

REGIONALIZACIÓN DE LAS GRANDES EMPRESAS MUNDIALES MEDIADOS LOS AÑOS NOVENTA. ALGUNAS CONSIDERACIONES GEOGRÁFICAS

José María Serrano *

Universidad de Murcia

RESUMEN

Se analiza en este artículo la importancia que alcanzan las mayores empresas mundiales cuya actividad económica sobrepasa ampliamente el marco territorial de los estados donde radican sus respectivas sedes sociales. Se observa que éstas abarcan los más variados subsectores productivos. Pero fundamentalmente el centro de atención, del artículo, es su distribución espacial. Eso permite buscar las correspondientes causas **explicativas** que han motivado su localización. También se analiza el peso estratégico que estas regiones mundiales desempeñan dentro de la internacionalización creciente de la economía. Estados Unidos, Japón y los países de Europa Occidental son los que constituyen las áreas privilegiadas dominantes, con mayor concentración de tales entidades. Frente a ellos, de manera residual, **sólo** restan unos pocos países repartidos por el resto del mundo con una tímida presencia de esas empresas.

Palabras clave: Grandes empresas mundiales, geoestrategia, mundialización de la actividad económica.

Regionalization of the great transnational firms in the mid nineties. Some geographic considerations

ABSTRACT

The outstanding role reached by the biggest transnational firms whose economic activity overpassed the states in which their siege is located is analysed in **this paper**. It is noticeable that these firms **deal** with the most various productive subsectors. The main subject of the paper is the spatial distribution of these firms, which **allows** an explanation for the reasons motivating their location. It **is also** analysed the strategic weight that these world regions **have** in the growing internationalisation of the economy. The United States of **America**, Japan and **the** Western European countries are the dominant privileged **areas** with a greater concentration of these entities. Opposite these countries there are only a few countries **all** over the World, with a timid **presence** of these **firms**.

Key words: Great worldwide, geoestategy, worldwide economic activity.

Fecha de Recepción: 10 de mayo de 1996.

* Dpto. de Geografía Física, Humana y Análisis Geográfico Regional. Facultad de Letras. Universidad de Murcia. Apto. 4021 - 30080 Murcia (España).

1. PLANTEAMIENTO DEL TEMA Y REFLEXIONES INICIALES

Cuando ya sólo faltan unos pocos años para que finalice el siglo XX, uno de los rasgos más característicos de nuestra sociedad contemporánea es su mundialización. Se ha llegado a ello tras un proceso continuado de aceleración histórica en el cual el progreso tecnológico no ha hecho más que ofrecer al hombre toda una *serie* de herramientas mediante las cuales resulta fácil desplazarse de un sitio a otro, y mucho más aún, comunicarse con rapidez. De todo ello se desprende la capacidad para actuar regularmente desde un punto cualquiera sobre todo el Planeta (DOLLFUS, O., 1992). Hace unos lustros M.P. TODARO percibía con claridad este asunto cuando escribía: «con cada año que pasa, los países ricos y pobres comparten por igual un destino económico cada vez más común. La comunidad mundial debe empezar a advertir que un *nuevo orden económico internacional* no es sólo posible sino también **esencial**. Tal orden internacional nuevo deberá basarse en el principio de que el desarrollo de cada país y de cada individuo se liga estrechamente al desarrollo de todos los países y de todos los individuos. El futuro de toda la humanidad está ahora más estrechamente ligado que nunca, y todo indica que se volverá más interdependiente aún en los decenios próximos» (1982, pp. 649-50). Pasado un tiempo la realidad no ha hecho más que darle la razón a ese autor. Incluso para el hombre de la calle, forma parte de su carta informativa diaria las revelaciones plurales sobre el comportamiento cotidiano de las diferentes actividades económicas de todo el mundo.

Dentro de ese panorama general, no podía ser de otra forma que surgieran empresas cuyo ámbito de actuación habitual fuese el mundo entero (BRENDER, A. et al., 1990). Entidades cuyas dimensiones habituales de trabajo sobrepasasen ampliamente las fronteras del país de origen; aún cuando éste fuese extenso y densamente poblado. Aunque este tipo de empresas parece que remontan sus primeros antecedentes a siglos pasados (ELLSWORTH, P.T. 1964), es indudable que sólo en tiempos recientes adquieren su enorme protagonismo e importancia (DOLLFUS, O., 1990). De sobra es conocido todo ello. Sin embargo, acaso no viene mal recordar algunos aspectos, como prueba de cuanto afirmo. Desde una perspectiva económica es suficiente ver las ingentes cantidades de dinero que mueven. Sus ingresos y beneficios alcanzan sumas tan elevadas que no son fáciles de asimilar. Así basta apuntar que las **500** empresas mundiales de mayor relevancia significan más del 50% del P.I.B. mundial. A su vez, en varios de los países donde radica buen número de sus sedes sociales, al extenderse sus actividades por numerosos estados, la suma de los ingresos de estas firmas supera incluso su propio P.I.B.; tal ocurre, por ejemplo, en Japón, Suiza y Corea, por citar sólo algunos ejemplos más representativos. Además, en otros muchos, sobrepasa ampliamente el 50% de los mismos; entre estos últimos casos podían citarse Alemania, Francia, Gran Bretaña, Estados Unidos, etc., etc. Y, téngase presente que los estados referidos son precisamente aquellos que ocupan lugares punteros por el conjunto de su riqueza y producción, con cifras globales que miden volúmenes de riqueza de los más elevados del planeta. Ni que decir tiene, que el volumen monetario de los ingresos de muchas de estas empresas, singularmente, es mayor a los P.I.B. de varios países donde operan.

Además, y unido a esa enorme significación económica, es preciso añadir su fuerte presencia en los aspectos más variados de la vida social. Esas grandes firmas han desarro-

llado una serie de patentes, marcas y logotipos, que son la clave de su difusión internacional, asegurando su éxito comercial. Muchas de ellas han pasado a ser para decenas de millones de personas elementos tan conocidos y familiares que forman parte «habitual» de su propia existencia (O'BRIEN, R., 1991). Están presentes por doquier.

Acaso no podía ser de otra forma; llegando a convertirse en centro de atención para numerosos investigadores que, desde las diferentes disciplinas, se ocupan de su estudio y análisis. Por ello se atisba cierta desconfianza, no exenta de temor, ante su enorme peso, significación e influencia económica y social. Considero, sin embargo, que no procede, establecer «a priori» hacia ellas, posturas unívocas de uno u otro signo. Son un rasgo más de nuestra sociedad y como tal debe considerarse; pues como dice C. CLARK: «Ha sido frecuente en la historia del hombre que, en su afán de refutar un error, los hombres caigan en otro igualmente profundo» (1980, p. 32). Desde luego, si se las considera desde una óptica espacial meramente nacional, este tipo de empresas, en tanto que operan y actúan en multitud de países, escapan con facilidad a los «controles» que, tradicionalmente, han venido fijando los estados. Pero no debemos perder de vista el momento donde nos encontramos y los rasgos de su actuación. J. TINBERGEN señala al respecto: «La autonomía nacional en la elaboración de las políticas no es necesariamente la mejor forma de dirigir la evolución de la comunidad económica internacional» (1983, p. 200).

De todas formas, debe tenerse conciencia de su auténtico poder e influencia en el mundo actual. Sería una ingenuidad - como postulan algunos — adoptar una postura indulgente y confiada hacia ellas. No debe perderse de vista que sus intereses directos y preferentes, como sucede con toda empresa en el sistema capitalista, es el beneficio y el lucro. En ese sentido parece conveniente estimular ciertas cautelas, intentando que su existencia y desarrollo, no dificulten ni perjudiquen los intereses de cada colectividad concreta donde operan (SAINT-GEOURS, J., 1992). Aunque a nadie escapa la dificultad que supone hacer compatibles ambos postulados básicos. «La organización racional-capitalista del trabajo formalmente libre» esencia de la ética capitalista que dijera M. WEBER (1979, p. 12), choca a menudo con el auténtico y real comportamiento de estas grandes empresas mundiales.

Desde luego, una consideración inicial, que me parece relevante, consiste en dejar bien claro que, aunque estas empresas desarrollen un campo de operaciones mundial, y una complejidad en sus diversos modelos de organización, todas tienen una sede principal desde donde emanan las principales directrices y normas de actuación. Las estrategias que diseñen difícilmente se dirigirán contra los intereses específicos de esos lugares originarios. De todas formas, y desde una perspectiva planetaria - como es su campo de actuación — pueden distinguirse unas áreas —son pocas— donde se localizan la mayoría de sus sedes principales, frente al resto, que se limitan a su papel de «comparsas»; de meros lugares de asentamiento y cobijo de sucursales, o simplemente constituyen sus campos pasivos de actuación. Por todo ello me parece de sumo interés analizar cuál es la regionalización de estas grandes empresas. Con ello se pretende conocer aquellos países donde se localizan sus sedes centrales, así como el papel diferenciado que desempeñan unas y otras. Ese estudio de ubicación no persigue meramente una actividad descriptiva, sino que pretende ser el inicio de un examen más profundo que permita desentrañar, no sólo la diferenciación espacial, sino establecer una modelización de los comportamientos mundiales de los diferentes países. Estableciendo correlaciones, y, a través del análisis,

intentar extraer ciertas conclusiones. El reto es difícil, pero considero que, desde la geografía bien puede llevarse a cabo este tipo de investigaciones que, al menos, intenten explicar racionalmente la realidad.

El asunto considero que encierra gran importancia, no sólo por la dimensión que tales empresas representan hoy, sino por lo que parece va a ser su comportamiento futuro inmediato. Hasta hace apenas un quinquenio, la existencia de dos grandes bloques, que respondían a sendos sistemas económicos diferentes y opuestos, constituía una cortapisa fundamental que impedía la expansión por uno de ellos, - el socialista — de las grandes empresas mundiales. Ahora, salvo que surjan otros imponderables imprevistos, parece que todo el Planeta, en breve plazo, podrá ser su campo de expansión y crecimiento. La auténtica mundialización de la economía (FOSSAERT, R., 1991). De hecho, durante los últimos años se asiste a profundos y frecuentes cambios en las estrategias que siguen estas firmas. Tal vez, más que nunca las posibilidades de crecer y ampliar sus cuotas de mercado se presentan más vivas. De ahí la situación presente, como punto de partida hacia lo que podrán ser los cambios inmediatos.

Esta situación de «coyuntura» debe servir para la reflexión y, desde luego, no lanzar las campanas al **vuelo** con discursos agoreros ingenuos, pues como nos dice E. J. MISHAN: «ahora que lo que está en boga es el desarrollo económico, hemos llegado, de una manera inconsciente, a relacionar un desarrollo económico más rápido con unas cifras de comercio exterior futuras más favorables; una proposición que no tiene ninguna justificación económica». El mejor conocimiento de la realidad, al menos en los que se refiere en su dimensión espacial, podrá servirnos para tener una opinión más ajustada del asunto, de las ventajas, inconvenientes y problemas que plantea. Pero la complejidad del tema aquí abordado, debe llevarnos a enfocarlo con gran cautela, por lo cual me parecen oportunas las palabras de R. PERPIÑA cuando escribe: «En la naturaleza vemos e indagamos su orden, pero siempre tendremos ante nosotros un montón de cosas y fenómenos cuya visión o utilización desconocemos. Ante ello, el hombre actúa (en diversos planos) con razón pero también con opinión; pues no siempre tenemos los elementos suficientes para decidir por la razón. En consecuencia, el hombre con, por, sobre, entre la naturaleza produce las estructuras: económica, defensiva, jurídica, político-social, cultural y religiosa» (1973, pp. 6-7). De ahí el título de este trabajo que sólo denomino, modestamente, «algunas consideraciones geográficas».

2. PARCELAS ECONÓMICAS DONDE OPERAN

No resulta fácil delimitar los sujetos de análisis. Las denominadas empresas mundiales no constituyen un registro cerrado, donde unas caben y otras no. Pueden ser varios los criterios utilizados para ello. Desde su antigüedad en el mercado, pasando por la difusión espacial de sus operaciones. Por mi parte he intentado seguir una vía práctica. He empleado como referencia para su inclusión su volumen de negocio. Tanto el conjunto de ingresos, como, complementariamente, sus beneficios. No se me oculta que la propia dinamicidad de estas empresas origina fuertes variaciones de unos años a otros. Sobre todo en lo que se refiere a estos últimos; en épocas de crisis pueden reducirse tanto, que lleguen a registrarse pérdidas, aunque después, tras los correspondientes ajustes puede

pasarse a ganancias en los años siguientes. El momento de análisis empleado corresponde a una situación reciente, año 1994. La conocida revista *Fortune*, publica en su número 7 de agosto de 1995, como es habitual, una relación de ellas. Al mismo tiempo, como elementos de información y contraste se han cotejado otras publicaciones y anuarios, cuya referencia puntual se especifica en los apartados correspondientes.

El umbral de rentas de las empresas supera siempre, en ese año de referencia, los 7.000 millones de dólares. Eso ha permitido incluir en la relación un total de 500 empresas, elegidas por ese criterio, sin tener en cuenta la cantidad de sus ganancias. Ya que por contra, el montante de estas últimas resulta mucho más variado, no faltando incluso los registros de pérdidas en algunas, como antes se apuntó. Es lógico pensar que con ese volumen tan considerable de negocios (equivalentes a unos 100.000 millones de pesetas), todas esas empresas abarcan como campo de operación más de un país; incluso, muchas de las cuales, por su volumen de ganancias y movimiento económico, cubren prácticamente todo el Planeta. Desde luego, lo que no ha sido objeto de mi atención es el funcionamiento interno de cada una. Evidentemente, se presentan como algo enormemente plural (MARTYN, H., 1973); ciertas siguen con claridad la típica estructura de lo que se denominan empresas multinacionales, con el organigrama de funcionamiento apropiado. En otras es mucho más reducida su actuación foránea. Pero, en tal sentido, la propia complejidad, supone una arriesgada modelización. Y desde luego, desde nuestra perspectiva geográfica, considero que es una circunstancia que resulta menos interesante para lo que es el objetivo central. De todas maneras, como sintetiza R. TAMAMES, en esencia se caracterizan por los siguientes aspectos más relevantes: Contar con unidades de producción en varios países; carácter multiplanta y multiproducto a la vez que son agentes de dominio económico; suelen emplear las técnicas más avanzadas en sus organizaciones; dedican fuertes inversiones en investigación y desarrollo; practican políticas agresivas con agilidad financiera; disponen de un conocimiento a fondo de la estructura de funcionamiento de los países donde actúan, etc., etc. (1985, p. 191).

Por otro lado debe añadirse que, a menudo, no resulta sencillo diferenciar unos subsectores económicos de otros, pues dadas las interconexiones existentes, sus límites si difuminan. También, de forma habitual, muchas de las grandes empresas no ejercen una especialización funcional concreta. Por el contrario la diversificación de sus actividades es una labor seguida preferentemente por ellas. En unos casos se trata de subsectores próximos, relacionados entre sí, lo cual parece tener mayor justificación. De esa forma se va cubriendo una amplia gama de bienes y servicios ofrecidos desde la misma firma. Pero, incluso en otros casos, vemos con harta frecuencia que algunas de estas grandes empresas cubren con sus actividades subsectores muy diferenciados, que nada tienen que ver entre sí, ni por sus objetivos, procedimientos de producción, ni, evidentemente, en sus tareas específicas de investigación. En esos casos habría que buscar las causas de esta dedicación plural en otras razones de naturaleza diferente.

De todas maneras cabe afirmar también que, casi siempre, en las grandes empresas mundiales con esta diversidad operativa, suele haber un apartado económico predominante sobre los demás; el cual actúa como actividad bandera de la propia compañía. Suelen ser éstos los que sirven para dilucidar su específica adscripción a él, y proceder así a la clasificación sectorial de las grandes empresas mundiales.

Al contemplar el listado de actividades a las que se dedican estas grandes empresas se comprueba que, con las salvedades hechas con anterioridad, casi no quedan fuera subsectores económicos de importancia. Todos aquellos que puedan considerarse significativos en la economía presente son ocupados por las varias tareas desarrolladas por estas grandes empresas mundiales. Incluso, cabría dar la vuelta a ese razonamiento. Muchas de estas entidades han debido su éxito, precisamente a ocuparse de ciertos campos económicos cuya demanda y perspectivas en la actualidad ofrecían buen porvenir. La razón de su éxito radica, entre otros aspectos, en la propia naturaleza del objetivo central de sus ocupaciones.

En el cuadro que sigue se muestra una relación de las principales actividades económicas a que se dedican estas grandes empresas. Junto al número absoluto contabilizado en cada apartado, se añade su significación porcentual; el volumen global de los ingresos que obtienen y los beneficios originados. Todos los datos, como ya se ha mencionado, se refieren a 1994.

La clasificación abarca un conjunto de 39 apartados, más uno indeterminado que agrupa a los difíciles de clasificar y que denomino «otros». Pues bien, con las salvedades apuntadas antes, y siguiendo los datos recogidos en el cuadro anterior, vemos que atendiendo al *número de empresas* incluidas en cada subsector, destacan por su mayor relevancia la banca (59); seguida de lejos de los sectores eléctricos y electrónicos (31); el refinado de petróleo (30); los seguros (28); el comercio y la distribución de alimentos junto a la fabricación de automóviles, (ambos con 26 empresas). Los seis subsectores unidos alcanzan la cifra de 200 empresas, es decir el 40% del conjunto analizado. Nadie puede dudar de la enorme importancia y significación que todas esas actividades representan hoy en todo el mundo. Eso explica que un elevado porcentaje de las grandes empresas mundiales realicen, prioritariamente tareas incluidas en estos segmentos de la actividad económica.

Si nuestra atención se dirige no al tipo de tarea concreta realizada, sino a la *actividad* genérica que ello supone, cabe afirmar que el mayor protagonismo empresarial corresponde a lo que, solemos definir como terciario; englobando en él como subsectores más representativos, la ya referida banca, los seguros, los transportes, en sus diferentes modalidades, el comercio, las comunicaciones, etc., etc. En este apartado se incluye el mayor número de subsectores, y, sumados respectivamente, se alcanza el más elevado número de empresas. Menor relevancia significan las actividades industriales; ello no quiere decir que no figuren, y en lugar destacado, algunas de las mismas, como sucede con la producción de automóviles (ya referida antes y que ocupa el lugar sexto, al contabilizar 26 empresas); o las industrias químicas, de electricidad y gas, junto a la metalurgia, etc. que se sitúan en los puestos 10 al 12 de la referida jerarquía, con un número de empresas que asciende a 17, 17 y 16 empresas respectivamente.

Por último, la minería, y otras tareas tradicionalmente incluidas en lo que se suele denominar sector primario, sólo ocupan puestos modestos. Cabe interpretar esta estructura como reflejo acentuado de la propia significación que los subsectores de la actividad económica desempeñan en el mundo presente. A ello se une que, tal vez, buena parte de las faenas relacionadas con ese sector no se prestan tanto a ser objetivo prioritario por este tipo de empresas. Quizás también sus perspectivas de beneficio económico son menores, de ahí el deseo relativo de estas firmas, que buscan los grandes beneficios como fin

CUADRO 1
Actividades y grandes empresas

	a	b	c	d
Bancos comerciales	59	11,8	961.283	31.979
Eléctricas y electrónicas	31	6,2	781.058	20.813
Refinado de petróleo	30	6,0	804.207	30.593
Seguros (mayorista)	28	5,6	482.562	11.567
Comercio y distribución	26	5,2	367.459	5.605
Automóviles	26	5,2	971.829	20.433
Seguros (mutuas y minoristas)	24	4,8	539.357	17.925
Transportes	22	4,4	1.311.937	2.857
Telecomunicaciones	21	4,2	62.863	3.827
Químicas	17	3,4	277.483	10.754
Electricidad y gas	17	3,4	278.084	10.256
Metalurgia	16	3,2	258.647	-2.514
Comercio, en general	15	3,0	331.738	8.312
Ingeniería, construcción	13	2,6	202.154	2.322
Alimentación	12	2,4	261.906	11.373
Farmacéuticos	10	2,0	109.904	16.609
Equipamiento industrial y agríc.	10	2,0	148.567	4.039
Aeroespaciales	9	1,8	121.706	4.409
Aerolíneas	9	1,8	108.232	-1.042
Ferrocarriles	8	1,6	107.384	699
Comercio al por mayor	8	1,6	98.847	1.140
Comercio al por menor	8	1,6	100.263	2.038
Computadoras, equip. ofici...	8	1,6	184.533	4.583
Activ. financieras diversas	7	1,4	127.335	5.633
Correos, paquetería, distribución	7	1,4	139.376	369
Bebidas	6	1,2	64.581	5.474
Madera y papel	5	1,0	55.910	1.360
Fotografía y equip. de control	5	1,0	69.376	3.883
Publicidad, imprentas	5	1,0	52.365	2.012
Productos metálicos	4	0,8	40.351	-61
Tabaco	4	0,8	62.863	3.827
Jabones y cosméticos	4	0,8	55.577	3.212
Neumáticos y plásticos	3	0,6	40.016	1.125
Materiales de construcción, vid.	3	0,6	38.797	2.431
Navieras	2	0,4	17.912	398
Corretaje	2	0,4	27.423	1.092
Instituciones de Ahorros	2	0,4	17.032	1.937
Restauración, alimentos	2	0,4	36.793	2.976
Minería	2	0,4	27.574	819
Otros	10	2,0	108.085	3.552
Total	—			

a: Total, valor absoluto; b: Porcentaje sobre el conjunto; c: Ingresos en millones de dólares; d: Beneficios en millones de dólares.

Fuente: Elaboración propia sobre datos de **International Bussines**, 1995, Nueva York; **Statistical Yearbook**, 1995, Naciones Unidas, Nueva York.

primordial, por introducirse en ellos. El excesivo apego a unos lugares concretos, en su ubicación y explotación, y toda una *serie* de condicionantes espaciales, inherentes a su propia explotación, son una gran dificultad para ser gestionados habitualmente por las grandes empresas.

Aunque las cifras referentes al volumen de ingresos, y sobre todo las que contabilizan las cantidades de beneficios, pueden tener un cierto carácter circunstancial, también pueden sernos de utilidad para entender su importancia (¿coyuntural?) en la situación presente. Así, vemos que, en cuanto a los *ingresos*, las firmas que logran los mayores volúmenes corresponden al sector terciario y al industrial; así, deben señalarse los transportes, automóviles, bancos, refinado de petróleo y empresas dedicadas a la electrónica y sector eléctrico. Nadie pone en duda que todos ellos son sectores punteros en el proceso de crecimiento económico.

Si se tienen en cuenta sólo los *beneficios* alcanzados por ellas, de nuevo se repite, casi, el mismo esquema señalado antes. Las empresas del subsector bancario son las que encabezan esa jerarquía con las mayores cifras; aunque las tres que siguen, refinado de petróleo, electrónicas-eléctricas y automóviles, que tiene un indudable componente industrial, también consiguen importantes sumas. Sigue el sector seguros. Pero, en este apartado, deben resaltarse las magnitudes negativas correspondientes a dos ramas de la actividad (metalurgia y aerolíneas) y, lo que parece más significativo, que muchas de ellas sólo consiguen magnitudes reducidas de ganancias. Eso cabe atribuirlo, como ya se ha apuntado, a situaciones coyunturales, junto a la propia dinámica de fuerte competitividad en la que se ven envueltas muchas de las grandes firmas mundiales.

Pero no debemos perder de vista que estos aspectos contables y económicos, a pesar de la gran significación que encierran, no constituyen por sí solos el aspecto más relevante de la cuestión, desde nuestra perspectiva de análisis geográfico. Más que nada, lo que interesa es su dimensión espacial, lo que se analiza en el epígrafe siguiente.

3. LA LÓGICA DE SU DISTRIBUCIÓN ESPACIAL

Para abordar su localización espacial, se ha tomado como criterio determinante el lugar concreto donde radica su sede principal. Soy consciente que esa decisión puede resultar, en algunos casos, problemática. Dado que ciertas empresas aunque su sede y origen central se ubica en un país, después, sus diferentes operaciones y actividades se encuentran repartidas, a menudo y de manera preferente, por otros. Pero, eso la mayoría de las veces no suele ser así. Y, desde luego, salvo algunas excepciones que pueden confirmar la regla, las sedes centrales, son las que marcan las estrategias básicas de sus comportamientos empresariales. De tal suerte que su localización conlleva habitualmente toda una serie de ventajas intrínsecas, de las que carecen la inmensa mayoría de los otros estados donde también operan las referidas firmas.

También, en definitiva, y dada la importancia que representan estas entidades, vienen a ser una muestra evidente de su influencia, y de forma derivada los países y las áreas geográficas donde se ubican y despliegan sus actividades por el conjunto del Planeta. Casi me atrevería a decir que aquellas áreas donde se originan y concentran tales empresas son las dominadoras de la *economía* mundial. Y viceversa; su ausencia suele asociarse a

CUADRO 2
Países donde se ubican y número de empresas, 1994

	a	b	c	d
Estados Unidos	151	30,2	2.939.426,8	142.358,6
Japón	149	29,8	3.805.743,7	26.496,6
Alemania	44	8,8	895.990,6	12.440,1
Francia	40	8,0	741.749,3	3.395,8
Gran Bretaña	34	6,8	499.841,6	42.151,7
Suiza	14	2,8	245.357,1	13.159,0
Italia	11	2,2	228.060,6	2.378,9
Holanda	9	1,8	237.374,0	13.255,1
Corea del Sur	8	1,6	133.862,7	4.007,3
España	6	1,2	76.892,9	2.257,1
Canadá	5	1,0	51.871,2	2.527,7
Bélgica	5	1,0	19.306,3	649,7
Suecia	3	0,6	45.134,6	2.852,9
China	3	0,6	41.255,4	1.183,2
Australia	3	0,6	30.866,5	2.101,1
Méjico	2	0,4	36.850,2	3.314,1
Brasil	2	0,4	28.737,7	1.556,1
Noruega	2	0,4	21.966,3	1.334,4
Taiwán	2	0,4	16.547,4	1.737,5
Austria	1	0,2	36.7660	1.858,6
Venezuela	1	0,2	22.157,0	2.013,0
Antillas Holandesas	1	0,2	13.553,7	169,4
Hong Kong	1	0,2	9.558,8	452,6
Finlandia	1	0,2	9.500,9	156,7
India	1	0,2	8.235,7	326,6
Turquía	1	0,2	8.212,3	2.013,0
Total	500			

a: Total empresas ubicadas en ese país; b: Porcentaje de éstas sobre el total; c: Volumen total de ganancias; d: Cifra de beneficios.

Nota: Aquellas empresas que tienen un domicilio social compartido, se han adscrito al país donde corresponde su primer establecimiento, o el que alcanza mayor relevancia.

Fuente: Elaboración propia sobre datos de International Bussines, 1995. Nueva York; The Statesman's Year Book. 1994-5, Londres, Mac Millan Press.

territorios que apenas tienen en el momento presente peso e influencia en el concierto mundial. Antes de entrar en otros análisis de más detalle, parece oportuno observar con precisión cuáles son los países donde se localizan. Junto a su número absoluto y porcentual, en referencia al global, se añade también el montante de sus ingresos y ganancias. Ello permite percibir un panorama más amplio de su situación actual.

Son varios los aspectos que resaltan y se desprenden de los datos incluidos en el cuadro. Al mismo tiempo pueden ayudar a su análisis la visualización que ofrecen las figuras 1, donde se cartografía la distribución espacial de las principales empresas y,

complementariamente la 2, donde se representan las mayores ganancias; también, subsidiariamente, la 3, que muestra los beneficios obtenidos.

Desde una perspectiva espacial, y siguiendo una labor de sintetización destaca un primer bloque formado por Estados Unidos como país donde se localiza el mayor número de estas empresas. Seguido muy de cerca por Japón. A mayor distancia se sitúan los países de Europa Occidental. Después, la jerarquía se difumina. Paso a renglón seguido a analizar con mayor detenimiento algunos aspectos que explican esta situación.

Estados Unidos es la sede de 151 empresas. Lo que significa el 30,2% del total. Tales entidades suman unos ingresos que ascienden nada menos que a 2.939.426,8 millones de Dólares. Es, por tanto, el país que encabeza la jerarquía. Creo que son de sobra conocidas las causas que motivan ese especial protagonismo. Casi desde su propio origen como Estado, ha mostrado un dinamismo económico muy activo. Pero se hace aún más rápido a medida que avanza el siglo XIX. La llegada masiva de población inmigrante desde Europa (como ha escrito R. THOMPSON, 1969) constituyó una ayuda inestimable para proceder a la explotación de los inmensos recursos con que la naturaleza les había dotado. Pero conforme nos adentramos en el Siglo XX, progresivamente, Estados Unidos va alcanzando su protagonismo mundial indiscutible. La dos Guerras Mundiales en las que participa, en las circunstancias que son de sobra conocidas, terminan por auparle a la cabeza de la economía mundial.

El capitalismo europeo, en sus instituciones políticas, sociales y propiamente económicas, encuentran aquí las circunstancias propicias para alcanzar los mejores frutos. Casi puede decirse que las esencias del funcionamiento liberal-capitalista, es en Estados Unidos donde consiguen una clara plasmación real. De ahí que muy tempranamente ellos inauguran los sistemas de producción industrial que, en cierta medida, llevaban dentro la génesis del desarrollo de empresas cuya vocación mundial era palpable. La división del trabajo, la especialización, la producción en serie destinada a un consumo masivo de tales bienes dirigidos a toda la sociedad, son estrategias que se mostraron básicas y eficientes en la ampliación de las unidades productivas; pronto fueron imitadas por otros muchos Estados. Convertidos en gran potencial mundial, toda la maquinaria estatal ayuda y propicia una geo-estrategia que tiene como objetivo la propia potenciación y desarrollo de sus grandes empresas. Hasta tal punto que se confunden los intereses del propio Estado con los que individualmente favorecen a sus grandes firmas (GUELLEC, J., 1993).

También debe añadirse que dentro de la dinámica de cambios tan rápida y variable que siguen las economías modernas, al día de la fecha, es de justicia reconocer su capacidad de reacción, adaptándose continuamente a las nuevas necesidades que se demandaban. Así cabe referir, primero, el proceso de industrialización; más tarde la terciarización y la creación de la denominada sociedad postindustrial (GALBRAITH, J., 1984). En todos esos estadios ese país ha ocupado su vanguardia o ha ido en cabeza (CLARK, D., 1985). El éxito ha sido tan grande que se ha convertido en el paradigma de la riqueza y el desarrollo económicos; pasando a ser en estos años finales del siglo XX el «modelo» a seguir para muchos (WEISS, R., 1990). Y aunque hace unos años parecía que caminaba con cierta desventaja, frente a otros pujantes competidores, de nuevo, ha sabido resurgir, modificando algunas de sus estructuras productivas más caducas, situándose en lugares de cabeza (DEBLIT, H.J.; MULLER, P., 1992).

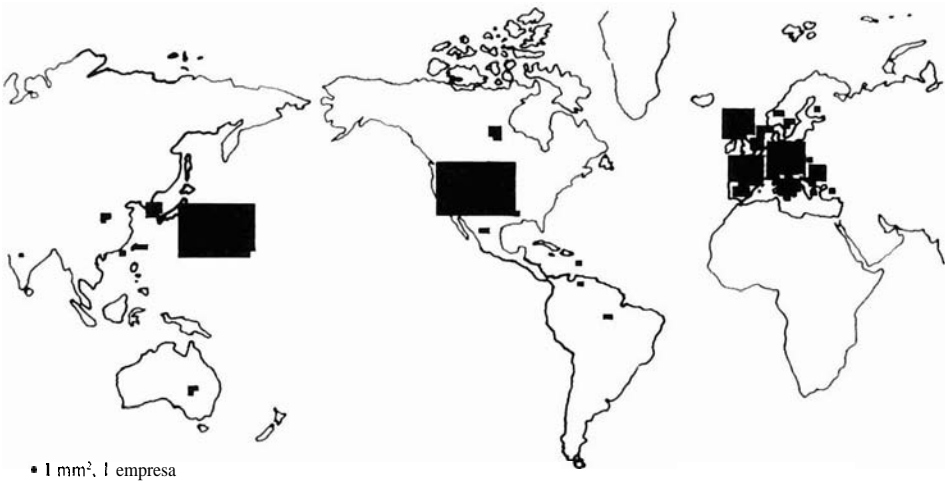


FIGURA 1. Localización espacial de las grandes empresas mundiales (países).

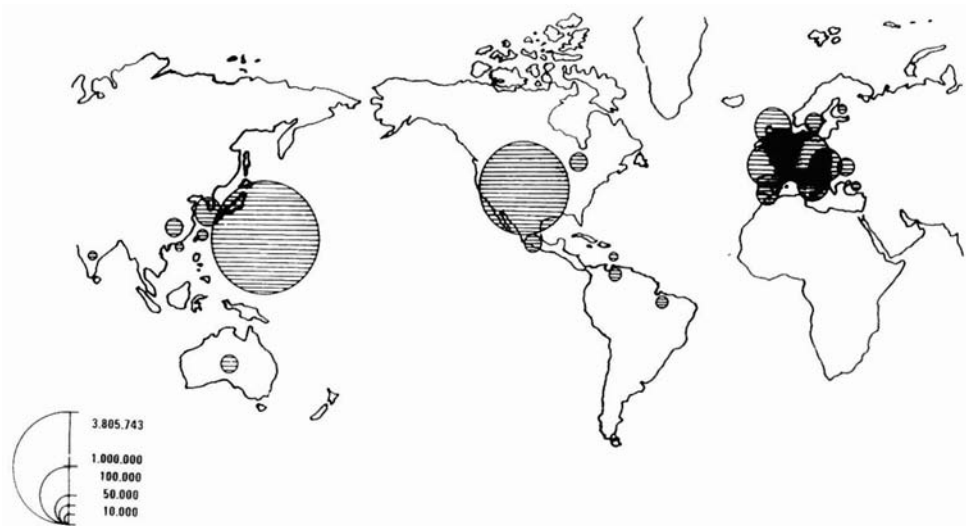


FIGURA 2. Grandes empresas mundiales, ingresos (en millones de \$ USA).



FIGURA 3. grandes empresas mundiales, beneficios (en millones de \$ USA).

Por todo ello, no es de extrañar que radiquen en Estados Unidos tal número de empresas mundiales, y que entre las mismas se contabilicen algunas de las mayores del Planeta. No se trata de hacer una relación de las más significativas, pero a título señero basta referir: General Motors; Ford; Exxon; Wal-Mart Stores; IT&T; General Electric; Intl. Business Machines; Mobil; Sears Roebuck; Philip Morris, etc. Como puede verse, se refieren a actividades económicas variadas, en las cuales se consiguen puestos destacados. Todas ellas desarrollan una actividad mundial; alcanzan ingresos elevados, al tiempo que beneficios sustanciosos. Sus nombres han logrado tal difusión que resultan familiares en cualquier punto de la Tierra, por apartado y lejano que fuere.

Así mismo, aunque se trate de dos países vecinos, con acusadas diferencias de uno y otro signo, en relación a Estados Unidos, deben traerse a colación *Canadá* y *Méjico*, sedes respectivamente de 5 y 2 grandes *firmas* de ámbito mundial. En cierta medida los dos se suman a él, constituyendo un «bloque» económico que *refuerza* aún más el ya referido protagonismo americano. La reciente fuma del acuerdo que dará paso a la creación del gran mercado «norteamericano», viene a reconocer de derecho, lo que ya venía siendo una tendencia de hecho; por la cual, la poderosa economía de Estados Unidos, actuaba como elemento inductor, si bien de diferente signo, en la evolución de sus vecinos. En el caso de Canadá, sin duda sus poderosos recursos naturales y su alto nivel de desarrollo han propiciado el funcionamiento de las referidas empresas. En Méjico, tal vez, ha sido su elevada dotación *demográfica*, junto a sus singulares estructuras sociales *las* que, además de su peculiar despegue económico, han favorecido su entrada en este selecto grupo de países que estudiamos.

La presencia de *Japón* compartiendo la cabeza de este **equipamiento**, no por conocida, motiva menos extrañeza. En especial cuando pensamos en su auténtica dimensión **territorial**, e incluso en su volumen demográfico. Sobre todo al considerar su escasez de recursos naturales y las limitaciones derivadas de ello. Más aún, cuando la segunda guerra mundial supuso para él un enorme parón, y el consiguiente retroceso en su evolución económica. Sin embargo ha conseguido que, con una población ocupada, algo superior a los sesenta millones de personas, se ponga en funcionamiento una **economía tan** competitiva y desarrollada como es la japonesa (M. MICHEL, 1992). Sin duda, movidos por esos interrogantes, han sido numerosos los estudios dedicados a Japón, tratando de desentrañar las claves de su éxito. Entre otras cuestiones destaca el adiestramiento adecuado de su población activa, lo que unido a su disciplina en el trabajo y su baja conflictividad, lo convierten en algo «extraño» dentro de los comportamientos habituales de nuestro entorno. Igualmente su alta capacidad de ahorro, superando el 30% del PIB es algo anómalo entre los países desarrollados.

Pero, junto a ello cabe resaltar el peculiar modelo de organización de las empresas niponas (SUZUKI, Y., 1994). Tanto, que han terminado convirtiéndose en paradigma a imitar en otros muchos países. Sus empresas distribuyen porcentajes de ganancias reducidos, derivando buena parte de las mismas hacia las sucesivas inversiones que precisa su renovación productiva y tecnológica. A su vez, existe desde hace tiempo una constante preocupación por lograr unos recursos tecnológicos, vanguardistas que pugnan por mantenerse a la cabeza de los países más desarrollados.

La estabilidad tradicional de su economía posibilita una financiación muy barata de las empresas, a lo que se añade un sector público que, con frecuencia, se subordina a las necesidades del privado. Todo lo cual motiva la continua expansión de la economía nipona. Sin duda debido a la debilidad del mercado interior (por su propia dimensión, junto a otros hábitos tradicionales en las formas de vida), las empresas japonesas han buscado desde hace años su salida hacia el exterior, como camino natural para su propio crecimiento. Esa mundialización de su **economía** (DOURILLE, E., 1990), encuentra como vehículo propicio el desarrollo de las empresas multinacionales, de ámbito mundial.

Aunque con ciertas variaciones, al analizar el proceso de producción japonés se comprueba la existencia de una continua especialización en unos sectores punteros que, poco a poco, son los que destacan sobre el conjunto de su actividad industrial (SANCIER, P., 1988). En todos ellos se busca siempre la competitividad; lograda ésta, su meta es la expansión, buscando en su estrategia de crecimiento el mercado mundial. Tal sucede con multitud de subsectores productivos, donde se han conseguido cuotas de mercado realmente admirables. Pero su dinamismo continúa, y sucesivamente han ido abandonándose ciertos capítulos productivos, juzgados como menos interesantes y rentables; sustituyéndolos por otros más novedosos y con mejor futuro.

No cabe duda que esa política expansiva crea profundas rivalidades entre sus más directos competidores. Pero, en esa dinámica viva en la que está inmersa nuestro Mundo Contemporáneo, las grandes empresas japonesas parece que salen airoso, continuamente, de los desafíos. De hecho, no de otra manera se explica la existencia en Japón del 29,8% sobre las 500 mayores empresas del Mundo. Eso hace un total de 149; cifra casi similar a la que registra Estados Unidos. Pero, además, el tamaño de muchas de estas firmas supera a las de su más directo rival. Tal sucede con las 10 que encabezan la jerarquía nipona, en

comparación sus equivalente en Estados Unidos. Durante los últimos años, de forma continuada se han producido nuevas fusiones entre varias grandes firmas, incrementando continuamente el tamaño de las principales. A título de ejemplo valga referir, entre las mayores: Mitsubishi; Mitsui; Itochu; Sumitono; **Marubeni**; Nissho Iwai; Toyota Motor; Hitachi; Nippon Life Insurance; Nippon Telegraph & Telephon; etc., etc. Todas ellas superan los 70.000 millones de Dólares de ingresos. Eso significa que el nivel de ingresos de las grandes empresas niponas superan en 900.000 millones de dólares a sus correspondientes de Estados Unidos.

Por otra parte, tal vez, coyunturalmente, durante los últimos años, sus cifras de ganancias han sido más modestas de lo que cabría esperar, en relación a las magnitudes de los ingresos. Acaso radica ahí una de las debilidades del mercado japonés; pues tras unos años de fuerte **ritmo** de crecimiento, parece que encuentran ciertas dificultades para proseguir ese camino.

De todas maneras, y como corresponde a un país que comparte junto a Estados Unidos el liderazgo mundial de grandes empresas, se comprueba la existencia de una variada gama de actividades abarcadas por las referidas empresas niponas, en su estrategia de mundialización de su economía (DONNET, P.A., 1991).

Europa Occidental. Si observamos las figuras 1, 2 y 3, vemos que la tercera área donde se acumula también un apreciable número de empresas mundiales es Europa Occidental. Ahora bien, como resulta de sobra conocido, no se trata de un único estado. La relación de los cuadros 1 y 2 muestra que hay doce estados donde se localizan las sedes principales de estas entidades. La suma total de las mismas asciende a 170 empresas. De esa forma, y considerándolas en conjunto, alcanzan un bloque que, sin duda, magnífica con nitidez el tercer conjunto en importancia mundial. Incluso, si vemos el total de las magnitudes económicas que mueven, también, en ese sentido su importancia se acrecienta. De tal forma que considerando el volumen de los ingresos de estas empresas, ascienden a algo más de 3.050.000 millones de dólares. Así pues, se elevan hasta el segundo rango mundial, sólo detrás de las empresas niponas. Igualmente si contemplamos la cifra de sus beneficios, que suman poco más de 95.000 millones de dólares, es una magnitud que sólo es superada por las cifras de las entidades de Estados Unidos.

Como señalan expresamente los referidos cuadros de datos, el papel desempeñado por los distintos países de esta área, es bien diferente; aunque supera en todos ellos ciertos umbrales de riqueza y bienestar notables, de entre los más elevados del Planeta. Cabe distinguir un grupo de países de mayor relevancia, situado en cabeza, donde se incluyen Alemania con 44, seguido de Francia con 40 y Gran Bretaña con 34. Ellos solos representan más de la mitad del conjunto del área. Incluso esa proporción se ve acrecentada al tomar como elementos de referencia su volumen de negocios, ingresos y beneficios. El segundo **grupo**, despegado del anterior, está compuesto por Suiza, Italia y Holanda. Después, de manera decreciente, se sitúan los restantes estados, donde su número, en muchos casos, es meramente representativo, como Finlandia, Austria, **Noruega**, o bien reducido: Suecia, Bélgica y España.

Esta jerarquización no guarda relación, desde luego, con lo que suponen las magnitudes socioeconómicas de los correspondientes países. Ya que algunos de tamaño espacial y demográfico reducido, sobrepasan ampliamente su dotación empresarial, y, viceversa. Véanse los datos del cuadro 3.

CUADRO 3

Valores económicos y demográficos de referidos países, sedes de empresas mundiales

	a	b	c	d	e
Estados Unidos	250,9	4,76	5.445.825	27,31	21.700
Japón	123,5	2,33	3.140.948	15,75	25.430
Alemania	77,3	1,46	1.411,346	7,07	22.730
Francia	56,4	1,06	1.099.750	5,51	22.730
Gran Bretaña	57,4	1,08	923.959	4,63	16.070
Suiza	6,6	0,12	219.337	1,10	32.790
Italia	57,5	1,08	970.619	4,86	16.850
Holanda	14,9	0,28	258.804	1,29	17.330
Corea del Sur	42,7	0,80	231.132	1,15	5.400
España	39,3	0,74	429.404	2,15	10.920
Canadá	26,5	0,50	542.774	2,72	20.450
Bélgica	10,0	0,18	154.688	0,77	15.440
Suecia	8,5	0,16	202.498	1,01	23.680
China	1133,6	21,42	415.884	2,08	370
Australia	17,0	0,32	290.522	1,45	17.080
Méjico	86,1	1,62	214.500	1,07	2.490
Brasil	150,1	2,83	402.788	2,02	2.680
Noruega	4,2	0,08	98.070	0,49	23.120
Taiwán	20,5	0,38	159.500	0,80	7.895
Austria	7,6	0,14	147.016	0,73	19.240
Venezuela	19,7	0,37	50.574	0,25	2.560
Antillas Holand.	0,2	0,003	1.500	0,007	7.050
Hong Kong	5,7	0,10	66.666	0,33	11.540
Finlandia	4,9	0,09	129.823	0,65	26.070
India	849,5	16,5	294.816	1,47	350
Turquía	56,2	1,06	91.742	0,46	1.630

a: Población, millones habitantes; b: Porcentaje sobre el conjunto mundial; c: PIB en millones de Dólares; d: Porcentaje sobre el conjunto mundial; e: PIB per cápita. Todos estos datos se refieren a 1991.

Fuente: Elaboración propia sobre datos de *International Bussines*, 1994, Nueva York; *The Statesman's Year Book*, 1994-95, Londres, Mac Millan Press. *Statistical Year Book* 1995, Naciones Unidas, Nueva York.

En definitiva, y en gran medida, ello responde al panorama diversificado, y variado que representan estos países. Donde, si bien puede haber ciertos rasgos comunes tradicionales e históricos, la heterogeneidad de sus evolución temporal, y los avatares diferentes que han vivido cada uno, han terminado por originar una realidad presente contrastada.

Resumiendo en extremo el asunto, cabe recordar como aspectos claves, lo que ha supuesto históricamente el papel de Europa Occidental en la evolución progresiva de las empresas del mundo capitalista. Algunos de estos territorios fueron cuna de la industrialización y del capitalismo moderno; me refiero, por ejemplo a Gran Bretaña, Alemania o Francia. Pero, su propia fragmentación en varios estados, con devenires diferentes —a veces encontrados— no han sido precisamente circunstancias que han favorecido la evolución de sus respectivas empresas. La propia fragmentación de los mercados internos, atomizándolos, en muchos casos, (quizás son típicos exponentes las situaciones de Bélgica y Holanda). La carencia de mercados propios amplios se ha convertido en un impedimento inicial para que sus empresas mayores pudiesen iniciar el paso correspondiente a la mundialización de sus actividades. Sobre todo estos rasgos contrastan con lo sucedido en Estados Unidos y Japón, analizado en páginas anteriores.

Desde 1957, con el sucesivo proceso de creación, afianzamiento y articulación de la Unión Europea, a través de sus correspondientes ampliaciones (de los países referidos, sólo quedan fuera de ella, en 1996, Suiza y **Noruega**), considero que se derivan factores, por lo común positivos; ampliando el mercado, facilitando los intercambios y propiciando una directa competitividad entre todos. Lo cual, si bien pueden suponer riesgos para ciertas empresas menos preparadas, a la larga, creo que será un elemento favorable para el conjunto de ellas.

Desde luego, es preciso tener en cuenta que, todavía en la actualidad, en algunos de estos países se mantienen ciertas empresas de ámbito mundial con apoyos notables de sus respectivos gobiernos. En buena medida ello es consecuencia, junto a su propia herencia histórica y la referida división estatal, a la apreciable heterogeneidad que separa a estos países entre sí. Eso, desde luego, no parece ser el mejor procedimiento para asegurar su continuidad en un mundo donde la competitividad sólo asegura el triunfo de las más rentables y exitosas. A título de ejemplo basta referir los casos que significan el **INI** en España; el **IRI** italiano; o en Francia **Air France**, **SNCF**, **Elf Aquitaine**, **Credit Lyonnais**; en Alemania **Metallgesellschaft**, etc. Muchas de ellas perviven en función de estrategias nacionales, donde se considera más el «prestigio» interno que la propia operatividad empresarial. Cara al futuro, su devenir, parece, en ciertos casos, incierto.

A pesar de todos esos aspectos poco favorables, la situación actual, desde luego, señala con rotundidad el papel clave que Europa Occidental desempeña en cuanto área **nodal** de localización de empresas mundiales, formando un polo estratégico básico junto a Estados Unidos y Japón, como ponen de relieve claramente **LAFAY, G.** y **UNAL-KESENCI, D.** (1991).

Países emergentes. Además de los tres grandes áreas ya referidas, hay una serie de países que constituyen también un tercer grupo que, si bien por el momento no representan todavía mucha fuerza, reúnen una serie de factores favorables y positivos que, muy probablemente, incrementará en un futuro inmediato su importancia según analiza **L. CARROUE** (1992). Si el devenir discurre en esa dirección, probablemente llegarán a constituir una nueva región que tendrá un mayor peso, del que todavía alcanzan, en el concierto **internacio-**

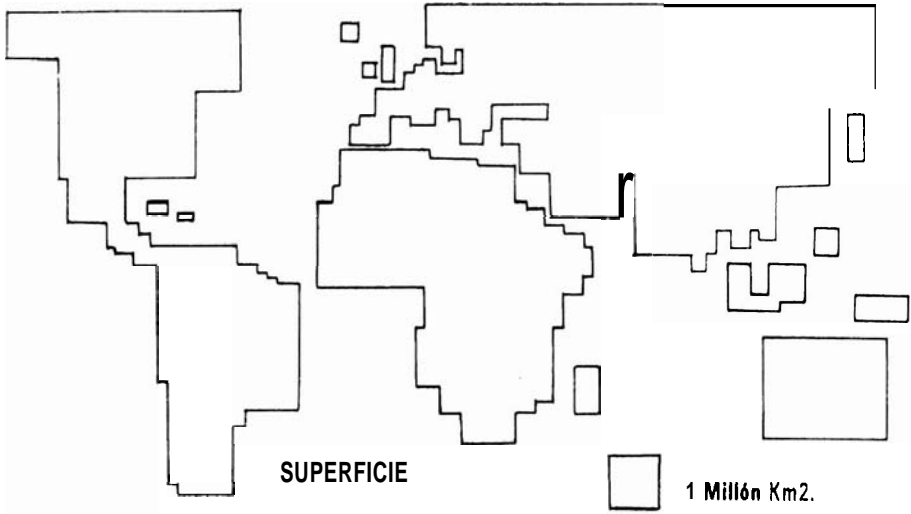


FIGURA 4. Superficie.

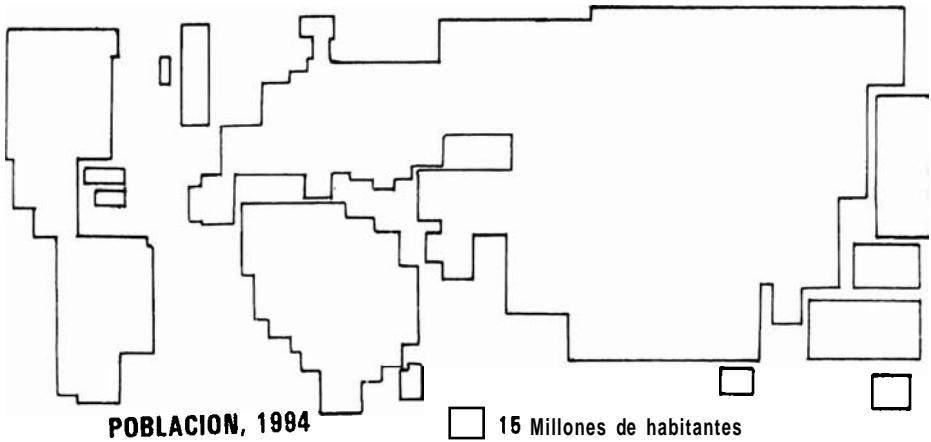


FIGURA 5. Población, 1994.

nal. El que directamente adquiere mayor relevancia es **Corea del Sur**. No hay que olvidar el puesto apreciable que ocupa en la jerarquía. Y todo ello se ve magnificado cuando pensamos en el comportamiento tan dinámico que ha realizado durante los últimos años, lo que ha llevado a varios autores a compararlo en su devenir con Japón (T.W. KANG, 1989). También **Taiwan** y **Hong Kong**, cada uno de manera diferente, y con resultados distintos, a la vez que han seguido estrategias dispares, son ejemplos claros de su ritmo rápido de crecimiento económico; del cual el auge de estas grandes empresas no es más que un resultado llamativo (LE CORRE, 1990). Incluso el devenir reciente de **China**, aunque arrastra una realidad más *lastrada*, para asemejarse a los antes citados países, está *demonstran-*

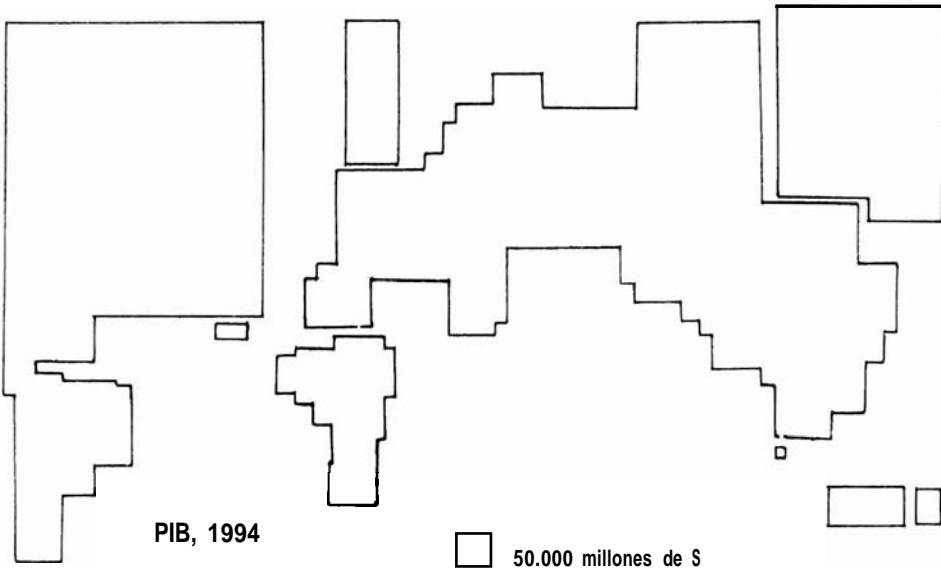


FIGURA 6. P.I.B.. 1994.

do un comportamiento económico tan espectacular que ha convertido en realidad su presencia dentro de los países que cuentan con grandes empresas; y éstas, muy probablemente, se incrementarán en un futuro inmediato (GENTELLE, P., 1992). También debe añadirse que si continúan durante los próximos años las mismas condiciones que han propiciado su crecimiento económico al ritmo referido, pronto la presencia de nuevas empresas, tanto localizadas en esos países como en otras de esa área se verá agrandado.

A diferencia de los países de las áreas anteriores, estos últimos no presentan indicadores económicos generales, como sucede con su P.I.B., tan favorables. Véanse los datos que se especifican en el cuadro 3 y en las figuras 4, 5 y 6.

Otros países. No parece fácil elaborar una modelización global, que los englobe a todos, ni, por tanto, tampoco parece sencillo encontrar rasgos comunes al conjunto, pues se aglutinan dentro de este apartado a media docena de países muy dispares entre sí y con rasgos y características marcadamente diferenciadas. En cada uno encontramos una serie de causas que han motivado la gestación de tales firmas y su correspondiente inclusión dentro del total de los estados analizados, (cfr. figura 4).

Así, por ejemplo, el caso de **Australia.** Su lejanía de las regiones más desarrolladas del Planeta no ha sido un impedimento absoluto para que haya logrado un fuerte desarrollo económico y un elevado nivel de vida. Su gran dimensión territorial, y los enormes recursos naturales que encierra, han hecho que a pesar de la debilidad de su mercado interior, gracias a una acertada organización de su sistema económico de lugar a una serie de empresas de gran relevancia mundial, entre las que figuran Broken Hill Proprietary, Coles Myer y News Corporation, dedicadas a la metalurgia, como actividad más destacada, pero a la que se asocian otras actividades heterogéneas.

También **Brasil**, con dos **firmas** alcanza un notable papel dentro de esa jerarquía. En este caso, cabe afirmar igualmente, las enormes riquezas del país, lo que unido al apreciable volumen de su mercado interno, explican su desarrollo. Esas empresas (Petrobras y Banco do Brasil), dedicadas al negocio del petróleo y a la banca, tienen como horizonte de actuación básico, además de su específico mercado interior, todo el emergente mercado Iberoamericano, dentro del cual ese país ocupa un lugar destacado, a pesar de las fuertes debilidades que muestra el conjunto de su economía (SANTILLANA DEL BARRIO, I., 1993).

El caso de **Venezuela** es diferente. Su empresa, Pdvsa, dedicada al negocio petrolífero, se explica por la especial significación que tal actividad representa dentro del contexto mundial. Todo ello, a pesar de las circunstancias socio-económicas poco propicias que vienen acompañando a la economía venezolana durante los últimos lustros.

En **India**, también se registra la presencia de una empresa de grandes dimensiones, Indian Oil. El negocio petrolífero, más que por la riqueza extractiva propiamente, por lo que suponen las enormes necesidades que precisa un país tan densamente poblado como es India (KUMAR, R., 1993). Con ello se ha querido potenciar una firma propia, para que «monopolice» tales actividades, evitando sean otras foráneas las que ocupen ese puesto.

Turquía, representa otro modelo diferente. La firma Noç Holding, cabe explicarla más bien como un deseo del Estado Turco por establecer el marco administrativo que permitiera el desarrollo y la actividad operativa de un conglomerado empresarial, que salvaguardase los intereses nacionales, sirviendo al mismo tiempo, como empresa estandarte dentro del concierto mundial.

Por último, hay una empresa, Shv Holdings, domiciliada en las Antillas Holandesas. Más bien cabe interpretar su presencia allí, por razones de naturaleza fiscal, propias de ese territorio; lo que unido a su singular ubicación, permite un campo de actuación satisfactorio.

Como se ve pues, en cada uno de estos Estados, concurren circunstancias muy dispares, pero que, a la postre, han propiciado el origen y funcionamiento de empresas de gran tamaño.

Resalta, además, con claridad, que la mayoría de los estados del Mundo encaran el final del siglo XX sin contar entre sus patrimonios empresariales con firmas de significación mundial. Eso sucede con el inmenso número de países pequeños y medianos. También esto se ve confirmado con todos aquellos otros que, aunque alcancen dimensiones mayores, sus niveles de riqueza y desarrollo son reducidos (cfr. figuras 4, 5 y 6). No obstante resulta extraña la existencia de un número apreciable de Estados que, a pesar de sus especiales características y significación no hayan conseguido siquiera una empresa de las dimensiones de las aquí estudiadas. Tal vez un caso paradigmático es el de Rusia, sometido en estos años noventa a un fuerte proceso de transición en su sistema económico (URJEWOCZ, CH., 1992), lo cual está suponiendo, al mismo tiempo, un retroceso apreciable de su estructura productiva (UGARTE, J.L., LAGO, R., 1995).

4. ALGUNAS CONSIDERACIONES FINALES

Como ha quedado de manifiesto en las páginas precedentes, en el momento presente estas entidades constituyen un ejemplo paradigmático del funcionamiento económico internacional. Su protagonismo queda fuera de toda duda. Alcanza y penetra a todos los sectores de la economía y abarcan con su actuación al conjunto del Planeta.

Por el número de personas que emplean, el volumen económico que desarrollan, los ingresos que perciben y las ganancias que obtienen, son sujetos fundamentales en nuestro mundo presente.

Pero mayor aún resulta su peso, de acuerdo con la influencia que ejercen. Por todo ello han llegado a convertirse en sujetos emblemáticos de nuestra sociedad.

Tal vez, resultan necesarias para la propia dinámica de crecimiento de la economía internacional. Sólo ellas con sus ingentes recursos y su capacidad de organización pueden encarar los grandes retos que encierra el crecimiento económico. Pero debemos reflexionar sobre la advertencia de E.J. MISHAN (1983, p. 29) reproducida en las páginas iniciales de este artículo. En ese sentido, son muchos los detractores que atribuyen, a estas firmas, notables peligros para el propio equilibrio económico mundial. A menudo, ayudadas por las propias estructuras de los Estados, de donde son originarias, y en los que tienen fijados sus centros de operaciones, actúan de forma poco ortodoxa, buscando siempre como objetivo final, sus propios beneficios e intereses; que, con frecuencia; no coinciden con los de aquellos otros territorios donde operan. Los conflictos en los que se desemboca son frecuentes. Y sus soluciones no es fácil calificarlas de satisfactorias. De ahí el temor y el respeto con que se contempla su presencia (COUVROT & PLESS, 1989).

Directamente establecen marcos de competencia difíciles de seguir por multitud de empresas medias y pequeñas. De ahí que sean, directamente, responsables del ocaso de muchas de aquéllas. Pero, al mismo tiempo, la competitividad resulta extrema entre ellas mismas. Ninguna tiene asegurada ni garantizada su propia supervivencia durante los próximos lustros. Tal competitividad, ni siquiera puede siempre calificarse de provechosa, ya que junto a la propia dinámica empresarial, se añaden también otros elementos derivados de la intervención directa o indirecta de los correspondientes estados que están, con harta frecuencia, *detrás*; apoyando subsidiariamente las actuaciones de «sus empresas». Tal y como si se tratase de un aspecto más de la rivalidad que empuja la geopolítica internacional.

Como se ha apuntado ya con anterioridad, uno de los peligros mayores que llevan implícitos estas empresas es la progresiva separación existente entre los centros de decisión y los territorios donde se proyectan sus efectos. Las regiones en que radican estas grandes empresas, terminan convirtiéndose en auténticos centros de poder, además de motores de la economía mundial. De ahí que su estudio territorial se aproxime a una auténtica radiografía del mundo actual y de sus centros polarizadores.

Como escribió acerca de ellas J. GALBRAITH se comportan «como complejas máquinas de recepción y elaboración de datos y de información, de realización de estudios de mercado y de proyecciones de crecimiento, de búsqueda y dotación de recursos financieros, de negociación con el poder político y con los sindicatos, de selección de los campos de investigación científica y de innovación técnica, etc. Todo ello instrumentado a través de un gran número de comités técnicos formados por expertos, y la ejecución de cuyas decisiones se encomienda directamente a divisiones de carácter sectorial o espacial, que actúan a escala internacional en el complejo mundo de las filiales y subfiliales en una gran diversidad de países». Aunque escritas hace tiempo estas palabras (citadas por R. TAMAMES, 1980, pp. 343-4), al paso de los años, no han hecho más que cobrar actualidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- BHAGWATI, J. (1967): *The Economics of Underdeveloped Countries*. Londres, World University Library, 252 pp.
- BRENDER, A. et al. (1990): *Globalisation financière, l'aventure obligée*. Economica, Paris.
- CARROUE, L. (1992): «Mondialisation des économies et nouveaux systèmes régionaux intégrés. Le cas du Nord-Est Asiatique». *L'Information Géographique*, n° 56, pp. 53-56.
- CLARK, C. (1980): *Las condiciones del progreso económico*. Ed. esp. Alianza Universidad, Madrid, 2 vols. 712 pp.
- CLARK, D. (1985): *Post Industrial America: A Geographical Perspective*. Nueva York, Methuen.
- CORRE, L. (1990): *Deux Chines, un seul marché: Taiwan à l'assaut du Continent*. Le Monde Diplomatique, Paris.
- COUVRAT, L.; PLES, M. (1989): *La Face cachée de l'économie mondiale*. Paris, Hatier.
- DEBLIT, H.J.; MULLER, P. (1992): «North America: The Postindustrial Transformation». *Geography: Regions & Concepts*, Nueva York, John Wiley & Sons, 6ª ed. rev.
- DOLLFUS, O. (1990): «Le Système Monde» Livre II de *Mondes Nouveaux* (R. BRUNET, O. DOLLFUS). *Géographie Universelle*, Tomo 1, Hachette, Reclus, Paris-Montpellier.
- DOLLFUS, O. (1992): «L'espace financier et monétaire mondial». *L'Espace Géographique*, n° 2, pp. 97-102.
- DONNET, P. A. (1991): *Le Japon achète le Monde*. Ed. Seuil, Paris.
- DOURILLE, E. (1990): «Le système productif japonais joue la carte de la globalisation». *Economie et statistique*, n° 232, pp. 93-106.
- ELLSWORTH, P. T. (1984): *The International Economy*. Macmillan, Nueva York, 550 pp.
- FOSSAERT, R. (1991): *Le Monde au XXI siècle, une théorie des systèmes mondiaux*. Fayard, Paris.
- GALBRAITH, J.K. (1984): *El nuevo estado industrial*. Ed. esp. Madrid, Sarpe, 573 pp.
- GENTELLE, P. (1992): «La Chine maritime». *L'Information Géographique*. N° 56, pp. 11-19.
- GEORGE, P. (1967): *Panorama del Mundo Actual*. Londres, World University Library, 252 pp.
- GUELLEC, J. (1993): «Les Etats-Unis, gèostratégie de la super-puissance». *L'Information Géographique*, Vol. 57, pp. 169-178.
- INTERNATIONAL BUSSINES, (1995). Nueva York. Praeger Press.
- KANG, T.W. (1989): *¿Será Corea el próximo Japón? Estructura, estrategia y tácticas que explican su creciente éxito como potencia industrial*. E. Norma, Bogotá, 185 pp.
- KUMAR, R. (1993): «L'Inde, Etat nation ou Etat civilisation». *Herodote*, n° 71, pp. 43-60.
- LAFAY, G., UNAL-KESENCI, D. (1991): «Les trois pôles géographiques des échanges internationaux». *Economie et prospective internationale*, n° 45, pp. 47-73.
- MARTYN, H. (1973): *Empresas multinacionales*. Ed. esp. Buenos Aires, Economía y Empresa, 270 pp.
- MICHEL, M. (1992): «Le Japon dans le système économique mondial». *L'Information Géographique*, n° 56, pp. 1-10.

- MISHAN, E.J. (1983): *Los costes del desarrollo económico*. Ed. esp. Orbis, Barcelona, 252 pp.
- O'BRIEN, R. (1991): *Global financial integration. The end of Geography*. The Royal Institute of International Affairs. Londres.
- PERPIÑA, R. (1973): *Determinantes económico-políticos de los grandes espacios*. Barcelona, Nueva Colección Labor, 199 pp.
- SAINT-GEOURS, J. (1992): *Unefinance sans frontières*. Paris, les Deux Mondes.
- SANTILLANA DEL BARRIO, I. (1993): «Reformas estructurales y recuperación económica en América Latina». *Economistas*, nº 55, pp. 44-49.
- SAUCIER, P. (1988): *Spécialisation internationale et compétitivité du Japon*. Paris, Economica.
- STATISTICAL YEARBOOK, (1995). Naciones Unidas, Nueva York.
- SUZUKI, Y. (1994): «Structures d'organisation des entreprises japonaises». *Annales, Histoire, Sciences Sociales*, Paris, nº 49, 3, pp. 569-84.
- TAMAMES, R. (1980): *Estructura económica internacional*. Alianza Editorial, Madrid, 4ª ed.; (1ª ed. 1970); 452 pp.
- TAMAMES, R. (1985): *Introducción a la economía internacional*. Madrid, Orbis, 237 pp.
- TERÁN, M. de (1951): *Introducción a la Geopolítica y las grandes potencias mundiales*. Madrid, Ed. Atlas, 220 pp.
- THE STATESMAN'S YEARBOOK (1994-95). Londres, Mac Millan Press.
- TIMBERGEN, J. (1983): *Hacia una economía mundial*. Ed. esp. Orbis, Barcelona, 242 pp.
- THOMPSON, R. (1969): *The Golden Door. A History of the United States of America (1607-1945)*. Londres, Allman & Son Limited, 454 pp.
- TODARO, M.P. (1982): *Economía para un mundo en desarrollo*. Ed. esp. México, Fondo de Cultura Económica, 701 pp.
- UGARTE, J.L., LAGO, R., (1995): «El Estado de la transición al sistema de mercado en las economías post-soviéticas». *Economistas*, nº 64, pp. 65-71.
- URJEWICZ, CH. (1992): «De l'URSS à la CEI: Le début ou la fin de la Russie». *Herodote*, nº 64, pp. 30-62.
- VIVES, V. (1981): *Tratado general de Geopolítica. El factor geográfico y el proceso histórico*. Barcelona, Ed. Vicens Vives, 5ª ed., 242 pp.
- WEBER, M. (1979): *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Ed. esp. Barcelona, Península, 5ª ed., 263 pp.
- WEISS, R. (1990): *The American Myth of Success*. Nueva York, Basic Books, 3ª ed.