

La inversión manufacturera japonesa en España

Rasgos generales y aspectos comerciales

ANGELES PELEGRÍN SOLÉ*

El objetivo de este trabajo es el estudio de las empresas manufactureras japonesas establecidas en España, comparando su comportamiento con el de la inversión japonesa manufacturera en el resto de Europa, así como también con la inversión extranjera en España.

Para el análisis se ha optado por la realización de un censo, que recoge información sobre todas las empresas manufactureras establecidas hasta marzo de 1996, y de un cuestionario, complementando los datos mediante las estadísticas disponibles.

Palabras clave: industria de transformación, inversión extranjera, Japón, España, marzo, 1996.

Clasificación JEL: O50.

1. Principales rasgos de la inversión manufacturera japonesa en España

La inversión en el sector secundario constituye el grueso de la inversión directa japonesa, que ha representado para el periodo 1986-1995 un valor acumulado de 153.939 millones de pesetas, es decir, el 66 por 100 del total de la IED japonesa, y el doble de la inversión en servicios. Por sectores de aplicación, lo primero que aparece con especial relevancia es que la totalidad de la inversión industrial está orientada a las manufacturas, que representan el 99 por 100. El Cuadro 1 presenta la distribución sectorial de las empresas manufactureras establecidas en España.

Por sectores se observa una elevada concentración. Según la clasificación sectorial de la CNAE-93, de las 53 empresas manufactureras que hay en España en 1996, el 67,9 por 100 están concentradas en tres sectores: el sector químico,

que representa el 24,5 por 100; el sector eléctrico, electrónico y óptico, el 22,6 por 100; y el material de transporte, el 20,8 por 100. Destacan además, la industria textil, confección, cuero y calzado, que representa el 7,5 por 100; la construcción de maquinaria y equipo mecánico, el 7,5 por 100 y la metalurgia y fabricación de productos metálicos, que representa el 5,7 por 100. Desde el punto de vista de ventas, o destino de la producción, es el sector transporte el que adquiere mayor relevancia, representando el 26,4 por 100 de las empresas manufactureras.

Si clasificamos las empresas atendiendo al contenido tecnológico de los sectores, según la agrupación realizada por Myro y Martínez Serrano (1992), comprobamos que el 22,6 por 100 de las empresas pertenecen al sector eléctrico, electrónico y óptico, de contenido tecnológico alto, que el 56,5 por 100 pertenece al grupo de contenido tecnológico medio, (químico, maquinaria y equipo mecánico, material de transporte, caucho y plástico), y que el restante 20,9 por 100 pertenece al grupo de contenido tecnológico bajo.

* Departamento de Econometría, Estadística y Economía Española. Artículo extraído de su Tesis Doctoral (junio 1997).



COLABORACIONES

CUADRO 1
CENSO DE EMPRESAS MANUFACTURERAS CON CAPITAL JAPONES
(Marzo de 1996)

Sector	% Sectorial	CNAE 93	Año Establ.	Trabajad.	Participac.
Textil, confección, cuero y calzado					
Chacott International.....		19,3	1987	30	100
Textil Celra		17,1	1987	110	100
Vitrasa		18,1	1988	12	100
Yoshida Española		17,5	1970	176	100
Total.....	7,5			328	
Químico					
Aceites, Esencias y Derivados.....		24,6	1980	52	30
Asahi Vet.....		24,5	1988	13	75
Hebrón		24,1	1989	70	99,8
Intermedios Orgánicos.....		24,1	1989	135	100
Kao		24,5	1970	385	100
L.Grifols.....		24,4	1982	900	50
L. Miquel.....		24,4	1979	44	100
Prisma		24,1	1987	210	100
Proquimed.....		24,1	1967	200	90
Sakata Ink		24,3	1980	35	100
Shionogi Qualicaps.....		24,4	1992	167	100
Swift Adhesives		24,6	1987	n.d.	n.d.
Tedec Meiji Pharma		24,4	1991	181	60
Total.....	24,5			2.392	
Productos de caucho y materias plásticas					
Bridgestone-Firestone.....		25,1	1988	4.532	99,7
Kanaflex España		25,2	1983	18	100
Total.....	3,8			4.550	
Metalurgia y fabricación de productos metálicos					
Acerinox.....		27,3	1970	1.593	17,8
Manufactura Moderna de Metales		27,2	1978	20	40
Nachi Industrial.....		28,7	1976	183	100
Total.....	5,7			1.796	
Construcción maquinaria y equipo mecánico					
Ebara.....		29,1	1990	93	94
Hosakawa Micron.....		29,5	1986	10	100
Kitz Iso		29,1	1991	87	100
Mitsubishi Materials.....		29,4	1974	65	100
Total.....	7,5			255	
Eléctrica, electrónica y óptica					
Climatizadores Calsonic.....		31,6	1991	62	100
Fujitsu		30,0	1973	235	100
Hitachi Aire Acond.		31,2	1991	38	95,1
Iberica de Reprografía		30,0	1989	104	82
Nippondenso Manufacturing.....		31,6	1989	186	100
Panasonic España		32	1973	465	100
Pioneer Eléctrica		32	1986	40	100
Sanyo		32	1969	320	100
Sharp Eléctrica.....		32	1986	620	100
Sony		32	1972	1.339	100
Terasaki España.....		31,3	1987	135	100
Yazaki M.		31,3	1988	177	100
Total.....	22,6			3.721	
Material de transporte					
A.P. Amortiguadores.....		34,3	1983	498	100
Eguzkia NHK		34,3	1980	48	49,9
A.P. Amortiguadores.....		34,3	1983	498	100
Esteban Ikeda.....		34,3	1990	240	49
Iberica de Suspensiones.....		34,3	1989	37	50
Montesa-Honda		35,4	1986	259	88
Muelles y Ballestas Hispan-Aleman.		34,3	1992	247	45
Nissan Motor Iberica.....		34,1	1980	4.500	99
Riken		34,3	1981	12	100
Showa Europa.....		34,3	1990	192	100
Suzuki Motor España.....		35,4	1984	225	100
Yamaha Motor.....		35,4	1981	197	100
Total.....	20,8			6.455	



COLABORACIONES

CUADRO 1 (Continuación)
 CENSO DE EMPRESAS MANUFACTURERAS CON CAPITAL JAPONES
 (Marzo de 1996)

Sector	% Sectorial	CNAE 93	Año Establ.	Trabajad.	Participac.
Otros					
Alcoholes y Vinos		15.9	1984	21	100
AMS Refractarios		26.2	1989	65	100
Papelera De Castilla		21.1	1990	120	49,9
Toval Japon		36.1	1989	21	90
Total	7,5			224	
Total	100			19.703	

Fuente: Elaboración propia.

Por lo tanto la inversión manufacturera japonesa está concentrada en los sectores de contenido tecnológico alto y medio, sectores que ostentan además los mayores niveles de penetración del capital extranjero, como demuestran los trabajos de Iranzo (1991), Myro y Martínez Serrano (1992), Martín y Velázquez (1993) y (1996), Bajo y López Pueyo (1996), entre otros.

En cambio el capital japonés tiene poca presencia en sectores de contenido tecnológico bajo, pero que han absorbido, y están acaparando buena parte de la inversión extranjera manufacturera, como es el caso de la alimentación, bebidas y tabaco, papel, artes gráficas y edición, y productos minerales no metálicos.

Por otra parte, la inversión japonesa manufacturera en Europa se ha concentrado en los mismos sectores que en España, si bien según los datos de JETRO (1995), es más intensiva en el sector eléctrico, electrónico y óptico, y en el sector de maquinaria y equipo mecánico, mientras que en el sector del transporte y en el sector químico la inversión japonesa es más intensiva en España.

En definitiva, este patrón de inversión hace pensar que las empresas japonesas han invertido en España, al igual que en el resto de Europa, en aquellos sectores en los que detentan unas claras ventajas competitivas a escala mundial, lo que ha contribuido a integrar más claramente a España en sus estrategias internacionales.

Las ventajas competitivas que poseen las empresas japonesas son básicamente de índole tecnológica y organizacional, esto explica que la inversión japonesa esté localizada preferentemente en los sectores de tecnología alta y media.

Dunning y Cantwell (1991) calculan la ventajas tecnológicas de las grandes empresas japonesas y europeas, durante la primera mitad de los años ochenta, a partir de los datos de las patentes registradas en Estados Unidos. Según el estudio las mayores ventajas tecnológicas de las empresas japonesas se encuentran en los sectores de maquinaria eléctrica, equipo de oficina, vehículos a motor e instrumentos de precisión, sectores todos ellos en los que la penetración japonesa en Europa, y en España, se ha expandido de forma más rápida.

En cuanto a la dimensión, la mayoría de las empresas manufactureras con participación japonesa pertenecen a la categoría de pequeñas y medianas empresas. El 88,6 por 100 tienen menos de 500 trabajadores, de éstas, aproximadamente la mitad, el 48,9 por 100, tienen menos de 100 trabajadores, y el 51 por 100 restante entre 100 y 500 trabajadores.

Sectorialmente, sólo existen grandes empresas, es decir, con más de 500 trabajadores, en cinco sectores: en el sector químico una empresa (Grifols); en el sector eléctrico, electrónico y óptico dos empresas (Sharp y Sony); en el sector de material de transporte, una empresa (Nissan), en el sector del caucho y plástico una empresa (Bridgestone-Firestone); y por último el sector de metalurgia y fabricación de productos metálicos, una empresa (Acerinox).

Las pequeñas empresas están presentes en todos los sectores pero son dominantes en número, sobretodo en la química y en el sector de construcción de maquinaria, mientras que las medianas empresas destacan en los sectores eléctrico, electrónico y de material de transporte.



COLABORACIONES

En el caso de la inversión japonesa manufacturera en Europa, los datos de JETRO basados en el cuestionario de 1995, ponen de manifiesto una gran similitud con las estadísticas españolas aunque con una ligera mayor participación de las empresas grandes en el caso del resto de Europa, y sin embargo en España hay una mayor proporción de empresas de tamaño mediano, (JETRO, 1995).

Desde el punto de vista de la antigüedad, la mayoría de las empresas se establecieron durante la década de los años ochenta, y más concretamente durante la segunda mitad, en este período se establecen 20 empresas, repartidas por todos los sectores a excepción de las industrias metálicas.

Este auge de la inversión manufacturera japonesa en España viene inducido por la fuerte expansión inversora de Japón en el exterior durante la segunda mitad de los ochenta, que irá destinada principalmente a los países desarrollados, EE.UU en primer lugar y Europa después.

Tampoco puede olvidarse que este período de expansión inversora ha coincidido con la entrada de España en la CEE, añadiendo al atractivo mercado interior del país, que se encuentra en una fase de recuperación económica (1985-89) con una potente demanda interna, la posibilidad de utilizarlo como vía de acceso a un mercado mucho mayor, el comunitario.

En cuanto a la propiedad, actualmente la forma de participación del capital japonés en la manufactura española es en su mayoría dominante. De las 53 empresas manufactureras actuales con capital japonés, el 60 por 100 son 100 por 100 subsidiarias y el 23 por 100 mayoritarias por lo tanto el capital japonés es dominante en el 83 por 100 de los casos. En el resto la participación japonesa se encuentra en condiciones paritarias, o minoritarias, en el 17 por 100 restante.

Esta preferencia del capital japonés por el control mayoritario también se da tanto para el resto de los inversores extranjeros como para la inversión manufacturera japonesa en Europa, y en este último caso las cifras son muy similares.

Desde el punto de vista sectorial, las subsidiarias parecen preferibles en aquellos sectores en

los que las ventajas competitivas de las empresas son de carácter tecnológico y de organización industrial, ya que pueden explotarse de forma más eficiente, como por ejemplo en la industria eléctrica y electrónica.

En el otro extremo estarían aquellos sectores en los que hay una notable representación de *joint ventures*, como por ejemplo el sector químico y del material de transporte. En este caso los socios locales contribuyen a alcanzar los objetivos de las empresas inversoras, en aspectos como las redes de distribución, las prácticas de gestión de la zona y el abastecimiento, entre otros.

En referencia a la forma de entrada, la mayoría de las empresas japonesas establecidas en España iniciaron sus primeros contactos con el país a través de exportaciones, o de acuerdos de tecnología y licencias de producción.

Para los acuerdos de transferencia de tecnología y licencias de producción, cuando la relación entre la empresa española y el proveedor tecnológico japonés era fructífera, daba lugar, frecuentemente, a una participación accionarial por parte del proveedor japonés.

Así pues, la principal forma de entrada de las empresas japonesas en España es a través de la adquisición de paquetes accionariales, que representa el 70 por 100 de los casos de la muestra, mientras que el 30 por 100 restante lo constituyen la creación de empresas 100 por 100 capital japonés (Cuadro 2).

Es interesante comprobar que si bien en la fase de entrada la participación minoritaria es la más usual, 44 por 100, en la situación actual sólo el 9 por 100 de las empresas de la muestra mantiene una participación minoritaria, mientras que el 87 por 100 es mayoritaria.

Así pues, de forma progresiva las empresas japonesas han ido aumentando su participación, primero hasta el 50 por 100, luego mayoritaria y por último el control total, que representa actualmente el 65 por 100 de los casos de participación accionarial (Cuadro 2).

2. Comercio exterior

La primera cuestión a considerar es la orientación de mercado de las empresas manufactu-



COLABORACIONES

CUADRO 2 FORMA DE ENTRADA DE LAS EMPRESAS JAPONESAS			
Forma de entrada (1)		% Empr.	
Participación Accionarial.....		70	
Sin Participación.....		30	
Total.....		100	
Control fase de entrada (2)	% Empr.	Control actual (2)	% Empr.
Participación mayoritaria.....	34,8	Participación total.....	65,2
Participación paritaria.....	21,7	Participación mayoritaria.....	21,7
Participación minoritaria.....	43,5	Participación paritaria.....	4,3
		Participación minoritaria.....	8,7
Total.....	100,0	Total.....	100,0

(1) Base: las 33 empresas de la muestra.
 (2) Base: Las 23 empresas con participación accionarial en la fase de incorporación.
 Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 3 VENTAS EMPRESAS JAPONESAS EN EL MERCADO DOMESTICO				
% ventas	N.º empr.	% empr.	Sectores	Promedio
.....			Textil	41,0
75-100.....	8	24,2	Químico	45,0
50-74.....	12	36,4	Caucho y plástico	66,0
1-49.....	13	39,4	Productos metálicos	25,0
.....			Construcción maquinaria	78,0
.....			Eléctrico-electrónico	44,7
.....			Material transporte	60,8
.....			Otros	70,0
Total.....	33	100	Total	52,73
% VTAS > 50 %		% empresas		
Japonesas.....				61
Holandesas (1).....				96
Alemanas.....				81

(1) Manufactureras y no manufactureras.
 Fuente: Elaboración propia.

reras japonesas en España. El Cuadro 3 ofrece una panorámica de las ventas en el mercado doméstico.

Para las empresas de la muestra sobresale el hecho de que, en promedio, más de la mitad de las ventas, vayan destinadas al mercado doméstico, y una cuarta parte de las empresas manifiesta vender en el mercado interior proporciones superiores al 75 por 100 de su cifra de negocios, siendo, por tanto, el mercado interior uno de los factores más importantes para establecerse en España.

Por sectores destacan por su orientación doméstica el sector de la maquinaria y el equipo mecánico en primer lugar, «otras manufacturas» (bebidas, papel, muebles y minerales no metálicos) en segundo lugar, y por último el sector del caucho y plástico. Si bien el sector de material de transporte está por encima de la media no puede decirse que tenga una orientación hacia el mercado interior tan marcada como estos otros sectores.

Estos resultados son susceptibles de compararse con los estudios llevados a cabo para el caso de la inversión alemana y holandesa en España, (Molero, Buesa y Casado, 1995) (Cuadro 3).

El porcentaje de empresas que venden en el mercado doméstico una proporción igual o superior al 50 por 100 de sus ventas, representan el 96 por 100 de las subsidiarias holandesas (se incluyen las no manufactureras), y el 81 por 100 de las empresas manufactureras alemanas, cuando en el caso de las empresas japonesas es del 61 por 100. En definitiva, esto indica que las filiales japonesas tienen una menor orientación hacia el merca-

do interior que otras empresas extranjeras, en este caso europeas.

En referencia a las exportaciones, los primeros estudios sobre propensiones de exportación e importación, años setenta y principios de los ochenta, apuntaban a que las empresas participadas de capital extranjero tenían una mayor propensión importadora y una menor propensión exportadora que las empresas no participadas. Por otro lado estudios más recientes confirman la mayor vocación importadora de las empresas participadas, pero también una mayor propensión exportadora.

La actividad exportadora de las empresas japonesas en España aparece en el Cuadro 4. El primer aspecto relevante es que la probabilidad exportadora es superior al 90 por 100, es decir, poco más o menos todas las empresas realizan actividad exportadora.

Para medir la intensidad exportadora se ha calculado la propensión a exportar. Según el Cuadro 4, la propensión media exportadora es del 43,5 por 100 y cerca de la cuarta parte de las empresas exportan más del 60 por 100 de su cifra de negocios.

Por sectores, las empresas japonesas que muestran unas propensiones medias más elevadas son en primer lugar las del sector textil, confección, cuero y calzado, seguido por el sector eléctrico y electrónico y por el sector del transporte.

Por tamaños, los resultados son concluyentes. La propensión media a exportar de las



COLABORACIONES

CUADRO 4 ACTIVIDAD EXPORTADORA DE LAS EMPRESAS JAPONESAS					
Propensión exportar (1)		Propensión media a la exportación (1)			
	N.º Empr.	(%)	Sector	Tamaño	
0 %	4	7,5	Textil	59,0	1 a 99 31
Hasta 10%	5	9,4	Químico	41,3	100-499 51
De 11 a 30 %..	10	18,9	Caucho y plástico	34,0	> 500 60
De 31 a 60 %..	15	28,3	Productos metálicos	41,7	
> 61 %.....	13	24,5	Construcción maquinaria	22,8	
n.d.....	6	11,4	Eléctrico-electrónico		52,4
.....			Material transporte	48,0	
.....			Otros	28,3	
Total.....	53	100	Total	43,5	43,5

(1) Exportaciones totales sobre ventas totales, en porcentaje.

	Probabilidad exportadora	Propensión media exportadora
Japonesas	92	43,5
Holandesas (1).....	48	4
Alemanas	61	25

Fuente: Elaboración propia para las empresas japonesas y MOLERO: BUESA y CASADO (1995), para las empresas alemanas y holandesas.

CUADRO 5 DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE LAS EMPRESAS JAPONESAS					
Japón		Unión Europea		Otros	
% Export.	% Empr.	% Export.	% Empr.	% Export.	% Empr.
0	72,7	0	3,0	0	33,3
1-15	24,2	1-50	18,2	1-25	45,5
> 15	3,0	51-75	24,2	> 25	21,2
.....		> 99	24,2	76-99	30,3
Total.....	100		100		100

(1) Base: las 33 empresas de la muestra.
Fuente: Elaboración propia.

empresas pequeñas es el 31 por 100, la de las empresas medianas el 51 por 100, y la de las empresas grandes el 60 por 100, por lo tanto la propensión exportadora crece con el tamaño de la empresa.

Estos porcentajes son notablemente superiores a los obtenidos por Molero, Buesa y Casado (1995), para las empresas holandesas y alemanas (Cuadro 4). En el caso de las empresas holandesas los porcentajes son mucho menores que para las alemanas, ya que están más orientadas al mercado doméstico, tienen una probabilidad exportadora del 48 por 100 y una propensión media exportadora del cercana al 4 por 100.

Para las empresas manufactureras alemanas la probabilidad de exportar es del 61 por 100 y la propensión media a exportar cercana al 25 por 100, siendo los sectores de construcción de maquinaria, eléctricas y de material de transporte los que muestran una mayor propensión media a la exportación.

Así pues las empresas japonesas, en comparación con otras empresas extranjeras, tienen una fuerte orientación exportadora, tanto desde el punto de vista de número de empresas que exportan, superior al 90 por 100, como de la propensión media a exportar, algo superior al 40 por 100.

Estas propensiones a exportar no solo sobrepasan a las alemanas y holandesas sino que son notablemente superiores a las de las empresas participadas con capital extranjero en

general y a las propensiones de las empresas nacionales, tanto si tomamos como referencia los trabajos de Martín y Velázquez (93 y 96) como si comparamos estos resultados con los de la Encuesta sobre Estrategias Empresariales de 1994.

La distribución geográfica de las exportaciones japonesas en España se presenta en el Cuadro 5. La media de exportaciones a la Unión Europea es superior al 70 por 100, siendo éste por tanto el destino principal, con diferencia, de las exportaciones de las empresas japonesas.

Este resultado es corroborado por la importancia concedida por las empresas a la posibilidad de exportar a la UE como un motivo primordial para establecerse en España.

Dada la elevada probabilidad de exportaciones de las empresa japonesas, es de esperar que un alto porcentaje exporte a la Unión Europea, efectivamente, el 97 por 100 de las empresas exporta a la UE. Si atendemos a la proporción de exportaciones, se comprueba que más del cincuenta por 100 de las empresas japonesas destinan al mercado europeo una proporción de sus exportaciones superior al 75 por 100.

Sin embargo las exportaciones destinadas a Japón, donde están las empresas matrices, son en promedio irrelevantes ya que representan el 1,42 por 100 del total, especialmente irrelevantes si consideramos que más del 70 por 100 de las empresas no exportan nada a Japón, según muestra el Cuadro 5.

Otro aspecto que debe ser analizado en el ámbito comercial, es el que hace referencia a las importaciones. En primer lugar señalar que, en promedio, cerca del 80 por 100 de las ventas durante 1995 eran productos fabricados en España, por lo tanto el 20 por 100 de las ventas de las



COLABORACIONES

CUADRO 6
ORIGEN DE LAS VENTAS NO FABRICADAS EN ESPAÑA POR LAS EMPRESAS JAPONESES (1)

% Ventas no fabricadas España		Origen		Origen matriz Japón		Origen otros países	
		Emp. grupo UE					
Sector	%	% Vtas.	% Emp.	% Vtas.	% Emp.	% Vtas.	% Emp.
Textil.....	30,0	0	57,6	0	57,6	0	69,7
Químico.....	10,8	1-50	21,2	1-50	21,2	1-50	21,2
Caucho y plástico.....	9,0	51-75	6,1	51-75	9,1	51-75	3
Productos metálicos.....	0,0	> 75	15,1	> 75	12,1	> 75	6,1
Construc. maquinaria.....	11,0		100,0		100,0		100,0
Eléctrico-electrónico.....	22,7						
Material transporte.....	44,7						
Otros.....	0,0						
Media.....	20,75	Media	24,82	Media	22,21	Media	9,30

(1) Base: las 33 empresas de la muestra.
Fuente: Elaboración propia.

empresas japonesas manufactureras en España son productos importados, como puede verse en el Cuadro 6.

Sectorialmente destaca el material de transporte por estar notablemente por encima de la media, siendo el sector con un mayor porcentaje de ventas que son importadas. Por otro lado, los productos metálicos, el caucho y plástico, y la química predominan por sus bajas importaciones.

Si atendemos al origen de estas importaciones de productos acabados cuyo objetivo es la comercialización, el promedio más elevado lo detenta Europa, cerca del 25 por 100 de las ventas importadas, seguido por Japón, con una media de 22,21 por 100. En el caso de otros destinos las proporciones son mucho menores, ya que la media se sitúa en torno al 9 por 100.

Hay que apuntar que las importaciones de ventas procedentes de Japón y de la Unión Europea son importaciones entre empresas del grupo, especialmente si proceden de la UE, o entre matriz y filial generalmente, cuando proceden de Japón.

Estas importaciones nos indican, entre otras cosas, el elevado comercio intra-empresa que existe entre las empresas manufactureras japonesas, así como la importancia que tiene para las empresas manufactureras japonesas, la comercialización de productos del mismo grupo pero que no han sido fabricados por la filial española, sino por la matriz en Japón o por otras filiales en Europa.

De hecho aproximadamente un 50 por 100 de las empresas han afirmado que realizan actividades de comercialización de otros bienes además

de los que producen, lo cual refleja el marcado carácter global que están adquiriendo las actividades de las empresas manufactureras.

Una vez conocida la propensión exportadora de las empresas japonesas, es interesante analizar ahora la propensión importadora primero y valorar en segundo lugar cual es la resultante a efectos de balanza comercial.

En el Cuadro 7, se han calculado las propensiones a importar, primero en general, y en segundo lugar los promedios sectoriales, así como la media total, para el 81 por 100 de las empresas con participación de capital japonés establecidas en España.

En primer lugar, tal como se desprende del Cuadro 7, la probabilidad importadora es del 95 por 100, y por tanto también ahora puede generalizarse que prácticamente todas las empresas manufactureras realizan actividades de importación.

El segundo aspecto hace referencia a la propensión a importar, cuya media es del 40 por 100. Al igual que sucedía con las exportaciones, el segmento más elevado de importaciones está entre el 31 y 60 por 100 de las ventas, donde se encuentran prácticamente la cuarta parte de las empresas. Merece la pena destacar que hay un 23 por 100 de empresas que tiene una propensión importadora superior al 60 por 100 de las ventas.

Sectorialmente, las propensiones más elevadas las detentan el sector textil, caucho y plástico, y los sectores eléctrico y electrónico.

Por tamaño, las empresas que ostentan las mayores propensiones son las de mayor tamaño



COLABORACIONES

CUADRO 7 ACTIVIDAD IMPORTADORA DE LAS EMPRESAS JAPONESAS 1994-95						
Propensión a importar (1)			Propensión media a importar (1)			
	N.º Empr.	(%)	Sector	M/Vtas	Tamaño	M/Vtas
0 %	2	3,8	Textil	62,5	1 a 99	39,71
Hasta 10%	8	15,1	Químico	41,4	100-499	38,03
De 11 a 30 %	8	15,1	Caucho y plástico	53,5	> 500	58,4
De 31 a 60 %	13	24,5	Productos metálicos	6,7		
> 61 %	12	22,6	Construcción maquinaria	22,8		
n.d.	10	18,9	Eléctrico-electrónico	49,3		
.....			Material transporte	35,1		
.....			Otros	50,0		
Total.....	53	100	Total	40,26		40,26

(1) Importaciones totales sobre ventas totales en %: M/Vtas.
Fuente: Elaboración propia.

también, sin embargo a diferencia de la propensión exportadora, no podemos afirmar ahora que con el tamaño crezca la propensión a importar, ya que las pequeñas y medianas empresas mantienen unas propensiones similares.

Al igual que en el caso de la exportación, tanto si tomamos como referencia los trabajos de Martín y Velázquez (93 y 96) como si comparamos estos resultados con los de la Encuesta sobre Estrategias Empresariales de 1994, las empresas japonesas muestran una propensión importadora muy superior a las empresas sin participación extranjera, y superior también, aunque en menor proporción, al resto de empresas participadas de capital extranjero.

Esta mayor intensidad importadora de las filiales japonesas en España coincide con los estudios realizados por Graham y Krugman (1991). Según los autores, una de las mayores diferencias entre las empresas japonesas y el resto de las extranjeras es su mayor propensión importadora. En 1987, las filiales japonesas en Estados Unidos importaron casi tres veces más por trabajador, que el resto de las extranjeras.

Las explicaciones de este comportamiento más importador pueden ser varias: una mayor confianza en sus abastecedores domésticos, una cierta inexperiencia en operaciones internacionales, comparada con otras empresas extranjeras, que hace que sus contenidos locales sean menores, o simplemente el hecho de que buena parte de estas empresas llevan a cabo actividades comerciales pero que quedan erróneamente clasificadas como actividades manufactureras por ser industriales las empresas que las realizan.

Hay que notar que los autores se inclinan por esta última explicación, que en nuestro caso también podría, en parte, aplicarse, teniendo en cuenta que aproximadamente un 20 por 100 de las ventas, en promedio, son importadas, y que el promedio de contenido local en 1995, (partes, materiales y componentes adquiridos localmente, respecto a las compras totales de partes, materiales y componentes), para las empresas japonesas en España fue superior al cincuenta por 100, una cifra que no puede ser considerada pequeña.

Una vez analizadas las propensiones a exportar y a importar puede aproximarse el resultado a efectos de balanza comercial. El análisis se realiza a través de los saldos comerciales relativos a nivel sectorial.

En general existe coincidencia entre la mayoría de estudios recientes sobre el tema ya que todos encuentran unas mayores propensiones tanto a exportar como a importar por parte de las empresas extranjeras, y un peor saldo comercial que las empresas españolas.

Para el caso de las empresas japonesas, el Cuadro 8 resume los saldos relativos sectoriales, por tamaño y total. La primera característica es que el saldo comercial relativo es positivo, con un valor de 3,21, y de una magnitud comparable a la obtenida en otros estudios recientes para las empresas con participación mayoritaria. Aunque si lo comparamos con los saldos relativos de las empresas sin participación, entonces éstos últimos son notablemente superiores.

Por sectores, los más deficitarios son el caucho y plásticos, así como el grupo de «otras manufacturas» (bebidas, papel, muebles y mine-



COLABORACIONES

CUADRO 8
SALDO COMERCIAL RELATIVO DE LAS EMPRESAS JAPONESAS (1)

Sector	(X-M)/Vtas	Tamaño	(X-M)/Vtas
Textil	-3,5	1 a 99	-7,95
Químico	-0,1	100-499	12,78
Caucho y plástico	-19,5	>500	1,27
Productos metálicos	35,0		
Construcción maquinaria....	0,0		
Eléctrico-electrónico	3,1		
Material transporte.....	12,9		
Otros.....	-21,7		
Total	3,21		3,21

(1) Base: 47 y 43 empresas para las propensiones exportadoras e importadoras respectivamente.

Fuente: *Elaboración propia.*

rales no metálicos), en el que destacan por deficitarios las bebidas y los muebles. Los sectores con mayor superávit son los productos metálicos y el sector del material de transporte.

En resumen, la inversión manufacturera japonesa en España presenta los siguientes rasgos:

1. Está concentrada en tres sectores: el químico, el eléctrico, electrónico y óptico, y el material de transporte, que representan conjuntamente cerca del 70 por 100 del total, se trata de sectores de contenido tecnológico alto y medio, en los cuales las empresas japonesas poseen unas claras ventajas competitivas y que ostentan además los mayores niveles de penetración del capital extranjero.

2. El período de mayor establecimiento de las empresas manufactureras se sitúa durante los años ochenta, especialmente en la segunda mitad, coincidiendo la fuerte expansión inversora de Japón, destinada principalmente a Norteamérica y a Europa, con la entrada de España en la Comunidad Económica Europea. Así pues al sugestivo mercado interior se suma la posibilidad de utilizar el país como vía de acceso al mercado comunitario.

3. Cerca del 90 por 100 de las filiales japonesas en España son de tamaño pequeño y mediano, ambas en proporciones similares, al igual que ocurre con la inversión japonesa manufacturera en el resto de Europa, si bien para el caso de España la media de trabajadores por empresa es ligeramente superior, lo que se explica por la mayor especialización de la inversión en sectores con una mayor intensidad de mano de obra.

4. La participación del capital japonés en España, al igual que en el resto de Europa, es en

su mayoría dominante, siendo el 60 por 100 subsidiarias 100 por 100 japonesas y el 23 por 100 mayoritarias.

5. La principal forma de incorporación de las empresas japonesas de la muestra ha sido la participación accionarial de forma minoritaria, que progresivamente ha ido pasando a participación mayoritaria y total, representando éstas últimas actualmente el 22 y el 65 por 100 respectivamente.

6. El destino de las ventas es el mercado doméstico en mayor proporción que la exportación, no obstante, esta orientación doméstica es menos intensiva que en el caso de otras filiales extranjeras, como las holandesas y las alemanas.

7. El origen principal de las ventas es en su mayoría, cerca del 80 por 100, la manufactura doméstica. El remanente de las ventas provienen en primer término de las filiales del grupo establecidas en la UE; y en segundo término de la matriz en Japón, lo que indica el elevado comercio intra-empresa que existe entre las filiales japonesas.

8. Las empresas japonesas tienen unas probabilidades y unas propensiones medias tanto exportadoras como importadoras más elevadas que las empresas nacionales y que el resto de las empresas extranjeras.

9. Si bien el saldo comercial relativo de las filiales japonesas es positivo y superior al resto de empresas extranjeras, aunque semejante al de las empresas con participación mayoritaria, es inferior al saldo relativo de las empresas nacionales.

Bibliografía

- BAJO, O. y LOPEZ PUEYO, C. (1996): «La inversión extranjera directa en la industria manufacturera española, 1986-1993», *Papeles de Economía Española*, número 66.
- DIAZ, A. y KAWAMURA, Y. (1994): *La cultura empresarial japonesa en España*, ed. Cívitas.
- DUNNING, J.H. y CANTWELL, J. A. (1991): «Japanese Direct Investment in Europe», en BÜRGENMEIER and MUCCHIELLI, *Multinationals and Europe 1992, strategies for the future*, Routledge.
- EGEA, P. y LOPEZ PUEYO, C. (1991): «Comportamiento sectorial de la inversión extranjera directa en



COLABORACIONES

- España (1986-1989)», *Información Comercial Española*, números 696-697, agosto-septiembre.
5. EMBAJADA DE JAPON EN ESPAÑA (1995): *Encuesta de las empresas japonesas en España*, Madrid.
 6. JETRO (varios años): *Surveys of European Operations of Japanese Companies in the Manufacturing Sector*.
 7. JETRO, (1995): *The 11th Survey of European Operations of Japanese Companies in the Manufacturing Sector*.
 8. MARTIN, C. y VELAZQUEZ, F. J. (1996): «Una estimación de la presencia de capital extranjero en la economía española y de algunas de sus consecuencias», *Papeles de Economía Española*, número 66.
 9. MARTINEZ SERRANO, J. A. y MYRO, R. (1992): «La penetración del capital extranjero en la industria española», *Moneda y Crédito*, número 194.
 10. MERINO, F. y SALAS, V. (1996): «Diferencias de eficiencia entre empresas nacionales y extranjeras en el sector manufacturero», *Papeles de Economía Española*, número 66.
 11. MINER (1994): *Informe sobre la industria española 1994*, volumen II.
 12. MINER Y FUNDACION EMPRESA PUBLICA, (1994): *Las empresas Industriales 1994*, Miner.
 13. MOLERO, J. (1995): «Inversiones directas del exterior y transformación de la estructura productiva», *Economistas*, números 66-67, Colegio Economistas de Madrid.
 14. MOLERO, J. y BUESA, M. (1992): «Estrategias tecnológicas de las empresas multinacionales en España. El caso de las filiales manufactureras de origen alemán», *Información Comercial Española*, número 705.
 15. MOLERO, J.; BUESA, M. y CASADO, M. (1995): *Factors in the Siting and Commercial Behavior of Multinational Companies in Spain*, Documento de trabajo, número 9426, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Complutense.
 16. NIIMURA, Y. (1994): «La empresa japonesa en España», *ICE*, número 2426, 26 de septiembre a 2 de octubre.
 17. OHMAE, K. (1991): *El poder de la triada*, McGraw-Hill.
 18. PELEGRIN, M. A. (1997): *Análisis de la inversión directa exterior de Japón: comportamiento de las empresas manufactureras japonesas en España*, Tesis Doctoral. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Barcelona
 19. PORTER, M. (1988): «La competencia de las industrias globales: un marco conceptual», *ICE*, junio.
 20. QUINTO, J. y PELAEZ, P. (1995): «Un examen de la inversión japonesa en España», *ICE*, número 2473.



COLABORACIONES