisiones empresariales volviendo este proceso especialmente crítico. El fenómeno de la globalización, entendido como un proceso multidimensional<sup>1</sup> y de carácter histórico<sup>2</sup>, cuya aceleración, intensificación y ras-

---

<sup>1</sup> La globalización hace referencia a la intervención de varios aspectos o dimensiones que la configuran: una dimensión económica, una política, una socio-cultural y una dimensión ambiental. Por lo cual analizar un aspecto de la globalización, como es el económico, requiere tener en cuenta a los demás ya que están mutuamente imbricados.

<sup>2</sup> La globalización es un proceso que tiene precedentes entre 1870 a 1914 donde existió integración mundial de los mercados de bienes, servicios, trabajo y capitales (De la Dehesa, 2002: 17); proceso detenido a causa de la Primera Guerra Mundial y reanudado aproximadamente después del final de la Segunda. Aunque las actuales características de la globalización incluye magnitudes (velocidad, tamaño e interconexiones de los movimientos e información mundial) mucho mayores que antes de la Primera Guerra Mundial.

gos actuales se profundizan a partir del último cuarto del siglo pasado, es la razón de esta mayor complejidad que condiciona las decisiones de localización, particularmente.

Además, la globalización está teniendo una incidencia directa sobre el territorio. Lo que podríamos denominar como la dinámica “globalización-localismo” estaría haciendo referencia a unos procesos que, a primera vista, podrían parecer contradictorios pero que no lo son. Más bien son el resultado de los acontecimientos acaecidos desde las últimas décadas, constituyendo una lógica que viene actuando de importante marco de referencia para la dimensión económica de los territorios.

Esta dinámica comprende las transformaciones globales que afectan a los territorios (desde arriba) y a su vez, también incluye cambios que han propiciado el mayor peso de los contextos locales en la economía global (incidencia de abajo hacia arriba). Con ‘localismo’ se hace referencia a la creciente importancia política, económica y social de lo local, donde los territorios pasan a cumplir nuevas funciones y roles. La emergencia de lo local se ha producido como consecuencia de la economía global, al estar abiertas las economías nacionales y existir un fuerte grado de descentralización político-territorial (transferencia de competencias hacia los gobiernos locales).

La globalización, en su dimensión económica ha sido promovida por varios hechos, entre los que se destacan:

- *El desarrollo de las tecnologías, particularmente del transporte y las telecomunicaciones.* Esto ha permitido la comunicación y transmisión de información en forma rápida y efectiva y ha favorecido el movimiento de personas y mercancías a menor coste. Evidentemente, esto tiene repercusiones directas sobre la localización de las actividades económicas. Las nuevas tecnologías de la información, la comunicación y el transporte posibilitan el control a distancia de la producción y el acceso al tipo de mano de obra que reúna las características y los costes que satisfagan las necesidades empresariales y el acceso a mercados e insumos otrora remotos.
- *La liberalización de los intercambios de bienes, servicios y capital por medio de la apertura de las economías nacionales.* Las fronteras más difusas entre economías nacionales aumenta las alternativas de nuevas localizaciones y extiende las posibilidades de negocio, al ser mucho menos restrictivas las barreras nacionales y aprovecharse de una manera más clara los efectos del tamaño de mercados más homogéneos, generando economías de escala y alcance en la producción, lo que desde el punto de vista territorial se traduce en procesos de concentración de la actividad, del capital, de los servicios a empresas o del personal más cualificado.
- *La preponderancia del capital financiero sobre otras formas de capital.* Esto ha intensificado la volatilidad de las inversiones, aparejando la dependencia y mayor incertidumbre de los mercados mundiales.

- *La consolidación de las corporaciones transnacionales y del cambio hacia un modelo de producción descentralizado y flexible.* El modelo de producción fordista, típico de la sociedad industrial, ha dado paso al modelo flexible postfordista característico de una sociedad de servicios. El cambio estructural desde una economía eminentemente industrial a una basada en el sector terciario liderado por los servicios de conocimiento, ha cimentado esta tendencia y ha impreso nuevas pautas de gestión, administración y localización de las firmas. Este tendencia ha supuesto que no se pueda hablar, en la actualidad, de una especialización sectorial de los territorios sino más bien de una especialización funcional de los mismos, en la medida en que la producción descentralizada y flexible, aunque pueda resultar paradójico, ayuda a entender tanto la desconcentración de determinadas funciones (fabricación, por ejemplo) como la concentración en pocos entornos, básicamente urbanos, de otras funciones (dirección, estrategia, marketing, etc.) que son, por otra parte, las que generan un valor añadido mayor al producto y que se encuentran en la base de la competitividad de las empresas, especialmente para las localizadas en economías desarrolladas.
- *La creciente importancia de las organizaciones multilaterales y de las organizaciones económicas internacionales, tanto de carácter comercial como financiero.* Estos organismos han promovido el cambio y la transformación de las economías nacionales hacia sistemas más abiertos y permeables.
- *La consolidación y extensión de los procesos de integración supranacional.* Este hecho puede contrastarse en todas las latitudes del planeta, entre los que se pueden mencionar el MERCOSUR (Mercado Común del Sur entre Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay), el NAFTA (Acuerdo de Libre Comercio de América del Norte, ente Estados Unidos, Canadá y México), la CAN (Comunidad Andina de Naciones entre Bolivia, Colombia, Venezuela, Ecuador y Perú), el ASEN (Asociación de Naciones del Sudeste Asiático entre Indonesia, Malasia, Filipinas, Singapur y Tailandia, Japón, China y Corea del Sur); siendo la evolución de la actual Unión Europea la experiencia precursora y más avanzada en la medida en que es el único caso donde el nivel de integración del mercado es considerable.

Para J. Stiglitz (2003: 34), la globalización "es la integración más estrecha de los países y los pueblos del mundo, producida por la enorme reducción de los costes de transporte y comunicación, y el desmantelamiento de las barreras artificiales a los flujos de bienes, servicios, capitales, conocimiento y (en menor grado) personas a través de las fronteras".

Para Held, McGrew, Goldblatt y Perraton (1999) la globalización constituye "un proceso (o conjunto de procesos) que reflejan una *transformación* de carácter *espacial* de las *relaciones sociales* y de las *transacciones* (transformación comprendida como una *aceleración de las relaciones*, su *extensión* geográfica, sus *espacios sociales*) que generan los flujos de actividades, de interacciones y de poderes en el marco de redes transcontinentales e interregionales".

Esta aportación permite comprender la globalización como un proceso que conlleva:

- a) La *difusión* de las actividades económicas productivas en todo el mundo (deslocalización). Esto está implicando que ciertas actividades productivas se localicen en las ciudades que, por diversos factores (costes laborales, accesibilidad e infraestructuras, características nacionales, etc.), presentan ventajas para cada actividad.
- b) Al mismo tiempo la globalización económica implica una *concentración* de las funciones de control de la producción, de las actividades de investigación, desarrollo e innovación, de diseño, etc. en las grandes metrópolis de los Estados más desarrollados. Actualmente, son las grandes ciudades y metrópolis los espacios en los que se localizan las funciones, las actividades y los servicios que estructuran el sistema económico internacional.

En definitiva, el actual orden económico global está implicando la *difusión-concentración* funcional de las empresas por todo el mundo, por medido de la división internacional del trabajo, la deslocalización industrial, la reestructuración productiva y la revolución tecnológica. Esta dinámica está requiriendo nuevos roles por parte de los espacios locales, tales como la creación de las condiciones que impulsen el crecimiento económico, la provisión de nuevos y mejores servicios públicos, la generación de empleo, la promoción de las pequeñas y medianas empresas, entre otras funciones económicas y sociales. La necesidad de cumplir con las mismas está intensificando la *competencia interterritorial*, potenciando los factores endógenos que puedan significar ciertas ventajas competitivas y logren posicionar al territorio no sólo como un espacio atractivo para la localización y la entrada de inversiones que dinamicen su economía sino también como el entorno que facilita a la empresa local actuar en sus mercados de referencia (locales, nacionales e internacionales) con garantías de éxito y supervivencia (véase Esquema 1).

La globalización comporta una mayor integración de los mercados mundiales que está condicionando, cada vez más, las pautas tradicionales de localización, modificándolas. En efecto, la alteración de los costes de transporte y la intensidad de los rendimientos a escala han modificado los patrones de especialización y concentración geográfica de la producción llevando a una mayor difusión de las actividades económicas productivas<sup>3</sup> en todo el mundo (deslocalización).

Actualmente, la empresa (especialmente las empresas de medianas y grandes) a la hora de decidir la localización de sus establecimientos pondera el abanico amplio de condiciones que ofrecen los diferentes territorios en el mundo (especialmente las grandes aglomeraciones urbanas), tales como distintos tipos de costes, la accesibilidad, la presencia de infraestructuras o de mano de obra calificada, las condiciones institucionales o políticas, entre otras.

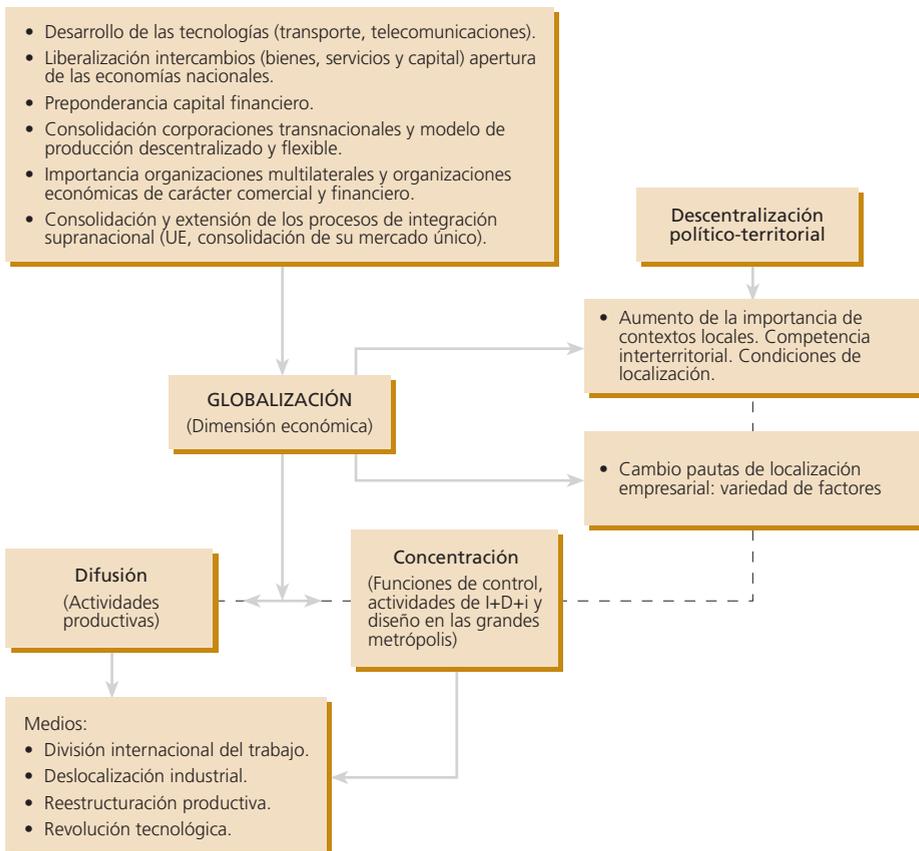
---

<sup>3</sup> John Gray (2000: 77) entiende que tras la globalización subyace la noción de deslocalización; es decir, el desarraigo de las actividades y relaciones con orígenes y culturas locales que suponen el desplazamiento de actividades que antes tenían carácter local hacia cadenas de relaciones de alcance mundial.

Como ya se mencionó, en este contexto, si las actividades de producción tienden a dispersarse a nivel global, un patrón diferente siguen las funciones de control, las actividades de investigación, desarrollo, innovación y diseño, que tienden a concentrarse gracias a las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías de la comunicación y la información.

El nuevo entorno más competitivo, entre empresas y entre territorios está influyendo en las decisión de traslado o de implantación de un nuevo establecimiento en otro lugar. La *competencia interempresarial a nivel global* ha llevado a que las firmas modifiquen sus estrategias de negocio, recurriendo a la *migración* de la planta o, cada vez más, a la *externalización* de cierta línea de producción. Esto ha requerido el cambio del modelo de gestión que, apoyado en las nuevas tecnologías, se ha vuelto más flexible, adaptable y menos jerárquico.

ESQUEMA 1. SÍNTESIS DEL ESCENARIO GLOBAL.



Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, aunque la integración de los mercados a nivel mundial es un proceso en marcha, pero todavía inacabado, en ciertas regiones del mundo, como la Unión Europea, la integración supranacional está involucrando la consolidación de un mercado único, cuyas consecuencias sobre las pautas de inversión y localización han sido siempre el sustrato de fuertes debates. Debates que en la actualidad se han intensificado con la incorporación a la Unión de Estonia, Letonia, Lituania, Polonia, Chequia, Hungría, Eslovaquia, Eslovenia, Malta y Chipre, el 1 de mayo de 2004; constituyendo un hito que representa un nuevo desafío para la economía europea. Y la incorporación el 1 de enero de 2007, de Bulgaria y Rumania.

A partir de la quinta ampliación la UE ha aumentado su superficie en un 23%, lo que supone 738.300 Km<sup>2</sup> más; su población ha experimentado un crecimiento de 74,5 millones de habitantes, lo que equivale a un 20% más. Asimismo, cabe destacar que la aportación al Producto Interior Bruto (PIB) europeo de los diez nuevos Estados miembro solamente representa una elevación del 9,1% respecto al total de la Unión Europea a quince miembros (UE-15), mientras que el PIB per cápita en conjunto de estos nuevos socios se establece en 11.150 euros por habitante y representa el 46% de la media del PIB per cápita de la UE-15<sup>4</sup>.

Sin duda, la ampliación de la UE apareja una serie de efectos sobre los flujos comerciales, de inversión directa y los movimientos migratorios; lo que está implicando la adecuación de las estrategias empresariales a este mercado más amplio. En varios países como España, la aludida ampliación ha originado una mayor atención hacia el estudio de los posibles riesgos de movilidad de las empresas hacia los nuevos Estados miembro y el análisis de las ventajas de localización que éstos tienen.

## **2.2. De la vieja geografía a la nueva geografía económica: un repaso sobre las claves de las teorías sobre la localización**

La incorporación de la variable espacial en el análisis económico puede remontarse al siglo XIX con los trabajos<sup>5</sup> de Johann Heinrich Von Thünen. Sin embargo, es en la primera parte del siglo XX cuando se produce la elaboración de una verdadera teoría de la localización. Los precursores fueron los geógrafos alemanes que conformaron la llamada Escuela Alemana de la Localización. Esta escuela, se planteó analizar las causas que regían la distribución espacial de las manufacturas y para ello se sustentó en la teoría económica neoclásica,

---

<sup>4</sup> Los datos corresponden a la elaboración de la Sociedad Asturiana de Estudios Económicos e Industriales (2004: 185), basándose en EUROSTAT y Comisión Europea, para la UE con 25 miembros.

<sup>5</sup> El modelo desarrollado por Von Thünen se basa en los precios de la tierra, la calidad de la misma y los costes de transporte, para explicar la renta de los agricultores y la división del trabajo urbano y rural. El modelo no explica los factores de localización sino que son asumidos como algo exógeno (Moncayo Jiménez, 2001).

dominante en aquellos años, bajo los supuestos de una economía en perfecta competencia, racionalidad también perfecta, e información completa. En consecuencia, las decisiones de localización supondrían una evaluación racional, detallada y profunda de las varias alternativas que se presentan sobre los posibles gastos e ingresos que pueda suponer la localización de la industria; eligiendo la que signifique mayores beneficios o menores costes.

Los efectos de la inclusión del espacio para estas primeras aproximaciones se analizaban por dos vías:

- a) *Espacio como fuente de ingresos o de costes*. Una primera vía entendió que el espacio altera la función de producción de la empresa, con la introducción del transporte y sus costes asociados. Este argumento es el seguido por Alfred Weber y sus sucesores norteamericanos en la década de los años cincuenta, desde la Asociación Americana de Ciencia Regional<sup>6</sup>. Sus objetivos se centran en explicar la localización óptima de la industria en función de la minimización del coste del factor transporte y de la maximización de beneficios, en un entorno de competencia perfecta y de información y racionalidad perfectas.
- b) La otra vía entendió que a igualdad de precio y del resto de atributos de la mercancía, los consumidores adquirirán los bienes en aquellos establecimientos que les resultaran más próximos<sup>7</sup>. Esta línea de reflexión es la seguida por Hötelling, Christaller y Lösch en la elaboración, durante la década de los años treinta, de la teoría de los lugares centrales<sup>8</sup>.

Como se deduce de estas aportaciones seminales, el espacio fue considerado como un elemento pasivo, donde lugares próximos o con mayor comodidad de acceso a la zona donde interesa llevar a cabo la actividad económica se convierten en privilegiados para atraer la entrada de empresas. Por tanto, la localización se produce en función de los costes de transporte o de la proximidad. Desde este punto de vista, la movilidad de una empresa se consideraba como un suceso que podía ocurrir en el largo plazo a partir de

<sup>6</sup> Donde destacan W. Isard, E. Moses y E. Hoover.

<sup>7</sup> En otras palabras que la distancia influye en la formación de las preferencias de los consumidores, con lo cual también en las decisiones de localización de las empresas.

<sup>8</sup> Ésta teoría explica el crecimiento urbano como dependiente de la especialización en varios servicios urbanos. Así, la mayor o menor rapidez del crecimiento está en función del nivel de demanda de estos servicios. Además de esto, la teoría también ofrece una explicación de cómo se distribuyen las ciudades dentro de la economía regional y nacional. Bajo esta tesis explicativa el espacio urbano actúa como un centro de servicios para el territorio que la rodea (región complementaria). Se argumenta que algunos bienes y servicios sólo son susceptibles de obtenerse de forma concentrada, porque los factores "umbral de demanda" (que es el nivel mínimo de población o de ingreso requerido para atraer la creación de un servicio) y "ámbito de oferta" (dependiente del precio de servicio, del tamaño del centro, de la densidad de población en el territorio exterior y la distancia a otros lugares centrales) lo están determinando (Miralles, 1987: 453).

su adaptación a lo establecido por las fuerzas económicas, y como respuesta a la alteración de los márgenes espaciales de rentabilidad.

Sin embargo, este planteamiento dejaba sin resolver el problema de la creciente urbanización originada por el desarrollo de los procesos de industrialización<sup>9</sup>, es decir no daba respuesta a la pregunta de por qué existen las aglomeraciones urbanas y, especialmente, qué ventajas existían de la concentración. El concepto de economías externas fue utilizado para dar respuesta a este problema, explicando que la concentración de industrias en un punto produce una serie de reducciones de costes que afectan a todo el sector, no pudiendo ninguna de las empresas limitar el disfrute de esta ventaja a las otras.

Las ventajas fruto de la concentración son analizadas desde la noción de externalidad, o de economía externa, definida inicialmente por Alfred Marshall en 1890. Costa, Segarra y Viladecans (2000) advierten que la distinción entre economías internas y economías externas formulada por Marshall es acreedora de una serie de desarrollos posteriores de envergadura. El concepto de 'distrito industrial' italiano de Becattini, el de 'economías de urbanización de las ciudades' de Jacobs, la teoría de los 'sistemas urbanos' de Hoover, las 'economías externas tecnológicas y pecuniarias' de Scitovsky y los modelos elaborados por Fujita, Krugman y Venables de competencia monopolística de la 'nueva geografía económica' que son deudores de aquella distinción que hacen estas aproximaciones no tan nuevas.

Las externalidades distinguidas por Marshall constituyen la 'atmósfera' o ambiente de interacciones no mercantiles, de información, de acercamientos personales y de emulación y confianza entre los agentes. Los ahorros de costes vendrían de la interacción de las empresas que pueden contar con la presencia de establecimientos industriales oferentes de *inputs* especializados, de un mercado de trabajo compartido y de flujos de información (ósmosis tecnológica) que origina una serie de dinámicas locales que inciden positivamente sobre la eficiencia de las empresas. Por lo tanto, la magnitud de las economías externas a la empresa, pero internas al espacio económico, depende de la presencia de efectos de desbordamiento (*spillovers*) entre las empresas.

Importa destacar que con la inclusión del concepto de economías externas los estudios sobre la localización se abren a nuevos desarrollos, constituyendo el centro de las argumentaciones. Si estas economías explican los patrones de localización de las empresas, esto implica que una serie de factores no recogidos por el sistema de precios son primordiales para éstas. Sumado a ello, la presencia de efectos de desbordamiento, que es una cuestión clave para explicar los rendimientos crecientes, ponen de manifiesto las li-

---

<sup>9</sup> Se trata de un fenómeno circular, donde las industrias se orientan hacia la demanda y la fuerza de trabajo, mientras que la población se concentra entorno a la industria en busca de fuentes empleo.

mitaciones de la teoría neoclásica aplicada al terreno de la localización. Adicionalmente, la existencia de economías externas permitía entender también cómo es posible la competencia entre grandes empresas y Pymes en algunos sectores productivos. Mientras las primeras consiguen ahorros derivados del tamaño, las segundas se posicionan ofreciendo una mayor flexibilidad a los requisitos de la demanda, especialización e innovaciones que nacen de la interacción, de las relaciones de red existentes en algunos territorios concretos.

No obstante, las principales críticas al pensamiento neoclásico aplicado al estudio de la localización se sustentaron en las teorías behavioristas (o comportamentales) e institucionalistas. Las primeras pusieron de manifiesto la existencia de racionalidad e información limitadas. Simon, en 1965 elaboró el concepto de racionalidad limitada para poner de manifiesto la imposibilidad de que el individuo mantenga un comportamiento perfectamente racional. Pred, en 1967 advierte que el hombre económico perfectamente informado tampoco existe en la práctica. Dada la racionalidad e información limitadas, la decisión de localización de la empresa en el espacio resulta de un proceso incremental y no una derivación automática, siendo un subóptimo satisfactorio para la empresa, según explicó Smith en 1966.

El segundo enfoque puso atención sobre la existencia de un mercado imperfecto de competencia monopolística, donde las decisiones adoptan un carácter estratégico cobrando relevancia el rol de la tecnoestructura de la empresa, los factores internos a la misma y las relaciones de negociación, persuasión y poder con y entre estructuras<sup>10</sup>. Las decisiones de localización se ven afectadas por el complejo de relaciones interinstitucionales y los cambios tecnológicos (esquema 2).

Sin duda, estas aproximaciones han basculado desde una vertiente normativa (localización óptima) hacia una vertiente más positiva y pegada al terreno, salvando a veces la distancia entre lo que analizan los modelos teóricos y los resultados de las investigaciones empíricas sobre localización.

Estos nuevos enfoques han propiciado que, en las últimas décadas, las teorías del potencial endógeno<sup>11</sup> insistan en las posibilidades intrínsecas de los territorios para desarrollarse, teniendo en cuenta sus condiciones para atraer industrias (manufactureras, de servicios, culturales, etc.), comercios y habitantes. Al asumir la existencia de externalidades positivas asociadas con la producción de conocimiento y a la tecnología, los modelos endógenos suplantaron los supuestos neoclásicos de rendimientos constantes a escala y competencia perfecta, por los de rendimientos crecientes y competencia imperfecta.

---

<sup>10</sup> Entre las estructuras e instituciones que conforman el espacio económico no sólo se incluye a las empresas sino además otras estructuras concernientes al mundo del trabajo y al gobierno.

<sup>11</sup> A partir de las aportaciones inicialmente elaborados por Romer, Lucas y Rebelo.

## ESQUEMA 2. LOCALIZACIÓN, EMPRESA Y ESPACIO: TRES APROXIMACIONES DISTINTAS.

Características	Teoría Neoclásica (Maximización)	Teoría Behaviorista (Satisfacción)	Teoría Institucional
Tipo de decisión	Persona racional	Persona 'satisfacedora'	Tecnoestructura
Capacidades de decisión	Perfecta racionalidad e información	Racionalidad e información limitadas	Estrategia, estructura y poder
Objetivos	Minimizar costes / maximización de beneficios	Satisfacción de mínimos o mayores	Crecimiento, seguridad y beneficio
Estado de la competencia	Perfecta	Perfecta (?)	Monopolística
Naturaleza del espacio económico	Espacio de costes e ingresos	Espacio de información y acción	Grandes negocios (empresas), trabajo y gobierno
Naturaleza de las relaciones económicas	Proximidad	Flujos de información	Negociación, colusión y persuasión
Toma de decisiones	Automática, instantánea	Proceso de aprendizaje	Proceso de negociación
Cambios de localización (a largo plazo)	Adaptado y adoptando lo determinado por fuerzas económicas	Aprendizaje y adaptación a las fuerzas económicas	Decisiones de economía-política y tecnología.

Fuente: Adaptado de Hayter (1997)

Desde esta perspectiva, las condiciones territoriales de localización estarían vinculadas con el conocimiento, el capital físico y humano, los cambios tecnológicos y las políticas macroeconómicas que constituyen los ejes determinantes del desarrollo territorial.

Otro tipo de contribución académica ha surgido en la década de los años noventa a partir de los desarrollos elaborados por Krugman conocidos como "nueva geografía económica"; particularmente estructurados en el libro del año 2000, *Space Economy*. En éste, Fujita, Krugman y Venables (2000) utilizan como base las aportaciones de Marshall respecto a las economías externas, el modelo del uso del suelo de Von Thünen, los análisis efectuados por la Escuela Alemana en particular y la teoría del lugar central de Christaller y Lösch. Asimismo, los autores incorporan en su análisis los aportes de Harris sobre el potencial del mercado, de Pred respecto al gasto de la renta en relación al tamaño del mercado local; como también las contribuciones de Isard, de Myrdal y Kaldor; para posteriormente modelizar una estructura de mercado imperfectamente competitivo utilizando el modelo Dixit-Stiglitz de competencia monopolística con rendimientos cre-

cientes. Así los autores intentan captar las implicaciones de los costes de transporte y los flujos monetarios con el fin de llegar a un análisis de equilibrio general.

Según Coq (2004) la nueva geografía económica introduce fundamentos microeconómicos nuevos tales como: a) partir de un enfoque de competencia imperfecta; b) un esquema de rendimientos crecientes (como principal fuerza atractiva o ‘centrípeta’ para la localización); c) importancia vertebral del proceso de generación de externalidades y d) vinculación de los problemas de localización con teorías del comercio internacional y las teorías del crecimiento.

En sintonía con esta apreciación Moncayo (2001) explica que la construcción teórica de Krugman se basa en la importancia del comercio y la especialización, los rendimientos crecientes, las economías de escala y la competencia imperfecta; y en que las economías externas por tamaño del mercado y por innovación tecnológica (que apuntalan tales rendimientos crecientes), no son de alcance internacional y ni nacional, sino que surgen de un proceso de aglomeración de naturaleza regional o local.

Muy resumidamente, el modelo para analizar las relaciones de los rendimientos crecientes con la aglomeración espacial se fundamenta en la interacción y equilibrio entre dos fuerzas que operan en dirección opuesta: a) las fuerzas *centrípetas*<sup>12</sup> –vinculaciones (encadenamientos), mercados (laborales) densos, conocimientos indirectos y otras economías externas puras– que promueven la concentración geográfica de las actividades económicas y b) las *centrífugas*<sup>13</sup> –factores inmóviles fijos; alquiler del suelo, desplazamientos, congestión y otras deseconomías puras que se oponen a la concentración. La tensión entre estas dos fuerzas da forma a la evolución de la estructura espacial de la economía. Esto sería así porque primero, dada la importancia de los rendimientos crecientes y de los costes de transporte, los encadenamientos hacia atrás (*backward linkages*) y hacia delante (*forward linkages*)<sup>14</sup> son la causas de que la concentración espacial de la producción tiendan a persistir una vez se hayan establecido y de que se amplíen con el paso del tiempo las diferencias de tamaño económico de dos localizaciones originariamente similares.

<sup>12</sup> Constituidas por la “trinidad marshalliana” (Fujita, Krugman y Venable, 2000: 337).

<sup>13</sup> Inspiradas en el modelo de Von Thünen y el modelo de comercio y urbanización elaborado por los autores, que apela a las deseconomías externas puras como fuerza centrífuga (Fujita, Krugman y Venable, 2000: 337).

<sup>14</sup> Los autores explican que los productores “...prefieren aquellas localizaciones que tengan un buen acceso a los grandes mercados y a los suministros de productos que necesiten ellos mismos o sus trabajadores. No obstante, un lugar que por cualquier razón ya cuente con una concentración de productores, tiende a favorecer un mercado mayor (debido a la demanda que generan los productores y sus trabajadores) y un buen suministro de factores de producción y bienes de consumo (fabricados por los productores allí existentes).” (Fujita, Krugman y Venable, 2000: 15).

Las principales críticas a la nueva geografía económica han provenído de los geógrafos económicos, particularmente de R. Martin en tres direcciones: a) Se argumenta que esta nueva economía de la aglomeración espacial intenta incorporar soluciones maximizadoras de equilibrio a las teorías tempranas de localización, mediante la utilización de modelos altamente matematizados<sup>15</sup> con especificaciones muy limitadas, que no logran captar adecuadamente aspectos como los 'accidentes históricos' y el *path dependance*, considerados importantes por la propia nueva geografía económica. b) Se sostiene que no toma debidamente en cuenta los aportes de la economía evolutiva en materias como las instituciones, la historia, el cambio tecnológico y el capital humano. c) Se objeta que muchos de los pretendidos nuevos enfoques son ya ampliamente conocidos para los geógrafos económicos<sup>16</sup> (Moncayo 2001).

Estas críticas citadas provienen de la Escuela de la geografía humana, socioeconómica y regional<sup>17</sup>, para la que el espacio representa la dimensión material de las relaciones sociales. En efecto, para esta escuela las relaciones humanas de todo tipo conforman el espacio donde interactúan los factores históricos y físicos con la acción múltiple de los agentes sociales.

Esta aparente falta de consenso entre aproximaciones económicas y geográficas quizá no sea tal y la raíz esté en un fallo de la "línea dura de la economía" que suele desechar del análisis variables que son difíciles de cuantificar como es el caso de las externalidades intangibles, no mercantiles.

Evidentemente, en su evolución, los desarrollos teóricos han ido dando cada vez mayor importancia a un mayor número de elementos materiales e inmateriales, ha dado importancia al entorno, a la competencia, al comercio internacional, ha permitido distinguir entre decisiones de localización para empresas pequeñas o grandes corporaciones, ha asignado al espacio un papel secundario o le ha dado el papel protagonista... y todo ello ha supuesto una suma, un enriquecimiento del análisis empírico del entorno, que determinan la localización de las actividades económicas en ciertos espacios, ofreciendo un conjunto de elementos básicos a la hora de analizar la localización desde un punto de vista empírico que analizamos a continuación en lo que se conoce como condiciones de localización.

---

<sup>15</sup> Se critica que los modelos son demasiado abstractos e irrealistas como para permitir comprobaciones empíricas y aplicaciones prácticas.

<sup>16</sup> Como explica Moncayo, el argumento dado por los geógrafos es que si no incorporaron los rendimientos crecientes y los "linkages" a sus modelos ha sido de forma deliberada, sobre bases epistemológicas, de alejarse del positivismo lógico y la excesiva formalización matemática, para evolucionar hacia modos de teorización más discursivos y modalidades de investigación empírica intensiva, que den cuenta de los espacios reales con sus complejas historias sociales y culturales (Moncayo, 2001: 28).

<sup>17</sup> En esta línea se destacan los geógrafos Lipietz, Benko, Scott, Storper, Markusen, Saxenian y Sassen.

## 2.3. De la teoría a la práctica: una tipología de condiciones de localización y una valoración para la Unión Europea

Los territorios poseen ciertas características tangibles e intangibles que conforman las condiciones para la localización de las actividades económicas. Si bien las condiciones de localización resultan difíciles de medir y ponderar separadamente, en especial aquellas de carácter intangible, el empresario evalúa un conjunto ciertamente limitado de ellas convirtiéndolas en los factores que van a determinar su decisión de inversión.

Aunque no es posible realizar una enumeración exhaustiva y excluyente de condiciones de localización que ofrecen los territorios se pueden distinguir las más importantes: 1) condiciones relacionadas con el transporte, los insumos y el tamaño de los mercados; 2) condiciones del factor trabajo; 3) la presencia de economías externas tanto de urbanización como de localización; 4) la presencia de infraestructuras económicas, sociales y culturales; 5) condiciones relacionadas con la presencia de capital físico y financiero; 6) condiciones del suelo; 7) el medio ambiente, tanto su calidad como su regulación; y 8) las actuaciones del gobierno. Evidentemente, como estas condiciones incluyen aspectos tangibles e intangibles que tal y como se ha mencionado no resultan fáciles de evaluar ni se pueden analizar separadamente, no obstante a continuación se realizan algunas precisiones para una mejor comprensión.

### 1. Condiciones relacionadas con el transporte, los insumos y los mercados

Como ya se remarcó con anterioridad, las condiciones de transporte han sido consideradas como determinantes de las localizaciones industriales desde los postulados neoclásicos. Tradicionalmente, la naturaleza de estos costes, tanto para el abastecimiento de insumos como para la distribución de productos a los mercados, ha condicionado la localización espacial de las actividades. Además de los costes inherentes al transporte se incluyen en esta condición los seguros, fletes, pérdidas por daños o deterioro.

Evidentemente, la estructura de los costes de transporte depende de una gama de cuestiones que la hacen específica para cada empresa y actividad. Entre las materias que constituyen esta estructura de costes se destacan la distancia, las características físicas de lo transportado (peso, volumen, manipulación y si es o no perecedero), el valor del producto, el modo de transporte (carretera, ferrocarril, aire, tubería o agua), la existencia de competencia en el propio sector transporte y las posibilidades del 'transporte inverso'.

A este respecto es necesario distinguir entre los costes totales y los medios o unitarios de transporte, ya que las propias características del producto juegan un papel importante al momento de conformar estos costes. Por ejemplo, los costes unitarios suelen decrecer con la distancia en tanto el producto es estandarizado y susceptible de ser trasladado mediante transporte de mayor capacidad de carga como el ferrocarril, agua o

tubería. Asimismo, los costes de aprovisionamiento y/o distribución dependerán, además de las características del producto, de la competencia y de la tecnología. Este es el caso de aquellos productos que con su transformación ganan volumen o peso, determinando que las plantas de fabricación se emplacen más cerca del mercado al que sirven que de sus proveedores.

En el marco de la actual economía globalizada no pueden ser infravaloradas, aunque suelen serlo, las características no materiales o intangibles (frecuencia, velocidad, sistemas de distribución, seguridad, conexión, multimodalidad, entre otras) que el transporte involucra. Éstas adquieren una importancia clave a la hora de condicionar la localización de ciertas actividades, especialmente en los sistemas de gestión de *stocks* cercanos al JIT (*just-in-time*) de las nuevas formas productivas.

El fuerte desarrollo de las tecnologías del transporte ha permitido su abaratamiento y también la disminución de sus costes relacionados. La proporción de los costes de transporte en el valor añadido de los bienes producidos ha descendido considerablemente, abriendo cada vez más las posibilidades de localizaciones en territorios remotos del planeta. Con todo, la elección de una localización de mayor proximidad al mercado de referencia no sólo está relacionada con la minimización de los costes de distribución, sino que además acerca la empresa a los clientes permitiendo adaptar el producto a las demandas y gustos de éstos, a fin de posicionarse mejor en el mercado. En este sentido, las localizaciones próximas posibilitan explotar esta importante ventaja.

Una condición clave la constituye el tamaño del mercado, ya que también incide en la estructura de costes de distribución. Además, los mercados amplios ofrecen a la empresa la posibilidad de acceder a *inputs* competitivos en forma de servicios avanzados.

Particularmente, los nuevos miembros de la UE, en especial los países del Centro de Europa, tienen unas condiciones privilegiadas para la entrada de inversiones dada la proximidad geográfica para abastecer los mercados centrales de Europa. Según lo analizado por Turrión (2005: 160) las multinacionales de las economías más próximas y fundamentalmente las pertenecientes a las UE son las que se han posicionado en estos mercados<sup>18</sup>. En efecto, tal y como también señalan Sala Ríos y Torres Solé (2005: 5) los nuevos socios de la UE se han convertido en “la periferia más desindustrializada menos alejada del centro, siendo una localización que permite no desaprovechar las economías de escala del mercado central y a la vez aprovechar las ventajas de la periferia”. Asimismo, Pulido, López y Castro (2005: 200) advierten sobre la superioridad

---

<sup>18</sup> Turrión (2005) muestra que Alemania, Holanda, Francia y Austria son los países que más presencia tienen en el conjunto de los nuevos socios.

geográfica que los nuevos estados miembros poseen por su cercanía a mercados clave, como el alemán, frente a la situación periférica de España y sus más altos costes de transporte asociados.

Finalmente, es importante destacar las condiciones relacionadas con la provisión de la energía como insumo. Si bien ésta tiene importancia decreciente en relación con los costes como determinante de la localización de muchas actividades (aunque existen algunas que dependen fuertemente de éste insumo) adquiere una especial relevancia en sus aspectos intangibles, tales como la seguridad y la calidad en el suministro y la diversidad de fuentes.

## 2. Condiciones del factor trabajo

Las diversas condiciones relacionadas con factor trabajo (coste, disponibilidad, capacidad, cualificación, etc.) son muy importantes en todos los sectores y actividades económicas. Por el lado de los costes, habitualmente constituyen un componente significativo de la función de producción de aquellos procesos que generan menor valor añadido, muy intensivos en mano de obra; mientras que representan una proporción menos relevante en aquellas que no tienen este factor como centro del proceso productivo.

Los costes del factor trabajo incluyen salarios y beneficios no salariales tales como planes de pensiones, cobertura médica, seguros de desempleo, vacaciones, entre otros, que la empresa debe satisfacer en forma directa o indirecta. Si bien los costes salariales continúan siendo importantes, tienen un peso decreciente en las decisiones de localización. Cada vez más, otros elementos juegan un papel decisivo en la localización: los costes de contratación y reclutamiento, los costes derivados de la excesiva rotación, la formación, cualificación y características de la mano de obra, etc.

La preeminencia de las características intangibles del factor trabajo está en sintonía con los requerimientos de la economía global, donde la incorporación de los cambios tecnológicos afectan a los niveles de productividad y requieren un tipo particular de mano de obra. Ciertamente, la adaptación y flexibilidad son dos condiciones que actualmente se demandan al factor trabajo, dadas las actuales formas de organización y gestión empresarial. Sin lugar a dudas, las características intangibles citadas afectan la productividad e inciden en los costes laborales unitarios, determinando la competitividad general de la empresa.

Los territorios que priorizan los aspectos intangibles del factor trabajo cuentan con mayores posibilidades para atraer la localización de actividades con alto contenido tecnológico y de mayor valor agregado, afectando positivamente a la productividad. En este sentido, el rol de los diferentes niveles de gobierno es fundamental a la hora de promover la formación permanente, la preparación y desarrollo de las capacidades técnicas de la población.

Asimismo, otros elementos que inciden en las condiciones de localización se relacionan con el grado de sindicalización y con la legislación laboral que evidentemente afectan, de distinta forma, a los costes y a la flexibilidad con que las empresas intentan operar. Las condiciones laxas en la regulación laboral y la ausencia de presiones sindicales en diferentes países, han puesto en debate lo que actualmente se conoce como “*dumping social*”. Éste implicaría una situación en la que la producción, intensiva en trabajo, de las empresas localizadas en esos países es altamente competitiva, a raíz de su abundante mano de obra, bajos costes laborales y sociales y escaso nivel de sindicalización; compitiendo con la producción localizada en países donde la legislación, los sindicatos y el reconocimiento de derechos sociales implican altos costes del factor trabajo.

Según la Comisión Europea (2004: 47) los niveles de estudios son más altos en los nuevos Estados miembros<sup>19</sup> que en los Estados de la UE-15. Particularmente en los diez nuevos las condiciones del factor trabajo se caracterizan por su muy elevada cualificación<sup>20</sup> y su bajo coste, lo que constituye un atractivo para las empresas multinacionales (Turrión, 2005: 166) y flujos de inversión extranjera directa (Pulido, López y Castro, 2005: 200).

La importancia de los bajos costes de la mano de obra tiene cada vez un papel menor como atractivo, pero estudios como los de Turrión (2005), Sala Ríos y Torres Solé (2005) demuestran que continúa siendo una condición interesante para las industrias que generan escaso valor añadido y que son intensivas en mano de obra.

### 3. La presencia de economías externas tanto de urbanización como de localización

Tradicionalmente un factor de competitividad clave han sido las economías internas de escala. Éstas son las economías provocadas en el seno de la empresa al reducirse los costes unitarios de producción en relación con la dimensión del establecimiento. Sin embargo, cada vez más las economías externas de escala tienen un papel central para la competitividad y productividad. Éstas hacen referencia a los efectos dependientes de las dimensiones del sector, es decir, son las ventajas que consiguen las empresas a partir de la aglomeración, cobrando una importancia manifiesta la localización.

Las economías que resultan de la aglomeración son las ventajas en la producción o distribución originadas en el hecho de que el proceso productivo se realice en un solo lugar. La concentración de las actividades hace que los costes sean menores que si la producción se realizara de forma dispersa. La proximidad genera rendimientos crecientes

---

<sup>19</sup> Más Bulgaria y Rumania.

<sup>20</sup> La alta disponibilidad de científicos e ingenieros y la alta intensidad en el uso de Internet son indicadores de esta situación.

en las economías de aglomeración, tal y como señala Camagni (tomado de Cuadrado Roura y Fernández Güell, 2005) éstos se originan en: a) la diversificación de la actividad urbana y especialización de las unidades económicas; b) la concentración de bienes públicos y del capital fijo social, que crean una fuerte concentración espacial de externalidades positivas; c) la alta densidad de contactos a causa de la proximidad espacial; y d) la reducción de los costes de transacción, por la misma razón de proximidad.

Estas economías pueden subdividirse en economías de urbanización y economías de localización. Las primeras hacen referencia a las ventajas o desventajas (deseconomías) obtenidas por las empresas de otros sectores que estén en la misma localización, generalmente una concentración urbana. La dimensión de la ciudad, en términos generales, activa las economías de urbanización asociadas tanto a la existencia de indivisibilidades en la producción de servicios e infraestructuras (como una red de metro, carreteras o un aeropuerto) como a la propia diversidad de la oferta (el tamaño urbano genera la posibilidad de dividir el trabajo). Esto permite el aprovechamiento de amplios mercados de mano de obra; como también el acceso a servicios de transporte más baratos y diversos, a servicios avanzados a la producción y la empresa (tales como publicidad, marketing, investigación y desarrollo, formación de los trabajadores) y además la proximidad posibilita el acceso a la información de todo tipo (tecnológica, del estado de la competencia, de los mercados por ejemplo). Las deseconomías, o desventajas producto de la urbanización, hacen referencia a problemas de congestión del tráfico, polución, inseguridad, disminución de la calidad de vida, aparición de enfermedades típicamente urbanas y alteración del precio de los *inputs*. Todas ellas son condiciones que pueden hacer perder atractivo a localizaciones que en el pasado gozaron de ventajas en estos aspectos.

Las economías de localización hacen referencia al hecho de que el éxito obtenido por una empresa provocará economías (o deseconomías) a las empresas del mismo sector o de sectores afines que se sitúan en la misma localización. Las ventajas de la formación de *clusters* o de distritos industriales se relacionan con la existencia y posibilidad de acceso a una mano de obra muy cualificada y específica, a servicios especializados en marketing, investigación y desarrollo, a una cierta ósmosis tecnológica y unas ganancias de reputación de la producción.

Las economías de localización generan interdependencias y buenas relaciones (compromiso y confianza) en el medio local, promoviendo una atmósfera industrial favorable tanto para medianas como pequeñas empresas muy especializadas e innovadoras que establecen lazos de subcontratación ofensiva. Esto se traduce en una mejora conjunta y permite a las empresas de menor tamaño ser muy competitivas a escala internacional aun teniendo escasa dimensión<sup>21</sup>.

---

<sup>21</sup> La experiencia de los conocidos distritos industriales italianos y de algunos conglomerados industriales como el cerámico o el mueble en la Comunidad Valenciana son ejemplo de este tipo de fenómenos.

Respecto a la situación que se plantea en el actual escenario global y de integración, cabe destacar, siguiendo a Pulido, López y Castro (2005), que España, particularmente las regiones de Madrid y Cataluña, presentan condiciones muy favorables para la atracción de inversiones frente a los nuevos socios europeos en lo referente a la existencia de conglomerados empresariales con un grado muy superior de desarrollo en relación con el resto de regiones españolas.

Sin embargo, la ya citada situación de proximidad a los principales mercados europeos de las economías de los nuevos Estados miembros, les posibilita aprovechar las economías de escala de esos mercados centrales.

#### 4. La presencia de infraestructuras económicas, sociales y culturales

Entre las condiciones que los territorios disponen para la atracción de empresas e inversiones se destaca el papel de sus infraestructuras. El estado de éstas, su calidad y disponibilidad y diversidad inciden fuertemente en las decisiones empresariales de localización.

Las infraestructuras de articulación territorial (carreteras, ferrocarriles, aeropuertos) favorecen la conexión con los mercados (tanto de aprovisionamiento como con los de distribución) y mejoran la accesibilidad de los territorios. Su importancia radica en que inciden en la estructura de costes de la empresa, por lo que sumadas a la existencia de otras condiciones añadidas, pueden favorecer la instalación de nuevas actividades. La creación por parte de las autoridades públicas de infraestructuras tecnológicas y empresariales, tales como parques y polígonos industriales o parques tecnológicos, son condición, si cabe, necesaria aunque no suficiente, para hacer atractivo un territorio a nuevas localizaciones.

Cabe destacar otro tipo de infraestructuras que, pese a no intervenir directamente en el desarrollo de la actividad productiva de la empresa, afectan el atractivo de la zona: son las infraestructuras sociales (acceso a la educación y a la sanidad) y culturales (acceso a bienes culturales y de ocio). Éste tipo de infraestructuras actúan como condiciones de localización muy valoradas ya que determinan la calidad del medio en el que deciden vivir las personas, particularmente, cuando se trata de la localización de actividades que atraen mano de obra con niveles de cualificación más elevados.

La situación de los diez nuevos países de la UE no es muy favorable en cuanto a la dotación de infraestructuras públicas<sup>22</sup> ya que está muy por debajo del resto de países;

---

<sup>22</sup> Así, por ejemplo, en relación a la red de carreteras, la Comisión Europea (2004: 40) evalúa que en los nuevos países socios (más Bulgaria y Rumanía) la densidad de carreteras tiende a ser menor que en la UE-15 y la densidad de autopistas mucho menor aún. Aunque la construcción de nuevas carreteras avanza a un ritmo relativamente rápido en algunos países (como Polonia) éstas tienden a estar concentradas en unas pocas zonas (alrededor de las capitales o en las vías de acceso al oeste). Por otra parte se señala que las carreteras que no son autopistas se encuentran en mal estado, siendo casi todas a lo sumo de doble vía. Respecto a la infraestructura ferroviaria, la Comisión Europea (2004: 41) que la red ferroviaria en los nuevos socios está, en general, técnicamente obsoleta, su capacidad de transporte de mercancías es insuficiente, una elevada proporción de las vías es vieja y se encuentra en mal estado, el ancho de vía varía de unos lugares a otros, así como el sistema de suministro de energía, lo que dificulta la interoperabilidad.

constituyendo un factor que puede desalentar la entrada de inversiones (Turrión, 2005: 166) en Europa central y del Este. La situación de España es ventajosa en este sentido debido al desarrollo de sus infraestructuras públicas (Pulido, López y Castro, 2005: 200).

Sin embargo, respecto a la dotación de infraestructuras sociales, tales como la presencia de centros sanitarios (camas por habitante y personal sanitario), los nuevos Estados miembros<sup>23</sup> tienen una situación muy favorable que en general supera la media de la UE-15 (especialmente se destacan la República Checa, Lituania y Letonia) (Comisión Europea, 2004: 45).

### 5. Condiciones relacionadas con la presencia de capital físico y financiero

Otro grupo de condiciones de localización de las que pueden gozar ciertos territorios son las relacionadas con la disponibilidad de capital fijo y financiero. Respecto al primero, su existencia o no incide directamente en los costes y decisiones de localización de empresas nuevas y en las de ampliación de empresas ya instaladas. Los costes de construcción y rehabilitación, los servicios incorporados (tales como canalizaciones y accesos, entre otros) y la existencia de un mercado de alquiler son clave, especialmente a la hora de decidir entre localizaciones regionales o locales. Asimismo, la posibilidad de contar con capital físico fijo en el futuro que posibilite la ampliación del negocio constituye otro factor de relativo peso en las decisiones de localización.

Dada la creciente movilidad de los flujos de capital financiero, su coste tiende a igualarse, al menos a nivel nacional, por lo que va mermando cada vez más su relevancia como condición de localización. Sin embargo, el desarrollo de muchas actividades, que implican alto grado de riesgo, requiere de un determinado capital financiero adaptado a estos requerimientos. La existencia, disponibilidad y condiciones (coste y plazos) de financiación que permitan la inversión especializada de alto riesgo, como sociedades regionales de capital riesgo (*venture capital*), en muchas ocasiones, determinan las decisiones de localización<sup>24</sup>.

### 6. Condiciones del suelo

Tradicionalmente, entre las condiciones de localización más significativas se encuentra el precio del suelo, siendo un factor de localización especialmente determinante para las actividades industriales más intensivas en el uso de este factor. Sin lugar a dudas, la actuación de las administraciones públicas tiene un papel primordial, dado que la regulación que éstas hacen del factor suelo incide directamente sobre su precio.

<sup>23</sup> Más Bulgaria y Rumania.

<sup>24</sup> La concentración de empresas financieras en San Francisco-San José, relacionadas con el fenómeno de las empresas de Silicon Valley, constituyen un claro ejemplo de lo importante que es para estas empresas este tipo de financiación.

La disponibilidad futura de suelo hace parte importante, también, de esta condición de localización, ya que contar con ésta posibilidad posterior implica la viabilidad de ampliar el negocio a un menor coste y riesgo y con una gestión más fácil que si la empresa decidiera el traslado o la apertura de un nuevo establecimiento en otro lugar.

Este factor tradicional en todos los análisis de localización esta adquiriendo una importancia creciente en la medida en que en ciertas aglomeraciones se empieza a observar cierta competencia por los usos del suelo debido a sus distintas rentabilidades relativas. Así, en muchas ocasiones, se observan problemas de traslado de establecimientos industriales en busca de mayores espacios por una imposibilidad de ampliación (congestión u obsolescencia de polígonos industriales) y por una cierta presión por otros usos (residencial o terciario).

## 7. Calidad y regulación del medio ambiente

En las condiciones de localización relacionadas con el medio ambiente están implicados dos aspectos: su diferente situación de calidad (o deterioro) y sus diversas regulaciones. Respecto al primer aspecto, actualmente un medio ambiente deteriorado es considerado como negativo en las decisiones de localización. Esto se debe a que la calidad del mismo es valorada como atractivo para las personas (empresarios y personal cualificado) que participan de las nuevas localizaciones, especialmente en actividades

En relación al segundo de los aspectos mencionados, las regulaciones del medio ambiente, cabe mencionar que cuando éstas son muy severas desincentivan ciertas localizaciones. En efecto, la legislación medioambiental sobre residuos industriales o contaminación de aguas por ejemplo, reducen la rentabilidad de las actividades industriales tradicionales más contaminantes (tales como la industria pesada, química, pasta de papel o acero), por lo que éstas analizan sus posibilidades de localización en busca de marcos legales más laxos.

## 8. Las actuaciones del gobierno

Las actuaciones del gobierno, conforman otro grupo de condiciones de localización que inciden en las decisiones empresariales. Estas condiciones se distinguen en el entorno europeo y español por su carácter complejo y multinivel, donde varias instancias de gobierno: supranacional, nacional, regional y local, se ven implicadas en densas redes de coordinación y cooperación para llevar adelante sus acciones. En efecto, las políticas y regulaciones que resultan de la presencia de varias instancias de decisión y poder político constituyen un complejo institucional, que las empresas e inversores requieren conocer a fin de disminuir la incertidumbre y evaluar las alternativas de localización.

Si bien todo el marco político institucional (y su estabilidad) es valorado por los empresarios a la hora de resolver la localización de sus actividades, tradicionalmente, han influido en estas decisiones las actuaciones públicas explícitas, tales como el uso de in-

centivos, o subsidios específicos para determinadas zonas o bien la provisión de infraestructuras de todo tipo que tienen un claro impacto positivo en la productividad de las empresas. Claro ejemplo de éste tipo de actuación explícita es la Política Regional y de Cohesión que lleva adelante la UE a fin de disminuir las disparidades regionales por medio de acciones que promuevan la convergencia, competitividad, empleo y cooperación territorial europea.

Es pertinente destacar que los nuevos socios de la UE mantienen un excelente tratamiento fiscal para la implantación de empresas, al tener un tipo impositivo empresarial muy bajo (y nulo en el caso de Estonia), lo que constituye un fuerte incentivo para la localización. (Turrión, 2005: 168).

Si bien las acciones explícitas de incentivo tienen una repercusión importante en la localización, actualmente, son las actuaciones de tipo implícito las que cobran más relevancia en las decisiones empresariales. Éste tipo de acciones puede ser ejemplificado por los efectos de la política comercial o de internacionalización, las políticas de mejora tecnológica en los procesos productivos, las de ayudas a la homologación y certificación como estrategias competitivas, etc.

El marco institucional, la corrupción y el bajo desarrollo de una política de competencia son condiciones poco atractivas que pueden frenar la entrada de inversiones en los países Europa Central y del Este (Turrión, 2005: 168). Contrariamente, el mayor desarrollo del marco legislativo y económico de España son evaluados como unas buenas condiciones para incrementar las ventajas competitivas frente a los nuevos Estados miembros (Pulido, López y Castro, 2005: 200).

En el caso de España, la administración regional, de forma directa o indirecta, puede favorecer la generación de un 'clima empresarial' propicio para mejorar la competitividad de las empresas localizadas en su territorio. Este nivel de gobierno, por su situación intermedia entre lo nacional y lo local, mantiene un rol privilegiado como proveedor de información y servicios a la producción y de acceso a los mercados para fomentar la constitución de redes cooperativas, la creación de parques tecnológicos y empresariales, entre otras.

Dada la actual descentralización de competencias, en países como España, el gobierno regional, por medio de su legislación ambiental, de sociedades de capital riesgo regionales, sobre las ayudas a la creación de empresas (simplificaciones administrativas), etc., afecta directamente las decisiones de localización e inversión.

Asimismo, la mayor relevancia competencial que tienen los gobiernos locales les permite desarrollar actuaciones que de manera explícita o implícita también afectan a la localización y a la entrada de inversiones. La planificación urbana, la regulación de los usos del suelo y su calificación, promueven o desincentivan el asentamiento de las diferentes

actividades económicas. En efecto, los costes del suelo se ven influidos por este tipo de regulaciones, promoviendo la competencia entre el uso industrial con otros usos más rentables como el comercial y de residencia.

Las actividades productivas requieren para su desarrollo de ciertas características del entorno físico relacionadas con el acceso a los servicios y las buenas infraestructuras viales que permitan la accesibilidad a los polígonos, entre otras. Es allí donde las actuaciones de la administración local tienen un papel clave para favorecer las condiciones de localización.

La *Tabla 1* expone sintetizadamente la tipología de condiciones de localización expuesta en los apartados anteriores, mientras que la *Tabla 2* muestra una valoración de las condiciones de localización de los nuevos socios de la Unión Europea, frente a la situación de España.

TABLA 1. TIPOLOGÍA DE LAS CONDICIONES DE LOCALIZACIÓN.

Condición de localización	Características tangibles	Características intangibles
1) Facilidades de transporte Materiales ( <i>inputs</i> ) Energía Mercados	Fletes (coste). Costes de producción y de transporte. Coste Costes de transporte y de servicios.	'Seguridad de prestación', frecuencia, riesgo, disponibilidad. Seguridad y Calidad. Seguridad de suministro, diversidad Contacto personal, gustos, rivales.
2) Trabajo	Salarios, beneficios no salariales, costes de contratación.	Actitudes, sindicalización, formación, tipos, rotación o despido y disponibilidad.
3) Economías externas: Urbanización Localización		Externalidades (positivas y negativas), 'pools' de mano de obra, compartir información, servicios especializados, reputación, etc.
4) Infraestructuras comunitarias	Coste e impuestos	Calidad y diversidad
5) Capital: Fijo Financiero	Costes de construcción, alquileres o costes financieros.	Disponibilidad, plazo, disponibilidad futura y adaptado a las necesidades.
6) Suelo / edificios	Coste.	Tamaño, configuración o tipología, acceso, servicios, disponibilidad futura.
7) Medio ambiente: Calidad Política	Costes, impuestos.	Preferencias de los trabajadores. Actitudes locales.
8) Política del gobierno	Incentivos, desincentivos e impuestos.	Actitudes, estabilidad, clima empresarial.

Fuente: Adaptado de Hayter, R. (1997): *The dynamics of industrial location*. Wiley.

TABLA 2. CONDICIONES DE LOCALIZACIÓN DE LOS NUEVOS SOCIOS DE LA UNIÓN EUROPEA FRENTE A ESPAÑA.

Condición de localización	Nuevos socios	España
1) Transporte Insumos Mercados	Menor disponibilidad. Menores costes por proximidad. Menores costes de producción. Proximidad a mercados centrales de Europa (son la periferia más desindustrializada)	'Seguridad de prestación', frecuencia y disponibilidad. Aumento de costes por situación periférica con los mercados del centro. Seguridad y Calidad. Situación periférica.
2) Factor trabajo	Abundante mano de obra. Bajo coste. Buena calificación.	Altos costes. Alta productividad laboral.
3) Economías externas: Urbanización Localización	Aprovechamiento de economías de escala de mercados centrales.	Existencia de conglomerados empresariales (Pulido, López y Castro, 2005)
4) Infraestructuras económicas, sociales y culturales	Malas infraestructuras ferroviarias y de carreteras.	Buen desarrollo, similar a la media europea.
5) Capital: Fijo Financiero	Buenas infraestructuras sociales. Disponibilidad de ampliación futura. Menores costes.	Altos costes alquileres, poca disponibilidad futura.
6) Suelo/edificios	Bajos costes. Alta disponibilidad.	Altos costes. Poca disponibilidad.
7) Medio ambiente	Disponibilidad de recursos naturales (Turrión, 2005)	Valoración positiva en relación con la calidad de vida.
8) Actuaciones del gobierno	Tratamiento fiscal muy favorable. Cierta estabilidad macroeconómica (Pulido, López y Castro, 2005) Marco institucional, corrupción y bajo desarrollo de política de competencia.	Marco legislativo y económico estable. Importante rol de autoridades regionales y locales.
9) Otras	Cercanía cultural compartida entre ellos. Gran capacidad de absorción de tecnología (Turrión, 2005).	Desarrollo tecnológico. Gran dinamismo de regiones como Madrid y Cataluña (Pulido, López y Castro, 2005)

Fuente: Elaboración propia basándose en la bibliografía referenciada.

## 2.4. De las condiciones de localización a los factores de localización. Del en-torno al in-torno

La variedad de condiciones territoriales que hasta aquí se han comentado, son interpretadas y evaluadas por las empresas como factores atractivos o no para su localización. La toma de decisiones respecto a la inversión en un lugar concreto está ajustada a los condicionantes territoriales traducidos o interpretados como factores de atracción o expulsión.

En efecto, las condiciones de localización son ese conjunto no excluyente de variables complejas de diferente naturaleza que son evaluadas conjuntamente y constituyen los factores que determinan las decisiones de localización. Es decir aquellos aspectos a los que cada empresa da importancia cuando decide elegir una localización determinada para su actividad. Esto determina que se ha de producir un proceso de **internalización** y selección de un número generalmente limitado de condiciones de localización que se convierten en factores de localización.

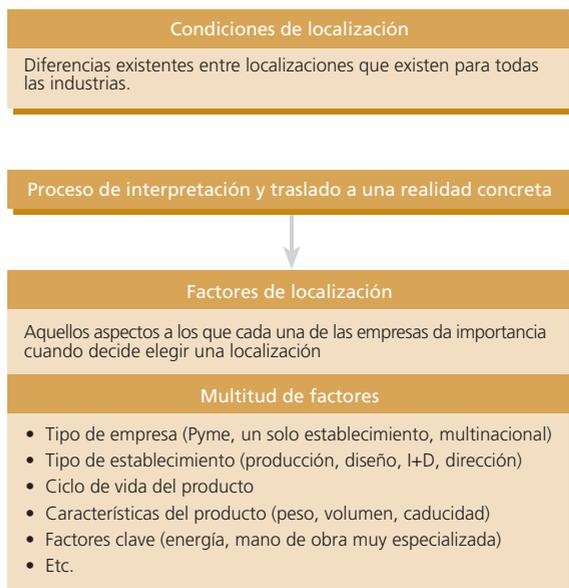
Por otra parte, es necesario tener en cuenta que las conductas locacionales, como hemos analizado anteriormente, no son siempre las mismas. Auriol y Cuadrado (1989), argumentan que pueden encontrarse al menos tres tipos de conductas locacionales:

- a) Localizaciones condicionadas, que son fijadas de antemano por las empresas, y se producen cuando existe insuficiente información y reducida transparencia de las condiciones que ofrecen localizaciones alternativas, o cuando existe resistencia al traslado, o existe algún tipo de vinculación personal del empresario y/o trabajadores a una zona concreta. Dichos factores son anteriores a la creación de la empresa. Las empresas no intentan aproximarse a su localización óptima, ni siquiera consideran la posibilidad de instalarse en cualquier otro sitio.
- b) Localizaciones óptimas, en este caso se consideran diferentes alternativas como manera de aproximarse a la mejor posible. Por lo tanto esta tipología se convierte en la mayor en términos de racionalidad económica. Se consideran diversos factores como la rentabilidad en el corto y largo plazo, los costes, las posibilidades del mercado, la planificación del proyecto, etc.
- c) Localizaciones satisfactorias, se produce cuando existe constatación de circunstancias favorables al desarrollo de una empresa en la localización elegida. Por lo que la decisión se basa en la evidencia de ventajas específicas de la zona elegida. Dicha conducta implica una actitud racional ante una oportunidad contrastada de negocio, aunque signifique al mismo tiempo una elección "restringida" a un conjunto de posibles lugares. Hay evidencia de que esta última conducta es la más generalizada entre las diversas posibles.

Lo que supone, en definitiva, que no todas las variables juegan el mismo papel y que "el grado de complejidad" de las decisiones de localización varía de acuerdo con el tipo de empresa o con el sector en el que desarrolla su actividad.

Adicionalmente, para cada caso concreto, para cada empresa, los factores son diferentes y dependen de variables que a veces son complejas, difíciles de medir y donde unos factores suelen estar relacionados los unos con los otros (esquema 3).

### ESQUEMA 3. DE CONDICIONES Y FACTORES DE LOCALIZACIÓN



Del marco teórico desarrollado anteriormente se deduce que, evidentemente, la valoración empresarial de las condiciones territoriales de localización no es igual para todas, sino que cada empresa evalúa las alternativas en un clima de racionalidad limitada e información, generalmente, incompleta y muy costosa (tanto por su adquisición como por su procesamiento), en contextos de incertidumbre.

Como se ha visto, las aportaciones teóricas más actuales tienden a enmarcar la decisión de localización en el problema más amplio de la decisión global de invertir, donde son importantes una multiplicidad de factores de diversa naturaleza. Además de los clásicos factores de costes, mercado, cantidad y calidad de la mano de obra, conectividad e integración con los centros económicos; la búsqueda de mayor calidad de vida y un ambiente de confianza (por la incertidumbre y aversión al riesgo) son cuestiones que se incluyen necesariamente, cada vez más, en los estudios sobre la localización. Componentes de índole personal, financiera, institucional, política o social, la cultura o la tradición, el tipo de empresario del que se trate, sus objetivos y condicionantes constituyen este amplio conjunto de elementos que son cada vez más tenidos en cuenta en los análisis.

En el contexto de la economía globalizada, la localización está determinada por tres tipos de factores descritos por Berg, Braun y Meer<sup>25</sup>:

- *Factores Hardware*: son concretos y tangibles para la localización, incluyen mano de obra, capital, terreno e infraestructuras. Son los llamados factores “duros” en el proceso de localización.
- *Factores Software*: son un conjunto de factores cualitativos e intangibles que influyen en el proceso de localización empresarial, entre los que se encuentran la calidad de vida, el ambiente de negocios y las estructuras de conocimiento. Son los denominados factores “blandos”.
- *Factores Orgware*: atañe al manejo del *hardware* y *software*, comprendiendo cuestiones tales como apoyo público, coordinación interadministrativa y la cooperación público-privada.

Los factores enunciados anteriormente, son considerados como factores externos de localización, es decir que le vienen a la empresa desde el entorno. Son la traducción de las condiciones ofrecidas por los territorios y que las empresas, según sus condiciones internas, evalúa como atractivos o no.

Las características propias a la empresa determinan que las condiciones del entorno sean asimiladas como factores de atracción o de expulsión. Cuestiones tales como el sector de actividad, intensidad tecnológica y en el uso de mano de obra, ciclo de vida del producto y tamaño de la empresa condicionan la decisión de localización.

Las empresas organizan su distribución territorial atendiendo a las características esenciales de su producto. Así, los elementos más estandarizados y donde la competencia en costes es mayor tienden a ser localizados en lugares donde los costes son especialmente favorables, manteniendo los establecimientos de “control” de la empresa en los lugares originarios (este es el caso particular de las multinacionales). Esto está relacionado con la propia naturaleza del establecimiento a localizar (sede central, oficinas, centro de investigación y desarrollo o establecimiento productivo) tiene necesidades diferentes. Es así que para los establecimientos sede o departamentos de investigación y desarrollo (I+D) las empresas prefieren las grandes ciudades y metrópolis, ya que importan las buenas comunicaciones, las posibilidades de establecer contactos personales y la reputación del lugar; mientras que para los establecimientos productivos estas características son mucho menos relevantes. Los resultados del estudio efectuado por Costa, Segarra y Viladecans (2000) sobre las pautas de localización de las manufacturas españolas entre 1980 y 1994 corrobora lo afirmado en las líneas anteriores.

---

<sup>25</sup> Cuadrado y Fernández (2005).

En el mismo estudio se muestra que las decisiones de localización difieren según la intensidad tecnológica de las industrias y de su ciclo de vida. Así, las pautas de localización son distintas en función de la actividad industrial que se trate y del nivel de madurez de la actividad productiva (etapa del ciclo del producto); comprobando que cuando las actividades productivas alcanzan mayor nivel de madurez, las ciudades de mayor tamaño, más densamente pobladas y con mayores niveles de diversificación productiva pierden atractivo a favor de localizaciones en ciudades de menor tamaño y mayores niveles de especialización (la estandarización del producto permite que la localización dependa más de factores internos de las empresas). Mientras que una empresa poco madura deberá instalarse en entornos urbanos donde las innovaciones circulan más rápidamente. Estos resultados están en sintonía con los estudios efectuados por Henderson, Kundoro y Turner en 1995 (respecto a las diferentes pautas de localización según las características de las industrias); y de Duranton y Puga en 2000 (respecto al ciclo de vida del producto)<sup>26</sup>.

Las empresas intensivas en tecnología buscan localizarse en zonas más pobladas por otras industrias, ya que es allí donde se concentra un mayor capital humano y una mayor capacidad para aprovechar la tecnología. Mientras que los factores priorizados por los sectores más intensivos en factor trabajo (menor necesidad de tecnología) y especializados en producción de poco valor añadido son los menores costes de suelo y de producción.

Respecto al tamaño de la empresa, cabe destacar que aquellas de mayor tamaño disfrutan de más autonomía para optimizar su emplazamiento, mientras los establecimientos pequeños dependen más del *hinterland* residencial del emprendedor (Costa, Segarra y Viladecans, 2000).

## 2.5. Algunos apuntes sobre la migración de empresas: cambios locacionales e internacionalización

La migración de las empresas es una forma particular de “ajuste locacional”. Las empresas se “ajustan” constantemente ante nuevas situaciones como: cambios en los mercados, cambios en las preferencias de los consumidores, regulaciones ambientales, progreso tecnológico, etc.

El proceso de relocalización se produce en dos etapas: la primera, cuando se produce la decisión de moverse; y la segunda, condicionada a la decisión de moverse, se produce la elección de relocalizarse en otra localidad en concreto.

---

<sup>26</sup> Cuando el producto alcanza un determinado nivel de estandarización, las empresas son atraídas por entornos menos densos y más especializados que por entornos diversificados.

Se deben distinguir entre dos tipos de factores que explican la decisión de moverse: los *push* y los *pull*. Hasta ahora, las teorías de localización toman en cuenta sobre todo los factores `pull` o factores de atracción de un sitio en particular para la localización de una empresa; mientras que las teorías de relocalización, toman en cuenta, en la primera etapa, los factores de expulsión o `push out` del emplazamiento actual.

Las decisiones de migración/relocalización de las empresas están relacionadas con:

- a) Factores internos a la empresa; entre ellos el sector económico al que pertenece la empresa, el tamaño de la empresa y antecedentes de migración o relocalización.
  - Por ejemplo, el sector industrial tiene una menor probabilidad de movilidad que el sector servicios (por los mayores costes de movilidad debido a la alta inversión en stock de capital). En el caso del sector servicios los costes de movilidad pueden ser muy altos para las empresas si se mueven a largas distancias (costes de contratación de mano de obra, entrenamiento, etc. si parte del personal no se mueve con la empresa), pero puede resultar atractivo si se movilizan a distancias cortas por los bajos costes que implica tal relocalización. Se espera que los sectores de construcción, venta al por mayor y el sector transporte se movilicen a localizaciones intermedias entre el sector industrial y el sector servicios. Por el contrario, las empresas dedicadas a la venta al por menor y restaurantes, hoteles y bares, se espera que permanezcan en el actual emplazamiento debido a que están muy vinculadas al mercado local. Por tanto, la propensión a moverse suele ser más baja en el sector de comercio al por menor, y hoteles, restaurantes y bares que en el sector industrial, por ejemplo.
  - Con respecto al tamaño de la empresa, las empresas pequeñas suelen poder moverse más fácilmente a otras localizaciones que las empresas grandes, debido a que en las primeras los costes de movilidad y problemas organizativos son mucho menores. Además el tamaño de la empresa es un indicador del ciclo de vida de la misma; conforme la empresa se expande no solo podría relocalizarse a un espacio más grande, también podría moverse a un sitio con características muy diferentes de aquel en el que se creó. En resumen, la propensión a migrar parece ser menor para empresas grandes.
  - La experiencia previa de migración/relocalización también constituye un indicador del ciclo de vida de la empresa. Un movimiento en el pasado reduce la posibilidad de moverse nuevamente, pero esto no implica que a más tiempo que permanezca la empresa en la localización actual, mayor sea la necesidad de moverse. Además, rápidos crecimientos experimentados por la empresa, pueden requerir continuos cambios de localizaciones.

- b) Factores de localización (lugar y situación); resultados empíricos demuestran una mayor propensión a moverse sólo por parte de las empresas localizadas en las fronteras de las ciudades. Además se confirma que es menos probable que las empresas que son propietarias de sus actuales edificios se muevan a otras localizaciones en comparación a las empresas que alquilan. Respecto a otras características del lugar y situación, se puede mencionar aquellos factores que las empresas piensan que pueden afectar la adaptabilidad del actual emplazamiento (crecimiento del empleo, accesibilidad al lugar, incremento de la criminalidad, política gubernamental respecto al medio ambiente y el planeamiento espacial, premios a la inversión, bajos costes de alquiler, etc.). Se ha encontrado además que aquellas empresas que opinan que es necesaria una inmediata revitalización del ambiente en que operan, presentan una mayor probabilidad a movilizarse.
- c) Factores externos a la empresa; entre los factores que pueden determinar las decisiones de relocalización están el desempeño económico y la situación del mercado laboral regional. Además la política gubernamental puede limitar o incentivar dichos movimientos, p.e a partir de controles ambientales a la polución al ruido, puede generar una opinión positiva en las empresas que estarían menos motivadas para moverse a otras localizaciones, o al mismo tiempo pueden verse motivadas a moverse a localizaciones alternativas cuando el objetivo de la política es crear otras zonas atractivas en las cuales operar.

Desde el punto de vista de los beneficios empresariales, la localización implica ciertos 'márgenes espaciales de rentabilidad' que pueden alterarse con el paso de tiempo por el cambio en la naturaleza y el valor de los factores de localización. Este cambio puede estar originado bien externamente, cuando se modifican las condiciones territoriales, o bien internamente, cuando el ciclo de vida del producto es más maduro y se estandariza, por ejemplo.

Sin embargo, aunque nuevas localizaciones podrían implicar que las rentabilidades varíen significativamente, los procesos de movilidad en busca de lugares más óptimos no se producen de forma rápida, sino que son procesos lentos que implican fuertes inercias que derivan de:

- Los *costes de relocalización*. Los más importantes pueden ser los costes directos de traslado, pero además los costes de información en relación con nuevos mercados, proveedores, mano de obra, distribución, etc. tienen un peso muy relevante.
- Los *costes del propio establecimiento actual*. La movilidad supondría inversiones hundidas durante largo periodos.
- Los *cambios en la localización pueden alterar poco los márgenes de rentabilidad*. Es decir, existiría un umbral a partir del cual la empresa decide o se plantea una nueva localización.

Es preciso tener en cuenta que los factores internos a la empresa y que forman parte de su estrategia, son determinantes en las decisiones de localización y movilidad. Entre estos cabe mencionar:

- Las perspectivas de *crecimiento de la propia empresa*: demandando mayores espacios u otras configuraciones.
- El aprovechamiento de *economías de escala internas* a la empresa: puede implicar la concentración de la producción en unos pocos establecimientos y el cierre de otros.
- El aprovechamiento de *economías de escala externas*: tales como la localización en áreas urbanas con mercados amplios y densos.

Por otra parte, si se tiene en cuenta que la información de la que disponen las empresas es limitada (y su procesamiento costoso) y el importante papel de la 'percepción' en las condiciones de localización, junto con la incertidumbre en la que se mueven las decisiones empresariales, podemos comprender mejor por qué se producen determinados 'sesgos' en los procesos de localización de la actividad:

- Las localizaciones más lejanas (internacionales, por ejemplo) son menos conocidas y, por tanto, son menos probables y menos frecuentes que las localizaciones más cercanas. Barreras de tipo cultural e idiomática también son importantes.
- La percepción de los atractivos de un lugar suele ser más dificultosa conforme el lugar está más alejado.

Evidentemente, estos riesgos e incertidumbre inherentes a las decisiones de movilidad suelen también ser mayores con la distancia. Por este motivo, en muchas ocasiones, los movimientos suelen darse dentro del radio que comprende el mismo entorno económico al que ya tiene la empresa, es el caso del denominado '*efecto frontera*'. Este tipo de movilidad implica menores riesgos ya que la empresa puede continuar beneficiándose del mismo entorno económico (mercados, accesibilidad, economías de aglomeración, etc.) y aprovechar las ventajas de la nueva localización elegida (disponibilidad de suelo e infraestructuras industriales a mejor precio y facilidades administrativas, principalmente).

Como puede deducirse de lo dicho en estas páginas, la movilidad empresarial puede producirse en diferentes direcciones, tanto dentro del país como a nivel internacional. En el primer caso están las migraciones cercanas al entorno económico anterior, a las que se acaba de hacer referencia, y el cambio de localización entre las regiones del mismo país. Mientras que a nivel internacional la movilidad pueden producirse entre países desarrollados o desde éstos hacia otros menos desarrollados.

Sobre los factores que influyen en la decisión de localización de nuevas inversiones en el exterior, el aporte más destacado es la teoría ecléctica de Dunning (1974, 1981). Para el que la inversión directa en el extranjero tendrá lugar si se satisfacen tres condiciones:

- a) Ventajas específicas de propiedad, que se traducen en ventajas de propiedad frente a empresas de otra nacionalidad, por ejemplo en la propiedad de activos intangibles como tecnología, economías de escala, diferenciación, tamaño, marcas, etc.
- b) Ventajas de la internacionalización, se traducen en ventajas de reducción de los costes de transacción, reducción de incertidumbre e internacionalización de las externalidades, que hacen más beneficioso a la empresa aprovechar esas ventajas a través de la extensión de sus actividades que el negociar con empresas independientes.
- c) Ventajas de localización, si se satisfacen las dos anteriores deben existir ventajas de localización en el país extranjero en comparación al país de origen respecto a precio y calidad de insumos, costes de transporte y comunicación, distancia física, infraestructuras, etc.

Los aportes sobre las teorías de internacionalización se pueden resumir en aquellos factores que influyen en las decisiones de localización de inversiones en el exterior: las capacidades propias de la empresa (ventajas competitivas) y las características potenciales del mercado/área de destino (ventajas de localización).

Entre los factores de empresa se tienen: experiencia internacional, experiencia organizativa, capacidades tecnológicas, recursos comerciales, presencia previa, y tamaño de la empresa.

En el segundo grupo, los factores propios del país de destino, se encontrarían los costes de los insumos, riesgo político, la renta como medida del nivel de desarrollo económico, el tamaño del mercado, el crecimiento, la distancia geográfica y cultural, el nivel tecnológico del país, el entorno competitivo, el grado de proteccionismo.

En todo caso, es necesario tener presente (como señala Hayter, 1997) que la adaptación o las posibilidades de ajuste locacional se pueden analizar en tres dimensiones: espacio, organización y tiempo.

En primer lugar, las empresas pueden ajustar sus operaciones en el lugar, cambiar entre localizaciones (ajustes inter-locacionales) o emplazarse en nuevas localizaciones. Generalmente, la secuencia además suele estar ordenada como se ha expuesto lo que determina que la decisión de moverse sea primero interna, luego local y después nacional o internacional.

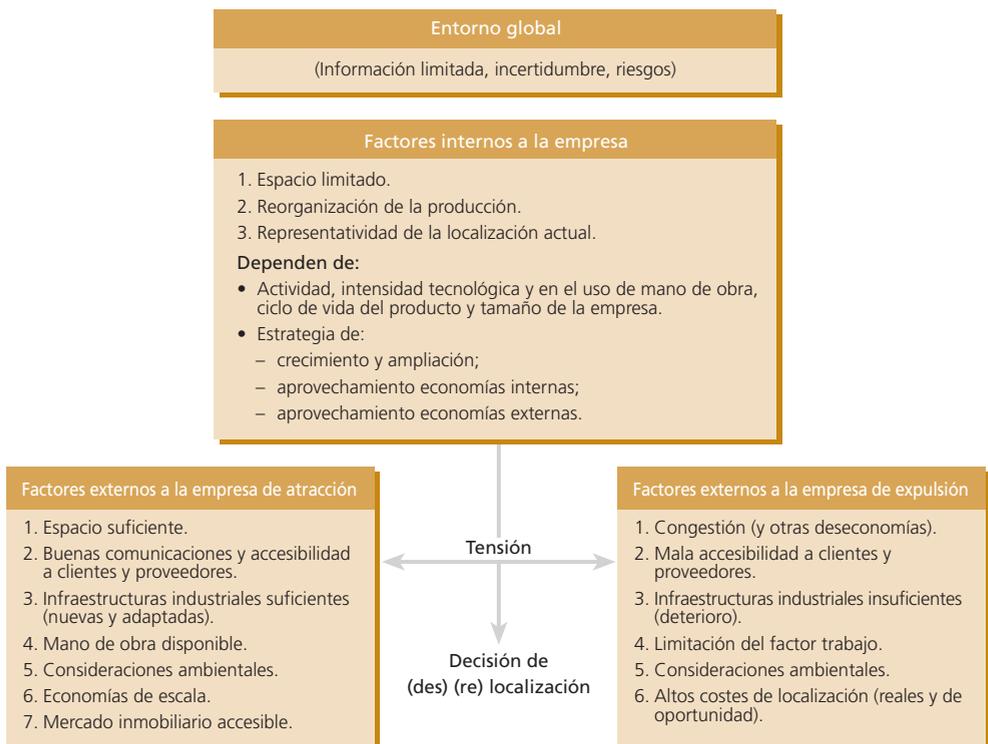
En cuanto a la dimensión organizacional, es necesario tener en cuenta la distinción entre las pequeñas empresas uni-planta y las grandes empresas multi-plantas. Las empresas pequeñas tienen mayor discrecionalidad para ajustar sus operaciones en el lugar en el que se encuentran establecidas, por su mayor capacidad de tomar decisiones más rápidas en comparación con las grandes empresas. Sin embargo, estas últimas a su vez tienen mayor posibilidad de realizar ajustes inter-locacionales que las empresas pequeñas.

Finalmente, con respecto a la dimensión temporal, se debe distinguir entre los horizontes de planificación en el corto, medio y largo plazo. Así en el corto plazo, los ajustes lo-

cacionales en el caso de las empresas pequeñas son limitados (p.e el uso más intensivo de la planta, contratación de más empleados, usar más insumos, etc.). En el caso de la empresa multi-planta, puede realizar algunos ajustes en el corto plazo reorganizando las operaciones entre sus diversas plantas. En el mediano plazo, los ajustes son también limitados para las empresas pequeñas, pero no para las empresas grandes multi-plantas que pueden consolidarse o expandirse (p.e desarrollar actividades de subcontratación). En el largo plazo los ajustes de localización, se traducen principalmente en el emplazamiento en nuevos lugares, sobre todo de las grandes empresas que tienen oportunidades de expandir geográficamente sus actividades.

En definitiva, la deslocalización o migración debe ser entendida en sentido amplio como la movilidad de una empresa desde su localización original hacia otra que le resulta más ventajosa por cualquiera de los factores mencionados en este capítulo.

**ESQUEMA 4. FACTORES IMPLICADOS EN LA LOCALIZACIÓN Y MOVILIDAD DE LAS EMPRESAS EN EL CONTEXTO ACTUAL.**



Fuente: Elaboración propia.

# 3. De localización y movilidad empresarial en España: el análisis empírico

Este capítulo es el primero que ofrece los resultados del análisis empírico y pretende cubrir algunos objetivos clave. El primer apartado se dedica a la descripción de la muestra y al análisis de los factores de localización de las empresas encuestadas. Los resultados de esta exploración son enriquecidos con los datos que se derivan de la construcción de un índice de complejidad. Tal índice pone en evidencia cuáles son los sectores de actividad (individualmente considerados y agregados según la intensidad en el uso de la tecnología) que deben enfrentar una mayor complejidad a la hora de decidir el establecimiento de sus actividades, es decir cuáles son los sectores en los que intervienen un mayor número de factores de localización. El análisis del primer apartado de este capítulo se completa con la exploración de dos aspectos que son esenciales en este estudio: el primer aspecto se refiere a los motivos por los cuales las empresas podrían mover su actual localización y el otro es el relacionado con la consideración, por parte de los encuestados, de la competencia internacional y las ventajas competitivas de España en cada uno de los sectores analizados.

## 3.1. Descripción de la muestra: características generales

El objeto de la encuesta lo constituyó un grupo de 250 empresas, seleccionadas de manera aleatoria, localizadas en España. Específicamente, el ámbito espacial de la encuesta se estableció en las comunidades autónomas de Madrid, Cataluña, Comunidad Valenciana y Andalucía<sup>27</sup>.

---

<sup>27</sup> El error estadístico para datos globales de  $\pm 6,32\%$  para un nivel de confianza de 95,5% (dos sigma) una distribución poblacional de  $p/q = 50/50$ . El motivo por el que se decidió seleccionar estas Comunidades Autónomas reside en concentrar la muestra para poder establecer conclusiones relevantes a escala regional, lo que sería muy difícil si se atendieran las 17 CC.AA. De todos modos, las cuatro comunidades concentran más del 60% de los establecimientos de los 15 sectores productivos considerados en el estudio.

En el diseño de la encuesta se tuvieron en cuenta quince sectores de actividad donde se trató de representar fundamentalmente al sector industrial y sólo se incluyó una rama del sector servicios por estar muy ligada a las actividades industriales. En la encuesta se agrupan como 'sectores de servicios a empresas' a las 'actividades informáticas', 'investigación y desarrollo' y 'otras actividades empresariales' es decir los grupos 72, 73 y 74 de CNAE93<sup>28</sup>.

El ámbito temporal en el que se efectuaron los cuestionarios abarcó desde el 24 de junio al 7 de julio de 2005 y se formalizaron telefónicamente. La encuesta se estructuró sobre la base de un cuestionario de once preguntas, más una serie de datos de clasificación.

El cuestionario se diseñó orientando las preguntas hacia temas claves tales como el origen del capital, el número y ubicación de establecimientos en España, distribución geográfica de las ventas y las compras, entre otras; a fin de identificar las características de las empresas de la muestra. Asimismo, se interrogó respecto a las condiciones y factores de localización y sobre las posibilidades de movilidad.

La explotación de la encuesta nos permite, en primer término, caracterizar el conjunto de empresas de acuerdo a cuestiones tales como el tamaño de las empresas, volumen de facturación, antigüedad, origen de su capital, los sectores de actividad a los que pertenecen, las regiones en las que se localizan las funciones de dirección y/o producción, la distribución geográfica de sus compras y sus ventas, entre otras.

En principio cabe destacar que las empresas encuestadas fueron 250, las cuales se distribuyen territorialmente de la siguiente forma: Madrid (22,4%), Cataluña (38%), Comunidad Valenciana (28%) y Andalucía (11,6%).

En términos generales, se caracterizan por ser principalmente pequeñas y medianas, ya que el 68,8% declararon poseer entre 10 y 50 empleados (ver *Tabla 3*). Lo dicho es concordante con el hecho de que más de un tercio de la muestra declara que su volumen de facturación anual es menor a los 5 millones de euros anuales (39,6%), mientras que casi el segundo tercio manifestó facturar entre 5,1 y 30 millones de euros.

Otra característica del conjunto de empresas encuestado es que la mayoría de ellas se constituyeron antes del año 1990 (el 87,2% lo manifestó en el cuestionario). Asimismo, se subraya que la mayoría de las empresas encuestadas, el 58%, están constituidas por capital local, mientras que el 31,6% y el 9,6% son sociedades nacionales y multinacionales, respectivamente.

---

<sup>28</sup> En realidad se realizó un proceso de encuestación a 22 ramas industriales y a tres de servicios y posteriormente se agregaron las ramas industriales en 14 y 1 de servicios.

TABLA 3. CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA, SEGÚN NÚMERO DE EMPLEADOS, VOLUMEN DE FACTURACIÓN, AÑO DE CREACIÓN Y ORIGEN DEL CAPITAL

Características	Total	%
<b>Numero de empleados</b>	<b>250</b>	<b>100,0</b>
De 10 a 50	172	68,8
De 51 a 100	41	16,4
Más de 100	37	14,8
<b>Volumen de facturación</b>	<b>250</b>	<b>100,0</b>
Menos de 5 millones de euros	99	39,6
Entre 5,1 y 30 millones de euros	82	32,8
Entre 30,1 y 60 millones de euros	7	2,8
Más de 60 millones de euros	8	3,2
Ns/Nc	54	21,6
<b>Año de creación</b>	<b>250</b>	<b>100,0</b>
Antes de 1990	218	87,2
Entre 1990 y 2000	26	10,4
Después de 2000	6	2,4
<b>Origen del capital</b>	<b>250</b>	<b>100,0</b>
Local	145	58,0
Sociedad Nacional	79	31,6
Sociedad Multinacional	24	9,6
Ns/Nc	2	0,8

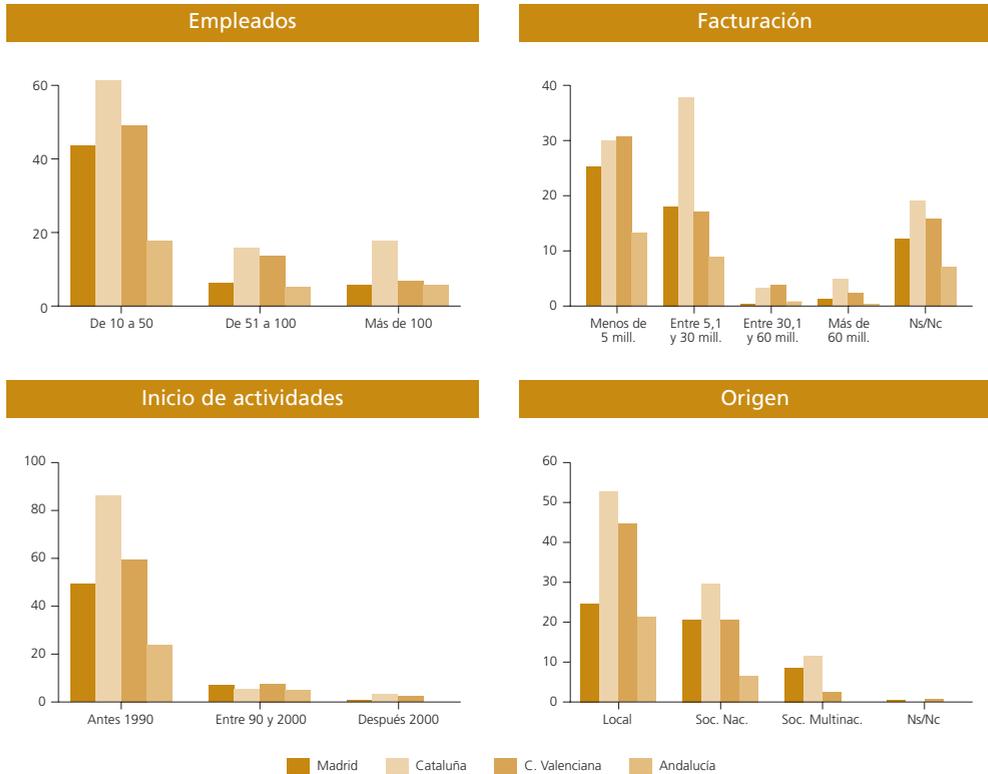
Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

Las características de las empresas según su distribución geográfica se aprecia en el *Gráfico 1*.

Un aspecto relevante que los resultados de la encuesta ponen de manifiesto es la distribución por sectores de actividad de las empresas encuestadas (ver *Tabla 4*).

Teniendo en cuenta el origen del capital empresarial, según se mostró anteriormente, y los sectores considerados en la encuesta, cabe especificar que el origen local se refuerza en sectores como 'servicios a empresas' (75,0%), 'industrias de la madera y el corcho' (70,0%), 'caucho y materiales plásticos' (69,2%), 'textil, confección, cuero y calzado' (65,5%) y 'metalurgia y fabricación de productos metálicos' (62,2%). Igualmente, se destaca que el origen nacional del capital empresarial, sin llegar a ser mayoritario, tiene mayor peso que la media de la muestra (31,6%) en ocho de los catorce sectores incluidos en la encuesta; siendo los cuatro primeros las 'industrias manufactureras diversas' (46,2%), 'industrias extractivas, petróleo y energía' (42,9%), 'industrias químicas' (41,7%) y 'papel, edición; artes gráficas y reprografía' (38,9%).

GRÁFICO 1. DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS POR COMUNIDAD AUTÓNOMA, SEGÚN NÚMERO DE EMPLEADOS, FACTURACIÓN E INICIO DE ACTIVIDADES.



Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

Respecto a las empresas cuyo capital es netamente multinacional, se evidencia que este tipo de capital es mayoritario en el sector de 'máquinas de oficina e instrumentos' (60,0%), asimismo, aunque en menor medida, se destaca la situación del sector de 'fabricación de materiales de transporte' (25,0%) y la de 'caucho y materiales plásticos' (23,1%).

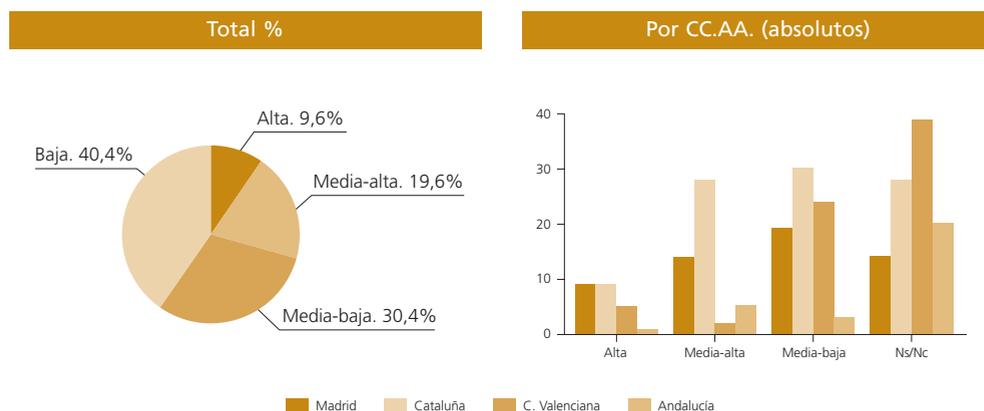
Un dato a tener en cuenta es la distribución de las empresas en las actividades consideradas en la encuesta y su agregación según la intensidad en el uso de la tecnología. Al respecto se destaca que, tal como se expresa en la *Tabla 5*, el 9,6% de la empresa encuestadas tienen una alta intensidad en el uso de la tecnología, el 19,6% se ubican en el grupo de media-alta, mientras que el 30,4% pertenece a sectores de media-baja intensidad tecnológica y el 40,4% de las firmas corresponden al grupo de baja intensidad en el uso de la tecnología (ver *Gráfico 2*).

TABLA 4. DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS DE LA MUESTRA SEGÚN SECTOR DE ACTIVIDAD Y ORIGEN DEL CAPITAL. PORCENTAJES

	Sociedad				Total	Participac. Sector/Total
	Local	Nacional	Multinacional	Ns/Nc		
Alimentación, bebidas y tabaco	54,8	38,7	3,2	3,2	100,0	12,4
Textil, confección, cuero y calzado	65,5	24,1	10,3		100,0	11,6
Industrias de la Madera y el Corcho	70,0	30,0			100,0	4,0
Papel, edición. Artes gráficas y reprografía	50,0	38,9	5,6	5,6	100,0	7,2
Industrias extractivas, petróleo y energía	57,1	42,9			100,0	2,8
Industrias químicas	41,7	41,7	16,7		100,0	4,8
Caucho y materiales plásticos	69,2	7,7	23,1		100,0	5,2
Otros productos minerales no metálicos	57,9	31,6	10,5		100,0	7,6
Máquinas de oficina e instrumentos	40,0		60,0		100,0	2,0
Maquinaria y equipo mecánico	52,9	35,3	11,8		100,0	6,8
Equipos eléctricos y electrónicos	54,5	36,4	9,1		100,0	4,4
Fabricación de materiales de transporte	55,0	20,0	25,0		100,0	8,0
Industrias manufactureras diversas	53,8	46,2			100,0	5,2
Metalurgia y fabricación de productos metálicos	62,2	35,1	2,7		100,0	14,8
Sectores de servicios a empresas (CNAE 72, 73 y 74)	75,0	25,0			100,0	3,2
<b>Total</b>	<b>58,0</b>	<b>31,6</b>	<b>9,6</b>	<b>0,8</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

GRÁFICO 2. DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS SEGÚN INTENSIDAD TECNOLÓGICA.



Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

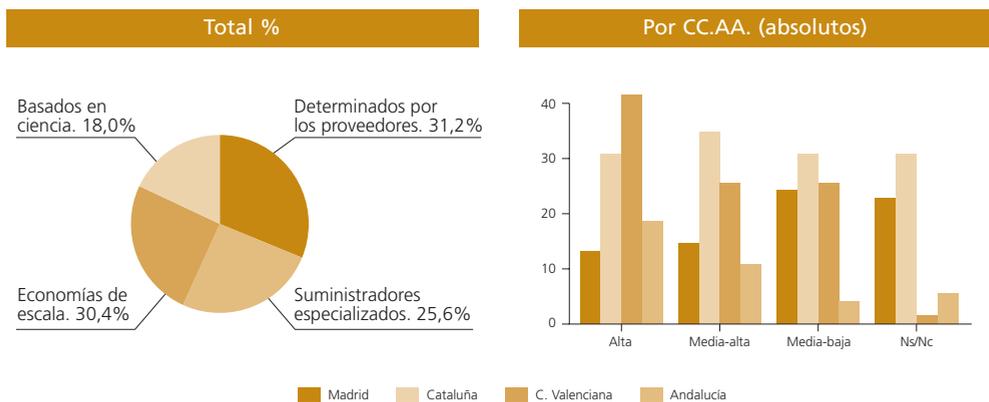
TABLA 5. DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS SEGÚN INTENSIDAD TECNOLÓGICA.

Intensidad tecnológica		Número	%
Alta	Máquinas de oficina e instrumentos	5	2,0
	Equipos eléctricos y electrónicos	11	4,4
	Sectores de servicios a empresas (CNAE 72, 73 y 74) <sup>(*)</sup>	8	3,2
<b>Subtotal</b>		<b>24</b>	<b>9,6</b>
Media-Alta	Industrias químicas	12	4,8
	Maquinaria y equipo mecánico	17	6,8
	Fabricación de materiales de transporte	20	8,0
<b>Subtotal</b>		<b>49</b>	<b>19,6</b>
Media-Baja	Otros productos minerales no metálicos	19	7,6
	Industrias extractivas, petróleo y energía	7	2,8
	Metalurgia y fabricación de productos metálicos	37	14,8
	Caucho y materiales plásticos	13	5,2
<b>Subtotal</b>		<b>76</b>	<b>30,4</b>
Baja	Papel, edición. Artes gráficas y reprografía	18	7,2
	Alimentación, bebidas y tabaco	31	12,4
	Industrias de la Madera y el Corcho	10	4,0
	Textil, confección, cuero y calzado	29	11,6
	Industrias manufactureras diversas	13	5,2
<b>Subtotal</b>		<b>101</b>	<b>40,4</b>
<b>Total</b>		<b>250</b>	<b>100,0</b>

Valores absolutos y porcentajes.

Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

GRÁFICO 3. DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS SEGÚN TRAYECTORIA TECNOLÓGICA.



Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

Asimismo, es factible agregar los quince sectores contenidos en la encuesta según la trayectoria tecnológica de cada una de las actividades consideradas. Al respecto, se evidencia que las empresas encuestadas se distribuyen de una forma bastante homogénea en los cuatro grupos consideradas (ver *Tabla 6*) aunque son relativamente mayoritarias las empresas cuya trayectoria tecnológica está determinada por los proveedores (31,2%) y son menos las basadas en la ciencia (18,0%).

TABLA 6. DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS SEGÚN TRAYECTORIA TECNOLÓGICA.

Trayectoria tecnológica(*)		Número	%
Determinadas por los proveedores	Alimentación, bebidas y tabaco	31	12,4
	Textil, confección, cuero y calzado	29	11,6
	Papel, edición. Artes gráficas y reprografía	18	7,2
<b>Subtotal</b>		<b>78</b>	<b>31,2</b>
Suministradores especializados	Industrias de la Madera y el Corcho	10	4,0
	Industrias manufactureras diversas	13	5,2
	Caucho y materiales plásticos	13	5,2
	Fabricación de materiales de transporte	20	8,0
	Sectores de servicios a empresas (CNAE 72, 73 y 74)	8	3,2
<b>Subtotal</b>		<b>64</b>	<b>25,6</b>
Economías de Escala	Metalurgia y fabricación de productos metálicos	37	14,8
	Otros productos minerales no metálicos	19	7,6
	Industrias extractivas, petróleo y energía	7	2,8
<b>Subtotal</b>		<b>63</b>	<b>25,2</b>
Basados en ciencia	Industrias químicas	12	4,8
	Máquinas de oficina e instrumentos	5	2,0
	Maquinaria y equipo mecánico	17	6,8
	Equipos eléctricos y electrónicos	11	4,4
<b>Subtotal</b>		<b>45</b>	<b>18,0</b>
<b>Total</b>		<b>250</b>	<b>100,0</b>

Valores absolutos y porcentajes.

Nota: (\*) Siguiendo Garrido, R. (2002: 52).

Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

La encuesta incorpora una pregunta referida especialmente a conocer si las empresas encuestadas tienen más de un establecimiento en España y dónde se ubican las funciones de control y producción dentro del territorio nacional. Al respecto, cabe enfatizar que el 85,6% de ellas sólo tiene un establecimiento en España, mientras que el restante 14,4% poseen más de uno, concentrándose las actividades de control y dirección de estas últimas en las provincias de Barcelona (38,9%) y Madrid (25,0%).

TABLA 7. DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS QUE POSEEN MÁS DE UN ESTABLECIMIENTO EN ESPAÑA

Características	Total	%
Sí	36	14,4
No	214	85,6
<b>Total</b>	<b>250</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

TABLA 8. DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS CON MÁS DE UN ESTABLECIMIENTO EN ESPAÑA, LOCALIZACIÓN DE LAS FUNCIONES DE DIRECCIÓN Y CONTROL (LOCALIZACIÓN DE LA CENTRAL).

Provincia	%
Barcelona	38,9
Madrid	25,0
Castellón	5,6
Lleida	5,6
Valencia	5,6
Alicante	2,8
Córdoba	2,8
Jaén	2,8
León	2,8
Sevilla	2,8
Tarragona	2,8
Valladolid	2,8
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

Asimismo, se destaca que este 14,4% de empresas que poseen más de un establecimiento en España, mantienen 70 plantas distribuidas de acuerdo a como se muestra en la *Tabla 9*. Se destaca la situación de la provincia de Almería, concentrando el 25,7% de esos establecimientos, mientras que en Barcelona se asienta el 18,6% de los mismos. A estas dos provincias le siguen las de Alicante y Albacete con el 11,4% y el 10,0% respectivamente.

Los datos suministrados en el párrafo anterior confirman el predominio de los grandes núcleos urbanos, Madrid y Barcelona, como localizaciones que reúnen las condiciones atractivas para el asentamiento de las actividades de dirección y control de las empresas encuestadas. En concordancia con la evidencia internacional y lo contenido en el capí-

tulo 2, las empresas prefieren las grandes ciudades para localizar los establecimientos sede, es decir, donde se llevan a cabo las funciones directivas, de diseño e investigación.

En efecto, de acuerdo a lo que ya se ha dicho en el mencionado capítulo, esto se debe a que para acometer estas funciones lo más importante es que el entorno ofrezca ciertas condiciones relacionadas con la buena reputación, las buenas comunicaciones, la posibilidad de establecer contactos personales y de aprovechar las innovaciones. Estas características son bastante menos relevantes para los establecimientos productivos, más aún cuando el nivel de madurez de la actividad productiva es elevada o el producto altamente estandarizado. Esto último se evidencia empíricamente al constatar que las funciones de producción se localizan en territorios diversos cuyas ventajas pueden estar más relacionadas con las condiciones de coste de los factores de producción (precio del suelo, por ejemplo) y accesibilidad.

TABLA 9. DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS SEGÚN LA LOCALIZACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS.

Provincia	Número	%
Almería	18	25,7
Barcelona	13	18,6
Alicante	8	11,4
Albacete	7	10,0
Madrid	3	4,3
Álava	2	2,9
Sevilla	2	2,9
Valencia	2	2,9
Ávila	1	1,4
Badajoz	1	1,4
Baleares	1	1,4
Castellón	1	1,4
Coruña	1	1,4
Guadalajara	1	1,4
León	1	1,4
Lleida	1	1,4
Málaga	1	1,4
Murcia	1	1,4
Salamanca	1	1,4
Tenerife	1	1,4
Tarragona	1	1,4
Toledo	1	1,4
Valladolid	1	1,4
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100,0</b>

Valores absolutos y porcentajes.

Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

Un aspecto de interés para nuestro estudio es el grado de vinculación o relación que las empresas mantienen con su entorno. Para analizar este aspecto es útil recurrir a la distribución geográfica tanto de las ventas (o los clientes) como de las compras (o los proveedores) de las empresas objeto de estudio. Para ello se incluyen en la encuesta una serie de preguntas que proporcionan datos sobre la distribución geográfica de las ventas/clientes y de las compras/proveedores pudiendo las respuestas ubicarse en las siguientes categorías: el regional, el nacional y el internacional.

Las respuestas obtenidas en esta consulta se recogen en la *Tabla 10*, donde los datos se han ordenado considerando, tanto para las ventas como para las compras, primero, el porcentaje de empresas que contestaron vender/comprar en cada uno de los tres ámbitos posibles, en segundo término, se muestra el valor medio del porcentaje en el que las empresas venden y compran en cada categoría y, en tercer lugar, se incluye el porcentaje de empresas que venden/compran el cien por ciento en un único ámbito geográfico.

Los datos obtenidos de la encuesta parecen confirmar que el conjunto muestral se caracteriza por un importante grado de vinculación con el entorno nacional y regional, frente a la menor proporción de empresas ligadas fuertemente al exterior. Efectivamente, conforme a los resultados obtenidos, se destaca que la mayoría de las empresas, el 74,8%, proveen al mercado interno a escala nacional, en un promedio del 56,3% y sólo el 13,9% de las empresas encuestadas tienen sus clientes y venden únicamente en el nivel nacional. Un porcentaje menor de empresas, aunque también amplio (65,2%) tiene a sus clientes finales en la misma comunidad autónoma en la que se localizan, estas firmas venden en media el 66,1% de su producción en este ámbito espacial. Aunque es importante aclarar que el 23,9% de ellas tienen el cien por ciento de sus clientes en la propia comunidad autónoma en la que asientan.

Por otra parte, el 49,2% de las empresas manifestaron tener clientes finales en el extranjero, es decir, que son empresas exportadoras, cuyo promedio de ventas al exterior es del 30,5%, siendo únicamente un 1,6% la proporción de ellas que exportan el cien por ciento de su producción. Esto muestra que es bajo el porcentaje de empresas que dependen única y fundamentalmente de las ventas en el extranjero, situación que es coherente con el carácter eminentemente local de las empresas encuestadas.

Respecto a las compras, cabe destacar que el conjunto muestral se caracteriza por abastecerse principalmente en el mercado interno, ya que el 64% tiene a sus proveedores en el nivel regional, con una media del 66,4% de total de sus compras y el 74% lo hace en el ámbito nacional, con un porcentaje medio del 57,7%. Asimismo, se subraya que de las primeras, el 19,4% tiene el cien por ciento de sus proveedores en el ámbito

de la misma comunidad autónoma en la que se localizan, a la vez que el 20% de las que compran a escala nacional lo hacen totalmente en ese nivel.

Pese a la afirmación efectuada en el párrafo anterior, cabe aclarar que de las empresas encuestadas casi la mitad (48,4%) declaran tener proveedores en el extranjero, aunque en un porcentaje medio del 32,9% del total de sus compras, siendo sólo un 5,8% las que se abastecen únicamente por compras al exterior, es decir que importan el cien por ciento. Lo expuesto también está en consonancia con el origen mayoritariamente local del capital que constituye a las empresas encuestadas.

TABLA 10. DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS SEGÚN EL DESTINO DE LAS VENTAS Y EL ORIGEN DE LAS COMPRAS.

	Ventas			Compras		
	%(*)	Media(**) Al 100%		%	Media(**) Al 100%	
En el nivel la Comunidad Autónoma	65,2	66,1	23,9	64,0	66,4	19,4
En el nivel Nacional	74,8	56,3	13,9	74,0	57,7	20,0
Exportaciones/Importaciones	49,2	30,5	1,6	48,4	32,9	5,8

Nota: (\*) Porcentaje de empresas que tienen clientes y sus proveedores en cada localización.

(\*\*) Muestra el valor medio del porcentaje de la distribución geográfica de las ventas y las compras.

Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

### 3.2. Los factores de localización de las empresas encuestadas: complejidad y características

Un punto de gran interés de esta investigación es conocer, por medio del estudio empírico, la percepción y valoración que las empresas encuestadas tienen acerca de los factores y condiciones de su localización actual y las condiciones que posibilitarían un potencial traslado.

Por este motivo, la encuesta incorporó una serie de preguntas específicas destinadas a conocer estas cuestiones. Primeramente se preguntó a las empresas si el lugar donde están localizadas tiene alguna ventaja en relación a un conjunto de catorce factores, que fueron valorados utilizando una escala tipo Licker que incluyó las siguientes respuestas: muy importante, bastante importante, poco importante, nada importante. Las respuestas a esta pregunta se muestran en la *Tabla 11*.

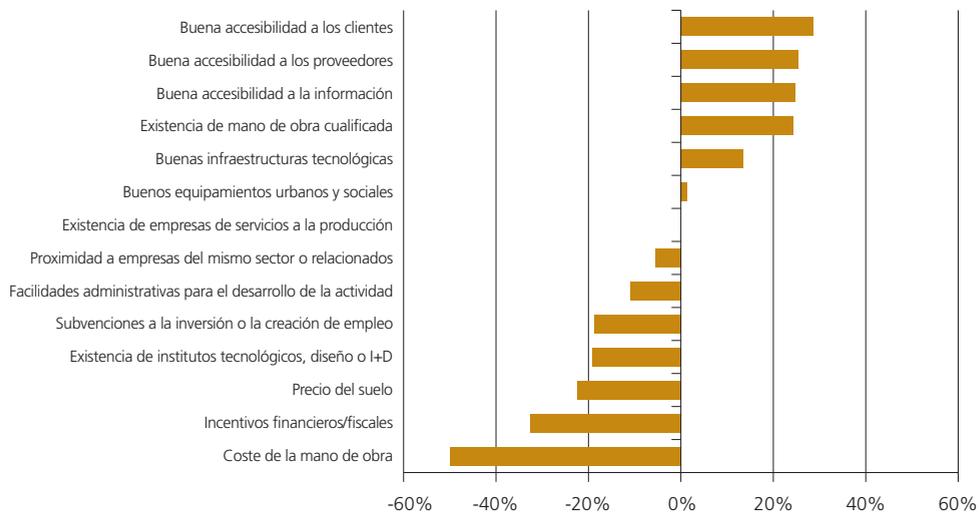
A fin de obtener un valor que mostrara claramente la importancia que las empresas asignan a cada uno de los factores de su actual localización, se agruparon los resultados de la *Tabla 11* en un par de categorías comparables. Las respuestas positivas se consolidaron bajo la categoría 'muy-bastante importante' y las negativas bajo la de 'poco-nada

importante'. El saldo entre ambas categorías se muestra en el *Gráfico 4*. Cuando dicho saldo adopta signo positivo expresa que un mayor número de empresas consideraron un factor como muy-bastante importante, contrariamente cuando el valor es negativo significa que son más las empresas que estiman como poco-nada importante un determinado factor.

Como se observa en dicho gráfico y en la *Tabla 11*, los **factores más valorados** como ventajas de la localización actual por las empresas encuestadas son, en orden decreciente:

- 'Buena accesibilidad a los clientes',
- 'Buena accesibilidad a los proveedores',
- 'Buena accesibilidad a la información',
- 'Existencia de mano de obra cualificada',
- 'Buenas infraestructuras tecnológicas' y
- 'Buenos equipamientos urbanos y sociales'.

GRÁFICO 4. OPINIÓN DE LAS EMPRESAS EN RELACIÓN CON LAS VENTAJAS QUE OFRECE LA UBICACIÓN ACTUAL EN LOS FACTORES DE LOCALIZACIÓN CONSIDERADOS.



Nota: (\*) Diferencia entre el porcentaje de respuestas 'muy' y 'bastante' importante y el porcentaje de respuestas 'poco' y 'nada' importante.

Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

TABLA 11. OPINIÓN DE LAS EMPRESAS EN RELACIÓN CON LAS VENTAJAS QUE OFRECE LA UBICACIÓN ACTUAL EN LOS FACTORES DE LOCALIZACIÓN CONSIDERADOS.

	Muy importante	Bastante importante	Poco importante	Nada importante	Ns/Nc	Total
Coste de la mano de obra	9,20	14,0	14,8	58,00	4,0	100,0
Precio del suelo	17,2	15,6	11,6	43,2	12,4	100,0
Buenos equipamientos urbanos y sociales	23,6	26,0	14,0	34,0	2,4	100,0
Buena accesibilidad a los clientes	31,2	32,4	8,4	26,4	1,6	100,0
Buena accesibilidad a los proveedores	31,2	30,8	10,4	26,0	1,6	100,0
Buena accesibilidad a la información	31,2	30,4	10,8	25,6	2,0	100,0
Buenas infraestructuras tecnológicas	30,0	26,0	17,2	25,2	1,6	100,0
Proximidad a empresas del mismo sector o relacionados	20,0	26,4	18,4	32,8	2,4	100,0
Existencia de mano de obra cualificada	34,0	28,0	12,8	24,4	,8	100,0
Existencia de institutos tecnológicos, diseño o I+D	16,8	21,6	19,2	38,0	4,4	100,0
Existencia de empresas de servicios a la producción	22,0	26,8	16,8	32,0	2,4	100,0
Incentivos financieros/fiscales	16,8	14,8	18,8	45,2	4,4	100,0
Subvenciones a la inversión o la creación de empleo	19,2	20,0	17,6	40,0	3,2	100,0
Facilidades administrativas para el desarrollo de la actividad	20,4	22,4	15,6	38,0	3,6	100,0

Porcentaje de empresas.

Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

El factor ‘existencia de empresas de servicios a la producción’ presenta una valoración neutra, es decir se iguala el número de empresas que lo consideró muy-bastante importante con el que lo evaluó poco-nada importante.

Por otra parte, los **factores peor valorados** por las empresas encuestadas son, en orden decreciente:

- ‘Coste de la mano de obra’,
- ‘Incentivos financieros/fiscales’,
- ‘Precio del suelo’,
- ‘Existencia de institutos tecnológicos, diseño o I+D’,
- ‘Subvenciones a la inversión o la creación de empleo’,
- ‘Facilidades administrativas para el desarrollo de la actividad’,
- ‘Proximidad a empresas del mismo sector o relacionados’.

Estos datos indican, en primer lugar, el marcado descontento de las empresas encuestadas frente a las variables relacionadas con el coste de los factores de producción, principalmente mano de obra y suelo, ya que son los peor considerados junto con los incentivos financieros/fiscales, aspecto que también está ligado a los costes de producción y a las políticas públicas de fomento a la actividad empresarial.

Esta conclusión se refuerza si se tiene en cuenta que, tal como se dijo en el capítulo 2, las empresas que privilegian este tipo de factores son empresas más intensivas en trabajo que en el uso de la tecnología y están especializadas en productos de menor valor añadido. Dado que la mayoría de las empresas encuestadas pertenecen al grupo de 'baja' intensidad en el uso de la tecnología (ver Tabla 5) y dado el poco porcentaje de empresas en la categoría 'basadas en la ciencia' de la Tabla 6, es lógica la valoración expuesta anteriormente.

En segundo lugar los datos muestran que, en general, las principales ventajas de la localización actual de las empresas están vinculadas a las condiciones territoriales de buena accesibilidad e infraestructuras, como así también del entorno empresarial. Igualmente, los resultados sobre el total de la muestra ponen de manifiesto que la presencia de mano de obra cualificada se considera mayoritariamente como una ventaja.

Estas conclusiones de tipo general sobre las respuestas del total de la muestra pueden ser particularizadas para cada uno de los sectores de actividad agregados de acuerdo a la intensidad en el uso de la tecnología. Esto posibilitará la observación de los factores de localización de cada grupo de acuerdo a sus especificidades tecnológicas (ver Tabla 12).

Así, se evidencia que las empresas incluidas en el grupo de '**alta**' intensidad tecnológica valoran positivamente la existencia de mano de obra cualificada, siendo éste el primer factor en orden de importancia y el único de signo positivo. Resulta un dato favorable que la consideración de la mano de obra, por parte de este grupo, tenga valor positivo, ya que la necesidad de contar con capital humano altamente especializado es de vital importancia para las actividades que tienen alta intensidad en el uso de la tecnología. El resto de ellos han sido mayoritariamente considerados como poco-nada importante por las empresas de alta intensidad en el uso de la tecnología. De todos modos, factores como la buena accesibilidad a la información, a los clientes y proveedores y los buenos equipamientos urbanos y sociales resultan ser los siguientes cuatro factores mejor evaluados por las empresas de este grupo, aunque no positivamente como ya se ha visto.

Por otra parte se subraya que la proximidad a empresas del mismo sector o relacionadas y el coste de la mano de obra fueron los factores menos valorados como ventajas por las empresas de alta intensidad en el uso de la tecnología. Relacionado con el coste de la mano de obra, se destaca que en el grupo de alta intensidad tecnológica es don-

de este factor tiene un menor peso, dado que son un 75% más las empresas del grupo que no percibe este factor como una ventaja. Igualmente, son las empresas de alta tecnología las que en menor medida consideran el precio del suelo como una ventaja, ya que el 58,3% de las empresas de este grupo evalúa este factor negativamente.

TABLA 12. OPINIÓN DE LAS EMPRESAS EN RELACIÓN CON LAS VENTAJAS QUE OFRECE LA UBICACIÓN ACTUAL EN LOS FACTORES DE LOCALIZACIÓN CONSIDERADOS, SEGÚN INTENSIDAD TECNOLÓGICA.

Ventajas de la localización actual	Intensidad tecnológica				Total
	Alta	Media alta	Media baja	Baja	
Buena accesibilidad a los clientes	-4,2%	18,4%	26,4%	43,6%	28,8%
Buena accesibilidad a los proveedores	-20,9%	2,0%	23,7%	49,6%	25,6%
Buena accesibilidad a la información	0,0%	-0,1%	18,4%	48,6%	25,2%
Existencia de mano de obra cualificada	4,2%	22,5%	19,7%	34,7%	24,8%
Buenas infraestructuras tecnológicas	-62,6%	1,9%	22,3%	30,8%	13,6%
Buenos equipamientos urbanos y sociales	-29,1%	-10,2%	-2,6%	17,9%	1,6%
Existencia de empresas de servicios a la producción o relacionados	-45,8%	-8,2%	2,6%	12,9%	0,0%
Proximidad a empresas del mismo sector o relacionados	-75,0%	-18,4%	-10,5%	22,7%	-4,8%
Facilidades administrativas para el desarrollo de la actividad	-58,2%	16,4%	-18,4%	-6,9%	-10,8%
Subvenciones a la inversión o la creación de empleo	-66,7%	-6,1%	-21,0%	-10,9%	-18,4%
Existencia de institutos tecnológicos, diseño o I+D	-41,7%	-14,3%	-15,8%	-17,9%	-18,8%
Precio del suelo	-58,3%	-30,7%	-31,5%	-1,9%	-22,0%
Incentivos financieros/fiscales	-58,3%	-18,4%	-31,5%	-33,7%	-32,4%
Coste de la mano de obra	-75,1%	-67,3%	-59,2%	-27,8%	-49,6%

Saldos netos (%).

Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

El conjunto de factores valorados por las empresas que conforman el grupo de **media-alta** intensidad en el uso de la tecnología también está liderado por la 'existencia de mano de obra cualificada', pero con una posición mucho más relevante que en el grupo anterior. Además, se destaca la 'buena accesibilidad a los clientes' como el segundo factor valorado positivamente por estas empresas. Un dato que llama la atención es la buena y positiva valoración que obtiene el factor 'facilidades administrativas para el desarrollo de la actividad' en este grupo, frente a la apreciación negativa que tiene el conjunto muestral. Además, la 'buena accesibilidad a los proveedores' y las 'buenas infraestructuras tecnológicas' se ubican también como factores considerados positivamente por las mayoría de los encuestados en cuya actividad se requiere de media-alta intensidad en el uso de la tecnología. La 'buena accesibilidad a la información' es un

factor de mediana importancia para las empresas, ya que es igual el número de empresas que contestaron muy-bastante importante de las que dijeron que este factor era poco-nada importante. Por otra parte es de destacar que el factor de localización peor valorado en este caso es el coste de la mano de obra, seguido por el precio del suelo y los incentivos financieros y fiscales en concordancia general con la percepción negativa que de estos factores tiene el conjunto de la muestra.

Frente a las pocas consideraciones positivas que los dos grupos ya explicados hacen de los factores de localización, las empresas de **media-baja intensidad** en el uso de la tecnología entienden como ventajas a un número mayor de factores, concretamente seis. En primer lugar, la mayor parte de las empresas de este subconjunto consideran como la principal ventaja de su localización actual a la buena accesibilidad a clientes, seguida de la buena accesibilidad a los proveedores; en coincidencia con la opinión del total de la muestra. Las buenas infraestructuras tecnológicas, la existencia de mano de obra cualificada, la buena accesibilidad a la información y la existencia de empresas de servicios a la producción, son los otros cuatro factores que las empresas de media-baja intensidad tecnológica entienden como ventajas de su emplazamiento actual. Sin duda, el coste de la mano de obra es el factor que en menor medida se considera como una ventaja por parte de las firmas cuya actividad requiere de media-baja intensidad en el uso de la tecnología. Esta apreciación es coincidente con la opinión de las empresas de media-alta tecnología y con los resultados para el total de la muestra. En el grupo que estamos analizando, los incentivos fiscales y financieros, junto al precio del suelo constituyen los siguientes factores que menos ventajas representan para las empresas aquí incluidas.

En el último subconjunto analizado, que reúne a las empresas cuya actividad requiere **baja intensidad tecnológica**, son ocho los factores que han sido identificados como ventajas de la localización actual. En primer lugar figura la buena accesibilidad a los proveedores y a la información unida a la buena accesibilidad a los clientes y la existencia de mano de obra cualificada como los factores evaluados por la mayoría de las empresas como las principales ventajas de su localización actual. Frente a esto, destacan los incentivos fiscales y financieros junto al coste de la mano de obra como los factores que menos ventaja representan para la mayor parte de empresas en este grupo. Aunque en diferente orden, estos dos factores son también los menos valorados como ventajas por las empresas que forman el grupo de media-baja tecnología y por el total de las empresas de la muestra.

Sin duda, las actividades que forman este último grupo son menos exigentes en sus requerimientos de cualificación de la mano de obra y de las condiciones tecnológicas que puede ofrecer el entorno, por lo cual es lógico que la situación actual presente amplias ventajas para las firmas en estas actividades.

En resumen, puede concluirse que a medida que disminuye la intensidad en el uso de la tecnología de los sectores considerados, el número de factores vistos como ventajas aumenta. Así, las empresas agrupadas en la categoría 'baja' consideran positivamente ocho de los catorce factores, frente a uno de las empresas de alta intensidad en el uso de la tecnología, cinco en las de media-alta y seis en las de media-baja. Este aspecto será posteriormente analizado en mayor profundidad a partir de la elaboración de un índice de complejidad. Éste permitirá distinguir si en las decisiones de localización de los diferentes sectores intervienen un mayor o menor número de factores de localización.

TABLA 13. PRINCIPALES FACTORES DE LOCALIZACIÓN VALORADOS COMO VENTAJAS DE LA LOCALIZACIÓN ACTUAL PARA LAS EMPRESAS EN CADA CATEGORÍA DE INTENSIDAD TECNOLÓGICA.

Alta		Media-Alta		Media-Baja		Baja	
Factor	%	Factor	%	Factor	%	Factor	%
Existencia de mano de obra cualificada	4,2	Existencia de mano de obra cualificada	22,4	Buena accesibilidad a los clientes	26,3	Buena accesibilidad a los proveedores	49,5
		Buena accesibilidad a los clientes	18,4	Buena accesibilidad a los proveedores	23,7	Buena accesibilidad a la información	48,5
		Facilidades administrativas para el desarrollo de la actividad	16,3	Buenas infraestructuras tecnológicas	22,4	Buena accesibilidad a los clientes	43,6
		Buena accesibilidad a los proveedores	2,0	Existencia de mano de obra cualificada	19,7	Existencia de mano de obra cualificada	34,7
		Buenas infraestructuras tecnológicas		Buena accesibilidad a la información	18,4	Buenas infraestructuras tecnológicas	30,7

Nota: Los porcentajes representan el saldo neto entre las empresas que consideraron cada factor como muy-bastante importante y poco-nada importante.

Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

Las diferencias de percepción entre los sectores analizados es evidente, no obstante podemos resumir en que existen algunos denominadores comunes que inducen a describir las condiciones de localización que encuentran atractivas actualmente en el territorio:

- Existencia de mano de obra cualificada.
- Buena accesibilidad a los clientes.

TABLA 14. PRINCIPALES FACTORES DE LOCALIZACIÓN MENOS VALORADOS COMO VENTAJAS DE LA LOCALIZACIÓN ACTUAL PARA LAS EMPRESAS EN CADA CATEGORÍA DE INTENSIDAD TECNOLÓGICA.

Alta		Media-Alta		Media-Baja		Baja	
Factor	%	Factor	%	Factor	%	Factor	%
Proximidad a empresas del mismo sector o relacionados Coste de la mano de obra	-75,0	Coste de la mano de obra	-67,3	Coste de la mano de obra	-59,2	Incentivos financieros/fiscales	-33,7
		Precio del suelo	-30,6	Incentivos financieros/fiscales	-31,6	Coste de la mano de obra	-27,7
Subvenciones a la inversión o la creación de empleo	-66,7	Incentivos financieros/fiscales	-18,4	Precio del suelo	-31,6	Existencia de institutos tecnológicos, diseño o I+D	-17,8
Buenas infraestructuras tecnológicas	-62,5	Proximidad a empresas del mismo sector o relacionados	-18,4	Subvenciones a la inversión o la creación de empleo	-21,1	Subvenciones a la inversión o la creación de empleo	-10,9
Facilidades administrativas para el desarrollo de la actividad Incentivos financieros/fiscales Precio del suelo	-58,3	Existencia de institutos tecnológicos, diseño o I+D	-14,3	Facilidades administrativas para el desarrollo de la actividad	-18,4	Facilidades administrativas para el desarrollo de la actividad	-6,9
		Buenos equipamientos urbanos y sociales	-10,2	Existencia de institutos tecnológicos, diseño o I+D	-15,8	Precio del suelo	-2,0

Nota: Los porcentajes representan el saldo neto entre las empresas que consideraron cada factor como muy-bastante importante y poco-nada importante.

Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

- Buena accesibilidad a los proveedores.
- Buenas infraestructuras tecnológicas.
- Buena accesibilidad a la información.

Del mismo modo, es factible encontrar denominadores comunes entre los factores sometidos a la valoración de las empresas encuestadas que permitan identificar algunos puntos débiles desde el punto de vista de las condiciones territoriales de localización:

- Coste de la mano de obra.
- Incentivos financieros/fiscales.
- Precio del suelo.

TABLA 15. OPINIÓN DE LAS EMPRESAS EN RELACIÓN A LAS VENTAJAS QUE OFRECE LA UBICACIÓN ACTUAL. ANÁLISIS SECTORIAL.

Factores de localización	Grupo que menos lo valora como ventaja		Grupo que más lo ve como ventaja	
		%		%
Coste de la mano de obra	Alta	-75,0	Baja	-27,7
Precio del suelo	Alta	-58,3	Baja	-2,0
Buenos equipamientos urbanos y sociales	Alta	-29,2	Baja	17,8
Buena accesibilidad a los clientes	Alta	-4,2	Baja	43,6
Buena accesibilidad a los proveedores	Alta	-20,8	Baja	49,5
Buena accesibilidad a la información	Alta y Media-Alta	0,0	Baja	48,5
Buenas infraestructuras tecnológicas	Alta	-62,5	Baja	30,7
Prox. a empresas del mismo sector o relacionados	Alta	-75,0	Baja	22,8
Existencia de mano de obra cualificada	Alta	4,2	Baja	34,7
Existencia de institutos tecnológicos, diseño o I+D	Alta	-41,7	Media-Alta	-14,3
Existencia de empresas de servicios a la producción	Alta	-45,8	Baja	12,9
Incentivos financieros/fiscales	Alta	-58,3	Media-Alta	-18,4
Subvenciones a la inversión o la creación de empleo	Alta	-66,7	Media-Alta	-6,1
Facilidades administrativas para el desarrollo de la actividad	Alta	-58,3	Media-Alta	16,3

Nota: Los porcentajes representan el saldo neto entre las empresas que consideraron cada factor como muy-bastante importante y poco-nada importante.

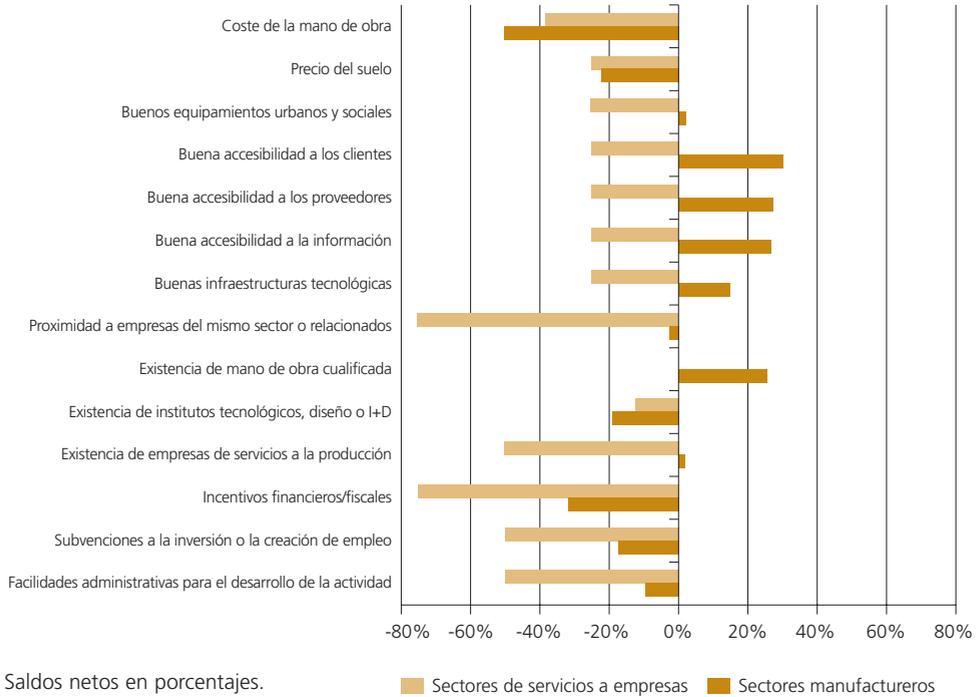
Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

- Subvenciones a la inversión o la creación de empleo.
- Proximidad a empresas del mismo sector o relacionados.
- Facilidades administrativas para el desarrollo de la actividad.
- Existencia de institutos tecnológicos, diseño o I+D.

Como se puede observar de lo dicho hasta aquí, cada factor constituye una ventaja (o desventaja) que las empresas encuestadas relacionan con la localización actual de sus establecimientos. Ante esto, nos preguntamos si se encontrarían diferencias en la valoración de las ventajas de la localización actual al analizar los catorce sectores manufactureros y comparar los resultados con el sector de servicios a empresas, que como ya se ha dicho, incluye a los grupos 72,73 y 74 del CNAE93. En todo caso hay que tomar estos resultados con cierta cautela debido al reducido número de empresas de servicios existente en la muestra (8).

Las empresas del grupo de **servicios** consideraron mayoritariamente poco-nada importante a todos los factores, con excepción de la existencia de mano de obra cualificada, que fue evaluado por la mitad de las firmas como muy-bastante importante, frente al otro cincuenta por ciento que lo consideró poco-nada importante (ver *Gráfico 5*).

GRÁFICO 5. COMPARACIÓN DE LA OPINIÓN DE LAS EMPRESAS DE SECTORES DE SERVICIOS A EMPRESAS Y MANUFACTUREROS, EN RELACIÓN CON LAS VENTAJAS QUE OFRECE LA UBICACIÓN ACTUAL EN LOS FACTORES DE LOCALIZACIÓN CONSIDERADOS.



Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

Para las firmas que prestan servicios a empresas, la existencia de institutos tecnológicos, diseño o I+D fue el siguiente factor mejor considerado, aunque con un valor negativo, es decir que una mayor cantidad de empresas piensan que este factor tiene poca o nula importancia en su actual localización.

Los resultados ampliamente negativos de las empresas de servicios contrastan con la valoración del sector manufacturero donde un número de siete factores son percibidos como ventajas de su localización actual. De conformidad con los resultados sobre el total de la muestra, entre los factores más valorados como ventaja por las empresas manufactureras, se destacan la buena accesibilidad a los clientes, proveedores e información, la existencia de mano de obra cualificada y las buenas infraestructuras tecnológicas. Aunque con porcentajes menos amplios los saldos para los factores relacionados con los buenos equipamientos urbanos y sociales y la existencia de empresas de servicios a la producción son positivos. Respecto a este último factor, se advierte que adoptó valor nulo en el total de la

muestra, mientras que para las empresas manufactureras adopta signo positivo. En definitiva esto pone de manifiesto el peso negativo de la percepción que la mayoría de las empresas de servicios tiene en los siete primeros factores del saldo total de la muestra.

Por su parte, los 'incentivos financieros/fiscales' y la 'proximidad a empresas del mismo sector o relacionados' fueron los factores en los que en mayor medida las firmas del sector de servicios a empresas contestaron poco-nada importante. A estos le siguieron las 'facilidades administrativas para el desarrollo de la actividad' y las 'subvenciones a la inversión o la creación de empleo', junto con la 'existencia de empresas de servicios a la producción'.

En el caso de las empresas manufactureras los cuatro factores en los que perciben menos ventajas son el 'coste de la mano de obra' y los 'incentivos financieros/fiscales', seguidos por el 'precio del suelo', la 'existencia de institutos tecnológicos, diseño o I+D' y las 'subvenciones a la inversión o la creación de empleo'.

Evidentemente, el sector manufacturero y el sector de servicios tienen especificidades diferentes respecto a los factores que resultan atractivos en su localización actual, pero también el análisis realizado permite advertir que existen factores que afectan igualmente a sectores tan diversos. Particularmente, los factores comunes considerados como poco o nada importante son algunos relacionados con el papel dinamizador que pueden tener las administraciones públicas, entre estos se destacan:

- Incentivos financieros/fiscales;
- Subvenciones a la inversión o la creación de empleo;
- Facilidades administrativas para el desarrollo de la actividad.

Este estudio pone en evidencia que existen disconformidades concretas relacionadas con las acciones públicas tanto de las empresas de servicios como en las manufactureras. Ante la mayoritaria percepción de que estas acciones no constituyen ventajas ni factores atractivos para la localización de empresas, cabría llamar la atención respecto a las políticas que las administraciones públicas, cada cual según sus competencias, pueden acometer para mejorar esta tendencia.

## La complejidad de la decisión de localización

Como se ha explicado en los capítulos precedentes, al habitual contexto de incertidumbre e información incompleta en el que operan las empresas a la hora de decidir el emplazamiento de sus actividades, un conjunto amplio de factores inciden en la decisión de localización. La participación de un mayor número de ellos implicaría una mayor complejidad de la decisión de localización y consecuentemente, también de movilidad. Para intentar calibrar el peso de los factores en cada uno de los sectores de actividad incluidos en la encuesta se recurre a la elaboración de un índice de complejidad. Dicho índice relaciona el número de factores valorados como muy-bastante importantes por los encuestados con el número de empresas de cada sector.

Puesto que son catorce los factores de localización que se tuvieron en cuenta el valor máximo que puede adoptar el índice es igual a catorce. Cuanto mayor sea el valor que adopta el índice, mayor número de factores habrán estado presentes en las decisiones de localización de la empresa. Además, a medida que el valor de este índice es menor resulta ser mayor la capacidad de los factores intervinientes para influir la decisión respecto al emplazamiento de la firma. Se trata, por tanto, de centrarse en la cantidad de factores a considerar con independencia de la naturaleza del factor.

Desde el punto de vista de las políticas públicas de promoción económica resulta de vital importancia conocer si las diferentes actividades están condicionadas por un limitado número de factores fundamentales o por una gama de ellos mucho más amplia. La *Tabla 16* muestra los principales resultados obtenidos para el total de empresas encuestadas y para los sectores de actividad considerados.

TABLA 16. ÍNDICE DE COMPLEJIDAD PARA CADA UNO DE LOS SECTORES DE ACTIVIDAD CONSIDERADOS.

	Cantidad de Empresas	Valoración favorable <sup>(*)</sup>	Índice de complejidad
Alimentación, bebidas y tabaco	31	246	7,9
Textil, confección, cuero y calzado	29	216	7,4
Industrias de la Madera y el Corcho	10	87	8,7
Papel, edición. Artes gráficas y reprografía	18	118	6,6
Industrias extractivas, petróleo y energía	7	44	6,3
Industrias químicas	12	68	5,7
Caucho y materiales plásticos	13	69	5,3
Otros productos minerales no metálicos	19	118	6,2
Máquinas de oficina e instrumentos	5	18	3,6
Maquinaria y equipo mecánico	17	100	5,9
Equipos eléctricos y electrónicos	11	32	2,9
Fabricación de materiales de transporte	20	121	6,1
Industrias manufactureras diversas	13	68	5,2
Metalurgia y fabricación de productos metálicos	37	236	6,4
Sectores de servicios a empresas (CNAE 72, 73 y 74)	8	34	4,3
<b>Total</b>	<b>250</b>	<b>1.575</b>	<b>6,3</b>

Nota: (\*) Cantidad de veces que las empresas encuestadas valoraron un factor de localización (en relación a la ubicación actual) como muy-bastante importante.

Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

Si se tiene en cuenta que la media del índice de complejidad para los sectores considerados es de 6.3 se destaca que cinco de los quince sectores están por encima de este valor, uno coincide con el mismo y los restantes están por debajo.

Particularmente sobresalen por su elevado índice de complejidad las 'industrias de la madera y del corcho' (8,7), las actividades de 'alimentación, bebidas y tabaco' (7,9) y el 'textil, confección, cuero y calzado' (7,9), siendo actividades de baja intensidad en el uso de la tecnología. Las empresas encuestadas que pertenecen a estas actividades con altos índices de complejidad son, consecuentemente, las que consideran una mayor variedad de factores frente a las decisiones de localización y movilidad y por lo tanto no dependen de unos pocos factores fuertemente determinantes.

En términos generales, de acuerdo a lo que se muestra en la *Tabla 17*, el grupo de baja y media-baja intensidad tecnológica son lo que presentan un mayor índice de complejidad, es decir son actividades en las que intervienen un mayor número de factores a la hora de decidir la localización. Teniendo en cuenta lo dicho en párrafos anteriores sobre las ventajas de la localización actual, cabría suponer que entre los factores considerados estén: la buena accesibilidad a clientes, proveedores e información; la existencia de mano de obra cualificada y las buenas infraestructuras tecnológicas, entre otros.

TABLA 17. ÍNDICE DE COMPLEJIDAD DE LOS SECTORES DE ACTIVIDAD AGREGADOS SEGÚN INTENSIDAD TECNOLÓGICA

Intensidad tecnológica		Cantidad de Empresas	Valoración favorable <sup>(*)</sup>	Índice de complejidad
Alta	Máquinas de oficina e instrumentos	5	18	3,6
	Equipos eléctricos y electrónicos	11	32	2,9
	Sectores de servicios a empresas (CNAE 72, 73 y 74) <sup>(*)</sup>	8	34	4,3
<b>Subtotal</b>		<b>24</b>	<b>84</b>	<b>3,5</b>
Media-Alta	Industrias químicas	12	68	5,7
	Maquinaria y equipo mecánico	17	100	5,9
	Fabricación de materiales de transporte	20	121	6,1
<b>Subtotal</b>		<b>49</b>	<b>289</b>	<b>5,9</b>
Media-Baja	Otros productos minerales no metálicos	19	118	6,2
	Industrias extractivas, petróleo y energía	7	44	6,3
	Metalurgia y fabricación de productos metálicos	37	236	6,4
	Caucho y materiales plásticos	13	69	5,3
<b>Subtotal</b>		<b>76</b>	<b>467</b>	<b>6,1</b>
Baja	Papel, edición. Artes gráficas y reprografía	18	118	6,6
	Alimentación, bebidas y tabaco	31	246	7,9
	Industrias de la Madera y el Corcho	10	87	8,7
	Textil, confección, cuero y calzado	29	216	7,4
	Industrias manufactureras diversas	13	68	5,2
<b>Subtotal</b>		<b>101</b>	<b>735</b>	<b>7,3</b>
<b>Total</b>		<b>250</b>	<b>1.575</b>	<b>6,3</b>

Nota: (\*) Cantidad de veces que las empresas encuestadas valoraron un factor de localización (en relación a la ubicación actual) como muy-bastante importante.

Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

Entre las actividades con bajo índice de complejidad se destacan el sector de 'equipos eléctricos y electrónicos' (2,9), 'maquinarias de oficina e instrumentos' (3,6) y los sectores de servicios a empresas (4,3). Estos tres tipos de actividades tienen en común que pertenecen al grupo de alta intensidad en el uso de la tecnología, de acuerdo a la clasificación que se ha elaborado en este trabajo. En general, este grupo tiene un bajo índice de complejidad (3,5), por lo que podemos deducir que, en general, estas actividades se asientan en el territorio siguiendo una serie acotada de factores pero que son claves o determinantes para decidir la localización espacial de sus actividades. Teniendo en cuenta las ventajas de la localización actual expuesta anteriormente en la *Tabla 12*, la existencia de mano de obra cualificada y la buena accesibilidad a la información pueden estar siendo los factores determinantes para la localización de las actividades de alta intensidad en el uso de la tecnología.

### 3.3. ¿Por qué motivos las empresas desearían moverse?

Un aspecto clave de nuestra investigación lo constituyen los motivos que pueden estar detrás de la movilidad empresarial. Para obtener información sobre esto, se incluyó en el cuestionario una pregunta, donde se pidió a las empresas que valoraran como muy, bastante, poco o nada importante los motivos por los que se plantearían un posible traslado. Las respuestas a esta pregunta se muestran en la *Tabla 18*.

Procediendo a la unificación de las respuestas en dos categorías comparables, tal y como en el caso de la pregunta número 7, y estableciendo el saldo entre ambas categorías se obtiene el *Gráfico 6* donde se refleja la valoración de los motivos de movilidad para el total de las empresas encuestadas. En primer lugar se advierte que el motivo de movilidad mayoritariamente considerado como muy o bastante importante es la 'necesidad de ampliación'. El resto de factores que pueden constituir motivos de movilidad empresarial fueron valorados mayoritariamente poco-nada importantes, en el total de la muestra.

TABLA 18. MOTIVOS POR LOS QUE LAS EMPRESAS SE PLANTEARÍAN UN POSIBLE TRASLADO.

Porcentajes	Muy importante	Bastante importante	Poco importante	Nada importante	Ns/Nc	Total
Necesidad de ampliación	32,4	22,0	8,8	32,0	4,8	100,0
Necesidad de estar cerca de mis clientes	12,4	16,4	18,8	48,4	4,0	100,0
Necesidad de estar cerca de los proveedores	9,6	16,8	21,2	48,8	3,6	100,0
Coste de la mano de obra	21,6	18,4	14,0	41,2	4,8	100,0
Precio del suelo	28,4	18,8	7,6	40,0	5,2	100,0
Buenos equipamientos urbanos y sociales	23,2	19,2	12,0	41,2	4,4	100,0
Buena accesibilidad a la información	18,4	24,8	8,8	43,2	4,8	100,0
Buenas infraestructuras tecnológicas	20,8	24,4	9,2	41,2	4,4	100,0
Proximidad a empresas del mismo sector o relacionados	9,2	14,8	18,8	52,8	4,4	100,0
Existencia de mano de obra cualificada	26,0	19,6	8,4	42,0	4,0	100,0
Existencia de institutos tecnológicos, diseño o I+D	13,2	19,2	13,2	49,6	4,8	100,0
Existencia de empresas de servicios a la producción	16,4	20,4	12,4	46,4	4,4	100,0
Facilidades administrativas para el desarrollo de la actividad	22,4	20,8	10,4	42,4	4,0	100,0
Otros	1,2	5,6	0,8	20,8	71,6	100,0

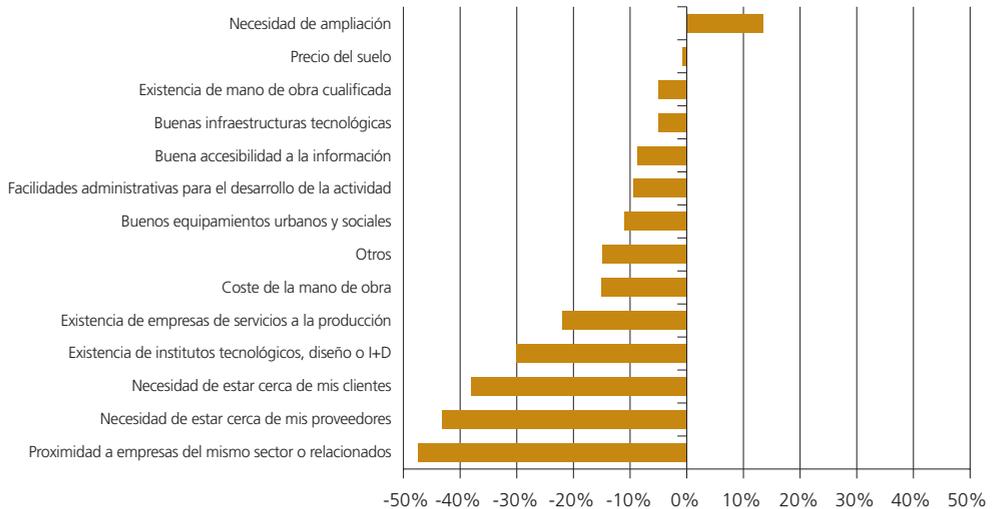
Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

En general, los motivos de movilidad están principalmente relacionados con condicionamientos internos de la empresa. Esta idea se refuerza al constatar que el segundo motivo de traslado lo constituye el precio del suelo, factor que está bastante relacionado con el primero cuando se producen deseconomías por la congestión en la actual localización.

Como se advierte en el *Gráfico 6* el precio del suelo es un motivo de posible movilidad para casi la mitad de las empresas encuestadas, aunque no obtuvo un valor positivo. Esto es así ya que fueron un 0,4% más las empresas que contestaron que este factor era poco importante, frente a las que respondieron que era muy o bastante importante.

Sin embargo, aunque no es absolutamente mayoritaria la opinión de que el alto precio del suelo constituye un motivo por el cual las firmas cambiarían su emplazamiento, sí que está en concordancia con la poca valoración general que las empresas hicieron de este factor como ventaja de su actual localización.

GRÁFICO 6. MOTIVOS POR LOS QUE LAS EMPRESAS SE PLANTEARÍAN UN POSIBLE TRASLADO.



Nota: (\*) Diferencia entre el porcentaje de respuestas 'muy' y 'bastante' importante y el porcentaje de respuestas 'poco' y 'nada' importante.

Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

Asimismo, los resultados parecen indicar que la mayoría de las empresas no se moverían en busca de mano de obra cualificada, ya que fueron un 4,8% más las que consideraron que este factor era poco o nada importante en su posible decisión de movilidad. Lo dicho es coherente con que la existencia de mano de obra cualificada fue vista como una de las principales ventajas de la localización actual de las empresas encuestadas. Con todo, un porcentaje significativo, el 45,6% de la muestra, contestó que la existencia de mano de obra cualificada incidiría de manera importante o muy importante a la hora de plantearse el traslado de sus establecimientos.

Respecto a las buenas infraestructuras tecnológicas, cabe recordar que éste fue un factor mayoritariamente considerado como una ventaja de la localización actual de las empresas encuestadas (ver *Gráfico 4*). Al ser preguntadas sobre los motivos de movilidad, la mayoría de empresas también opinaron que este factor no conforma un motivo prioritario por el que cambiarían su actual localización, aunque un porcentaje minoritario de ellas (45%) entendió que éste era un motivo de cierto interés. Una situación similar se presenta con la buena accesibilidad a la información que, como ya se mencionó, fue un factor mayoritariamente evaluado como ventaja de la localización actual. Como motivo de movilidad este factor fue considerado de poca o ninguna im-

portancia por la mayoría de las empresas, frente a un 43,2% que creen que la buena accesibilidad a la información es muy o bastante importante como causa de un posible traslado.

En cuanto a las 'facilidades administrativas para el desarrollo de la actividad', recordemos que fue mayoritaria (en un 10%) la opinión respecto a que éste factor no constituía una ventaja de la que gozaran las empresas en su actual localización. Sin embargo, al preguntar por los motivos que las llevarían a cambiar la ubicación sus plantas, la mayoría de las empresas (casi un 10% más) entendió que era poco-nada importante que existieran facilidades administrativas en otro territorio como causa para un potencial traslado. Pese a lo dicho, no hay que perder de vista que para un porcentaje apreciable, el 43,2%, de las empresas encuestadas la existencia de facilidades administrativas para el desarrollo de la actividad es un motivo de movilidad muy o bastante importante; lo cual estaría significando que éstas sí trasladarían su actividad a una localización que ofreciera facilidades administrativas para el desarrollo de sus actividades.

Una situación similar a la del párrafo anterior se plantea respecto a la existencia de institutos tecnológicos, diseño o I+D. Éste factor fue visto por la mayoría de las empresas a como una desventaja de la actual localización actual. Con todo, al analizar los motivos por los que se plantearían un posible traslado resulta ampliamente mayoritaria la opinión de que la existencia de institutos tecnológicos, diseño o I+D es poco o nada importante a la hora de plantearse la movilidad de la empresa.

Una situación particular se presenta con el coste de la mano de obra. Cabe recordar que éste fue el factor que en mayor medida se percibió como una desventaja de la localización actual del total de la muestra (ver *Gráfico 4*). No obstante, el coste de la mano obra no representa, para las empresas encuestadas, una causa prioritaria que las motive a trasladar sus emplazamientos actuales. El *Gráfico 6* evidencia que fueron más (un 14,2%) las empresas que entendieron que el coste de la mano de obra era un factor poco o nada importante a la hora de decidir la movilidad.

Lo analizado hasta aquí muestra que si bien existen factores en los que las empresas vislumbran serias desventajas, éstas no serían del suficiente calado como para llevarlas a plantearse el traslado de sus actividades a otros espacios.

Para ahondar en el estudio de los motivos de la movilidad empresarial, es oportuno separar la opinión de las empresas de acuerdo a su **origen sectorial**, conformado por las cuatro categorías ya establecidas de intensidad en el uso de la tecnología.

Aunque los patrones de localización están relacionados con las características específicas de las actividades que cada empresa desarrolla, es posible advertir que existen denominadores comunes.

En efecto, se evidencia que tanto las empresas de alta, media-alta y media-baja intensidad tecnológica coinciden en que la necesidad de ampliación es la primera causa por la moverían su actual emplazamiento. En estos tres grupos, el factor adopta un valor positivo, es decir que son más las empresas que consideraron la necesidad de ampliación como muy-bastante importante frente a las que la valoraron como poco o nada importante. En una situación especial se ubica el sector de empresas de baja intensidad tecnológica, donde éste y todos los factores fueron considerados como poco o nada importante por la mayor parte de las empresas (ver *Tabla 19*).

TABLA 19. MOTIVOS POR LOS QUE LAS EMPRESAS SE PLANTEARÍAN UN POSIBLE TRASLADO, SEGÚN SECTOR DE INTENSIDAD TECNOLÓGICA.

Motivos por los que se trasladaría	Intensidad tecnológica				Total
	Alta	Media alta	Media baja	Baja	
Necesidad de ampliación	25,1%	38,8%	14,5%	-1,9%	13,6%
Precio del suelo	-12,4%	14,2%	1,3%	-6,0%	-0,4%
Existencia de mano de obra cualificada	0,0%	-2,0%	-10,5%	-3,0%	-4,8%
Buenas infraestructuras tecnológicas	-8,3%	-10,2%	-5,3%	-2,0%	-5,2%
Buena accesibilidad a la información	-16,6%	0,0%	-13,2%	-7,9%	-8,8%
Facilidades administrativas para el desarrollo de la actividad	-25,0%	2,2%	-10,5%	-10,9%	-9,6%
Buenos equipamientos urbanos y sociales	-41,7%	-2,0%	-2,7%	-13,8%	-10,8%
Otros	-12,5%	-4,1%	-21,1%	-15,9%	-14,8%
Coste de la mano de obra	-37,5%	8,1%	-7,9%	-26,7%	-15,2%
Existencia de empresas de servicios a la producción	-41,7%	-16,4%	-23,7%	-18,8%	-22,0%
Existencia de institutos tecnológicos, diseño o I+D	-33,3%	-30,7%	-28,9%	-30,7%	-30,4%
Necesidad de estar cerca de mis clientes	-37,5%	-14,2%	-36,9%	-51,4%	-38,4%
Necesidad de estar cerca de los proveedores	-45,8%	-26,6%	-51,3%	-45,5%	-43,6%
Proximidad a empresas del mismo sector o relacionados	-41,70%	-42,90%	-52,60%	-47,50%	-47,60%

Saldos Netos (en porcentajes).

Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

Para el caso particular de las empresas de **alta intensidad tecnológica** la necesidad de ampliación es el único factor que presenta signo positivo, mientras que la existencia de mano de obra cualificada es tenida como un motivo de traslado para casi la mitad de las empresas, mientras que el resto de motivos no son mayoritariamente importantes para las empresas de este grupo. Encontramos que no existe una amplia coincidencia entre la aparente insatisfacción respecto a las ventajas de la localización actual y los motivos por los que las empresas de este grupo se trasladarían de la misma (ver *Tabla 12* y *Tabla 19*).

Lo dicho induce a pensar que aunque la situación actual no es percibida como ampliamente ventajosa por las empresas que hacen un uso intensivo de tecnología, tampoco, esta aparente insatisfacción, constituye mayoritariamente un motivo de movilidad. Incluso los dos factores que en menor medida se vieron como ventajas de la localización actual: 'coste de la mano de obra' y 'proximidad a empresas del mismo sector o relacionados', son concebidos como poco o nada importantes en tanto causa de un posible traslado. Esta situación estaría indicando que ambos factores no están dentro de las pautas de localización de la empresa de alta intensidad tecnológica, ya que no los tienen actualmente, pero tampoco se trasladarían para obtenerlos. Si sumado a esto consideramos que este grupo presenta un bajo índice de complejidad, podemos decir que entre sus pautas de localización sí que están presentes unos pocos factores determinantes, entre los que pueden figurar: la necesidad de ampliación y la existencia de mano de obra cualificada.

Como ya se dijo, el primer motivo por el que las empresas de **media-alta intensidad tecnológica** se moverían es también la necesidad de ampliación. Las respuestas de este grupo de empresas se caracterizan frente a los demás por incluir otros tres motivos mayoritariamente considerados: el precio del suelo, el coste de la mano de obra y las facilidades administrativas para el desarrollo de la actividad. A esto se suma un factor entendido como importante para la mitad de las empresas: buena accesibilidad a la información. El resto de factores han sido ampliamente considerados como causas de poca o ninguna importancia para plantearse el traslado de sus establecimientos.

El análisis de los motivos de movilidad de las empresas de media-alta intensidad tecnológica muestra que el coste de la mano de obra y el precio del suelo son dos causas importantes de movilidad teniendo en cuenta que ambos factores fueron percibidos mayoritariamente como las principales desventajas de la localización actual de este grupo. Por lo tanto, es posible pensar que ante la insatisfacción en las actuales condiciones de localización las empresas se trasladarían hacia aquellos espacios que ofrecieran ventajas de este tipo.

Por otra parte se destaca que las facilidades administrativas para el desarrollo de la actividad constituyó una ventaja de la localización actual para las empresas de este grupo, aún así, un 51% de ellas declara que éste sería un motivo para trasladar sus establecimientos.

En definitiva, y teniendo en cuenta que las firmas incluidas en el sector de media-alta tecnología presentan un índice de complejidad igual a la media, es factible inferir que en las decisiones de localización de las empresas de este grupo existen una serie de factores claves: la necesidad de ampliación, el precio del suelo, el coste de la mano de obra y las facilidades administrativas para el desarrollo de la actividad.

En el caso de las empresas de **media-baja intensidad** en el uso de la tecnología el motivo más importante para un posible traslado sería la necesidad de ampliación, seguido por el precio del suelo. Ambos factores son los que encabezan también la lista de motivos para el total de la muestra, aunque con mayor porcentaje de contestaciones positivas. Llama la atención que el coste de la mano de obra fue el factor menos valorado como ventaja de la localización actual de las empresas de media-baja tecnología, sin embargo, la mayoría de ellas no migraría en busca de mejores precios de este insumo. En la *Tabla 19* se observa que este factor tiene signo negativo y que hay un porcentaje mayor de empresas que no creen que este motivo las llevará a trasladar sus instalaciones.

Como ya se ha visto, el índice de complejidad de las empresas de media-baja tecnología resulta superior a la media, es decir que intervienen en sus decisiones de localización una gama amplia de factores, pero ninguno de ellos fuertemente determinantes. Por ello, a la hora de enumerarlos resulta no tan clara la posibilidad de establecer cuál es este abanico, aunque se destacan: la necesidad de ampliación, el precio del suelo, los aspectos relacionados con la accesibilidad a los clientes y proveedores y los equipamientos urbanos y sociales.

Por otra parte, ya se ha mencionado que las empresas de **baja intensidad** en el uso de la tecnología no consideran mayoritariamente ninguno de los factores propuestos como motivos para un posible cambio de localización. No obstante, corresponde mencionar que en una condición minoritaria, pero que alcanza al 45,5% de las empresas, se consideró que la necesidad de ampliación, las buenas infraestructuras tecnológicas y la existencia de mano de obra cualificada podrían ser motivos de movilidad para las firmas de este grupo. En el mismo sentido, podemos decir más del 42% de las empresas entiende es muy o bastante importante el precio del suelo y la buena accesibilidad a la información como causas que llevarían a un potencial traslado.

Lo dicho anteriormente afecta a un porcentaje importante de empresas, aunque no mayoritario; por ello, si bien es necesario tenerlo en cuenta, la situación predominante es la ubicación negativa de todas las categorías de la *Tabla 19*. Esta situación da cuenta de que la gran parte de las empresas de este grupo no ven en ellas razones para mo-

ver su actual emplazamiento. Lo antes mencionado es concordante con el alto grado de satisfacción hacia el emplazamiento actual que parece tener la mayor parte de las empresas de estos sectores. Es oportuno recordar que un porcentaje mayoritario de firmas evaluó como ventajas de la localización actual un total de ocho factores y atendiendo al alto índice de complejidad que presentan las actividades de baja intensidad tecnológica cabe esperar que en sus decisiones de localización intervengan en mayor o menor grado tanto condiciones internas, tales como la necesidad de ampliación, así como externas relacionadas con la accesibilidad a los proveedores, la información, a los clientes, etc.

Para profundizar el análisis de las causas que podrían estar detrás de una potencial movilidad empresarial es oportuno, también, estudiar por separado al sector de servicios a empresas del sector manufacturero. Recordemos que la muestra en este estudio está integrada por quince sectores de actividades, de los cuales catorce son manufactureros y el restante incluye los grupos 72,73 y 74 del CNAE93.

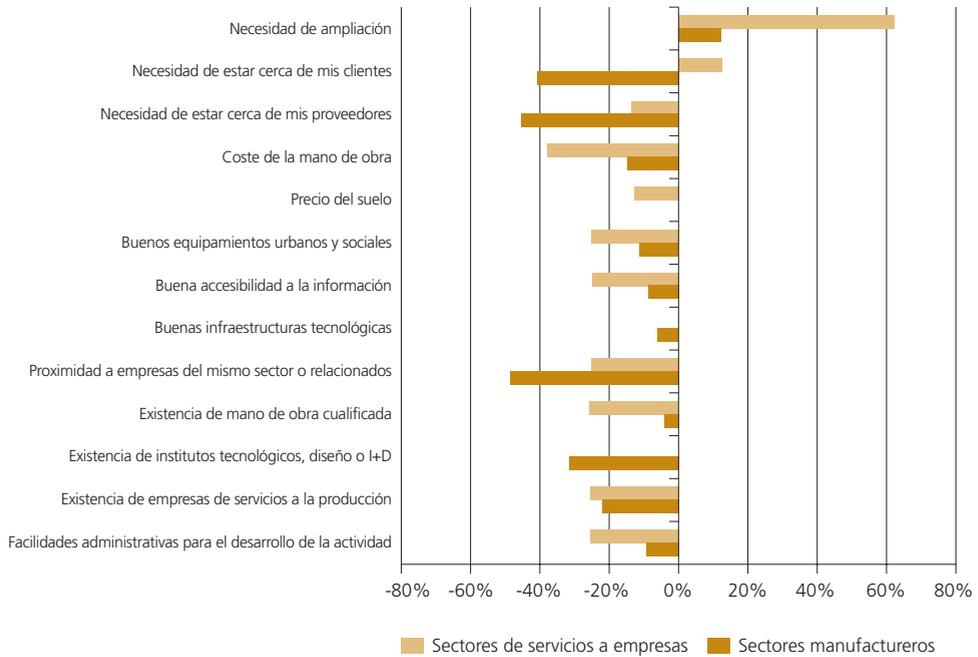
Respecto al **sector de servicios** a empresas, sobresale que el 75% de las firmas encuentran que la necesidad de ampliación constituye un elemento muy o bastante importante como para mover su localización actual. A partir del *Gráfico 7* es posible advertir la amplia consideración de este factor como la primera causa que estaría tras las decisiones de movilidad empresarial. Al mismo, le sigue la necesidad que tienen las empresas de servicios de estar cerca de sus clientes. Sin lugar a dudas, la propia naturaleza de sus actividades convierte a estos dos elementos en factores altamente condicionantes para decidir la localización de este tipo de empresas.

Asimismo, se subraya que la mitad de las firmas del sector servicios encuentran en la existencia de buenas infraestructuras tecnológicas e institutos tecnológicos, diseño o I+D motivos que las impulsarían a cambiar su localización actual. El resto de las categorías adoptan valores negativos, lo cual indica que la mayoría de las empresas de servicios no los conciben como factores importantes de movilidad.

Si consideramos que el sector de servicios a empresas tiene un índice de complejidad relativamente bajo, comparado con el resto de la muestra, podríamos arribar a la conclusión de que en la decisión de localización de estas firmas juegan un papel importante la necesidad de ampliación, como una condición interna, junto a cuestiones externas relativas a la proximidad con los clientes y las condiciones tecnológicas que ofrece el entorno.

Respecto a los sectores manufactureros se constata que mantiene valoraciones similares a las expuestas para el conjunto de la muestra acerca de los motivos por los que se plantearían un posible traslado, aunque con porcentajes levemente inferiores.

GRÁFICO 7. COMPARACIÓN DE LOS MOTIVOS DE MOVILIDAD DE LAS EMPRESAS EN LOS SECTORES DE SERVICIOS A EMPRESAS Y MANUFACTUREROS.



SalDOS netos en porcentajes.

Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

### 3.4. La visión de la posición competitiva de la empresa en relación con la competencia internacional: ¿cuestión de precio o de innovación?

En la encuesta realizada se interrogó finalmente a las empresas sobre una serie de afirmaciones tendentes a identificar la percepción que éstas tienen sobre la competencia internacional y las ventajas competitivas de España en los quince sectores de actividad incluidos. En el presente epígrafe se hace referencia a la competencia internacional, mientras que el tema de las ventajas competitivas se desarrolla en el siguiente.

Particularmente, con relación a la competencia internacional, los encuestados debían responder afirmativa o negativamente si ésta es muy fuerte en precios en el sector de

actividad y si la misma implica la necesidad de mayores esfuerzos en innovación. Las respuestas afirmativas se vuelcan en la *Tabla 20* donde los datos se han agregado nuevamente de acuerdo a la intensidad en el uso de la tecnología.

TABLA 20. PERCEPCIÓN DE LOS ENCUESTADOS SOBRE LA COMPETENCIA INTERNACIONAL EN LOS SECTORES DE ACTIVIDAD AGREGADOS POR INTENSIDAD EN EL USO DE LA TECNOLOGÍA. PORCENTAJES

Competencia internacional en el sector...	Intensidad tecnológica				Todos los Sectores
	Alta	Media alta	Media baja	Baja	
... es muy fuerte en precios.	45,8	71,4	65,8	74,3	68,4
... hace necesario un mayor esfuerzo en innovación dentro de la empresa	45,8	75,5	68,4	72,3	69,2
Diferencia	0	4,1	2,6	-2,0	0,8

Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

En general, el grado de acuerdo en ambas afirmaciones es muy coincidente mostrando una muy leve mayoría que opina que la competencia necesita de más innovación.

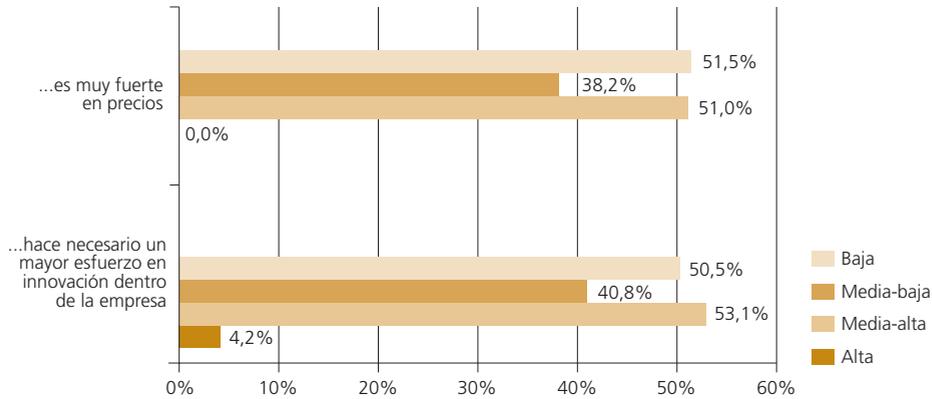
El sector de 'baja' es el que en mayor medida (un 74,3% de empresas) aprecia que la competencia internacional es muy fuerte en precios, seguido por las empresas de media-alta intensidad en el uso de la tecnología. En éste último grupo, 71,4% de firmas opina de forma análoga. Asimismo, cabe destacar que en el grupo de media-baja tecnología la mayoría de las empresas también entienden como muy fuerte la competencia en precios, aunque el porcentaje que tiene esta opinión es menor al de los dos grupos ya mencionados, pero superiores a los sectores de alta intensidad tecnológica, donde no es mayoritaria la opinión sobre este punto.

Por otra parte, las empresas de 'media-alta' son las que en mayor medida, un 75,5% de ellas, entienden que la competencia internacional requiere que se realicen mayores esfuerzos en innovación. A este grupo le siguen las empresas de baja intensidad tecnológica, donde el 72,3% también conciben a la competencia internacional como un elemento que incide en la necesidad de innovar. Sin embargo, las empresas del sector de media-baja tecnología también entienden ampliamente (un 68,4%) que la competencia internacional implica la necesidad de incurrir en innovaciones tecnológicas.

En las empresas encuadradas en la categoría 'alta' la opinión de más de la mitad de ellas es que la competencia internacional no es muy fuerte en precios ni hace preciso un mayor esfuerzo en innovación en los sectores que incluidos.

El *Gráfico 8* muestra el saldo entre las empresas que contestaron 'sí' y las que dijeron 'no', ante las afirmaciones efectuadas sobre el tópicó analizado.

GRÁFICO 8. COMPETENCIA INTERNACIONAL EN SECTORES AGREGADOS SEGÚN INTENSIDAD EN EL USO DE LA TECNOLOGÍA.



Nota: (\*) Diferencia entre el porcentaje de respuestas afirmativas y negativas.

Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

### 3.5. Las ventajas competitivas de España según el conjunto de empresas encuestadas

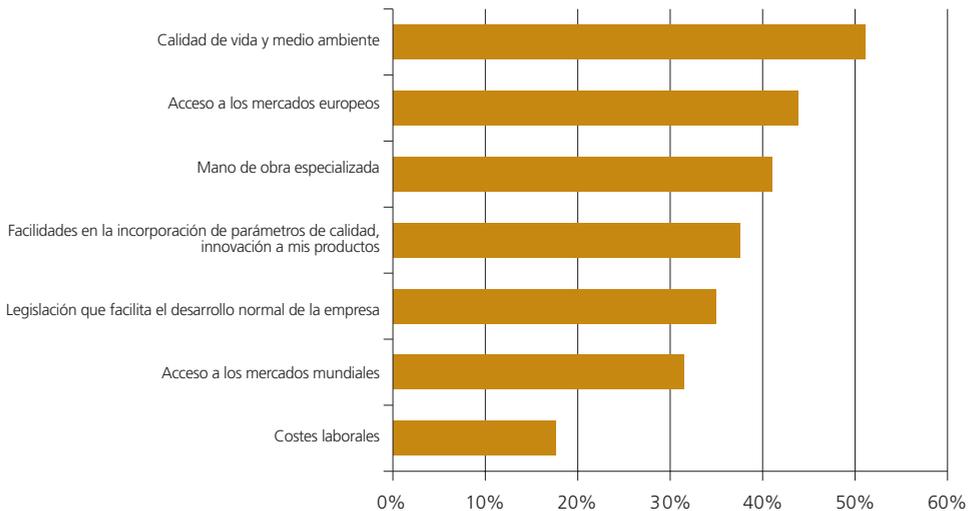
La posibilidad de que las empresas asentadas en España puedan mover su actual emplazamiento en busca de mejores condiciones depende, como ya se dijo en las páginas anteriores, de una gama de factores tangibles e intangibles que se conjugan en la decisión de localización. Analizar cuáles son las ventajas competitivas que posee España frente a otros destinos de localización empresarial constituye un punto central de nuestro estudio.

Recordemos que la integración de los diez nuevos socios europeos supone la superación de las fronteras económicas y financieras a partir de la integración en el Mercado Único. Como se ha dicho con anterioridad, los nuevos socios europeos se caracterizan por ofrecer menores costes en el precio de varios factores de producción tales como el suelo y la mano de obra, junto a la buena cualificación general de esta última, entre otras posibles ventajas. Ante las condiciones atractivas que presentan las economías del Centro y Este de Europa y los potenciales factores de expulsión de la economía española, ya analizados en el epígrafe referente a los motivos de un posible traslado, se torna pertinente indagar sobre las ventajas competitivas que tiene España o, al menos, que perciben las empresas encuestadas. Por ello, se solicitó a las empresas que respondieran 'sí' o 'no' a una serie de afirmaciones que permitieran desvelar la opinión de los encuestados respecto a las posibles ventajas competitivas de España.

De forma general, las respuestas del total de los encuestados expresan que las tres primeras ventajas competitivas de España están relacionadas con la 'calidad de vida y el medio ambiente'; el 'acceso a los mercados europeos' y la existencia de 'mano de obra especializada'. Sin embargo, cuando analizamos los saldos porcentuales entre el número de contestaciones afirmativas y negativas que proporcionaron los encuestados, se evidencia que la única condición en la que existe un criterio mayoritario es en que España tiene una situación competitiva en cuanto a la calidad de vida y el medio ambiente. Desde esta perspectiva, resulta ser éste el único ítem que adopta un valor positivo; dado que en los restantes la opinión predominante es que España no brinda condiciones beneficiosas en esos aspectos.

Sin lugar a dudas, la categoría menos importante como ventaja competitiva es el coste de la mano de obra; donde un 52,4% más de encuestados ven en estos costes una condición poco favorable para el desarrollo de sus actividades en este país.

GRÁFICO 9. OPINIÓN DE LAS EMPRESAS SOBRE LAS VENTAJAS COMPETITIVAS DE ESPAÑA.



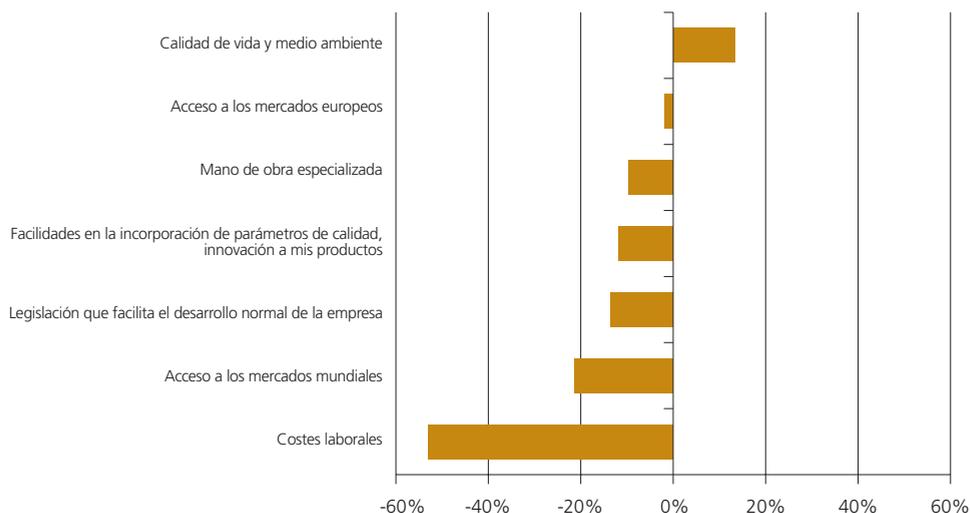
Porcentajes.

Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

Es claro que la distinta naturaleza de las actividades económicas involucra factores productivos variados, por lo que las condiciones que ofrezca el entorno también son valoradas de manera diferente de acuerdo a las necesidades de cada actividad. Nuevamente resulta de interés profundizar el análisis separando las respuestas de los encuestados de acuerdo a la intensidad en el uso de la tecnología de los sectores encuestados. En la

Tabla 21 se muestra, para cada grupo, la diferencia entre el número de empresas que respondieron afirmativa y negativamente a las condiciones planteadas como supuestas ventajas competitivas de España, en término de porcentajes.

GRÁFICO 10. OPINIÓN DE LAS EMPRESAS EN RELACIÓN A LAS VENTAJAS COMPETITIVAS DE ESPAÑA.



Nota: (\*) Diferencia entre el porcentaje de respuestas afirmativas y negativas.

Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

En primer lugar se confirma la percepción predominante de que España parece ser competitiva por la calidad de vida y condiciones del medio ambiente que ofrece para el desarrollo de las diversas actividades económicas. En efecto, los cuatro conjuntos de empresas coinciden en considerar mayoritariamente el ítem 'calidad de vida y medio ambiente' como una ventaja competitiva, aunque en porcentajes diferentes. Como se muestra en la Tabla 21 entre las empresas de alta intensidad en el uso de la tecnología es donde se presenta una diferencia positiva más amplia, a la vez que en el grupo de media-baja tecnología la diferencia menor.

Los costes de la mano de obra se consideraron predominantemente de forma negativa en los cuatro sectores agregados según su intensidad tecnológica. Prevalece esta tendencia en el grupo de empresas de baja tecnología, donde la diferencia negativa es superior al 60%. Esta apreciación refuerza lo dicho en párrafos anteriores ya que más allá de las diferencias en sus actividades, parece existir la opinión mayoritaria de que estos costes en España no conforman una ventaja competitiva.

TABLA 21. OPINIÓN DE LAS EMPRESAS EN RELACIÓN A LAS VENTAJAS COMPETITIVAS QUE OFRECE ESPAÑA EN LOS SECTORES DE ACTIVIDAD AGREGADOS POR INTENSIDAD EN EL USO DE LA TECNOLOGÍA.

España ofrece ventajas competitivas en mi sector en:	Intensidad en el uso de la tecnológica				Todos los Sectores
	Alta	Media alta	Media baja	Baja	
Costes laborales	-45,8	-42,9	-50,0	-60,4	-52,4
Calidad de vida y medio ambiente	33,3	22,4	5,3	9,9	13,2
Facilidades en la incorporación de parámetros de calidad, innovación a mis productos	-50,0	-4,1	2,6	-15,8	-11,2
Mano de obra especializada	-45,8	20,4	-15,8	-10,9	-9,6
Acceso a los mercados europeos	-25,0	-12,2	2,6	5,9	-1,6
Acceso a los mercados mundiales	-37,5	-28,6	-14,5	-18,8	-21,2
Legislación que facilita el desarrollo normal de la empresa	0,0	-14,3	-10,5	-18,8	-13,6

Saldos netos en porcentajes.

Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

La existencia de facilidades en la incorporación de parámetros de calidad e innovación en los productos es el aspecto que las empresas de **alta intensidad tecnológica** menos valoraron como una condición ventajosa en su sector. De hecho, este factor se consideró negativamente por la mayoría de los encuestados, excepto en el sector de media-baja tecnología, donde esta categoría adopta signo positivo. Asimismo, son también las firmas de alta intensidad tecnológica las que en menor medida estiman que España brinde ventajas competitivas en su sector a partir de la existencia de mano de obra especializada. Las empresas de media-alta tecnología son las únicas donde la mayoría encuentra que este aspecto es competitivo.

Entre las firmas que integran los grupos de **alta y media-alta** intensidad tecnológica prevalece la noción de que España no ofrece buenas condiciones para el acceso a los mercados europeos (el ítem 'acceso a los mercado europeos' tiene signo negativo en ambos casos). Frente esta opinión, la mayoría de las empresas que integran los sectores de media-baja y baja tecnología consideran lo contrario. Para estos últimos, el acceso a los mercados europeos es una condición favorable que España ofrece para el desarrollo de sus actividades. Respecto al acceso a los mercados mundiales, existe consenso entre los cuatro grupos al considerar mayoritariamente que España no ofrece ventajas en tal sentido. Por ello, en todas las actividades prevalecen las respuestas negativas, tal y como se ve en la *Tabla 21*.

Una situación similar es la que se puede describir con relación a la existencia de una legislación que facilite el desarrollo normal de la empresa. En términos globales este aspecto se consideró de forma negativa, aunque las opiniones se dividen en el grupo de

alta intensidad tecnológica, donde es igual la proporción de firmas que señalan que la legislación facilita el desarrollo normal de la empresa y las que juzgan lo contrario.

Los resultado de esta mini encuesta de opinión son bastante reveladores y permiten "posicionar" a la economía española en una situación peligrosa que podríamos denominar de periferia intermedia en Europea. Es clara la opinión de que las ventajas en costes o las facilidades administrativas para el desarrollo de la actividad no es una característica de España como emplazamiento y tampoco atesora ventajas en relación con la incorporación de intangibles o con la conexión a mercados internacionales (bien sean europeos o mundiales) lo que supone que las ventajas claras, en relación con la calidad de vida o el medio se explotan más para el mercado interno que como elemento competitivo a escala internacional.

## 4. ¿Cómo son las empresas que desean moverse? ¿a dónde? y ¿por qué?

### 4.1. Caracterización de las empresas con riesgo de cambiar su localización

El presente apartado se dedica al análisis de los datos obtenidos de la encuesta con el objeto de conocer cuantitativa y cualitativamente al grupo de empresas que efectivamente declaró haber considerado la posibilidad de trasladar su actual establecimiento dentro de los próximos cinco años.

Como resultado de ésta se obtuvo que el número de empresas que manifiestan haber considerado la posibilidad de moverse es de 29, cifra que sobre las 250 empresas entrevistadas supone una proporción del 11,6%.

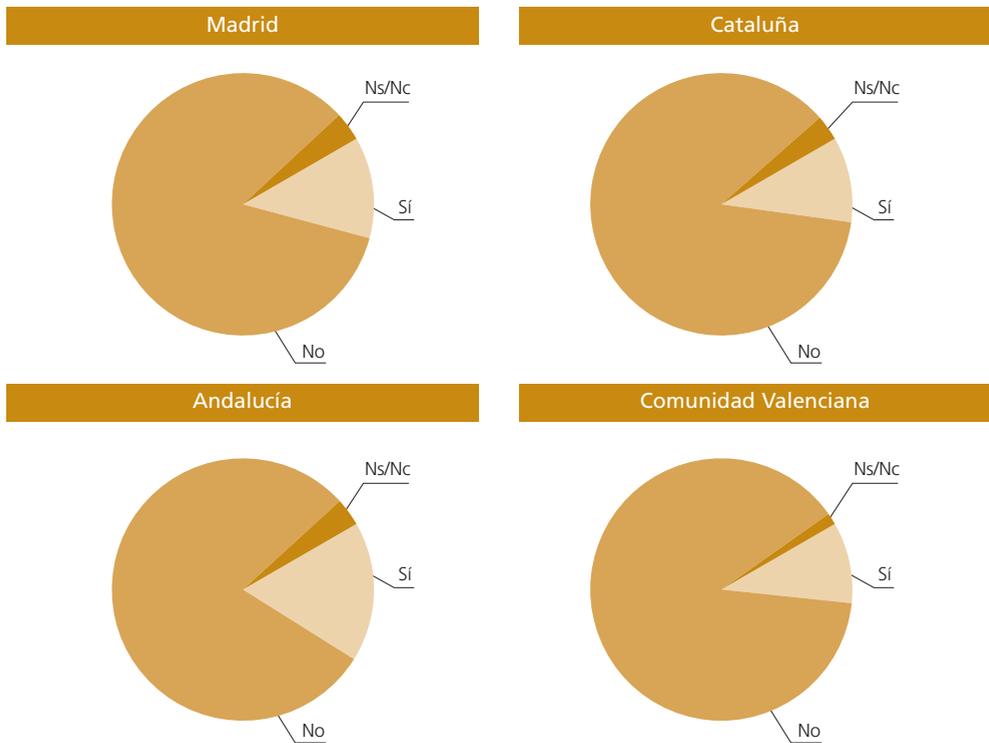
Recordemos que la encuesta se efectuó seleccionando aleatoriamente a empresas dentro de las Comunidades Autónomas de Andalucía, Cataluña, Madrid y Comunidad Valenciana. De acuerdo a los datos obtenidos, se constata que la probabilidad de encontrar empresas que desean cambiar de ubicación es mayor en algunas regiones que en otras (ver *Gráfico 11*). Así, en Andalucía es donde hallamos un porcentaje más alto; concretamente, el 17,24% de las firmas andaluzas encuestadas declaran su intención de moverse en los próximos cinco años. Los menores porcentajes se observan entre las empresas catalanas y de la Comunidad Valenciana, puesto que en estas regiones son aproximadamente 10 de cada 100 empresas las que han considerado dicho cambio. En una posición intermedia, las empresas madrileñas que han manifestado un posible traslado suponen un 12,5% del total de las empresas de esta región que conforman la muestra.

Por tanto, en el conjunto de la muestra casi 12 de cada 100 empresas entrevistadas tiene algún plan en relación con su localización actual, lo que pone de relieve que en es-

te grupo de empresas existe un cierto descontento con lo que les ofrece su presente ubicación para hacer frente a las necesidades que se les plantean.

Ello conduce a formularse tres preguntas: ¿presentan estas empresas algunos rasgos particulares que las distinguen del resto de las empresas encuestadas?, ¿hacia qué tipo de destinos piensan moverse?, ¿cuáles son los factores de expulsión más importantes para tomar esta decisión de trasladarse? A continuación se responde a la primera de estas cuestiones y la segunda y la tercera se tratan en los epígrafes siguientes.

GRÁFICO 11. POSIBILIDAD DE MOVILIDAD DE EMPRESAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS.



Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

La información contenida en la *Tabla 22* se refiere a las características de las empresas que están considerando un posible traslado, lo que nos permitirá tener una idea de su perfil y de los rasgos distintivos que presentan en relación con las empresas que conforman el conjunto de la muestra.

Conforme a los datos obtenidos de la encuesta se puede deducir que existe una mayor tendencia a la movilidad entre las empresas de menos empleados que en el resto. Así, el 14% de las empresas de entre 10 y 50 empleados se plantean la posibilidad de moverse, mientras que entre las que tienen entre 51 y 100, lo considera sólo la décima parte, y de las de más de 100 tan sólo un 2,7%.

TABLA 22. EMPRESAS QUE DECLARARON CONSIDERAR LA POSIBILIDAD DE TRASLADAR SU ACTUAL ESTABLECIMIENTO.

	Sí	No	NS/NC	Total
<b>% Empleados</b>				
De 10 a 50	13,95	83,72	2,33	100,00
De 51 a 100	9,76	90,24		100,00
Más de 100	2,70	89,19	8,11	100,00
<b>% de Inicio de actividades</b>				
Ant. 1990	11,01	85,78	3,21	100,00
Entre 90 y 2000	15,38	84,62		100,00
Desp. 2000	16,67	83,33		100,00
<b>% de Origen</b>				
Local	11,03	87,59	1,38	100,00
Sociedad Nac.	13,92	83,54	2,53	100,00
Sociedad Multin.	8,33	83,33	8,33	100,00
NS/NC		50,00	50,00	100,00
<b>% de Facturación</b>				
Menos de 5 mill.	8,08	91,92		100,00
Entre 5,1 y 30 mill.	14,63	82,93	2,44	100,00
Entre 30,1 y 60 mill.		100,00		100,00
Más de 60 mill.	12,50	87,50		100,00
NS/NC	14,81	75,93	9,26	100,00
<b>% de CC.AA</b>				
Madrid	12,50	83,93	3,57	100,00
Cataluña	10,53	86,32	3,16	100,00
C. Valenciana	10,00	88,57	1,43	100,00
Andalucía	17,24	79,31	3,45	100,00
<b>% Tiene varios establecimientos</b>				
Sí	13,89	83,33	2,78	100,00
No	11,21	85,98	2,80	100,00
<b>Total</b>	<b>11,60</b>	<b>85,60</b>	<b>2,80</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

Por otro lado, se destaca la mayor tendencia a la movilidad por parte de las empresas más jóvenes (cuyo inicio de actividades fue después del 2000). Así, entre las que tienen menos de 5 años declaran un posible traslado casi en un 17% de los casos, las que tie-

nen entre 5 y 15 lo hacen en el 15,4% de los casos, mientras que tan solo alcanza el 11% en el caso de las empresas con antigüedad de más de 15 años. Por tanto, las empresas que quieren trasladarse presentan un perfil de menor antigüedad que el conjunto de las 250 empresas de la muestra.

Respecto al origen de estas firmas también hay que añadir que el tipo de empresa que tiene una mayor probabilidad de trasladarse es el de las sociedades de origen nacional y la más baja el de las sociedades multinacionales.

Puede observarse además, una mayor propensión a la movilidad de parte de las empresas que tienen un volumen de facturación intermedio bajo (entre los 5,1 y los 30 millones de euros anuales); este tipo de empresas el que muestra una mayor probabilidad de traslado, cerca de un 15% de las mismas.

Otro de los aspectos que nos sirvieron para caracterizar a las empresas que declaran su intención de desplazarse, es la tendencia a contar con varios establecimientos. Las cifras se recogen en también en la *Tabla 22*. Así la mayor probabilidad de cambiar de localización se produce entre las empresas que tienen más de un establecimiento, casi un 14%, mientras que las que sólo poseen un establecimiento no han considerado esta posibilidad (11,2% de los casos).

En la encuesta se incluyen también algunas preguntas que persiguen analizar la relación que mantienen las empresas con su entorno. Para ello se les ha consultado sobre la distribución geográfica de sus ventas y clientes y de sus compras y proveedores, siendo tres los posibles ámbitos a considerar: el regional, el nacional y el internacional. En la *Tabla 23* se resumen los resultados obtenidos en estas preguntas. Primero, se refleja el porcentaje de empresas que contestaron comprar/vender en cada uno de los tres posibles ámbitos; segundo, el valor medio del porcentaje de las compras/ventas que resulta para este conjunto de empresas en cada categoría; y, tercero, el porcentaje de empresas que venden/compran el 100% en un único nivel geográfico.

En relación con el destino geográfico de las ventas y de los clientes finales se observa que la importancia de los mercados locales y nacionales es muy alta. Así, de las empresas que se manifiestan proclives a mover sus establecimientos el 72,4% de ellas tiene clientes dentro del territorio nacional y el 69% de las firmas los tiene en el nivel de las comunidades autónomas.

El porcentaje de empresas que venden o poseen clientes en el ámbito internacional se reduce al 48,3% de las empresas consideradas. Por tanto, las empresas que se han planteado el cambio de localización mantienen una estrecha relación con el mercado interno, lo que es coherente con el alto porcentaje de ellas que, como veremos, se plantea una movilidad cercana o re-localización.

TABLA 23. DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS QUE PLANEAN MOVER SU LOCALIZACIÓN ACTUAL, SEGÚN EL DESTINO DE SUS VENTAS Y EL ORIGEN DE SUS COMPRAS.

	Ventas			Compras		
	%(*)	Media(**)	Al 100%	%(*)	Media(**)	Al 100%
En el nivel la Comunidad Autónoma	69,0	70,4	30,0	62,1	74,9	22,2
En el nivel Nacional	72,4	50,7	4,8	79,3	43,4	8,7
Exportaciones/Importaciones	48,3	29,2	–	58,6	25,0	–

Nota: (\*) Porcentaje de empresas que han manifestado la posibilidad de traslado y que tienen sus clientes y proveedores en cada localización.

(\*\*) Muestra el valor medio del porcentaje de la distribución geográfica de las ventas y las compras de las empresas que han manifestado la posibilidad de trasladar su establecimiento.

Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

Esto se confirma también cuando se analiza el porcentaje medio de las compras que se dirige hacia cada uno de los tres niveles. Así, el valor promedio del porcentaje de ventas que se dirige al mercado local es el 70%, promedio que disminuye hasta el 51% para el mercado nacional y hasta el 29% para el internacional. Si se observa el porcentaje de empresas que se dedican en exclusividad a uno de los tres ámbitos geográficos tenemos que un 30% concentran sus ventas al 100% en el ámbito de la misma comunidad autónoma, en tanto que sólo un 4,8% dirigen sus ventas al 100% al ámbito nacional y ninguna de ellas se dedican en exclusiva a la exportación.

En el caso de las compras y proveedores las cifras son algo menos contundentes. Así, si nos fijamos en el porcentaje de empresas que realizan compras en los distintos ámbitos se observa un predominio del nivel nacional (79%), seguido por el regional (62%); pero comparadas con las cifras del conjunto de las empresas encuestadas, los valores son especialmente altos en el nacional y en el internacional, y menores en el local. De nuevo, ninguna empresa se aprovisiona con exclusividad a través de importaciones, en tanto que casi un 9% lo hace sólo en el ámbito nacional y el 22% en el ámbito de su comunidad autónoma.

En definitiva, las empresas que piensan en un posible traslado de su actividad tienen una relación con su ámbito local y/o nacional mayor al que se observa para el conjunto de la muestra, sobre todo en la distribución de sus ventas y clientes.

Por último, analizamos los **rasgos sectoriales** que presentan las empresas que han declarado su posible movilidad, centrando la atención sobre todo en su mayor o menor contenido tecnológico. Lo primero que hay que resaltar es que todas las empresas encuestadas en los sectores de "máquinas de oficina e instrumentos", "equipos eléctricos y electrónicos", "sectores de servicios a empresas (CNAE 72, 73 y 74)", "industrias químicas", "caucho y materiales plásticos" e "industrias de la madera y el corcho", contesta-

ron que no planean mover sus establecimientos en los próximos cinco años. Es decir, que estos seis sectores quedan excluidos del análisis de las empresas que prevén trasladarse.

De acuerdo con los datos recabados en la encuesta, las firmas que han considerado la posibilidad de trasladar su actual establecimiento se distribuyen sectorialmente tal y como se muestran la *Tabla 24* y en la *Tabla 25*. Agregando los sectores incluidos en la encuesta de acuerdo a los criterios tecnológicos, se advierte que la mayor proporción de empresas que contestaron afirmativamente pertenecen al grupo de baja intensidad en el uso de tecnología, el 48%, seguido por los sectores de intensidad tecnológica media-baja, que representan el 34,5%. Estos dos subconjuntos de empresas considerados agregadamente suponen prácticamente el 83% de las empresas que muestran su intención de deslocalizarse, proporción que supera en más de 10 puntos porcentuales a la que supone esta categoría de empresas de tecnología baja y media-baja en el total de empresas entrevistadas.

TABLA 24. DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS QUE PLANEAN MOVER SU LOCALIZACIÓN ACTUAL, AGREGADAS SEGÚN INTENSIDAD TECNOLÓGICA.

Intensidad tecnológica		% <sup>(*)</sup>	% <sup>(**)</sup>
Alta	Máquinas de oficina e instrumentos	0,0	0,0
	Equipos eléctricos y electrónicos	0,0	0,0
	Sectores de servicios a empresas (CNAE 72, 73 y 74)	0,0	0,0
<b>Subtotal</b>		<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
Media-Alta	Industrias químicas	0,0	0,0
	Maquinaria y equipo mecánico	5,9	3,4
	Fabricación de materiales de transporte	20,0	13,8
<b>Subtotal</b>		<b>10,2</b>	<b>17,2</b>
Media-Baja	Otros productos minerales no metálicos	15,8	10,3
	Industrias extractivas, petróleo y energía	14,3	3,4
	Metalurgia y fabricación de productos metálicos	16,2	20,7
	Caucho y materiales plásticos	0,0	0,0
<b>Subtotal</b>		<b>13,2</b>	<b>34,5</b>
Baja	Papel, edición. Artes gráficas y reprografía	22,2	13,8
	Alimentación, bebidas y tabaco	12,9	13,8
	Industrias de la Madera y el Corcho	0,0	0,0
	Textil, confección, cuero y calzado	3,4	3,4
	Industrias manufactureras diversas	38,5	17,2
<b>Subtotal</b>		<b>13,9</b>	<b>48,3</b>
<b>Total</b>		<b>11,6</b>	<b>100,0</b>

Nota: Los sectores están agregados adaptando la clasificación utilizada por el INE y elaborada por la OCDE

(\*) Porcentaje de empresas en cada sector que manifestaron la considerar la posibilidad de traslado.

(\*\*) Porcentaje que representa cada sector en el total de empresas que manifestaron considerar la posibilidad de traslado.

Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

La consecuencia de lo anterior se plasma de forma clara en las cifras de los porcentajes por filas, en las que se evidencia que las mayores probabilidades de encontrar empresas que desean trasladarse se tienen en estas dos categorías de baja y media-baja intensidad tecnológica (13,9% y 13,2% respectivamente), en tanto que las de tecnología media-alta y alta presentan probabilidades más bajas e incluso nulas en la muestra analizada, con una posible excepción localizada en la rama de “fabricación de materiales de transporte”, que es una de las que más destaca junto con “Industrias manufactureras diversas” y “Papel, edición, artes gráficas y reprografía”.

En definitiva, otro rasgo distintivo que presentan las empresas que están considerando la posibilidad de modificar la ubicación geográfica de su actividad es el predominio relativamente elevado de las empresas de menor grado de intensidad tecnológica.

TABLA 25. DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS QUE PLANEAN MOVER SU LOCALIZACIÓN ACTUAL, AGREGADA SEGÚN TRAYECTORIA TECNOLÓGICA.

Trayectoria tecnológica(*)		%
Determinadas por los proveedores	Alimentación, bebidas y tabaco	12,9
	Textil, confección, cuero y calzado	3,4
	Papel, edición. Artes gráficas y reprografía	22,2
<b>Subtotal</b>		<b>11,5</b>
Suministradores especializados	Industrias de la Madera y el Corcho	0,0
	Industrias manufactureras diversas	38,5
	Caucho y materiales plásticos	0,0
	Fabricación de materiales de transporte	20,0
<b>Subtotal</b>	Sectores de servicios a empresas (CNAE 72, 73 y 74)	<b>14,1</b>
Economías de Escala	Metalurgia y fabricación de productos metálicos	16,2
	Otros productos minerales no metálicos	15,8
	Industrias extractivas, petróleo y energía	14,3
<b>Subtotal</b>		<b>15,9</b>
Basados en ciencia	Industrias químicas	0,0
	Máquinas de oficina e instrumentos	0,0
	Maquinaria y equipo mecánico	5,9
	Equipos eléctricos y electrónicos	0,0
<b>Subtotal</b>		<b>2,2</b>
<b>Total</b>		<b>11,6</b>

Nota: (\*) Siguiendo Garrido, R. (2002: 52)

Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

Por otra parte, la agregación de sectores de acuerdo a la trayectoria tecnológica de cada actividad, permite corroborar lo dicho anteriormente. Las actividades basadas en la ciencia presentan un bajo porcentaje de empresas que prevén trasladar sus plantas, tan sólo el 2,2%. Se constata, además, que las firmas que más dependen de las economías de escala y/o de suministradores especiales son las que presentan promedios más altos, con valores de 15,9% y 14,1% respectivamente. Por otra parte, el 11,5% de las empresas encuestadas dentro de las actividades incluidas en la agrupación “determinadas por los proveedores” han contestado afirmativamente ante la posibilidad de traslado de sus establecimientos (ver *Tabla 25*).

En definitiva, una primera deducción a la que se podría llegar es que en España, las empresas de baja y media-baja intensidad en el uso de la tecnología presentan mayores tendencias a modificar su localización. Aunque dentro de estos grupos se destacan las manufacturas, las actividades del papel, edición, artes gráficas y reprografía, seguidas de la fabricación de material de transporte.

Resumiendo los resultados de este epígrafe, la movilidad empresarial prevista para los próximos años no es muy elevada puesto que es una decisión que está siendo considerada por unas 12 de cada 100 empresas entrevistadas. La movilidad podría ser algo mayor en Andalucía, región en la que la proporción de empresas que tienen previsto un cambio de este tipo supera el 17%.

En comparación con el conjunto muestral los rasgos distintivos más destacables de este subconjunto de empresas que presentan mayor riesgo de traslado son los siguientes:

- Predominio muy alto de las empresas que tienen entre 10 y 50 empleados.
- Mayor presencia relativa de las empresas de menor antigüedad.
- Superior representación de las empresas cuyo capital de origen es nacional.
- Mayor concentración de las compras y clientes en el ámbito regional.
- Predominio más elevado de los sectores de menor contenido tecnológico.

## 4.2. ¿Hacia qué tipo de destinos piensan dirigirse las empresas?

Una vez presentadas las peculiaridades más destacadas que presentan las empresas que desean modificar la localización actual de su establecimiento, resulta pertinente indagar las preferencias que éstas muestran en relación con el tipo de ubicación en la que tienen intención de instalarse. Así, se solicita de estas empresas información sobre el lugar donde plantearían la localización del nuevo establecimiento, considerando tres posibles tipos de destinos: en la misma comunidad autónoma, en otros lugares dentro de España y en otros países.

Las repuestas ofrecen resultados bastante contundentes. Así, 82,8% de las firmas que cambiarían el lugar de su establecimiento, lo harían dentro de la misma comunidad autónoma donde se asientan, mientras que sólo el 10,3% lo haría hacia otros lugares dentro de España y un porcentaje aun menor, el 6,9%, contestaron que lo haría hacia otros países. Entre estas últimas se destaca el sector de “maquinaria y equipo mecánico” e “industrias manufactureras diversas”, siendo China el país de preferencia en ambos casos.

Por otra parte, es preciso mencionar que el estudio empírico no ha permitido constatar la idea ampliamente extendida de que los nuevos países integrados a la Unión Europea son territorios que por sus ventajas competitivas representen el destino de muchas empresas actualmente asentadas en territorio español. Como se muestra en este epígrafe, los datos revelan que ninguno de los encuestados mantiene como estrategia empresarial su traslado hacia aquellos destinos.

TABLA 26. DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS QUE PLANEAN MOVER SU LOCALIZACIÓN ACTUAL, EN CADA UNO DE LOS SECTORES DE ACTIVIDAD CONSIDERADOS, SEGÚN EL DESTINO DE LOS POSIBLES TRASLADOS.

Porcentajes	En la misma Comunidad	Otros lugares dentro de España	En otros países	Total
Alimentación, bebidas y tabaco	50,0	50,0		100,0
Textil, confección, cuero y calzado	100,0			100,0
Papel, edición. Artes gráficas y reprografía	100,0			100,0
Industrias extractivas, petróleo y energía	100,0			100,0
Otros productos minerales no metálicos	100,0			100,0
Maquinaria y equipo mecánico			100,0	100,0
Fabricación de materiales de transporte	100,0			100,0
Industrias manufactureras diversas	80,0		20,0	100,0
Metalurgia y fabricación de productos metálicos	83,3	16,7		100,0
<b>Total</b>	<b>82,8</b>	<b>10,3</b>	<b>6,9</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

En conclusión, las preferencias de las nuevas posibles localizaciones son claras: las empresas prefieren las localizaciones cercanas a las más lejanas. La proximidad a la ubicación actual, ya conocida, disminuye los inconvenientes que puede tener el adaptar la actividad empresarial al nuevo entorno y los riesgos que conllevan destinos más alejados y, por tanto, más desconocidos.

### 4.3. Factores de atracción y factores de expulsión: ¿cuáles son las causas determinantes de las decisiones de movilidad?

Todo cambio en la ubicación empresarial traerá consigo una serie de ventajas y de inconvenientes. Así, algunos de los beneficios o atractivos de la localización actual podrían perderse y, en la nueva ubicación podrían obtener determinadas ventajas que no proporciona la ubicación presente. Las empresas que deciden moverse lo harán en la idea de que las ganancias o ventajas de la nueva ubicación pueden superar a las pérdidas o desventajas derivadas del traslado. Por este motivo, para comprender las causas que están detrás de las decisiones de movilidad no basta con analizar las ventajas que se esperan encontrar en la nueva ubicación y que no ofrece la actual, lo que llamaremos factores de expulsión, sino que también se precisa analizar las pérdidas potenciales o, por lo menos, lo que no cabe esperar que suponga una ganancia, porque ya se valora como bastante positivo en la localización actual. A lo primero lo hemos denominado factores de expulsión (¿qué condiciones han cambiado y/o qué aspectos de la localización actual no son bien valorados por las empresas que piensan moverse?) y a lo segundo factores de atracción, (¿qué aspectos de la localización actual son bien valorados por las empresas que piensan moverse?).

Los factores de atracción pueden analizarse a través de la valoración de las ventajas de la ubicación actual en relación con consideraciones diversas (coste de la mano de obra, precio del suelo, buenos equipamientos, buena accesibilidad). Aquellas consideraciones que obtengan puntuaciones altas pueden considerarse factores de atracción.

Los factores de expulsión se pueden estudiar por dos más. Por un lado, plantear directamente algunos motivos que pueden ser explicativos de la intención de trasladarse. Por otra parte, analizar si aquellos aspectos que no son bien valorados serán, como mucha probabilidad, factores de expulsión para aquellas empresas que están considerando trasladarse.

En cuanto a **los factores de atracción** (*Tabla 27*), es importante advertir que las empresas con intenciones de mover sus establecimientos valoran muy positivamente el lugar en el que actualmente se localizan, básicamente por la existencia de mano de obra cualificada, la buena accesibilidad a los proveedores, la accesibilidad a la información, las buenas infraestructuras tecnológicas y accesibilidad a los clientes, la existencia de empresas de servicios a la producción y los buenos equipamientos urbanos y sociales. Asimismo, la existencia de institutos tecnológicos, diseño e I+D y la proximidad a las empresas del mismo sector o relacionados, son ventajas valoradas en términos positivos por las empresas que se plantean un posible traslado.

TABLA 27. OPINIÓN DE LAS EMPRESAS QUE PLANEAN MOVER SU EMPLAZAMIENTO ACTUAL EN RELACIÓN CON LAS VENTAJAS QUE ÉSTE OFRECE EN LOS FACTORES DE LOCALIZACIÓN CONSIDERADOS.

Ventajas de la localización actual	Muy - Bastante importante	Poco -Nada importante	Ns/Nc	Total
Existencia de mano de obra cualificada	72,4	27,5		100,0
Buena accesibilidad a los proveedores	72,4	27,6		100,0
Buena accesibilidad a la información	72,4	27,6		100,0
Buenas infraestructuras tecnológicas	65,5	34,4		100,0
Buena accesibilidad a los clientes	62,0	37,9		100,0
Existencia de empresas de servicios a la producción	58,6	41,3		100,0
Buenos equipamientos urbanos y sociales	58,6	41,4		100,0
Existencia de institutos tecnológicos, diseño o I+D	51,7	44,8	3,4	100,0
Proximidad a empresas del mismo sector o relacionados	51,7	48,3		100,0
Subvenciones a la inversión o la creación de empleo	44,8	51,7	3,4	100,0
Precio del suelo	41,4	51,7	6,9	100,0
Facilidades administrativas para el desarrollo de la actividad	44,8	55,2		100,0
Incentivos financieros/fiscales	31,0	65,5	3,4	100,0
Coste de la mano de obra	24,1	72,4	3,4	100,0

Porcentajes.

Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

Las valoraciones mencionadas son consecuentes con el tipo de movilidad que se ha visto predomina, es decir la de tipo local/regional. Recordemos que el 82,8% de las empresas se moverían dentro de la misma comunidad autónoma, aprovechando las ventajas del mismo entorno económico al que ya tiene la empresa, a la vez que se incurre en menores riesgos y aprovechar las ventajas de la nueva localización elegida. Es decir que este tipo de localización facilita aprovechar las ventajas actuales y satisfacer las necesidades de ampliación, conseguir mejores precios del suelo, buenas infraestructuras tecnológicas y mano de obra cualificada.

Hay, sin embargo, un conjunto de cinco factores que en términos de saldos no se valoran de forma positiva, indicando que en la ubicación actual no les aporta ventajas. Estos podrían ser, con cierta probabilidad, factores de expulsión. Se trata, en orden ascendente de valoración, de "coste de la mano de obra", "incentivos financieros/fiscales", "facilidades administrativas para el desarrollo de la actividad", "precio del suelo" y "subvenciones a la inversión o a la creación de empleo".

Respecto a los **factores de expulsión**, se destaca que los motivos de movilidad de las empresas, del subconjunto que efectivamente declara su intención de migrar, están principalmente relacionados con condicionamientos internos de las firmas. En concordancia con lo que ocurre para el total de la muestra, pero en proporciones mucho mayores, la necesidad de ampliación se conjuga con los altos precios del suelo como las primeras causas de traslado. Tras estos motivos pueden además estar aquellos derivados de la congestión en las actuales localizaciones (*Tabla 28*).

Las demás causas de movilidad mayormente citadas por los encuestados se corresponden con la búsqueda de buenas infraestructuras tecnológicas y de mano de obra cualificada. Estos factores son valorados como muy o bastante importantes por la mayoría de las empresas a la hora de plantear una nueva localización.

Por su parte, el coste de mano de obra prevalece como un factor cuya importancia es poca o nula para la gran parte de las firmas que proyectan moverse de su emplazamiento actual en los próximos cinco años.

TABLA 28. MOTIVOS POR LOS QUE SE PLANTEARÍAN UN POSIBLE TRASLADO LAS EMPRESAS QUE PLANEAN MOVER SU LOCALIZACIÓN ACTUAL.

Motivos por los que se plantearía un posible traslado	Muy - Bastante importante	Poco -Nada importante	Ns/Nc	Total
Necesidad de ampliación	65,5	31,0	3,4	100,0
Necesidad de estar cerca de mis clientes	34,5	62,1	3,4	100,0
Necesidad de estar cerca de los proveedores	34,4	65,5		100,0
Coste de la mano de obra	37,9	58,6	3,4	100,0
Precio del suelo	51,7	41,4	6,9	100,0
Buenos equipamientos urbanos y sociales	48,3	48,3	3,4	100,0
Buena accesibilidad a la información	48,3	51,7		100,0
Buenas infraestructuras tecnológicas	55,1	44,8		100,0
Proximidad a empresas del mismo sector o relacionados	24,1	75,8		100,0
Existencia de mano de obra cualificada	55,1	44,8		100,0
Existencia de institutos tecnológicos, diseño o I+D	41,3	58,6		100,0
Existencia de empresas de servicios a la producción	37,9	62,1		100,0
Facilidades administrativas para el desarrollo de la actividad	44,8	55,1		100,0
Otros	-	100,0		100,0

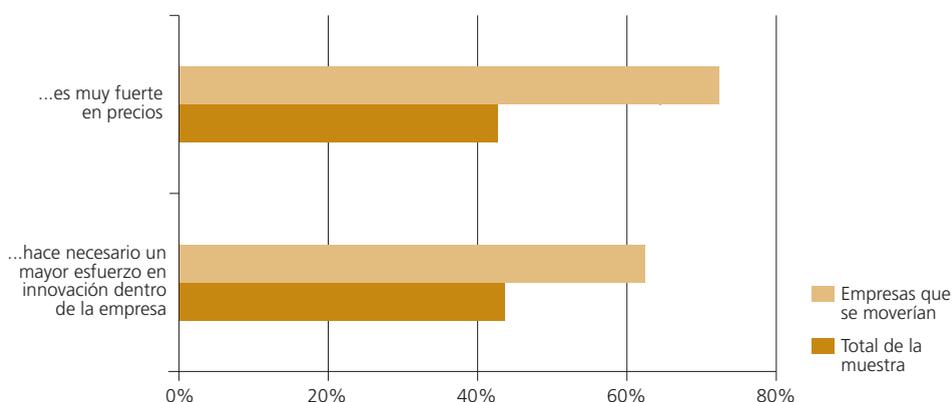
Porcentajes.

Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

## 4.4. La competencia internacional según el subconjunto de empresas que planean mover su actual localización

El subconjunto de firmas que prevén un cambio de emplazamiento percibe ampliamente la influencia de la competencia internacional, incluso en proporciones mucho mayores que el resto de la muestra (ver *Gráfico 12*). La gran mayoría de las empresas en cuestión da una fuerte importancia a la competencia internacional en sus actividades, tanto en los efectos que ésta tiene sobre los precios, como en que hace necesario un mayor esfuerzo en innovación.

GRÁFICO 12. COMPARACIÓN DE LA OPINIÓN DE LAS EMPRESAS QUE PLANEAN MOVER SU LOCALIZACIÓN ACTUAL Y EL RESTO CON RELACIÓN A LA COMPETENCIA INTERNACIONAL. SALDOS NETOS(\*) EN PORCENTAJES.



Nota: (\*) Diferencia entre el porcentaje de respuestas afirmativas y negativas.

Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.

Por medio de estas valoraciones sobre la competencia internacional se pone en evidencia que este 11,6% de firmas, que mayoritariamente son pequeñas y medianas, no muy antiguas, formadas por capital principalmente nacional, muy ligadas al entorno regional y mayoritariamente con menor contenido tecnológico, es bastante permeable a la influencia de la competencia, especialmente vía precios. Este fuerte vínculo con las condiciones internacionales, sumado a las notas distintivas de este grupo de empresas imprime cierta vulnerabilidad. Evidentemente, la misma se traduce internamente en estrategias de búsqueda de mejores condiciones de localización.

## 4.5. Las ventajas competitivas de España según el subconjunto de empresas que planean mover su actual localización

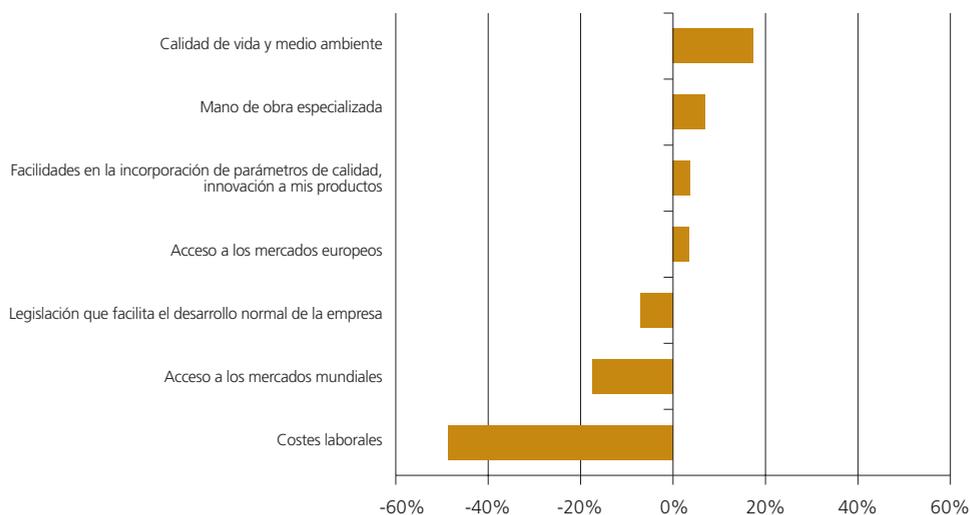
Recordamos que, para el total de la muestra, en términos de saldos entre contestaciones favorables y desfavorables, el único factor valorado mayoritariamente como una ventaja fue la 'calidad de vida y medio ambiente'. En el *Gráfico 13* se exponen los saldos correspondientes a las respuestas de las firmas que planean mover la ubicación actual de sus establecimientos.

Frente a un único aspecto mayoritariamente considerado como ventaja por el total de la muestra, llama la atención que entre las respuestas del subconjunto aquí tenido en cuenta se hallen cuatro aspectos mayoritariamente valorados como ventajas competitivas que ofrece España: 'calidad de vida y medio ambiente', 'mano de obra especializada', 'facilidades en la incorporación de parámetros de calidad, innovación a mis productos' y 'acceso a los mercados europeos'. Por otra parte, entre los aspectos menos valorados como ventajas competitivas por el subconjunto de empresas que estamos tratando, se encuentran la legislación que facilita el desarrollo normal de la empresa, el acceso a los mercados mundiales y los costes laborales.

Los resultados obtenidos a partir de las respuestas parecen reforzar la idea de que la movilidad que estas empresas plantean es mayoritariamente de tipo regional/nacional. Se trataría de moverse hacia aquellos espacios que les permitiesen continuar disfrutando las ventajas que actualmente gozan en su localización actual, que les mantuviera ligados a sus proveedores y clientes, pero que representaran mejores condiciones a fin de enfrentar la fuerte competencia en precios y las necesidades de innovación que el actual contexto internacional impone.

Lo dicho, también robustece la idea de que esta movilidad consistiría muy minoritariamente en migraciones internacionales, tal y como ya se ha dicho. Asimismo, se refuerza la noción de que tras esta movilidad internacional estaría la fuerte influencia de la competencia internacional tanto en precios como en la necesidad de incorporar innovación y el requisito de reducir los costes laborales que permitan enfrentarla.

GRÁFICO 13. OPINIÓN DE LAS EMPRESAS QUE PLANEAN MOVER SU LOCALIZACIÓN ACTUAL SOBRE LAS VENTAJAS COMPETITIVAS QUE OFRECE ESPAÑA. SALDOS NETOS(\*) EN PORCENTAJES.



Nota: (\*) Diferencia entre el porcentaje de respuestas afirmativas y negativas.

Fuente: Encuesta EOI, Movilidad empresarial en España, 2005.



## 5. Las decisiones de localización y movilidad a partir de un modelo *logit* y del análisis de correspondencias múltiples

Los resultados anteriores han ofrecido algunos indicios sobre qué elementos son clave para entender las pautas de localización y las intenciones de movilidad del tejido empresarial en España, a través del análisis exploratorio de las respuestas de la encuesta realizada.

En este capítulo se analizarán las decisiones de localización y movilidad empresarial utilizando un modelo confirmatorio. Es decir, se analizarán cómo inciden las ventajas regionales y las características empresariales tanto a escala agregada como de las cuatro regiones estudiadas en la probabilidad de localizarse, en cada una de las cuatro regiones consideradas y de moverse de su actual establecimiento a otro. Para ello, se identificarán por un lado, los factores que influyen en la probabilidad de que las empresas se localicen en una determinada localidad (*modelo de localización*) y por otro, los factores que ejercen mayor influencia en la probabilidad de trasladar su actual establecimiento (*modelo de movilidad*).

Tal como se detalló en el capítulo 2, los territorios poseen un conjunto de características tangibles e intangibles que condicionan la localización y movilidad de las actividades económicas.

Entre dichas condiciones se pueden distinguir: 1) las condiciones relacionadas con el transporte, los insumos y el tamaño de los mercados; 2) las condiciones del factor trabajo; 3) la presencia de economías externas tanto de urbanización como de localización; 4) la presencia de infraestructuras económicas, sociales y culturales; 5) las condiciones relacionadas con la presencia de capital físico y financiero; 6) las condiciones del suelo; 7) el medio ambiente, tanto su calidad como su regulación; y 8) las actuaciones del gobierno.

Pero además en las decisiones de movilidad/ des(re) localización están presentes una serie de *factores internos* a la empresa (expectativas de crecimiento de la propia empresa, economías de escala internas, etc.); que es necesario considerar conjuntamente con los *factores externos* (factores de atracción como de expulsión) antes mencionados.

## 5.1. Consideraciones metodológicas, datos y fuentes utilizadas

La estrategia de modelización, tanto para el análisis de la localización como de la movilidad, se realizará a partir de una especificación general, conducida por lo que señala la teoría económica. Parece sensato que en un análisis transversal, la probabilidad de elección de determinada ubicación por parte de una empresa para la operación de sus actividades así como las decisiones de cambiar de localidad, se vean influenciadas no solo por factores internos a la propia empresa, sino también por aquellos de carácter externo o del entorno en el que opera.

Bajo este planteamiento se han desarrollado dos modelos con las siguientes ecuaciones a estimar:

### Modelo de localización: (LOGIT Multinomial)

$$Prob (arealocalización_i = j) = P_{ij} = \frac{e^{\alpha_j X_i}}{1 + \sum_{k=0}^4 e^{\alpha_k X_i}} \quad [1]$$

con  $i = 1, \dots, 250$  y  $j = 1, \dots, 4$

El modelo pretende mostrar la probabilidad de localizarse en una determinada área (CC.AA.) y, por tanto, permite determinar qué factores son las importantes en cada una de las cuatro CC.AA. consideradas: Comunidad de Madrid, C. Valenciana, Cataluña y Andalucía, en un juego de comparaciones dos a dos.

Para analizar la movilidad se plantea un modelo como el siguiente:

### Modelo de movilidad: (LOGIT Binomial)

$$Prob (movilidad_i = 1) = P_i = \frac{1}{1 + e^{-X_i \beta}} \quad [2]$$

con  $i = 1, \dots, 250$

Donde, en ambos casos,  $x_i$  representa el vector de variables independientes relacionado con las características de la empresa, con las ventajas de la localización actual, con la valoración de los motivos de posibles traslados, con la percepción de las características del sector (competencia internacional y ventajas competitivas) y con un conjunto de caracte-

terísticas económicas de la región<sup>29</sup>. Las variables condicionantes o regresores, son comunes a ambos modelos, con excepción del vector de variables relacionadas con la valoración de los motivos por los que se trasladaría, que sólo se incluye en el modelo de movilidad.

La variable objetivo difiere según sea el modelo que se estime, bien de movilidad o de localización,:

**Área localización:** Variable categórica múltiple que toma los valores de 1 a 4, según sea su localización actual (1: Madrid, 2: Cataluña, 3: Com.Valenciana, 4: Andalucía).

**Movilidad:** Variable endógena, que toma el valor de 1, si la empresa ha considerado la posibilidad de trasladar su actual establecimiento y 0 en caso contrario. Es la variable que se pretende explicar en el modelo de determinación de la movilidad empresarial.

Del análisis de las matrices de correlación entre las principales variables independientes<sup>30</sup> se puede ver que existe una correlación muy alta entre 'Buena accesibilidad a los proveedores' y 'Buena accesibilidad a los clientes' (0,78) y entre 'Buena accesibilidad a los clientes' y 'Buena accesibilidad a la información' (0,72), por lo que se ha optado por eliminar una de ellas en el análisis para evitar problemas de multicolinealidad. En concreto se ha decidido eliminar las variables 'Buena accesibilidad a los clientes' y 'Buena accesibilidad a la información'.

Se constata por otra parte, que el grado de correlación entre las variables que describen algún tipo de ventaja de localización del emplazamiento actual y los motivos por los que se plantearían un posible traslado, es muy reducida, por lo que no existirían problemas de multicolinealidad entre ambos grupos de variables.

Además, se corrobora la alta correlación entre las siguientes variables relacionadas con la valoración de los motivos para un posible traslado: 'Necesidad de estar cerca de los proveedores' y 'Necesidad de estar cerca de mis clientes' (0,74); 'Buenas infraestructuras tecnológicas y 'Buenos equipamientos urbanos y sociales' (0,72); 'Buenas infraestructuras tecnológicas' y 'Buena accesibilidad a la información' (0,78); 'Existencia de mano de obra cualificada' y 'Buena accesibilidad a la información' (0,71); 'Existencia de mano de obra cualificada' y 'Buenas infraestructuras tecnológicas' (0,72).

---

<sup>29</sup> Se han incluido algunas variables de naturaleza continua, como son las características de la dinámica demográfica, económica y del mercado laboral de la región en la que se localizan cada una de las empresas.

*pobprov*: Cifras oficiales de proyecciones de población 2006 a partir del Censo de Población de 2001.

*pib*: Producto Interior Bruto a precios de mercado 2003 (precios corrientes, en miles de euros) obtenido a partir de las cuentas regionales.

*tasparo*: Tasa de paro registrado (en %) (Primer trimestre de 2006) a partir de la Encuesta de Población Activa.

<sup>30</sup> Las variables han sido normalizadas entre 0 y 1. El valor de 0, agrupa a las categorías de respuesta: 'poco/nada importante' y la categoría 1 'muy/bastante importante'.

Por lo que se ha optado por eliminar las siguientes variables: 'Necesidad de estar cerca de los proveedores', 'Buenas infraestructuras tecnológicas', y 'Existencia de mano de obra cualificada'.

Y por último, respecto al conjunto de variables sobre competencia internacional y ventajas competitivas, sólo se comprueba la alta correlación entre 'Acceso a los mercados mundiales' y 'Acceso a los mercados europeos' (0,76) por lo que se ha optado por eliminar una de ellas; en concreto la variable 'Acceso a los mercados mundiales'.

Obviamente, todas estas variables provienen de la muestra de 250 establecimientos industriales entrevistados en las comunidades autónomas de Madrid, Cataluña, Comunidad Valenciana y Andalucía.

## 5.2. Los resultados del modelo de localización. ¿Qué región está mejor y en qué?

Los principales resultados del modelo de localización se presentan en la *Tabla 29*. El análisis se realiza comparando por pares las áreas de destino de la inversión o de elección por parte de la empresa para realizar sus operaciones, siendo la segunda la que se toma como comparación.

En cuanto a las características de la empresa se observa en primer lugar que existen diferencias en cuanto a **origen** del capital y su decisión de localización. De este modo aquellas cuyo origen es bien una *sociedad local* o bien una *sociedad multinacional*, preferirían localizar sus inversiones en Cataluña frente al resto de localizaciones. Por otro lado, las que tienen su origen en *sociedades nacionales*, parecerían preferir localizarse en Cataluña y en la Comunidad Andaluza.

En cuanto a **intensidad de uso** de la **tecnología**, aquellas con tecnología *media-alta* parecerían preferir por localizarse en Cataluña y en menor medida en Andalucía. Un comportamiento más diversificado presentan las de intensidad *media-baja* que se localizarían en Madrid, Cataluña y la Comunidad Valenciana; mientras las de intensidad *baja*, preferirían a Andalucía como destino de sus inversiones. Mientras que respecto a la **trayectoria tecnológica**, se encuentra que la tradición de 'proveedores' y 'suministradores especializados' determina la localización de las inversiones en Cataluña, Valencia y Madrid. Mientras que no parece un factor determinante de la localización en la comunidad andaluza.

Las empresas relativamente más jóvenes (con menos de quince años de antigüedad), parece ser una característica de las empresas que eligen establecerse sobre todo en Cataluña. Mientras que la cuantía de facturación (de 5 a 60 millones de euros) es otra característica de aquellas que deciden localizarse en Madrid y Cataluña.

TABLA 29. MODELO LOGIT MULTINOMIAL DE LOCALIZACIÓN

	CAT vs MAD	CVA vs MAD	AND vs MAD	CVA vs CAT	AND vs CAT	AND vs CVA
<b>Características generales</b>						
Origen local	2.155.173 ***	2.181.592	2.556.354	-1.937.013 ***	4.011.806	2.338.195
Origen Soc. Nac.	2.085.769 ***	1.265.032	2.401.778 ***	-1.959.266 ***	3.160.075 ***	2.275.274 ***
Origen Soc. Mult.	2.077.085	0.5420575	-1.509.077	-2.022.878 ***	-4.286.163	-2.263.283
Tecn. Media-Alta	0.8489183	-1.987.707	1.722.341	-2.836.625 **	0.8734228	3.710.048 *
Tecn. Media-Baja	1.588.178	1.428.577	-1.850.498 ***	-0.1596007	-2.009.316 ***	-1.993.356 ***
Tecn. Baja	-0.8198816	-7569285	302.601	0.062953	3.845.892 *	3.782.939 *
Tray. Proveedores	3.443.698 **	3.790.059 **	-1.834.981 ***	0.346361	-2.179.351 ***	-2.213.987 ***
Tray. Sum. Especial.	2.294.119 *	256.285 *	-1.855.387 ***	0.2687309	-2.084.799 ***	-2.111.672 ***
Creación desp. 2000	2.345.928 ***	2.241.781	-2.116.701	-1.041.473	-496.263	-4.858.482
Creación antes 90	0.9434775	0.4042017	-0.8773311	-0.5392758	-1.820.809 *	-1.281.533
De 0 a 50 empleados	-0.6029882	-0.048598	-2.294.239 **	0.5543902	-1.691.251 *	-2.245.641 **
Fact. Entre 5 a 30 mill.	-0.1824986	-1.263.431 *	-0.6700595	-1.080.932 *	-0.4875609	0.5933715
Fact. Entre 30 a 60 mill.	2.262.743 ***	2.322.517	-1.740.717	0.5977457	-4.503.459	-4.563.234
Exportaciones	0.9186596 *	0.8111632	-0.9220554	-0.1074964	-1.840.715 **	-1.733.219 *
Importaciones	0.0986186	-0.32922	-0.5760278	-0.4278386	-0.6746464	-0.2468078
<b>Ventajas de localización</b>						
Buena accesibilidad a los						
proveedores	0.3915645	-0.3000234	1.308.856 *	-0.6915879	0.9172915	1.608.879 **
Proximidad a empresas del						
mismo sector o relacionados	0.2769273	-0.5520593	-0.6140823	-0.8289866 *	-0.8910097	-0.062023
Existencia de institutos						
tecnológicos, diseño o I+D	0.9434948	1.834.114 ***	-0.4575656	0.8906191	-140.106 *	-2.291.679 ***
<b>Competencia internacional y ventajas competitivas</b>						
....La competencia						
internacional en mi sector						
es muy fuerte en precios	-0.0744215	0.6073164	-1.217.521	0.6817379	-11.431	-1.824.837 **
....La competencia internacional						
en mi sector hace necesario						
un mayor esfuerzo en						
innovación dentro de la empresa	-0.3194102	-0.3602329	3.382.442 ***	-0.0408227	3.701.852 ***	3.742.675 ***
Costes laborales	-1.456.728 ***	-1.422.476 **	-1.619.926	0.034252	-0.1631975	-0.1974495
Calidad de vida y medio ambiente	0.3465411	1.059.966 *	0.4251668	0.7134248	0.0786257	-0.6347991
Facilidades en la incorporación						
de parámetros de calidad,						
innovación						
a mis productos	0.0607839	1.133.816 *	0.5243289	1.073.032 *	0.463545	-0.6094867
Legislación que facilita el desarrollo						
normal de la empresa	0.1560794	-0.3372053	-1.673.094 *	-0.4932847	-1.829.173 **	-1.335.888
Otras	2.481.692 ***	-1.671.931	2.597.486	-4.553.622	1.157.945	2.669.417

Significativo al: \*\*\*99%, \*\*95%, \*90%. MAD: Madrid, BCN: Barcelona, AND: Andalucía, VAL: Valencia.

Un coeficiente negativo indica que altos valores de la variable implicada aumentarán la probabilidad de invertir en el área de referencia (la segunda de cada par), mientras que uno positivo indicaría lo contrario.

La variable representativa de las **exportaciones** ejerce una influencia significativa en las localizaciones de las empresas de Madrid, Cataluña y la Comunidad Valenciana. Respecto a la variable importaciones se podría concluir que no ejerce ninguna influencia en la localización de las empresas en ninguna área.

Con relación a las **ventajas de localización**, el *acceso a los proveedores* es una característica que determinaría las localizaciones en Andalucía, mientras que la *proximidad a empresas relacionadas con el sector* ejercería mayor influencia en las localizaciones de las empresas en Cataluña. La presencia de *instituciones de I+D* sería otro factor que determinaría la localización en la Comunidad Valenciana y Cataluña.

En cuanto a la percepción sobre la intensidad de la **competencia internacional** en precios parecería ser una característica que determina la localización de las empresas en la Comunidad Valencia. Mientras que las que opinan que dicha competencia les significa un mayor esfuerzo en innovación, sería una característica de las que eligen como destino a la comunidad andaluza.

Por último la opinión sobre las **ventajas competitivas** de España en cuanto a costes laborales determinaría la localización en Madrid, mientras que las ventajas en calidad de vida y medio ambiente, determinaría la localización de la inversión en Valencia, de igual modo que las facilidades que encontrarían para incorporar parámetros de calidad e innovación. Las facilidades en legislación para el desarrollo de la empresas, solo determinaría la localización de las empresas en Madrid y Cataluña.

### 5.3. Modelo de movilidad

En la *Tabla 30* se presentan los resultados del modelo logit de movilidad, en el que se han incluido dentro de los regresores la valoración de los posibles motivos que determinarían el traslado de las operaciones de la empresa.

Tal como se puede ver algunas **características internas** de la empresa ejercerían marcada influencia en las decisiones de movilidad. El origen ya sea local o multinacional, determinaría la movilidad en el corto plazo. Así también, la trayectoria tecnológica basada en economías escala y el hecho de registrar compras en el exterior. Por el contrario, pese a resultar significativas estadísticamente, la antigüedad, el número de empleados y la cuantía de facturación no parecerían influir en las decisiones de movilidad.

Respecto a las **características regionales**, se encuentra que el hecho de que hayan comunidades autónomas con mayor población, podría determinar a mediano plazo, una mayor probabilidad empresarial, debido a los costes de congestión. Por otra parte, un mayor crecimiento económico regional, actuaría a favor de la permanencia de las empresas en sus emplazamientos actuales.

En cuanto a las actuales **ventajas o desventajas de localización**, en general se observa poca vinculación entre las características del actual emplazamiento y la probabilidad de trasladar sus operaciones; sólo dos variables resultaron significativas. Así a pesar de que las empresas conceden una relativa importancia a la existencia de centros de I+D en sus localizaciones actuales, esto no sería impedimento para trasladarse en el corto plazo a otras localizaciones. Además, se constata que la existencia de facilidades administrativas para el desarrollo de las operaciones de la empresa, disminuiría la probabilidad de traslado del actual establecimiento a otros alternativos.

Con relación a la valoración de los **motivos de un posible traslado**, tampoco es posible encontrar evidencia contundente; sólo un factor resultó significativo estadísticamente. Así, se constata que a pesar que las empresas reconocen que el coste de la mano obra puede influir en sus decisiones de movilidad, el signo negativo del parámetro indicaría que este factor por sí solo, no aumenta la probabilidad de mover el actual emplazamiento.

Por último, del conjunto de factores que recogen la percepción de la **competencia internacional y las ventajas competitivas de España**, sólo cuatro de ellos resultaron significativos. El signo positivo de la variable que recoge el hecho de que el sector al que pertenece la empresa presenta una alta competencia internacional en precios, y que el territorio nacional presenta ventajas competitivas en cuanto a calidad de vida y medio ambiente y a legislación favorable para el desarrollo de las actividades de la empresa, no serían suficiente para garantizar la permanencia de las empresas en el tiempo. Y por el contrario, el signo negativo del parámetro que indica que la alta competencia internacional les requiere un mayor esfuerzo de innovación dentro de la empresa, indicaría que los esfuerzos realizados en innovación, actuarían en contra de cualquier decisión de movilidad en el corto plazo.

TABLA 30. MODELO LOGIT BINOMIAL DE MOVILIDAD

	Coef.	z	P > (z)
<b>Características generales</b>			
Origen local	1.230.671	11.87	0.000 ***
Origen Soc. Mult.	126.738	8.97	0.000 ***
Tray. Econ.Escala	308.242	13.69	0.000 ***
Creación antes 90	-7.184.283	-2.36	0.018 **
Creación entre 90 y 00	-4.937.056	-1.62	0.104 ***
Más de 100 empleados	-566.943	-2.44	0.015 **
Fact. Menos 5 mill.	-4.075.786	-2.86	0.004 ***
Fact. entre 5 a 30 mill.	-253.563	-2.06	0.039 **
Importaciones	2.776.615	2.24	0.025 **
<b>Ventajas de localización</b>			
Coste de la mano de obra	0.5705386	0.48	0.633
Precio del suelo	-0.6354626	-0.59	0.557
Buenos equipamientos urbanos y sociales	1.363.691	1.07	0.283
Buena accesibilidad a los proveedores	-107.962	-0.92	0.356
Buenas infraestructuras tecnológicas	0.5070418	0.36	0.721
Proximidad a empresas del mismo sector o relacionados	-0.2645247	-0.27	0.784
Existencia de mano de obra cualificada	0.3886545	0.30	0.768
Existencia de institutos tecnológicos, diseño o I+D	2.305.644	1.73	0.084 *
Existencia de empresas de servicios a la producción	-0.7580534	-0.54	0.590
Incentivos financieros/fiscales	0.6660472	0.52	0.600
Subvenciones a la inversión o la creación de empleo	-0.8833442	-0.79	0.430
Facilidades administrativas para el desarrollo de la actividad	-2.316.858	-1.61	0.108 *
<b>Valoración de motivos para traslado</b>			
Necesidad de ampliación	0.8029019	0.83	0.408
Necesidad de estar cerca de mis clientes	183.823	1.53	0.127
Coste de la mano de obra	-3.074.321	-2.20	0.028 **
Precio del suelo	0.6180354	0.46	0.642
Buenos equipamientos urbanos y sociales	-1.661.572	-1.23	0.218
Buena accesibilidad a la información	-0.0438436	-0.03	0.977
Proximidad a empresas del mismo sector o relacionados	1.560.375	1.13	0.258
Existencia de institutos tecnológicos, diseño o I+D	1.779.061	1.36	0.173
Existencia de empresas de servicios a la producción	-0.8406764	-0.64	0.520
Facilidades administrativas para el desarrollo de la actividad	2.185.997	1.46	0.144
<b>Competencia internacional y ventajas competitivas</b>			
....La competencia internacional en mi sector es muy fuerte en precios	3.647.382	2.43	0.015 **
....La competencia internacional en mi sector hace necesario un mayor esfuerzo en innovación dentro de la empresa	-2.381.307	-1.62	0.104 *
Costes laborales	-152.514	-1.13	0.260
Calidad de vida y medio ambiente	2.270.471	1.90	0.057 *
Facilidades en la incorporación de parámetros de calidad, innovación a mis productos	0.3472813	0.31	0.757
Mano de obra especializada	0.3833871	0.40	0.690
Acceso a los mercados europeos	-1.201.514	-1.18	0.236
Legislación que facilita el desarrollo normal de la empresa	3.245.447	2.78	0.005 ***
Otras	3.350.506	0.77	0.442
<b>Características regionales</b>			
Lpib	-6.689.452	-1.98	0.048 *
Lpobprov	6.996.835	2.13	0.033 **
Tasparo	-350.327	-2.02	0.044 **

Significativo al: \*\*\*99%, \*\*95%, \*90%.

De los modelos estimados anteriormente, es posible concluir que:

- Al contrario del análisis de saldos netos en el que se encontraba un conjunto de seis factores más valorados como ventajas de localización, en el ejercicio econométrico realizado éstos se reducen a sólo tres y difieren según sea el par de alternativas de destino de la localización.
- Un conjunto de siete factores sobre la percepción de la competencia internacional y las ventajas competitivas, en cambio ejercería una mayor influencia relativa en la probabilidad de selección de las áreas destino de la inversión empresarial. Cuatro de ellos (calidad de vida y medio ambiente, facilidades para incorporación de parámetros de calidad, legislación favorable al desarrollo de la empresa y costes laborales) obtuvieron saldos netos positivos.
- La necesidad de ampliación no sería un factor determinante de la movilidad de las empresas en la medida en que no está más presente en las empresas que desean moverse. Por otro lado, si bien el coste de la mano de obra es un factor importante dentro de los motivos que llevarían a plantear un posible traslado, no parece influir positivamente en la probabilidad de movilidad empresarial.
- Las ventajas competitivas que presenta España en cuanto a calidad de vida y medio ambiente y legislación favorable al desarrollo de la empresa; así como el impacto favorable de la competencia internacional en cuanto a precios, no serían suficientes para garantizar la permanencia de las empresas en el tiempo.
- Por lo tanto, se corrobora la complejidad de las decisiones de movilidad, que pueden plantearse pese a disfrutar de ciertas ventajas en las localizaciones actuales y ventajas competitivas en el territorio nacional.

## 5.4. Los resultados del Análisis de Correspondencias Múltiples

Para complementar el análisis realizado en el epígrafe anterior, se realizará el Análisis de Correspondencias Múltiples (ACM). El ACM permitirá analizar la relación existente entre las principales variables del estudio de la localización y movilidad empresarial, así como analizar cómo está estructurada dicha asociación, describiendo “proximidades” que permitan identificar “categorías causa de asociación”<sup>31</sup>.

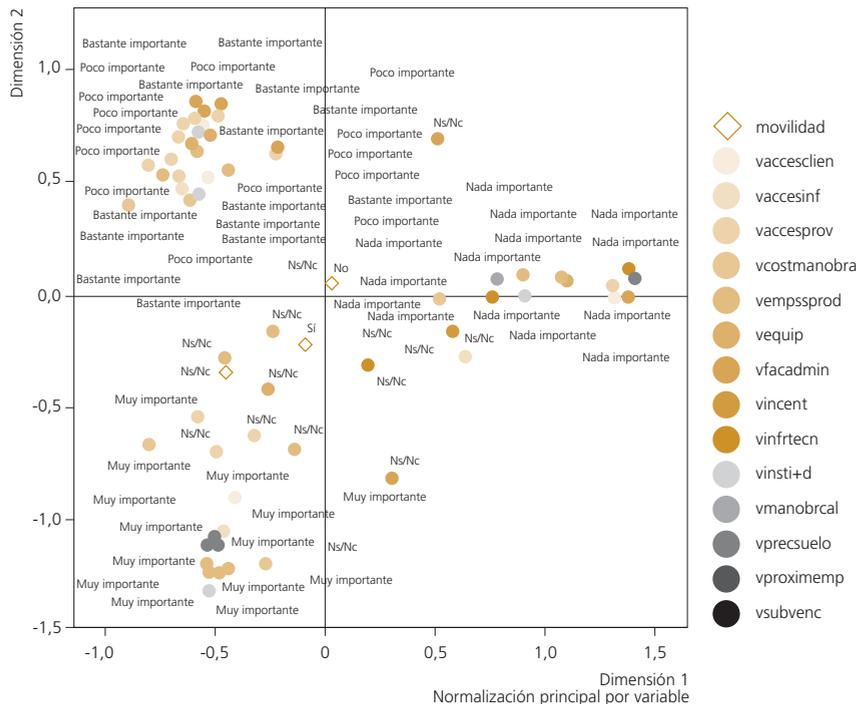
<sup>31</sup> En el ACM se define como variables activas, a aquellas que se utilizan en el análisis; mientras que las variables ilustrativas sólo sirven para ilustrar algunos aspectos sin que intervengan en el proceso de cálculo.

Las *variables activas* utilizadas en el análisis son: 1) Ventajas de la localización actual; 2) Valoración de los motivos por los que se trasladaría; 3) Percepción de las características del sector; y 4) la decisión de movilidad. Mientras que las *variables ilustrativas* son: 1) Origen de la empresa; 2) Intensidad tecnológica; 3) Trayectoria tecnológica; 4) Facturación; 5) Inicio de actividades; 6) Empleo; 7) la CCAA en la que realiza su actividad; 8) si realiza algún tipo de comercio exterior (exportaciones e importaciones); y 9) si dispone de varios establecimientos.

## Descripción de los ejes factoriales obtenidos

Se proponen dos ejes principales para representar el plano factorial donde se situarán las diferentes variables y modalidades ilustrativas. En el **Gráfico 14** se han proyectado las diferentes ventajas de la localización actual conjuntamente con la decisión de trasladarse. La dimensión 1 (0,934) tiene un valor singular mayor que la dimensión 2 (0,904) y es la que mejor discrimina entre las diferentes modalidades. Ambas dimensiones explican hasta el 47,35% de la varianza de los datos.

GRÁFICO 14. LAS VENTAJAS DE LOCALIZACIÓN Y LA DECISIÓN DE TRASLADARSE



Proyección de las 70 modalidades de las ventajas de localización (P7) y la decisión de trasladarse (P8)

Fuente: elaboración propia.

La **dimensión 1**, separa a las empresas en función de su valoración acerca de las ventajas de su localización actual. En la parte negativa del eje se encuentran aquellas que valoran como “muy importantes” la mayoría de los aspectos sobre los cuáles se les preguntó. Mientras que en la parte positiva, se encuentran aquellas que indican que dichos aspectos le resultan “nada importantes”.

La **dimensión 2**, también permite separar a las empresas en función de la valoración de las ventajas de su actual emplazamiento pero además discrimina mejor respecto a la decisión de trasladar su actividad a otra localidad en los próximos 5 años. En la parte negativa del eje, se encuentran aquellas que han evaluado la posibilidad de trasladar su actividad y que al mismo tiempo dan la mayor valoración a las características de su localización actual; **lo cual nos indicaría que las razones de movilidad podrían ser independientes de las características de su actual localización, o que en definitiva hay otros factores que son más relevantes**. En la parte positiva, por el contrario se encuentran aquellas empresas que valoran muy poco las características actuales de su localización y que al parecer no estarían evaluando ninguna posibilidad de traslado.

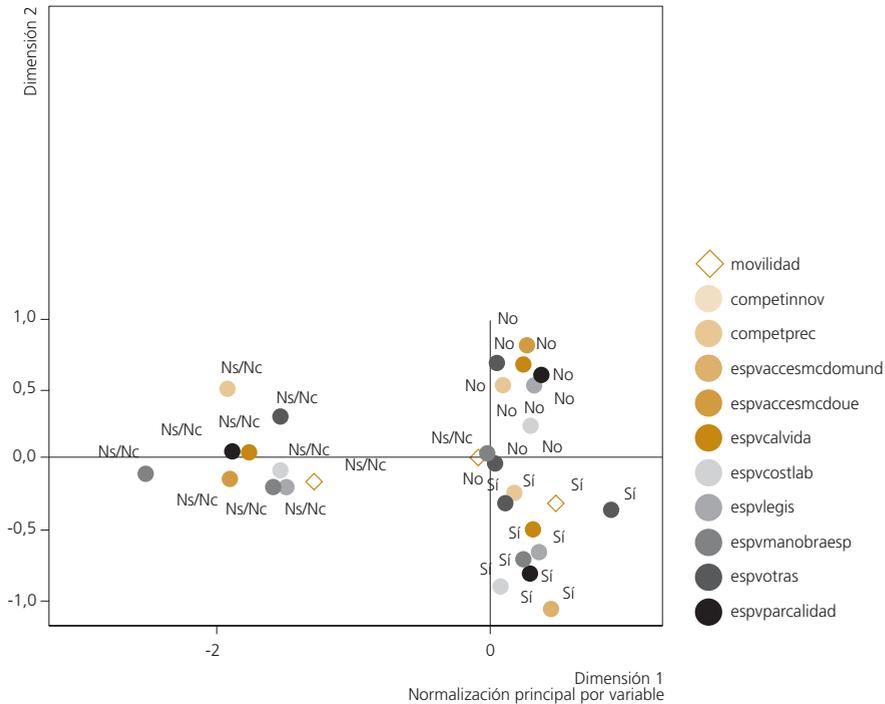
Se proyectó asimismo en el plano factorial los diferentes motivos por los cuáles se trasladarían junto con la decisión de trasladarse. Se observa que ambos factores llegan a explicar hasta el 64,76% de la varianza de los datos. Si bien ambas dimensiones parecen diferenciar entre las valoraciones positivas o negativas de las razones que les llevarían a trasladar su planta, ninguna de las dos parece discriminar entre los que han pensado trasladar su actividad y aquellos que no lo han pensado aún. Por lo que es difícil obtener alguna conclusión contundente sobre los motivos más asociados con la decisión de movilidad.

En el **Gráfico 15**, se presenta la proyección de las características del sector (competencia internacional y ventajas competitivas) conjuntamente con la decisión de trasladarse. Ambas dimensiones explican hasta el 31,22% de la varianza de los datos. La dimensión 1, discrimina entre los que emiten algún tipo de opinión sobre las características de su sector, de los que prefieren no opinar sobre dichas características (parte negativa del eje). La dimensión 2, por su parte permite diferenciar entre aquellos que han pensado trasladarse y que al mismo tiempo encuentran ventajas en las características de su sector en su actual emplazamiento (dichas categorías se encuentran concentradas en la parte negativa del eje) en relación a aquellas que no identifican como “ventajas” las características de su sector en su localización actual. Por lo que al igual que en el **Gráfico 14**, las ventajas que presenta el actual emplazamiento respecto a la competencia internacional y las ventajas competitivas del territorio nacional, no serían suficientes para garantizar la permanencia de las empresas en una determinada localidad.

En el **Gráfico 16** se han representado en el plano factorial cada una de las categorías correspondientes a las diez variables ilustrativas consideradas en el análisis, mientras que en el **Gráfico 17** se han proyectado las diez variables ilustrativas utilizadas.

Del ACM realizado antes, es posible encontrar algunas tendencias:

GRÁFICO 15. PERCEPCIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR Y LA DECISIÓN DE TRASLADARSE

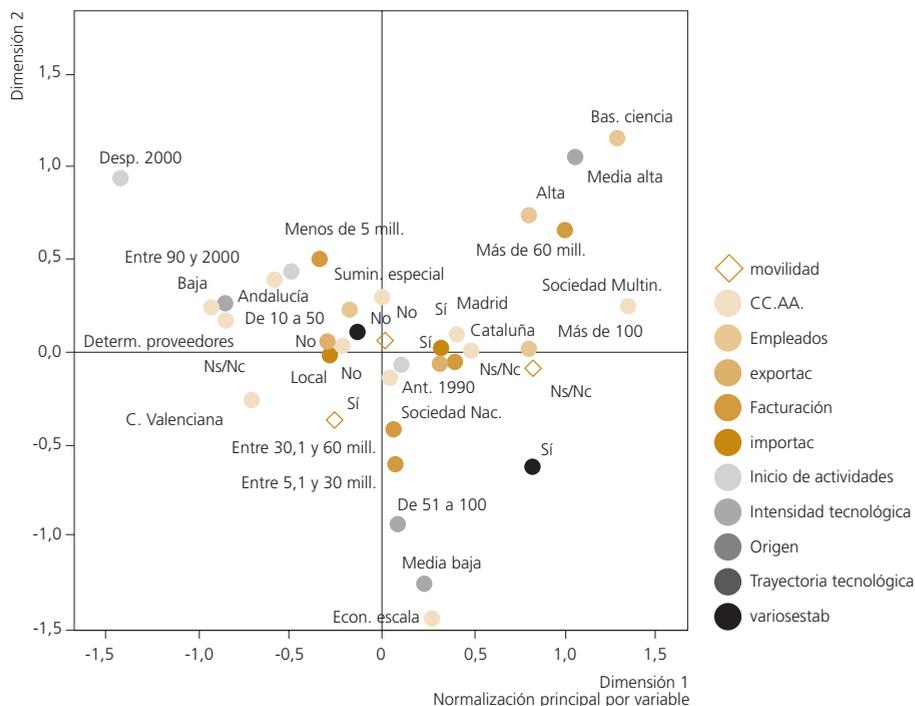


Proyección de las 30 modalidades de la percepción de las características del sector (P11) y la decisión de trasladarse (P8)

Fuente: elaboración propia.

- Las ventajas de localización de los emplazamientos actuales así como la percepción favorable en cuanto a la competencia internacional y las ventajas competitivas que ofrece España al sector empresarial, no son impedimento para que las empresas se planteen algún tipo de traslado de sus operaciones en el corto y/o mediano plazo.
- La decisión de movilidad, es hasta en cierto modo, independiente de la valoración que conceden las empresas a los motivos que les llevarían a plantearse el traslado de sus actividades a un emplazamiento más atractivo.

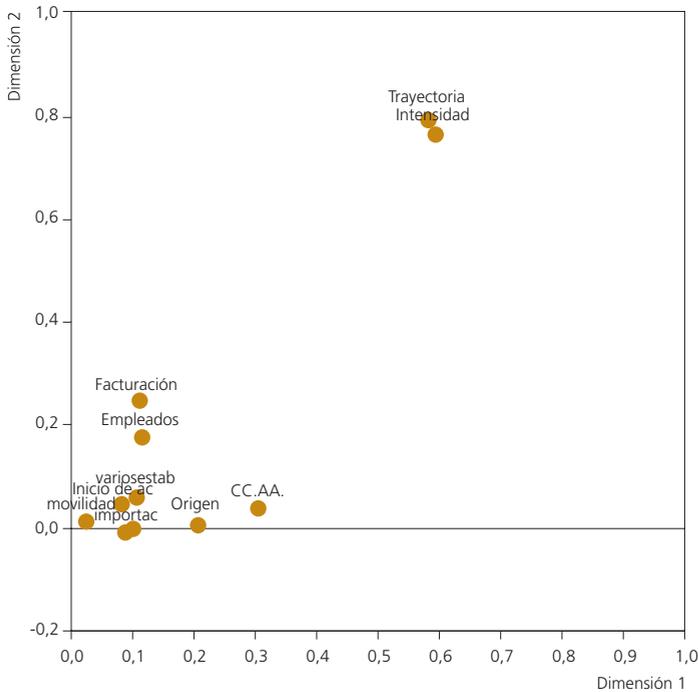
GRÁFICO 16. PROYECCIÓN DE LAS 36 MODALIDADES ILUSTRATIVAS (10 VARIABLES) SOBRE EJES 1 Y 2 Y LA DECISIÓN DE TRASLADARSE (P8)



Fuente: elaboración propia.

- Aquellas empresas creadas antes de los noventa, que facturan entre 5 y 60 millones de euros al año, que tienen más de un establecimiento, cuyo origen es local o una sociedad nacional, que dan ocupación entre 10 y 50 empleados, con intensidad tecnológica media-baja, y con una trayectoria tecnológica que presenta importantes economías de escala, son las más propensas a mostrar un cierto tipo de movilidad en el corto plazo.
- Por otro lado, las empresas basadas en ciencia, con tecnología alta y media alta, cuyo origen es una sociedad multinacional, con más de cien empleados, parecen concentrarse en Madrid y en Cataluña, y presentarían menor probabilidad de movilidad. Las empresas localizadas en la comunidad Valenciana junto con Andalucía, parecen compartir mayores características comunes, con relación a las dos primeras y podrían presentar cierta tendencia a la movilidad.

GRÁFICO 17. PROYECCIÓN DE LAS 10 VARIABLES ILUSTRATIVAS.



Fuente: elaboración propia.

- Las características asociadas a la trayectoria tecnológica, como a la intensidad tecnológica, aparecen más vinculadas entre sí que en relación a las características restantes. Por otro lado, la localización actual parece independiente del resto de características, aunque podría esperarse cierta relación con el origen de la empresa (local, nacional o multinacional). Por último, las decisiones de movilidad estarían más vinculadas con las decisiones de internacionalización de la actividad, como con la fecha de inicio de actividad, y con el hecho de disponer de más de un establecimiento en la actualidad.

## 6. Conclusiones

El estudio desarrollado en estas páginas ha puesto de manifiesto algunos aspectos de gran interés sobre la localización y la movilidad empresarial en España en el actual entorno de mercados globales e integrados.

Las decisiones de localización y movilidad son siempre decisiones complejas, donde intervienen un conjunto amplio de factores que son en la mayoría de los casos, de difícil medición. Adicionalmente, como cualquier decisión de invertir, se realiza en un contexto de incertidumbre, con información limitada y muy influida tanto por variables internas a la empresa (de organización) con externas a la misma, es decir, los mercados de referencia, el estado de la competencia, etc.

Teniendo en cuenta lo anterior, las aproximaciones que tienden a valorar las decisiones de localización como un proceso automático y maximizador han ido perdiendo peso a favor de otras donde el interés reside en el análisis empírico de cómo y porqué se localizan las actividades en el espacio, basándose más en un análisis de la empresa en diferentes planos pero destacando que la forma en que toman sus decisiones depende mucho de su dimensión, del sector en el que se trate y de su vinculación al mercado.

Esto es perfectamente trasladable a una dinámica de localización que puede ser especialmente interesante: la migración de empresas. Las empresas pueden ajustar sus operaciones en el lugar, cambiar entre localizaciones (ajustes inter-locacionales) o emplazarse en nuevas localizaciones. Por otra parte, las pequeñas empresas suelen tener mayor discrecionalidad para ajustar sus operaciones en el lugar en el que se encuentran establecidas, por su mayor capacidad de tomar decisiones más rápidas en comparación con las grandes empresas. Sin embargo, estas últimas a su vez tienen mayor posibilidad de realizar ajustes inter-locacionales que las empresas pequeñas.

Por otra parte, también hemos analizado cómo las decisiones de movilidad están relacionadas con factores internos a la empresa; con los factores de localización (lugar y situación y sus características); y con factores externos a la empresa.

Por tanto, la localización y la movilidad son dos fenómenos que están muy relacionados pero que están guiados por factores que no siempre son idénticos y donde no se dan *explicaciones simétricas* en la medida en que las decisiones de traslado no sólo se ven motivadas por una valoración negativa de las condiciones de localización. De todo ellos nos hemos ocupado en estas páginas.

A partir del estudio empírico fundado en el tratamiento de los datos de la encuesta pudimos concluir, en primer lugar, que el número de empresas que se moverán en el mediano plazo es minoritario frente a las empresas que no pretenden trasladarse. De hecho, si se extrapolaran los resultados de la muestra podría plantearse que en España 12 de cada 100 empresas tiene entre sus estrategias empresariales el cambio de su emplazamiento actual, y de ellas, la gran mayoría se plantearían un traslado total y parcial dentro del territorio nacional.

Aunque la mayor parte de las empresas encuestadas mostraron cierto descontento hacia algunas condiciones no muy favorables en su localización actual, pudimos constatar que las condiciones territoriales de localización, que funcionan como fuerzas de atracción, resultaron ser mayores y más fuertes que las de las de expulsión.

Entre los factores de atracción que las empresas encuestadas más valoraron de la localización actual se encuentran:

- Existencia de mano de obra cualificada (en los cuatro subconjuntos según el diferente contenido tecnológico).
- Buena accesibilidad a los clientes (especialmente en las actividades de media-baja tecnología y también en las de media-alta y baja intensidad tecnológica).
- Buena accesibilidad a los proveedores (en mayor proporción en las empresas de baja tecnología, seguidas por las de media-baja y luego por las de media-alta).
- Buenas infraestructuras tecnológicas (principalmente por las empresas de media-baja tecnología, seguidas de las firmas del subconjunto de media-baja y en una proporción mucho menor las empresas de media-alta).
- Buena accesibilidad a la información (especialmente valorada para las empresas de baja tecnología y en menor medida por los sectores de media-baja).

Por su parte, entre las condiciones que las empresas menos perciben como ventajas:

- Coste de la mano de obra ( en los cuatro grupos de intensidad tecnológica, especialmente poco relevante para las empresas de alta).

- Incentivos financieros/fiscales (con una fuerte valoración negativa por parte de todos los subconjuntos según su grado tecnológico).
- Precio del suelo (principalmente para las empresas de alta, media-alta y media-baja intensidad tecnológica y en menor grado para las empresas de baja)
- Subvenciones a la inversión o la creación de empleo (factor valorado negativamente por las empresas de alta, media-baja y baja tecnología)
- Proximidad a empresas del mismo sector o relacionados (aspecto muy poco relevante para las empresas de alta y media alta tecnología)
- Facilidades administrativas para el desarrollo de la actividad (particularmente mal valorado por las empresas de alta, media-baja y baja tecnología)
- Existencia de institutos tecnológicos, diseño o I+D (valorado como poco importante especialmente por las empresas de media-alta, media-baja y baja carga tecnológica).

No obstante, todos estos factores no hay que analizarlo exclusivamente como factores de expulsión. De hecho, el estudio destaca que los motivos de movilidad de las empresas, del subconjunto que efectivamente declara su intención de migrar, están principalmente relacionados con condicionamientos internos de las firmas. En concordancia con lo que ocurre para el total de la muestra, pero en proporciones mucho mayores, la necesidad de ampliación se conjuga con los altos precios del suelo como las primeras causas de traslado. Tras estos motivos pueden además estar aquellos derivados de la congestión en las actuales localizaciones.

Una de las principales conclusiones de esta parte del estudio fue que el tipo de movilidad que se produciría en los próximos años se caracteriza por ser eminentemente local/regional. Justamente el 82,8% de las empresas que van a mover su localización actual lo harán dentro de la misma comunidad autónoma, poniendo en evidencia que las empresas prefieren las localizaciones cercanas frente a las más lejanas para trasladar sus plantas. De hecho, la proximidad a la ubicación actual, por resultar conocida, disminuye los inconvenientes derivados de adaptación al nuevo entorno y los riesgos que comportan destinos más alejados y desconocidos; a la vez que permite aprovechar las mejores condiciones del nuevo territorio junto con la proximidad y accesibilidad hacia el mercado de referencia.

El resto de las empresas trasladarían su actual localización hacia otros lugares dentro de España en un 10,3% y hacia otros países sólo el 6,9%. La movilidad dentro del territorio español se presenta en los sectores de 'alimentación, bebidas y tabaco' y 'metalurgia y fabricación de productos metálicos', mientras que la movilidad internacional se evidenció en el sector de 'maquinaria y equipo mecánico' y en las 'industrias manufactureras diversas'. El destino explícito de estas migraciones internacionales no lo constituyen los

países del Centro y Este de Europa tal y como pudiera suponerse, sino que China es el destino de preferencia en ambos sectores.

Estos resultados contrastan con la idea de que los procesos de deslocalización son siempre procesos “defensivos”, ante crisis, cuando nuestros resultados muestran que la decisión de moverse tiene que ver con la antigüedad de la firma y las necesidades de ampliación lo que determina que son más fruto de estrategias de crecimiento, básicamente por su incorporación a una dimensión internacional creciente. De hecho, las empresas que se plantean el traslado son también más sensibles al estado de la competencia internacional y al análisis de la posición competitiva de nuestro país en este contexto.

La preponderancia de la movilidad de tipo local/regional que presentan las empresas estudiadas está en total concordancia con su opinión respecto a las ventajas competitivas que ofrece España. En efecto, la mayoría de las empresas que planean trasladarse consideran que España tiene ventajas frente a otras localizaciones en 4 aspectos relevantes:

- Calidad de vida y medio ambiente (en mayores porcentajes);
- Mano de obra especializada;
- Facilidades en la incorporación de parámetros de calidad;
- Innovación a mis productos;
- Acceso a los mercados europeos.

En definitiva, es muy probable que la movilidad empresarial que se produzca en España en los próximos años consista minoritariamente en deslocalizaciones internacionales, tal y como ya se ha dicho, tratándose en la mayoría de los casos de una movilidad dentro y entre las regiones españolas. En efecto, el tipo de movilidad que se espera es eminentemente local/regional, siendo las empresas jóvenes, de menor tamaño, de origen nacional, muy ligadas a la región y generalmente manufactureras de baja tecnología quienes más están dispuestas a trasladarse.

De producirse, este fenómeno podría traer fuertes consecuencias para las regiones más desfavorecidas, potenciando, aún más, la concentración espacial de las empresas en las regiones cabecera de España, con el consiguiente riesgo de profundizar las disparidades interregionales. Esta situación supone algunos desafíos fundamentales, en el futuro inmediato, para las distintas esferas gubernamentales con capacidad para influir en las condiciones territoriales. En primer lugar es preciso el establecimiento de políticas públicas que refuercen las ventajas competitivas y las condiciones de localización que resultan territorialmente atractivas para las empresas, haciendo especial hincapié en las características intangibles (tales como las condiciones de vida y el medio ambiente, por ejemplo) que parecen ser importantes como condiciones de localización en España.

Asimismo, el apoyo a las pequeñas y medianas empresas de reciente creación debe constituir una parte esencial de tales acciones públicas dado que, tal y como se deriva de este estudio, estas empresas son las más proclives a la movilidad. Pero, además, se impone la necesidad de que estas políticas se reúnan en una estrategia intergubernamental coordinada de integración territorial que minimice los posibles efectos negativos de la mayor apertura e integración de los mercados y que modere las disparidades generadas por la competencia interregional.

En todo caso, las políticas de apoyo a la empresa y a la localización de actividades han de analizar tanto los instrumentos de “viejo cuño” relativos a la oferta de infraestructuras y su precio, especialmente en localizaciones donde la competencia por el suelo expulsa a las actividades manufactureras, y a los procesos de localización endógena y conglomeración. Es notable la ausencia de ventajas otorgadas por las empresas al hecho de estar en aglomeraciones industriales del mismo sector. Este es un resultado que muestra que, en muchos casos, el grado de cooperación interempresarial es reducido cuando las experiencias internacionales y nacionales en sectores concretos muestran que dicha cooperación ayuda a las pequeñas y medianas empresas a posicionarse mejor en mercados competitivos.

Por otra parte, se observa en las respuestas un cierto *divorcio* entre las administraciones-organismo públicos (universidades) y las empresas en la medida en que casi nunca se valora como positivo el hecho de disponer de centros de I+D o se destacan la ausencia de facilidades administrativas para el desarrollo normal de la actividad productiva.

Junto con esta política de apoyo a las empresas con claras raíces territoriales, es necesario también analizar el grado de posicionamiento de la economía española en el contexto actual. Nuestro estudio pone en evidencia la apreciación que las empresas hacen sobre las ventajas competitivas de España. En los cuatro sectores distinguidos por el uso de la tecnología se coincide en valorar positivamente la ‘calidad de vida y medio ambiente’ como una ventaja y en considerar negativamente los ‘costes laborales’ y el ‘acceso a los mercados mundiales’. En definitiva, la mayor parte de las empresas consideran que España no es competitiva frente a otros territorios especialmente en estos dos últimos aspectos. Sin embargo, las opiniones sobre las ventajas competitivas también están muy ligadas al contenido tecnológico de las actividades que desarrollan las empresas. Así encontramos que España no es competitiva:

- Para las empresas de alta tecnología en: ‘facilidades en la incorporación de parámetros de calidad, innovación a mis productos’ y ‘mano de obra especializada’.
- Para las empresas de media-alta tecnología en: ‘costes laborales’ y ‘acceso a los mercados mundiales’
- Para las empresas de media-baja tecnología: ‘costes laborales’ y ‘mano de obra especializada’.

- Para las empresas de baja tecnología: ‘costes laborales’ y ‘legislación que facilita el desarrollo normal de la empresa’.

Estos resultados, lógicos por otra parte, colocan a la economía española una situación delicada de *periferia intermedia* en la medida en que no dispone de ventajas claras ni en factores de coste ni, especialmente, en incorporación de elementos intangibles a la producción de la empresa. Esto es especialmente significativo tanto para el análisis de las ventajas competitivas internacionales (vía inversión directa extranjera) como de la posición de las empresas de origen local en unos mercados cada vez más integrados y globales.

# Bibliografía

- Auriolés, J. y Cuadrado, J.: "Factores explicativos de las decisiones de localización" en Auriolés, J. y Cuadrado (edit.), *La Localización Industrial en España. Factores y Tendencias*, Fundación Fondo para la Investigación Económica y Social. Obra Social de la Confederación Española de Cajas de Ahorros, 59-81, 1989.
- Boisier, Sergio: "Imágenes en el espejo: aportes a la discusión sobre crecimiento y desarrollo territorial". Editorial Puerto de Palos, Santiago de Chile, 2006.
- Borja, Jordi y Castells, Manuel, *Local y global. La gestión de las ciudades en la era de la información*. Taurus, Madrid, 1997.
- Cámara de Comercio de Barcelona, "La deslocalización d'activitats productives a Catalunya i a Espanya". *Perspectiva econòmica de Catalunya*, Junio 2003.
- Comisión Europea, *Tercer Informe sobre la cohesión económica y social*. Bélgica, 2004.
- Coq Huelva, Daniel, "Economía y Territorio: Una sucinta revisión". *Revista Asturiana de Economía* Nº 31, 2004.
- Costa Campi, M. Teresa; Segarra Blasco, Agustí y Viladecans Marsal, Elisabet, *Pautas de localización de las nuevas empresas y flexibilidad territorial*. Trabajo preparado para el III Encuentro de Economía Aplicada, Valencia, Junio, 2000.
- Cuadrado Roura, Juan. R. y Del Río Gómez, Clemente, "Teorías explicativas de la localización de los servicios: el papel de las ciudades", en *Los servicios en España*, Pirámide, Madrid, 1993.
- Cuadrado Roura, Juan. R. y Fernández Güell, José. M, "Las áreas metropolitanas frente al desafío de la competitividad", en Rojas, E.; Cuadrado, J.R. y Fernández Güell, J.M., *Gobernar las metrópolis*, Banco Interamericano de Desarrollo, Washington, 2005.
- Duning, J. (2000): "Regions, Globalization, and the Economic Economy: The Issues Stated" en Catwell, J. (2004), *Globalization and the Location of Firms*, Edward Elgar Publishing Limited, 435-469.
- Escuela de Organización Industrial, "Movilidad empresarial en España" (encuesta), 2005.
- Fernández-Otheo, Carlos Manuel, *Inversión directa extranjera y desinversión de España en la década final del siglo XX. Una primera depuración de las estadísticas*. Documento preparado para el Seminarios de Profesores, Departamento de Economía Aplicada II, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Complutense, 31 de enero de 2003.

- Fujita, Masahisa; Krugman, Paul y Venables, Anthony, *Economía espacial. Las ciudades. las regiones y el comercio*, Ariel Economía, 2000.
- Garrido Yserte, Rubén. *Cambio estructural y desarrollo regional en España*. Pirámide, Madrid, 2002.
- Garrido Yserte, Rubén y Trípodí, Daniel. *Localización industrial y efecto frontera en la Comunidad de Madrid*, Servilab, Universidad de Alcalá, Madrid, 2004.
- Gray, John, *Falso amanecer. Los engaños del capitalismo global*. Paidós, Barcelona, 2000.
- Hayter, R. *The Dynamics of Industrial Location*. Wiley, 1997.
- Held, David; McGrew, A.; Goldblatt, D. y Perraton J. *Global Transformations. Politics, Economics and Culture*. Polity Press, Cambridge, 1999.
- Junta de Andalucía, *Las migraciones de la actividad industrial y los flujos de inversión directa en la Unión Europea*, Colección Pablo Olavide, 1996.
- Miralles, Federic, “La intervención de la administración local en la dinamización económica”, en Borja, Jordi (coord.) *Manual de gestión municipal democrática*. Instituto de Estudios de Administración Local. Madrid-Barcelona, 1987.
- Moncayo Jiménez, Edgard, “Evolución de los paradigmas y modelos interpretativos del desarrollo territorial”. *Serie Gestión Pública N° 13*, ILPES, CEPAL, Santiago de Chile, 2001.
- Pallenbarg, P., Van Wiessen, L.; y Van Dijk, J. “Firm migration” en McCann, P. (ed.), *Industrial Location Economics*, University of Reading UK, Edward Elgar, 110-148, 2002.
- Porter, Michael *La ventaja competitiva de las naciones*, Plaza & Janes Editores, Barcelona, 1991.
- Pulido, Antonio; López, Ana M<sup>a</sup> y Castro, Belén, “La ampliación de la unión Europea desde la perspectivas regional de España”, *Papeles de Economía Española N° 103*, 2005.
- Ramírez, M., Delgado, J., Espitia, M. (2002): “La internacionalización de las empresas españolas 1993-1999. Un estudio de los factores de localización”. Documento de Trabajo, Universidad de Zaragoza.
- Rodríguez Rodríguez, Diego, “Especialización y localización industrial en la Unión Europea ampliada”, *Papeles de Economía Española N° 103*, 2005.
- Sala Ríos, Mercè y Torres Solé, Teresa, “Unas reflexiones sobre localización industrial aplicadas a la industria catalana”, ponencia elaborada para la XXXI<sup>va</sup> Reunión de Estudios Regionales, Alcalá de Henares, Noviembre, 2005.
- Sociedad Asturiana de Estudios Económicos e Industriales, “Algunos apuntes sobre la reciente ampliación de la Unión Europea”, *Revista Asturiana de Economía N° 30*, 2004.
- Stiglitz, Joseph, *El malestar en la globalización*. Taurus, España, 2003.
- Torrens, Lluís y Gual, Jordi, “El riesgo de deslocalización industrial en España ante la ampliación de la Unión Europea” *Papeles de Economía Española N° 103*, 2005.
- Turrión, Jaime, “El impacto de la ampliación en los flujos de inversión directa”, *Papeles de Economía Española N° 103*, 2005.



UNION EUROPEA  
Fondo Social Europeo



**eo**i

Escuela de Negocios

[www.eoi.es](http://www.eoi.es)