

## «Organización y Estrategias de las empresas industriales»

*Este artículo tiene como objetivo sistematizar algunos rasgos organizativos y estratégicos de la empresa industrial manufacturera española, utilizando la información proporcionada por la reciente Encuesta sobre Estrategias Empresariales (ESEE), así como resultados de trabajos más analíticos obtenidos a partir de esta fuente. Con un enfoque que no pretende la exhaustividad, sino resaltar aspectos novedosos o que proporcionan reflexiones de interés, los temas abordados incluyen la dimensión, propiedad, organización y edad de las empresas, su posición en los mercados en que operan, varias características de sus estrategias de precios —tanto en relación a los precios pagados por los factores como a los precios de venta que establecen—, y aspectos de algunas estrategias relativas a instrumentos de competencia distintos de los precios: diferenciación de los productos, diversificación de la producción, acceso a mercados exteriores y realización de actividades de I+D.*

Artikulu honen helburua Espainiako industri enpresa manufakturagilearen antolaketa eta strategi ezaugarri batzuk sistematizatzea da. Horretarako, berriki argitaratu den Enpresaren Estrategien gaineko Inkestak (ESEE) ematen duen informazioa eta iturri beretik lortutako lan analitikoagoen emaitzak hartu dira abiapuntutzat. Lanaren asmoa ez da azterketa sakona eta osoa egitea, baizik eta berrikuntzak dakartzaten edota hausnarketa interesgarriak azalarazten dituzten aspektuak azpimarratzea. Jorratutako gaien artean daude enpresen neurria, jabetza, antolakuntza eta adina, harén egoera jarduneko merkatuetan, beraien prezioen estrategien ezaugarri batzuk —bai faktoreen truke ordaindutako prezioenak bai ezarritako salmenta prezioenak—, eta prezioak ez diren lehiatzeko beste tresnei buruzko estretesia batzuen aspektuak: ekoizkinekin bereizketa, produktuen eskaintza zabaltzea, kanpo merkatuetan sartzea eta I+Geko ekintzak bideratzea.

*This article is aimed at summarising a number of organisational and strategic features of the Spanish manufacturing firms, using the information provided by a recent survey Encuesta sobre Estrategias Empresariales (ESEE). It also surveys some results from more analytical studies carried out with the same data base. The approach is not intended to be fully comprehensive; it mainly stresses some new insights and interesting aspects of the evidence. The topics covered include firm size, ownership, organisation and age, market position, a number of characteristics of the price strategies —input and output prices—, and some aspects of the non-price competition strategies: product differentiation, diversification of production, export and R+D activities.*

1. **Introducción**
  2. **Dimensión, propiedad y organización de las empresas**
  3. **La empresa y los mercados**
  4. **Estrategias de precios**
  5. **Otras estrategias**
  6. **Conclusión**
- Referencias Bibliográficas**

Palabras clave: Economía de la empresa industrial, estrategia empresarial.  
Nº de clasificación JEL: L21, L22, L23, L6, D21, D23, M21.

## 1. INTRODUCCIÓN (\*)

Este artículo tiene como objetivo sistematizar algunos rasgos organizativos y estratégicos de la empresa industrial española, haciendo uso de la información contenida en la Encuesta sobre Estrategias Empresariales (ESEE), así como de algunos resultados más analíticos obtenidos a partir de esta fuente estadística. Comenzaremos, por tanto, indicando las características más importantes de la ESEE, para señalar a continuación los temas concretos que serán examinados.

La ESEE presenta tres características que la diferencian de otras fuentes estadísticas existentes para el sector industrial. En primer lugar, la ESEE es razonablemente representativa de la distribución de las empresas manufactureras por intervalos de

empleo. El número de empresas encuestadas cada año, entre 1990 y 1993, se sitúa en torno a las 2.000. La investigación inicial fue exhaustiva en el tramo de empresas con más de 200 trabajadores y seleccionó aleatoriamente a las que tenían un empleo comprendido entre 10 y 200 trabajadores. El primer grupo encuestado sólo quedó limitado por la tasa de respuesta, mientras que el segundo representa en torno al 4% de la población de referencia.

En segundo lugar, el contenido de la encuesta se dirige básicamente hacia la investigación de variables de tipo estratégico. Entre otras decisiones, la ESEE permite conocer las líneas de productos fabricados, la realización de actividades de investigación y desarrollo, el grado de integración vertical de las operaciones productivas y de comercialización o las políticas de fijación de precios y de determinación de costes. Estas variables se completan con información que

---

(\*) Agradecemos a V. Salas los comentarios recibidos a la primera versión de este trabajo.

permite aproximar los mercados en que opera la empresa, la posición competitiva derivada de sus cuotas de mercado y la de sus competidores, así como los resultados que se reflejan en sus cuentas de explotación y de balance.

En tercer lugar, la ESEE está proporcionando lo que técnicamente se denomina un panel de empresas, al encuestar repetidamente el mismo conjunto de unidades en años sucesivos. La observación repetida en el tiempo del comportamiento empresarial proporciona algunas ventajas importantes para el análisis de ciertos fenómenos económicos, como son la posibilidad de control por los efectos cíclicos y la heterogeneidad inobservable entre las empresas, así como la observación de los tiempos en que las decisiones son llevadas a cabo.

Del diseño y características señaladas, se infiere que la ESEE ofrece un adecuado punto de partida para abordar una síntesis de algunos rasgos organizativos y de carácter estratégico de la empresa manufacturera. En este sentido, una primera exploración descriptiva de los principales resultados que se han obtenido hasta el momento con la ESEE, se puede encontrar en J. Segura *et al.* (1992, 1993, 1994 y 1995). En este artículo no tratamos de abordar de forma sistemática los contenidos de la encuesta, sino destacar algunos temas que nos parecen novedosos, en el contexto de las publicaciones disponibles sobre el sector industrial, o que ponen de manifiesto rasgos y tendencias de la estructura industrial que merecerían una mayor reflexión. Siguiendo estas pautas, a continuación se explica el contenido de los cuatro apartados en que se divide el resto del artículo.

El apartado 2 está dedicado a la dimensión, propiedad y organización de las empresas. Se examina, en primer lugar, la distribución de empresas por intervalos de empleo, comparándola con la distribución media de los países comunitarios. Los

cambios en dicha distribución, que apuntan a una continua reducción del peso relativo de las empresas de mayor dimensión, son también objeto de algunas reflexiones. En segundo lugar, se examinan cuatro fenómenos relativos a la propiedad y gestión de las empresas: la integración en grupos de sociedades, la participación de capital extranjero, de capital público y las empresas familiares, en donde coinciden propiedad y gestión. Estos fenómenos permiten identificar cómo se distribuye la producción industrial entre las empresas de capital extranjero, públicas, familiares y con participaciones mixtas en el capital. Por último, se considera el número medio de establecimientos industriales de las empresas y se examina la estructura de edades de las empresas, que sugiere la importancia de los fenómenos de movilidad asociados con las entradas y salidas de empresas en los mercados.

El apartado 3 está dedicado a destacar algunas características de la posición que ocupan las empresas en los mercados. Se comienza por el examen de las cuotas medias de mercado que las empresas declaran haber alcanzado. Se describe, a continuación, el ámbito geográfico de los mercados servidos, con una referencia especial a la presencia de las empresas en los mercados internacionales y a la magnitud del esfuerzo de venta que desarrollan en los mismos. Por último, se resumen las tendencias que se observan en la evolución de las cuotas de mercado durante los últimos años.

De los datos de la ESEE se desprende un conjunto interesante de observaciones sobre las estrategias seguidas por las empresas al determinar sus costes y sus precios, que se resumen y discuten en el apartado 4. Respecto a los costes, se examinan los procedimientos de estimación que siguen las empresas; y se considera el distinto grado de estabilidad de los precios de los consumos intermedios, distinguiendo entre energía, servicios contratados y resto de

suministros intermedios. Se resalta, por otra parte, la gran heterogeneidad de los costes por trabajador y se constata la existencia de diferencias salariales entre empresas no atribuibles a factores competitivos relacionados con las características de sus trabajadores y puestos de trabajo. En segundo lugar, respecto a los precios, se examina su dispersión y las políticas de discriminación que practican las empresas; se considera su frecuencia de cambio y la importancia del entorno competitivo a la hora de revisarlos; se constata la débil relación existente en el período considerado entre crecimiento de los precios pagados por las empresas y el comportamiento de los precios de venta, y se examinan algunos motivos de la parcial transmisión de costes a precios. Por último, se repasan algunas regularidades empíricas sobre la relación entre los niveles de precios y los costes, puestas de manifiesto en el análisis de los márgenes.

En el apartado 5 se examinan algunas estrategias de las empresas relativas a instrumentos de competencia distintos de los precios. El recorrido es aquí parcial, está basado en aspectos sobre los que ya existen algunos trabajos, y deja de lado otros sobre los que sólo hay resultados más preliminares. Se discuten, en primer lugar, hechos y determinantes de dos decisiones

de las empresas en el espacio de los productos: la diferenciación de los bienes producidos y la diversificación de la actividad productiva de las empresas. Se incluyen a continuación algunas reflexiones sobre dos decisiones de las mismas: el acceso a los mercados exteriores y las actividades de I+D.

En el apartado 6 se comenta, a la vista de las observaciones obtenidas, el interés de la ESEE para la caracterización y análisis microeconómico de la industria.

## 2. DIMENSIÓN, PROPIEDAD Y ORGANIZACIÓN DE LAS EMPRESAS

La ESEE estima el número de empresas manufactureras existentes en 1990, con un tamaño de 10 o más trabajadores, en unas 38.500. Este número de empresas, su empleo y su valor añadido, se distribuyen, por intervalos de tamaño aproximados por el número de trabajadores, con los porcentajes que se recogen en el Cuadro n.º 1.

Adoptando la definición convencional de empresa pequeña de la OCDE y de la CE, las unidades con un umbral de empleo inferior o igual a 100 trabajadores (recuérdese que el tramo 1 -9 está excluido) representan el 93,5%

Cuadro n.º 1. **Distribución del número de empresas, del empleo y del valor añadido por intervalos de empleo. Año 1990**

(%)

	Tamaño de la empresa (número de trabajadores)				
	10-20	21-50	51-100	101-199	200 y más
Total Industria					
Número de empresas	54,1	31,5	7,9	3,8	2,7
Empleo	12,9	18,9	12,9	17,0	38,3
Valor añadido	8,9	14,9	10,9	18,9	46,4

Fuente: ESEE, 1990.

de las existentes, dan ocupación a algo menos de la mitad de los efectivos laborales (44,7%) y generan algo más de la tercera parte del valor añadido de las actividades manufactureras (34,7%).

Los porcentajes anteriores, al compararse con los del conjunto de países de la UE, ponen de manifiesto el mayor peso relativo de las empresas pequeñas españolas en el empleo total respecto a la media comunitaria (Comisión Europea, 1990). Mientras en este último grupo de países las empresas pequeñas (también se excluye el tramo 1 -9) suponen algo más de la cuarta parte del empleo manufacturero (27,6%), en España la participación se aproxima hacia la mitad (44,7%).

¿Qué cambios se observan en la distribución de tamaños? El cambio en el peso relativo de un intervalo de tamaño es el resultado del comportamiento de las empresas que se mantienen activas, del trasvase de empresas entre intervalos y de la movilidad asociada con las entradas y salidas de empresas. La evolución temporal de las cuotas de empleo o de otra variable, correspondientes a distintos intervalos de tamaño, incorpora tanto los cambios de las empresas que se mantienen activas como los flujos asociados con las entradas y salidas. La ESEE, por su diseño, permite aproximar el cambio en la distribución de tamaños inducido exclusivamente por el comportamiento de las empresas que se mantienen activas. En el período 1990-1992, el universo de empresas de mayor tamaño con una ocupación superior a 100 trabajadores han reducido su participación en el empleo total casi un punto porcentual. La reducción de su participación en el valor añadido en términos nominales ha sido aún mayor, situándose en torno a 2,5 puntos porcentuales.

El período temporal es excesivamente corto para interpretar los cambios señalados como rasgos tendenciales. Además las diferencias entre empresas grandes y pequeñas en su comportamiento dentro del proceso de

ajuste cíclico, pueden tener un peso significativo en el cambio que se observa en la distribución de tamaños. Sin embargo, la dirección del cambio al que apunta la ESEE coincide con el que se deduce de la Encuesta Industrial. Según ésta, el incremento de la cuota de empleo de las unidades productivas pequeñas se viene produciendo desde comienzos de la década de los años 80, como puede verse en Fariñas et al. (1992). Hay, por tanto, evidencia de que la menor destrucción neta de empleo de las empresas pequeñas frente a las grandes, entre las que se mantienen operativas, constituye un rasgo tendencial que parece recoger también la ESEE.

La industria española sigue la misma tendencia de cambio en la distribución de tamaños que se observa entre los países industrializados, con la particularidad de haberla iniciado con cierto desfase temporal respecto a dichos países. La interpretación de este cambio, aun teniendo todavía un marcado carácter especulativo, apunta hacia dos causas (véase Acs y Audresch, 1990): 1) las alteraciones relacionadas con una creciente inestabilidad de la demanda habrían modificado los parámetros de la ecuación de eficiencia en favor de la pequeña dimensión; 2) la difusión de tecnologías flexibles estaría reduciendo el diferencial de eficiencia entre las escalas de producción. En este sentido, el aumento del peso relativo de las empresas pequeñas en la distribución de tamaños puede provenir tanto del dinamismo de las empresas de dimensión pequeña, como de la reducción del tamaño de los centros productivos de las empresas grandes, que recortan o descentralizan su producción.

El análisis dinámico de la distribución de tamaños constituye un campo de investigación tradicional de la Economía Industrial. En los párrafos anteriores los cambios observados en el empleo de las empresas, se han relacionado con la hipótesis de una alteración en los parámetros de la distribución de tamaños.

Para cuestionar esta interpretación, basta modelizar el tamaño de las empresas haciéndolo depender de un conjunto de características exógenas que identifican su valor óptimo y de una perturbación que expresa la desviación transitoria de dicho valor. Las fluctuaciones aleatorias en torno al tamaño de equilibrio generarán un proceso caracterizado por el crecimiento de las empresas pequeñas y la contracción de las grandes. Por tanto, la destrucción de empleo, más que proporcional de las empresas más grandes, pondría de manifiesto un proceso de regresión hacia los valores medios de la distribución de tamaños. La ESEE constituye una herramienta útil para analizar este tipo de cuestiones, al permitir el seguimiento longitudinal de unidades productivas que mantienen una adecuada representatividad, por sectores e intervalos de tamaño, respecto a la población de empresas industriales.

El tamaño es una variable que condiciona la forma que adopta la propiedad y gestión de las empresas. En el Cuadro n.º 2 se recoge la intensidad con que se manifiestan en la industria española cuatro fenómenos relacionados con la propiedad y la gestión: la integración de una empresa en un grupo de sociedades, la participación de capital extranjero, de capital público y la posibilidad

de que coincidan en la misma persona propiedad y control de la gestión.

La pertenencia a un grupo de sociedades y la presencia de capital extranjero en el capital social de la empresa son fenómenos asociados positivamente con el tamaño. El capital extranjero está escasamente presente en las empresas de menor tamaño y, por otra parte, éstas apenas aparecen integradas en grupos empresariales. Lo mismo puede decirse del capital público, que concentra su presencia en grandes empresas.

Las empresas familiares, que se identifican aquí con situaciones en que los propietarios y ayudas familiares ocupan puestos de dirección o gerencia, son más frecuentes entre las empresas pequeñas, en especial para tamaños inferiores a 50 trabajadores. La identidad entre propietario y quien controla la gestión, coincidentes en la empresa familiar, pueden diferenciar a este tipo de empresas en su comportamiento y resultados de las empresas no familiares, si las funciones objetivo de propietario y gestor difieren. Una valoración amplia de estas diferencias, utilizando información de la ESEE, puede encontrarse en Salas y Merino (1993).

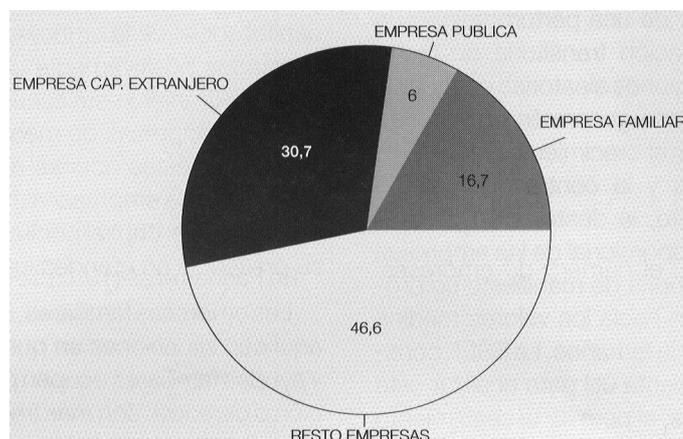
¿Qué peso relativo tienen en la producción industrial los anteriores tipos de empresas?

Cuadro n.º 2. **Propiedad y gestión de las empresas.** (Porcentajes de empresas)

	Tamaño de la empresa (número de trabajadores)	
	200 y menos	más de 200
Pertenece a un grupo de sociedades	11,0	58,6
Participación de capital extranjero	6,1	44,7
Participación de capital público Empresas familiares	0,6	6,2
	60,8	17,0

Fuente: ESEE 1990 y 1991.

Gráfico n.º 1 **Distribución del valor añadido según tipos de empresas.**  
**Año 1991. (Porcentajes)**



Fuente: ESEE, 1991.  
Merino y Salas (1994).

El Gráfico n.º 1 (véase Merino y Salas, 1994) clasifica las empresas manufactureras en cuatro tipos: empresas con participación mayoritaria (superior al 30%) de capital extranjero, empresas públicas, empresa familiares y, por último, las que no están incluidas en ninguno de los tres grupos.

Casi un tercio del valor añadido industrial es generado por empresas en las que es mayoritaria la participación de capital extranjero. El porcentaje, que se aproxima al obtenido en estudios que utilizan otras fuentes estadísticas (Martínez Serrano y Myro, 1992), es expresivo del fuerte proceso de internacionalización en que opera la industria española. Atendiendo al volumen de empleo de las empresas, existe una estrecha asociación entre presencia de capital extranjero y tamaño: más del 50% de las empresas con más de 500 trabajadores tienen participación mayoritaria de este tipo de capital y el porcentaje apenas supera el 1 % en empresas con empleo inferior a 20 trabajadores. En cuanto a los sectores en que la presencia de empresas extranjeras es mayor, se incluyen actividades

del sector químico, vehículos, máquinas de oficina, material eléctrico y electrónico y alimentación; en los sectores de muebles, calzado, textil y confección y productos metálicos, entre otros, la participación de capital alcanza los valores más bajos (Véase Segura *et al.*, 1992). El capital extranjero está, por tanto, más presente en empresas de gran tamaño y en sectores con activos específicos que aconsejan aprovechar sus ventajas dentro de una organización.

Un aspecto importante de la organización productiva es el número de establecimientos en que se desarrolla la producción. Las razones que conducen a la existencia de empresas multiestablecimiento pueden agruparse en tres tipos distintos de motivos: la extensión geográfica del mercado favorece en algunas actividades la Implantación de centros productivos que minimizan los costes de suministro a clientes residentes en un entorno próximo; la diversificación de la producción favorece la aparición de establecimientos separados que permiten un mayor aprovechamiento de los fenómenos de escala asociados

con una especialización creciente; los procesos de fusión y absorción de empresas son un tercer motivo que estimula el desarrollo de empresas multiestablecimiento, que pueden tener su origen en ventajas derivadas del alcance conjunto de actividades. Las economías de escala están, por tanto, en el origen de las empresas multiestablecimiento, sea por razones de producción, inversión y logística de la distribución comercial.

Según la ESEE el número de empresas multiestablecimiento es pequeño. Hasta un volumen de empleo de 100 trabajadores las empresas tienen mayoritariamente un establecimiento de carácter industrial. A partir de un umbral de 500 trabajadores se generaliza la existencia de empresas multiestablecimiento. El número medio alcanza, en este tramo, los 2,6 establecimientos. Su distribución sectorial es homogénea, destacando los sectores químico y de alimentación con un número medio de establecimientos superior a 4. En cuanto a los establecimientos de carácter no industrial, existen sólo en el 15% de las empresas.

La última cuestión que se aborda en este apartado se refiere a la antigüedad de las empresas. En el Cuadro n.º 3 se recoge la estructura de edades de la muestra de

empresas de la ESEE referida al año 1990. Existe una asociación positiva entre antigüedad media y tamaño: dos terceras partes de las empresas con menos de 200 trabajadores fueron creadas después de 1975 y en las de empleo superior la proporción se reduce a una quinta parte. Puesto que las tasas de creación y cierre de empresas presentan una relativa estabilidad temporal, la diferente estructura de edades implica tasas de rotación diferentes por tramos de tamaño. En Fariñas *et al.* (1992) se estima con cifras del Registro Industrial una tasa media de rotación (tasa bruta de entrada + tasa bruta de salida) del 12,5% durante la pasada década. Bajo el supuesto de equilibrio en las tasas observadas y considerando la posibilidad de cierre independiente de los años transcurridos desde la entrada, la anterior tasa de rotación implica que algo más de la cuarta parte de las unidades productivas se renueva cada 5 años. Son empresas pequeñas las que protagonizan esta dinámica relacionada con la entrada y salida de empresas. Por otra parte, la correlación temporal positiva entre ambas tasas sugiere, bien que las entradas se ven estimuladas por las dificultades que experimentan las empresas instaladas y menos eficientes, bien que la irrupción de empresas nuevas induce la salida de otras.

Cuadro n.º 3. **Antigüedad de las empresas. Año 1990.** (Porcentajes de empresas)

Antigüedad (Años)	Tamaño de la empresa (número de trabajadores)	
	200 y menos	más de 200
Más de 30	10,5	44,4
De 16 a 30	23,3	36,3
De 6 a 15	40,8	10,2
Menos de 5	25,4	9,2

Fuente: ESEE, 1990.

La considerable movilidad existente en el extremo inferior de la distribución de empresas por tamaños, contrasta con la mayor estabilidad que se observa en el extremo superior de la distribución. En consecuencia el sentido de la relación entre entradas y salidas parece arrojar evidencia en favor de la hipótesis de que las empresas pequeñas operan en un entorno comparativamente más competitivo que las grandes. Aunque las estructuras de mercado presentan cierto grado de estabilidad, los cambios suaves en el extremo superior contrastan con los éxitos y fracasos que caracterizan la vida de las empresas pequeñas.

La concepción del proceso competitivo como un mecanismo de selección natural, convierte las entradas y salidas de empresas en protagonistas de los cambios observados en los mercados. La ESEE proporcionará una base documental muy útil para el análisis de cuestiones relacionadas con la movilidad empresarial, dado que incorpora cada año un porcentaje representativo de empresas de nueva creación. Entre otras cuestiones, la evolución del empleo en empresas nuevas, sus tasas de supervivencia o la evolución de la mortalidad empresarial podrán ser objeto de estudios empíricos que aclaren aspectos poco conocidos de la industria española.

### **3. LA EMPRESA Y LOS MERCADOS**

La ESEE recoge información sobre los mercados en que operan las empresas, identificados por líneas de productos, tipo de clientes, ámbito geográfico y otras características. De cada mercado, la empresa indica la cuota que representan sus ventas, el número y cuota de los principales competidores, su dinamismo y otras características. Este conjunto de información permite un primer análisis de aspectos relevantes sobre dichos mercados, que a continuación se desarrollan.

La primera cuestión se refiere a cómo definen las empresas los mercados en que operan. Atendiendo al enunciado literal que hacen las empresas de sus mercados, el énfasis lo ponen en la caracterización de los procesos productivos y conceden menor atención a otros aspectos igualmente relevantes: tipo de compradores, canales de distribución empleados y variedades producidas. El mercado entendido como lugar de encuentro entre oferta y demanda, implica en su definición establecer un equilibrio adecuado entre las posibilidades de sustitución existentes en la producción y en el consumo. Ambos aspectos configuran la definición ideal de un mercado, aunque las empresas optan, en la mayoría de casos, por el primer criterio al describir su mercado.

La cuota de mercado conseguida por una empresa suele considerarse como un indicador que resume su éxito competitivo frente a otras empresas rivales. Ahora bien, los factores de competitividad de una empresa han de evaluarse teniendo en cuenta las características estructurales que moldean el entorno en que se desarrolla la competencia. La competencia no es igual en unas estructuras industriales que en otras. El grado de rivalidad entre empresas, las barreras de entrada y de salida del mercado, el poder negociador de clientes y proveedores y la diferenciación de la producción, son características que distinguen a unos mercados de otros. El mercado también puede, por tanto, entenderse como aquel conjunto de características estructurales que condicionan la competencia entre las empresas.

Aunque habría que diferenciar entre mercados, por las razones apuntadas, tiene interés examinar las cuotas medias declaradas por las empresas. En el Cuadro n.º 4 se recogen dichas cuotas, distinguiendo entre empresas que declaran tener o no tener cuota significativa. Cuando sólo se consideran las primeras, la cuota media se sitúa en un valor próximo al 30% que parece bastante independiente del tamaño

Cuadro n.º 4. **Cuota media de las empresas en su mercado principal**

Total Industria	Tamaño de la empresa (número de trabajadores)					
	10-20	21-50	51-100	101-200	201-500	más de 500
Excluyendo las empresas que declaran "cuota no significativa"	27,3	30,5	27,9	24,9	27,7	30,3
Incluyendo las empresas que declaran "cuota no significativa"	7,3	10,8	16,4	15,5	21,9	24,8

Fuente: ESEE, 1992.

empresarial. Cuando se consideran todas, las cifras sugieren un hecho con nitidez: la probabilidad de alcanzar una cuota significativa depende completamente del tamaño. Como a las empresas que declaran tener una cuota no significativa se les ha asignado convencionalmente un valor igual a cero, el cociente entre las dos filas del Cuadro permite estimar dicha probabilidad. En realidad, sólo en torno al 25% de las empresas más pequeñas dicen alcanzar una cuota de mercado significativa y entre las más grandes dicho porcentaje alcanza casi el 80%.

Las cifras son indicativas de una elevada heterogeneidad en la posición competitiva de las empresas en función del tipo de actividad que desarrollan. En algunos mercados, las empresas de pequeño tamaño consiguen identificar y situarse en segmentos o nichos dotados de estabilidad. Al mismo tiempo, hay actividades en que un tamaño considerable no es condición suficiente para quedar al abrigo de la competencia. ¿Atendiendo al ámbito geográfico de los mercados, hacia dónde orientan las empresas sus esfuerzos de venta? La ESEE ofrece algunas respuestas interesantes sobre esta

cuestión. Las cifras del Cuadro n.º 5 indican, por ejemplo, que casi la mitad de las empresas cuyo empleo alcanza hasta 200 trabajadores, operan en mercados de ámbito local, provincial o regional, mientras dicho porcentaje se sitúa en el 10% en las empresas de mayor tamaño. Por tanto, una primera regularidad sobre el ámbito del mercado se refiere a la tendencia de las empresas de menor tamaño a operar sobre todo en mercados de ámbito inferior al nacional.

El segundo rasgo en que difieren las empresas por su tamaño se refiere a su presencia en los mercados internacionales. Entre las empresas de más de 200 trabajadores, más del 40% realizan esfuerzos de venta en los mercados exteriores. En las de empleo inferior el porcentaje excede apenas del 10%.

Las dos regularidades señaladas apuntan en la misma dirección: un mayor tamaño favorece una mayor amplitud geográfica del mercado servido por la empresa.

La tendencia, reciente en algunas actividades industriales, de localizar la producción en mercados exteriores, tiene todavía, según la ESEE, carácter esporádico. Sólo el 0,6% de las empresas de más de 200 trabajadores y

**Cuadro n.º 5. Ámbito geográfico del mercado principal de las empresas**  
(Porcentajes de empresas)

ÁMBITO GEOGRÁFICO	TAMAÑO DE LAS EMPRESAS	
	200 y menos trabajadores	más de 200 trabajadores
Local, provincial o regional	45,8	10,1
Nacional	41,8	48,1
Interior y exterior	9,4	33,3
Exterior	3,0	8,5

*Fuente: ESEE, 1992.*

ninguna entre las más pequeñas, tienen establecimientos productivos de naturaleza industrial en el exterior. La exportación sigue siendo, portante, la vía de acceso fundamental entre las empresas que venden en los mercados exteriores.

La asociación positiva entre tamaño empresarial y actividad exportadora suele fundamentarse en tres argumentos favorables para la gran empresa: 1) su mayor capacidad de amortizar costes fijos relacionados con la actividad exportadora, que le permiten alcanzar más fácilmente una escala mínima eficiente de exportación; 2) su mejor disposición para distribuir el riesgo más elevado de las actividades de comercio exterior entre un volumen mayor de transacciones; y 3) su mayor capacidad de diferenciar la producción. Los motivos 1) y 2) remiten a las economías de escala como fenómeno que justifica la mayor eficiencia exportadora de las empresas grandes. El motivo 3) indica que, bajo caracterizaciones no muy restrictivas de las preferencias de los consumidores, una empresa de producción más diferenciada aumenta su probabilidad de exportar respecto a otra que opere en iguales condiciones de coste y no diferencie su producción.

En el Cuadro n.º 6 se combina información sobre la realización de actividades exportadoras y sobre su magnitud aproximada por la propensión exportadora. La probabilidad de exportar aumenta de forma continua con el tamaño. Sólo el 18,3% de las empresas más pequeñas vende toda o parte de su producción en los mercados exteriores, y entre las más grandes lo hacen el 91 %. Es el mismo tipo de regularidad que antes se señaló al hacer referencia al ámbito geográfico del mercado principal de las empresas.

La relación entre tamaño y exportación es de naturaleza distinta al examinar la intensidad de la decisión de exportar. En este caso, la propensión media exportadora tiene, en el universo de empresas industriales, una intensidad creciente con el tamaño, que refleja el hecho ya constatado de que la probabilidad de vender en el mercado exterior aumenta con el tamaño. Ahora bien, entre las empresas exportadoras la relación tamaño-propensión exportadora está ausente y, en todo caso, presenta los valores más elevados entre las empresas de tamaño medio. Las diferencias en la propensión exportadora por tamaños de las empresas son, incluso controlando los efectos de pertenencia a distintos sectores, no significativas en el sentido

sentido estadístico del término (Segura *et al.*, 1992).

La decisión de operar en los mercados exteriores exige una cierta dimensión para que se observe como hecho probable. Además, entre las empresas que acceden a dichos mercados, el tamaño no condiciona el esfuerzo de venta (propensión exportadora), que es en todo caso, algo mayor en empresas de tamaño medio.

Volviendo, por último, al tema de las cuotas de mercado, la ESEE ofrece una caracterización de las condiciones de mercado en que se han desenvuelto las empresas en el período 1990-1993. Desaceleración de la producción y de las ventas, reducciones de la utilización de la capacidad instalada, recortes importantes del empleo y drásticas caídas de la inversión en bienes de equipo, conforman el panorama recesivo en que se adentró la industria en dichos años. Coincidiendo con estas tendencias, las empresas han apreciado, en promedio, una reducción de sus cuotas de mercado.

El Cuadro n.º 7 resume algunas tendencias en la evolución de las cuotas de las empresas durante el año 1992. En promedio, se observa una reducción de la cuota media.

El deterioro en la posición competitiva parece haber sido más intenso entre las empresas de mayor tamaño, que pierden un mayor porcentaje de cuota.

Las cifras indican, sin embargo, dos tendencias de signo opuesto en la evolución de las cuotas. En primer lugar, ha habido una erosión de la cuota media entre las empresas que operan exclusivamente en el mercado interior. Esta reducción debe tener su origen en un aumento de la cuota correspondiente a los productos de importación. En segundo lugar, las empresas con presencia en mercados internacionales mejoraron su posición competitiva en términos de cuota.

Los dos fenómenos son expresivos de la creciente interdependencia en las relaciones de la industria con el exterior. La erosión de la cuota media en el mercado interior es, con toda probabilidad, un rasgo tendencial reciente, e independiente del comportamiento cíclico de la industria. La mejora de la posición de las empresas en los mercados exteriores está probablemente asociada a la etapa recesiva de la demanda interior. Sin embargo, su mantenimiento en el tiempo es condición necesaria para un crecimiento sostenido de la actividad industrial.

**Cuadro n.º 6. Probabilidad de exportar y propensión exportadora**

	Tamaño de la empresa (número de trabajadores)					
	10-20	21-50	51-100	101-200	201-500	más de 500
Realizan exportaciones (% de empresas)	18,3	39,9	55,9	72,0	85,6	91,0
Propensión exportadora (%)						
- Todas las empresas	3,0	8,2	12,2	17,8	20,6	20,6
- Sólo las exportadoras	16,3	20,4	21,8	24,7	24,1	21,6

Fuente: ESEE, 1992.

Cuadro n.º 7. **Variaciones de las cuotas de mercado de las empresas durante 1992.** (Diferencias de porcentajes, medias simples)

	ÁMBITO GEOGRÁFICO DEL MERCADO PRINCIPAL				
	Local, Provincial o Regional	Nacional	Interior y Exterior	Exterior	Total
Empresas de 200 y menos trabajadores	-0,3	-0,5	0,6	1,0	-0,2
Empresas de más de 200 trabajadores	-2,4	-1,3	0,5	0,4	-0,7

Fuente: ESEE, 1992.

#### 4. ESTRATEGIAS DE PRECIOS

Muchos análisis usuales relativos a los precios establecidos y pagados por las empresas, están demasiado referidos implícitamente al esquema de funcionamiento de los mercados perfectamente competitivos o a alteraciones muy parciales del mismo. Las empresas se toman como precio aceptantes en los mercados de los bienes que producen y los factores que contratan o, como mucho, se suponen presionadas por los trabajadores y sus organizaciones sindicales en la determinación de los costes del trabajo y limitadas por su poder de mercado en su capacidad de transmitir a precios los incrementos de costes. Los márgenes y su evolución, por ejemplo, se toman así frecuentemente como el simple resultado pasivo de las oscilaciones de factores exógenos. En el mismo sentido, los incrementos en la productividad se tienden a ver casi exclusivamente como el resultado de la adaptación forzosa de las empresas a los cambios de precios, tanto en el mercado de bienes, debido a las condiciones de competencia, como a las alteraciones de los precios relativos en los mercados de factores.

La anterior visión es probablemente incorrecta para la mayoría de mercados manufactureros, al ignorar el papel activo y la interacción estratégica de las empresas en la determinación de los precios y del resto de variables. Pero es también una visión difícil de sustituir, debido al grado de desconocimiento que se mantiene acerca del funcionamiento real de este tipo de mercados. Junto a la proliferación de modelos teóricos, de alcance desigual, y menos frecuentes en el terreno de la dinámica, existe todavía una escasa evidencia empírica confirmando conjeturas teóricas generales o incluso simplemente poniendo de manifiesto regularidades empíricas.

De los datos de la ESEE se desprenden un gran número de observaciones de interés acerca de las condiciones en que las empresas abordan la determinación de los precios percibidos y pagados, y sobre los propios comportamientos, que ofrecen una imagen bien distinta y muy prometedora sobre las posibilidades de investigación. Casi todas las empresas declaran estimar sus costes por procedimientos más o menos sofisticados, incluyendo en los mismos distintos conceptos. Las empresas aparecen también estableciendo distintas

condiciones de aprovisionamiento de materias primas y bienes intermedios, e incluso consiguiendo distinta estabilidad de precios en estos suministros. Asimismo, incurren en costes laborales distintos a causa del pago de salarios diferentes, en buen número de sectores y empresas, por trabajadores en principio equivalentes en puestos de trabajo de atributos semejantes, lo que refuerza la idea de una determinación diversa y no competitiva de los costes laborales.

Por otra parte, las empresas se enfrentan a una gran diversidad de condiciones informativas acerca de los precios establecidos por sus competidores en los mercados. Al mismo tiempo, practican políticas de amplia discriminación de precios, de diversa flexibilidad temporal de los mismos, y utilizan primordialmente consideraciones de entorno y de competencia a la hora de revisarlos. Además, los años para los que se dispone de datos (1990-1993), éstos ponen de relieve algunos hechos concretos de carácter más coyuntural pero igualmente importantes: el carácter inflacionista de parte del entorno suministrador de inputs a las empresas industriales (precios pagados por la energía o los servicios) frente a su buen comportamiento en precios; los importantes incrementos de productividad experimentados durante el periodo a la par que se incrementaba el coste laboral; la reducción de los márgenes de las empresas. Aunque todos los aspectos citados no han sido todavía analizados sistemáticamente, se cuenta ya con una exploración descriptiva de los mismos que permite un resumen de los hallazgos más sobresalientes. Esto es lo que se hace a continuación, distinguiendo los aspectos relacionados con los costes y los relacionados con los precios.

#### 4.1. Costes

Las empresas industriales poseen, en general, dos razones para realizar

estimaciones de sus costes unitarios: controlar la eficiencia del proceso productivo, y contar con un punto de referencia a la hora de establecer sus precios. A este respecto conviene recordar que, desde el famoso estudio de Hall y Hitch (1939), numerosos trabajos han puesto de manifiesto que una gran mayoría de empresas reconocen determinar sus precios añadiendo algún tipo de margen a los costes unitarios. Además, la competencia a través de la reducción de costes es probablemente un aspecto clave de muchos mercados. Los datos ponen de manifiesto que la práctica totalidad de las empresas de cierto tamaño llevan a cabo algún tipo de estimación de los costes unitarios, y que sólo entre las empresas más pequeñas se encuentran porcentajes significativos de empresas que no lo hacen (30% de las de menos de 20 trabajadores, y 20% de las comprendidas entre 20 y 50 trabajadores). Los métodos empleados pueden diverger, pero casi la mitad de las empresas de más de 200 trabajadores parecen aplicar simultáneamente técnicas de coste estándar y coste efectivo, con lo que presumiblemente disponen de medidas tanto del coste "normal" como de las desviaciones producidas en el proceso productivo.

Una clara mayoría (el 60%) de las empresas que llevan a cabo estimaciones de costes, parece incluir en sus cálculos no sólo los costes directos (materiales y mano de obra) e indirectos (energía y materiales y mano de obra indirectos), sino también los no ligados al proceso productivo industrial como los de comercialización, administración, financiación, etc. Esto es, parecen adoptar una orientación de "full-cost", que sería consistente con la consideración de los costes marginales de largo plazo como los relevantes para la empresa. Sin embargo, al poner en relación los "escalones" de costes incluidos con la proporción que los gastos totales de publicidad e I+D representan sobre las ventas y con la proporción de empleo en establecimientos no industriales aparecen,

**Cuadro n.º 8. Media de la variación de los precios de las materias primas pagados por las empresas, por tamaños**  
(Tasas de variación, media simple)

TAMAÑO DE LA EMPRESA (N.º DE TRABAJADORES)	1990	1991	1992	1993
Menos de 20	6,4	4,4	3,7	4,5
De 21 a 50	5,8	4,6	3,7	3,9
De 51 a 100	5,5	3,9	3,3	4,1
De 101 a 200	2,5	2,2	2,6	3,8
De 201 a 500	2,9	2,1	1,8	4,0
Más de 500	2,4	1,3	1,3	3,5

Fuente: ESEE, 1990 a 1993.

en especial en las grandes empresas, relaciones no lineales en forma de *u* invertida o incluso decrecientes, que sugieren que algunas empresas con costes no industriales muy elevados consideran éstos como costes altamente fijos o irre recuperables.

La agregación en el concepto "consumo intermedio" de los gastos realizados por la empresa en todos los inputs intermedios distintos de trabajo, es quizá una de las simplificaciones que puede ocultar procesos económicos más importantes en el análisis del comportamiento empresarial. El análisis de los datos individuales de empresas muestra que este agregado presenta, en términos relativos a la producción, importantes diferencias para empresas aparentemente similares, e incluso fuertes diferencias temporales para unas mismas empresas, aún cuando se trate en términos reales, deflactando los valores nominales mediante los incrementos de precios proporcionados por las propias empresas. Detrás del valor de este agregado contable están, además de algunos gastos con carácter de inversión que se deslizan a veces inevitablemente (publicidad y

promoción, actividades de I+D, gastos de construcción de redes comerciales..), las mejoras de eficiencia e innovaciones que las empresas logran —o de las que simplemente se benefician— en sus inputs intermedios, el grado de integración hacia atrás que la empresa adopta y las relaciones que mantiene con sus suministradores. Esta es una caja negra muy poco explorada, pero el simple examen de los precios pagados por las empresas por sus inputs materiales proporciona un ejemplo interesante de su importancia.

Cuando se examinan los incrementos de los precios pagados por las empresas por sus suministros intermedios de materiales distintos de la energía y servicios, aparece una clara relación decreciente con el tamaño que parece relativamente robusta al control por actividades aunque, sin embargo, se ha atenuado en 1993 (véase el Cuadro n.º 8). Según esto, las empresas de mayor tamaño tendrían acceso a precios más estables al menos en determinadas coyunturas. Como esto no puede representar una situación de equilibrio —ninguna empresa podría mantenerse en el mercado con una

divergencia creciente de coste—, sugiere que quizá muchas diferencias de tamaño deben ser tomadas como situaciones transitorias relacionadas con un proceso de crecimiento en tamaño, organización y experiencia. De hecho, algunos datos apuntan a cierta relación negativa de los incrementos de los precios pagados con la proporción de compras que se realiza dentro del grupo al que pertenece la empresa, y una dependencia compleja del grado de concentración de las compras de la empresa entre unos pocos proveedores.

Por otra parte, y en cuanto a la evolución temporal en el período considerado, los datos ponen de manifiesto que las empresas de cualquier tamaño han estado soportando fuertes incrementos de los precios de la energía y los servicios contratados, muy superiores a los incrementos de precios de los bienes manufacturados por la empresa (véase el Cuadro n.º 9). El incremento del índice de costes del consumo intermedio, en los que los precios de la energía y los servicios entran junto a los del resto de aprovisionamientos, ha supuesto en los años analizados el impacto negativo más importante en los

márgenes de las empresas. Cuando la evolución de estos márgenes se descompone en términos de las contribuciones de las variaciones de los precios establecidos por la empresa de una parte, y de los costes unitarios de los factores de otra, el consumo intermedio aparece ejerciendo un impacto directo cercano a los dos puntos porcentuales negativos para cada año y tipo de empresa, una contribución negativa que prácticamente dobla la del coste laboral unitario.

El otro capítulo de costes, en el que usualmente se pone mayor énfasis, es el de los costes laborales. Los datos de la encuesta permiten calcular los costes laborales por trabajador de las empresas, como cociente entre los gastos totales de personal en el año en curso y las distintas aproximaciones posibles al número medio de trabajadores durante el mismo período. Se trata de una apreciación de costes laborales totales pues, como es bien sabido, los gastos de personal de las empresas recogen, junto a los salarios pagados, las cotizaciones sociales, las aportaciones a fondos de pensiones, los pagos por indemnizaciones y bajas incentivadas, así

**Cuadro n.º 9. Evolución de los precios del consumo intermedio y de los precios de venta establecidos por las empresas**  
(Tasas de variación, medias simples)

	Tamaño de la empresa (número de trabajadores)							
	200 y menos				más de 200			
	1990	1991	1992	1993	1990	1991	1992	1993
PRECIOS DE LOS CONSUMOS								
- Energía	7,7	6,1	5,2	4,1	6,5	5,4	4,4	3,4
- Materias primas	5,6	4,2	3,4	4,3	2,6	1,6	1,8	3,5
- Servicios	7,7	5,5	4,8	3,7	6,6	5,5	4,8	3,4
PRECIOS DE VENTA	2,5	2,3	1,2	1,0	1,3	1,2	0,4	1,2

Fuente: ESEE, 1990 a 1993.

como muchos otros pagos indirectos de menor entidad. Este coste por trabajador, puesto en relación con otras características de las empresas, tanto acerca de la composición de su fuerza de trabajo como de su actividad, presenta interesantes posibilidades de análisis.

El primer aspecto que resalta es la gran heterogeneidad de costes por trabajador, algo mayor entre las empresas de menor tamaño. Y la primera pregunta que cabe formularse es la parte de esta heterogeneidad que es atribuible a la variabilidad de las características de los trabajadores y los puestos de trabajo y la que queda por explicar. Esta pregunta es relevante porque enlaza con una evidencia puesta de manifiesto sistemáticamente en los estudios de economía laboral empírica: la existencia de diferencias salariales importantes, y más en general de coste laboral, que no parecen explicables por el modelo competitivo de funcionamiento del mercado de trabajo o modelo de las diferencias compensadoras, y a las que se ha dado en llamar primas salariales o diferenciales no competitivos. La importancia teórica de estos diferenciales consiste en que ponen en duda el modelo competitivo de determinación de los salarios, representan una medida del desconocimiento que se mantiene sobre la forma de determinación de los costes laborales, y han impulsado la investigación hacia el contraste de otros modelos alternativos (básicamente modelos de salarios de eficiencia y modelos de reparto o negociación de rentas). Con los datos del año 1990, y mediante el desarrollo de un modelo econométrico específico con el coste por trabajador de las empresas como variable dependiente, en Jaumandreu y Martínez (1994) se lleva a cabo un contraste de la existencia de estos diferenciales, una cuantificación de los mismos y una primera exploración de sus posibles determinantes.

En las estimaciones obtenidas, las distintas variables de control destinadas a

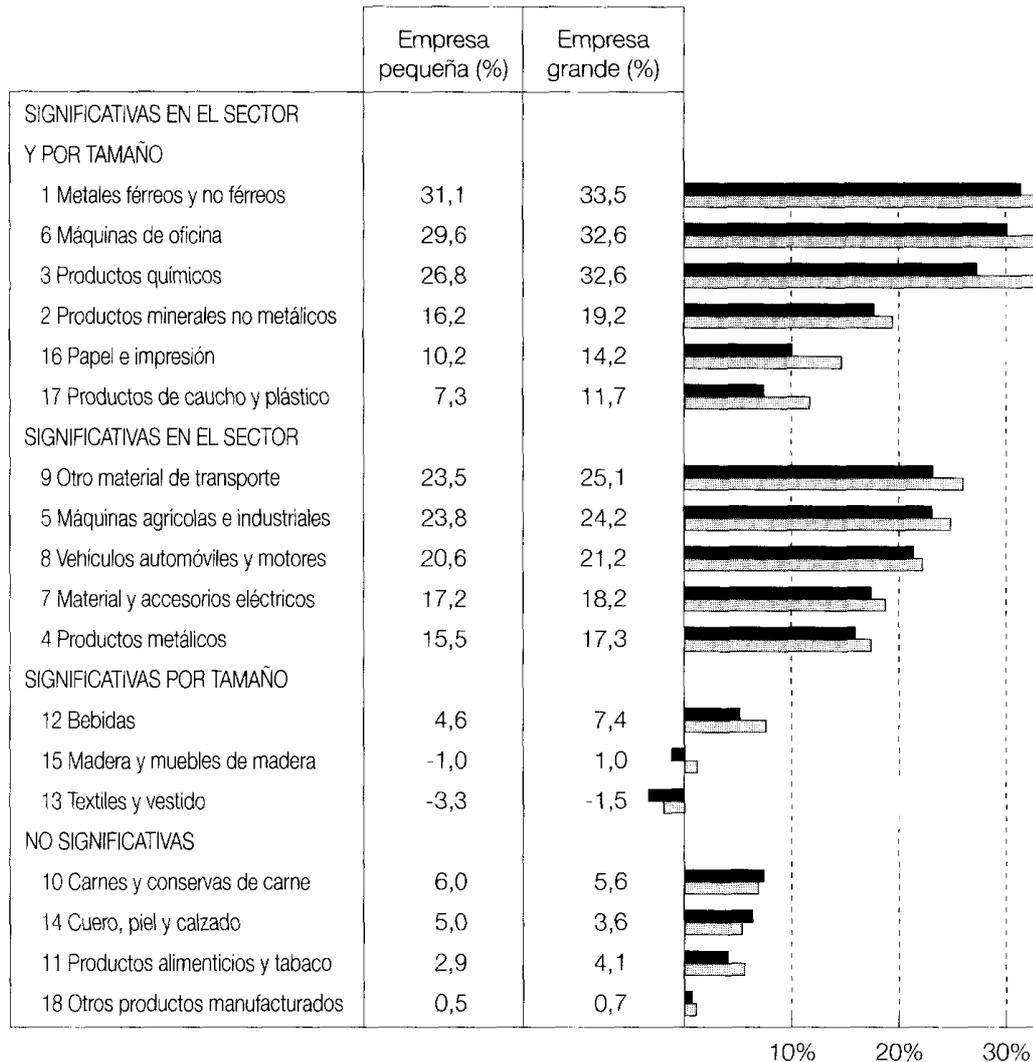
representar las diferencias con origen en la heterogeneidad de los trabajadores (categorías ocupacionales, relaciones contractuales, edad de la empresa como aproximación imperfecta al capital humano acumulado en los puestos de trabajo, datos demográficos...) y la diversidad de atributos de los puestos de trabajo (localización geográfica, variables representativas del tipo de empresa y proceso productivo...), tienden a adoptar valores razonables que tienen interés en sí mismos. Pero lo más notable es la obtención de un conjunto adicional de efectos del sector de actividad y tamaño de las empresas, identificables como primas salariales o diferenciales no competitivos (véase el Gráfico n.º 2). Estos efectos no aparecen en todos los sectores, al igual que el tamaño no tiene siempre la misma importancia, siendo las "diferencias compensadoras" estimadas capaces de explicar toda la variabilidad sistemática entre las empresas de algunos sectores, identificables en general como sectores de bajos salarios. Los diferenciales estimados son consistentes con los obtenidos en otros trabajos y, puestos en relación con indicadores del poder de mercado y eficiencia relativa de las empresas, proporcionan sólo una evidencia débil de la posible operación de estos factores. En la misma línea, de Juan (1994), en otro trabajo realizado con los datos de 1992, pone de manifiesto una pronunciada relación negativa entre los costes laborales por trabajador (una vez controladas otras diferencias) y la jornada normal de trabajo ofrecida por las empresas, lo que sugiere la existencia simultánea en las empresas de ventajas en salarios y horas de trabajo, que son especialmente consistentes con los modelos de negociación salarial. Parece claro el interés de profundizar en el conocimiento e investigación de la distribución de los costes laborales por empresas.

Por otra parte, y para el período para el que existen datos, los costes laborales unitarios han experimentado también crecimientos

notables, cuyo menor impacto relativo sobre los márgenes se debe al menor peso de los costes del trabajo en el valor total de la producción. Estos crecimientos han resultado de incrementos de los costes por

ocupado claramente superiores a los incrementos de productividad, pese que estos hayan sido muy importantes, situándose siempre, aún cuando se midan mediante ponderaciones fijas para evitar efectos composición, en tasas superiores al

Gráfico n.º 2. Primas salariales<sup>1</sup> por sectores<sup>2</sup> y tamaños<sup>3</sup>



1. Diferencias proporcionales de sector y tamaño, adicionales a las captadas por las variables que representan características de los trabajadores y puestos de trabajo, y no explicadas por éstas.
2. La clasificación sectorial corresponde, excepto por algunas agregaciones de sectores, a la NACE-CLIO R-44. Algunas denominaciones se han abreviado.
3. La prima en una empresa "pequeña" es la correspondiente a una empresa cuyo tamaño es inferior al tamaño medio de las empresas del sector en una vez la desviación típica sectorial de la distribución de tamaños. La prima en una empresa "grande" es la correspondiente a una empresa cuyo tamaño es superior al tamaño medio de las empresas del sector en una vez la desviación típica.

Fuente: Estimaciones citadas en el texto.

3% anual. Sin embargo, no está del todo claro qué es lo que existe detrás de este crecimiento de los costes por ocupado en un período que se admite como fase de moderación en los incrementos salariales. Los importes pagados como indemnizaciones por despido y en concepto de bajas incentivadas pueden haber tenido contribuciones importantes a la elevación de estas tasas. Los cambios en la composición en el empleo, en particular por la reducción de trabajadores eventuales —de menor coste— ante la evolución de la actividad, pueden haber tenido también otra contribución significativa.

#### 4.2. Precios

En lo que respecta a los precios establecidos por las empresas, a continuación se resumen un conjunto de aspectos interesantes —puestos de relieve por los datos de la encuesta—, acerca del grado de dispersión y flexibilidad que les caracteriza y las condiciones en que son establecidos, sobre la evolución temporal de los precios en relación a los costes y los motivos por los que las empresas han tendido a modificarlos a través del tiempo para, finalmente, realizar algunas observaciones sobre algunos resultados relativos al propio comportamiento presumible de las empresas en la determinación de sus niveles.

Las respuestas proporcionadas por las propias empresas acerca de los precios reales o de transacción con los clientes, sugieren que éstas practican un alto grado de discriminación de precios. Si se considera conjuntamente el método preferentemente empleado para dar a conocer los precios (catálogo o contacto con el cliente) y la existencia de descuentos más o menos generalizados sobre los precios de lista, resulta que tres cuartas partes de las empresas se encuentran en el extremo caracterizado por los descuentos sistemáticos sobre lista y los precios establecidos en contacto exclusivo con el cliente. Por supuesto existen diferencias importantes por sectores, probablemente muy ligadas al tipo de bienes y número de compradores, pero la imagen dominante de dispersión de los precios de la empresa parece incuestionable.

Con carácter simultáneo, los precios son revisados mayoritariamente una vez al año o incluso menos, aunque algunas empresas grandes parecen practicar una activa política de flexibilidad temporal de precios. De nuevo, las diferencias por sectores son importantes. Pero resulta interesante constatar que la distribución de frecuencias de las empresas de mayor tamaño no es muy diferente de la obtenida en Blinder (1991) en una investigación con una muestra de empresas para el conjunto de la economía norteamericana (véase el Cuadro n.º 10). Aunque quedan por explorar a fondo

**Cuadro n.º 10. Comparación de las frecuencias anuales de variación de precios**

(%)

	Una y menos	Dos	Más de dos
ESEE'90 (Más de 200 trabajadores)	67,8	11,5	20,7
Blinder (1991)	55,1	20,3	24,5

los determinantes de la flexibilidad transversal y temporal de precios, el simple cruce de los datos, para el caso de la flexibilidad temporal de los precios en las grandes empresas, sugiere la existencia de una relación inversa entre esta flexibilidad y el grado de concentración de los clientes, así como la no existencia de relación entre la frecuencia de variación y la magnitud anual de la variación. Son datos que apuntan hacia la posible relevancia de los contratos explícitos y/o implícitos con los clientes.

Las condiciones informativas de los mercados presentan algunos patrones definidos. En general, son muy escasas las empresas que dicen poseer mejor información acerca de los volúmenes de ventas conseguidos por los rivales que acerca de los precios que establecen. Por el contrario, cerca de un tercio de las empresas de todos los tamaños observa que su información sobre los volúmenes de venta es peor. Por otra parte, en las empresas de menor tamaño la información de los precios tiende a ser significativamente de mejor calidad que la referente a las cantidades, y las empresas de mayor tamaño poseen mejor información sobre ambas variables que las más pequeñas (la mitad manifiestan tener información precisa y puntual de los precios rivales). En general, un número creciente de empresas expresa además dificultades para lograr una información precisa y puntual de los precios de los competidores cuando aumenta el número de éstos y, simultáneamente, cuando la empresa manifiesta una política de dispersión de precios (lo que hace muy probable que sea también practicada por los rivales). La imagen resultante es, en consecuencia, consistente con el precio como un instrumento central de la competencia en los mercados, pero en condiciones informativas muy diversas, probablemente ligadas a características específicas de los mismos, relacionadas tanto con la naturaleza de los productos como con su grado de concentración.

La magnitud de la variación media de los precios en el período para el que hay datos ha sido muy escasa. Además, un número significativo de empresas optaron por mantener o incluso recortar sus precios. De manera que, en promedio, las empresas han permitido que las alzas de costes antes descritas deterioraran los márgenes, que han perdido, cada uno de los años y para empresas grandes y pequeñas, más de 2 puntos porcentuales. De hecho, cuando se examina la correlación entre los incrementos de precios y las alzas del coste medio para las empresas (como aproximación a la variación del coste marginal), se hace patente que las alzas de coste apenas han sido transmitidas a los precios. Un aspecto interesante de un análisis de regresión basado en los datos individuales de 1992 y 1993 es que, además, pone de manifiesto que en esta escasa transmisión existe probablemente un elemento de prácticas de coste "normal". En las alzas de precios, para un incremento del coste dado, influye el grado de utilización de la capacidad productiva empresa a empresa, lo que denota este fenómeno. Pero, aún así, lo que llama la atención es la escasa capacidad para captar en un ejercicio simple los determinantes específicos que han influido en la escasa transmisión de los costes por parte de las empresas. Dos variables artificiales, destinadas a captar la diferencia de incrementos según los mercados sean estables/expansivos o bien recesivos, captan una diferencia media de incrementos de sentido procíclico. Sin embargo, el coeficiente sobre los costes sigue siendo muy bajo, sugiriendo que existen múltiples motivos específicos que las empresas han considerado a la hora de establecer los incrementos de precios.

De hecho, más de la mitad de las empresas de 200 y menos trabajadores y más de dos tercios de las de más de 200 trabajadores citan, como uno de los motivos para variar los precios, cuando estos han sido modificados, los cambios producidos

**Cuadro n.º 11. Cambios en los mercados y variación media de precios en 1993**

	Variación precios competidores	Variación precios importaciones equiv.	Nuevos productos o competidores	Incrementos demanda	Caídas demanda	Otros	Total
<b>EMPRESAS DE 200 Y MENOS TRABAJADORES</b>							
- Porcentaje mercados	35,0	11,3	11,6	5,2	33,4	3,5	100,0
- Media variación precios	-0,4	1,0	4,4	4,9	-2,9	2,7	-0,0
% de mercados con variación negativa	47,0	27,7	11,9	10,0	49,2	20,0	38,6
% de mercados con variación > 3%	43,1	61,5	79,1	86,7	42,5	75,0	52,5
<b>EMPRESAS DE MAS DE 200 TRABAJADORES</b>							
- Porcentaje mercados	28,0	16,9	10,7	5,2	35,4	3,8	100,0
- Media variación precios	0,6	0,7	0,5	4,7	-0,6	2,7	0,5
% de mercados con variación negativa	43,3	44,7	38,9	23,1	47,2	47,3	43,5
% de mercados con variación > 3%	48,2	47,1	42,6	69,2	42,1	42,1	46,1

Fuente: ESEE, 1993.

en el seno del mercado. El examen de estos motivos, en los años para los que se tienen datos, proporciona una idea bastante compleja de los factores en presencia (véase el Cuadro n.º 11, que refleja los datos de 1993). Uno de los motivos citados con más peso, especialmente en los últimos años, es la caída de la demanda. Las alzas de precios asociadas a este motivo son, en media, negativas, al igual que las asociadas con incrementos de la demanda son positivas, lo que confirma un comportamiento fundamentalmente procíclico a la hora de establecer los precios, aunque probablemente existen algunos comportamientos anticíclicos. El otro motivo citado por una importante proporción de las empresas es la variación de los precios de los competidores. Es interesante constatar que este motivo tiende a aparecer asociado en proporciones parecidas a variaciones más bien extremas de los precios tanto en un sentido como en otro (alzas o recortes), lo que sugiere tanto la relevancia de comportamientos de colusión implícita como posibles cambios bruscos en las condiciones de competencia. Un motivo que generalmente ha estado asociado a caídas de los precios, más importante para las grandes que para las pequeñas empresas, son los precios de los productos equivalentes importados, aunque en 1993 esta situación cambia, como resultado de la elevación de los precios en pesetas de estos productos a causa de las devaluaciones. Parece difícil soslayar la idea de que la explicación de la dispersión de la evolución de los precios de los bienes, en torno a las variaciones de costes, sólo podrá mejorarse con una modelización bastante precisa de los comportamientos específicos en los mercados.

Resultan bien conocidas las dificultades para el estudio de los determinantes intermercados de los niveles de precios establecidos por las empresas, abordada usualmente a través del estudio de los márgenes precio-coste, por la dependencia

simultánea de estos márgenes de las características de los mercados, muchas de ellas difícilmente observables (como, por ejemplo, la elasticidad de la demanda) y el comportamiento específico de las empresas. Existe además una dificultad intrínseca a la definición del margen relevante, que de nuevo puede ser muy distinto según la naturaleza de los costes en que incurre la empresa en cada actividad. Por ejemplo, las diferencias de márgenes que tienden a aparecer en algunos sectores entre las empresas de uno y otro tamaño, a favor de las empresas de menor tamaño y relacionados con diferentes pesos de los consumos intermedios sobre la producción, pueden estar relacionados con la inclusión en su computo de determinados gastos que no son considerados por las empresas como costes relevantes para la determinación del precio (publicidad, gastos de I+D...). Aún así, existen algunas regularidades empíricas que merece la pena resaltar.

El Cuadro n.º 12 recoge los valores medios del margen bruto de explotación calculados para distintos intervalos de la cuota de mercado de la empresa y quintiles de la concentración del mercado en que opera la misma empresa. Las empresas con cuota no significativa presentan, en promedio, márgenes inferiores respecto a las empresas con cuotas más elevadas. La diferencia es máxima, superior a los 4 puntos porcentuales, entre empresas con cuota no significativa y las que superan una cuota del 50 por 100. Esta aparente relación se debilita al controlarla por el grado de concentración media de los mercados. En particular, en los de mayor concentración, las empresas con cuota no significativa presentan márgenes medios superiores a la media muestral. Por otra parte, los datos ponen de manifiesto también una relación creciente entre margen y grado de concentración.

En esta línea de examinar regularidades empíricas, Fariñas y Huergo (1994) encuentran, con una submuestra de

**Cuadro n.º 12. Margen bruto de explotación según intervalos de cuota de mercado de la empresa y de concentración del mercado (4 mayores competidores CR4). (Medias simples)**

CONCENTRACIÓN DEL MERCADO (CR4)	CUOTA DE MERCADO DE LA EMPRESA					Total
	No significativa	1-10%	10-25%	25-50%	>50%	
0-20%	15,5	14,9	-	-	-	15,1
20-40%	12,2	18,4	13,4	8,4	-	15,7
40-60%	15,3	14,4	16,2	14,5	-	15,1
60-80%	15,0	15,2	17,1	16,4	16,4	16,1
80-100%	17,0	15,9	15,0	16,1	19,8	16,8
Total	15,0	15,6	16,1	15,9	19,3	16,0

Fuente: Huergo(1994).

empresas para las que existen datos relativamente completos del mercado principal en el que operan, que existe correlación entre el margen y la concentración del mercado, y entre el margen y la cuota de la empresa en el mercado. Sin embargo, y al igual que en la mayoría de trabajos con este carácter, la concentración deja de ser significativa cuando se incluye en la regresión simultáneamente con la cuota de mercado. La interpretación habitual de este resultado en términos de la "hipótesis de la eficiencia" —ventajas de coste conducen a las empresas a lograr mayores cuotas de mercado y mayores márgenes, siendo la concentración un subproducto de esta situación—, se ve reforzada por la significatividad de una medida relativa de eficiencia basada en la productividad por trabajador comparada con la productividad media de las empresas de la misma actividad. En el trabajo se muestra que esta medida es capaz de captar, bajo condiciones bastante generales, el acceso por las empresas a distintos costes medios, lo que puede ocurrir bien por la existencia de distintos costes constantes de operación, bien por el distinto grado de aprovechamiento de las economías de escala existentes.

Huergo (1994) plantea de nuevo la exploración del tema anterior, basándose en contrastes realizados con regresiones intra y entre sectores. Las regresiones intrasectores de los márgenes sobre una constante y las cuotas, sólo permiten obtener un signo positivo y significativo de las últimas en 8 sectores sobre un total de 50. Las regresiones de los coeficientes obtenidos sobre la concentración sectorial, detectan una relación con las constantes de las regresiones y una ausencia de correlación con los parámetros estimados para las cuotas. En términos del modelo teórico subyacente, la interpretación de los resultados es favorable a la existencia, en la mayor parte de los sectores, de un impacto en los márgenes de prácticas colusivas apoyadas en la concentración,

mientras que en otros se observaría el resultado de puras diferencias de eficiencia o situaciones mixtas.

## 5. OTRAS ESTRATEGIAS

Los precios son sólo el instrumento de competencia más flexible con el que cuentan las empresas, el que puede ser modificado en un plazo más corto y presumiblemente con menores costes. Sin embargo, la competencia entre las empresas ha tendido a analizarse cada vez más concediendo una relevancia mayor a instrumentos distintos de los precios, que conforman estrategias igualmente importantes. Se trata de decisiones que sólo pueden ser revisadas con mayores plazos y costes, como las elecciones relativas a la situación en el espacio de productos (diferenciación objetiva o subjetiva, decisiones de entrada en nuevos mercados..) o á las modificaciones de la capacidad, organización y técnicas de producción. En el plazo más largo, son igualmente posibles modificaciones radicales de todos estos aspectos, a través de la introducción de innovaciones en los productos o en los procesos, generadas a través de las actividades de I+D.

Los datos requeridos a las empresas en el marco de la ESEE acumulan una gran cantidad de información para analizar el tipo de estrategias señaladas, así como sus determinantes y efectos. En lo que sigue se resumen algunos hallazgos interesantes, fruto de la exploración descriptiva de los datos y algunos trabajos de investigación preliminares, en aspectos referidos a las estrategias distintas del comportamiento en precios de la empresas. El recorrido todavía resulta muy parcial, pero no por ello es menos interesante. Se tratará primero de aspectos de dos decisiones en el espacio de productos: los instrumentos de diferenciación de los bienes producidos y la diversificación de la actividad productiva de las empresas. Se incluyen a continuación

algunas reflexiones sobre dos temas distintos: el acceso de las empresas a los mercados exteriores y las actividades de I+D.

De una forma general, tienden a distinguirse dos tipos de diferenciación del producto: la diferenciación tecnológica, o ligada a la presencia de diferentes atributos en los bienes producidos por las empresas, y la diferenciación informacional, que descansa sobre las propiedades de los procesos de compra —con sus aspectos específicos de costes de búsqueda e información— y su posible influencia a través de las actividades de promoción por parte de las empresas. Las estrategias de diferenciación de producto, con el objetivo por parte de las empresas de obtener curvas de demanda de pendiente negativa que suavicen las condiciones de la competencia en precios, no pueden ser similares en ambas situaciones.

El simple examen descriptivo de los datos revela una serie de regularidades que parecen confirmar estas conjeturas: el 40 por 100 de las empresas de menor tamaño, y el 30 por 100 de las de mayor tamaño, dicen producir bienes con un grado bajo de estandarización y, mientras que éstas empresas tienden a concentrarse en sectores con una proporción de gastos de I+D relativamente altos, las empresas con bienes altamente estándar tienden a pertenecer a sectores con elevados grados de gastos publicitarios. Apoyándose en estas premisas, Suárez (1994) constituye un intento de valorar la importancia de las estrategias de diferenciación de producto, así como la existencia de patrones definidos en esta diferenciación de acuerdo con las hipótesis antes mencionadas. Tomando un vector de características de las actividades tecnológicas y de promoción de cada empresa (gastos de I+D, actividades tecnológicas complementarias, presencia de innovaciones y personal dedicado a I+D, por una parte; promoción comercial,

publicidad y propaganda, venta a intermediarios comerciales numerosos y venta directa a clientes muy concentrados, por la otra), se construye una matriz de datos cuya información se intenta reducir mediante un análisis de componentes principales (factores definidos como una combinación lineal de las variables, de correlación nula entre sí, que maximizan la explicación de la varianza). Este análisis tiende a producir dos factores principales, uno estrechamente ligado al primer grupo de variables y otro al segundo, que explican alrededor del 50% de la varianza. Este resultado puede interpretarse como la confirmación de la presencia de las dos grandes vías de diferenciación, lo que exige la utilización de instrumentos distintos por parte de las empresas.

Cuando los factores obtenidos son utilizados para realizar agrupaciones de las empresas, según las distancias que éstas presentan al centro del grupo, surge una caracterización en tres grupos. El primero, que representa un 15% de la muestra, tiene como rasgos diferenciadores que está compuesto por empresas que en su inmensa mayoría tienen gastos de I+D y personal dedicado específicamente a esta actividad, mientras que venden en buena parte directamente a unos pocos clientes. El segundo, que representa un 28% de la muestra, está compuesto por empresas que realizan casi en su totalidad actividades de publicidad y promoción, mientras tienden a vender a intermediarios comerciales numerosos. En el tercer grupo, 57% de la muestra, las empresas no realizan gastos de I+D y sólo un tercio realiza actividades de promoción y publicidad. Este ejercicio puede tomarse como una medida de la extensión de las estrategias de diferenciación. En los dos primeros grupos predominan las empresas grandes, en el tercero las pequeñas. El primer grupo tiene importancia en sectores productores de bienes de inversión o de consumo duraderos, el segundo en bienes de consumo no duraderos.

Una opción más radical que la diferenciación del producto o productos particulares producidos por la empresa dentro de una clase de productos similares (o con una elevada elasticidad cruzada de demanda), la constituye la decisión de diversificar la producción, esto es la decisión de producir bienes para distintos mercados, constituyéndose la empresa en una empresa multiproducto. El análisis de este tipo de decisiones se enfrenta a un problema difícilmente soslayable: la operación en varios mercados debe ser aproximada a través de la producción de bienes registrados con distinta clasificación (las clasificaciones no se guían por el criterio de la elasticidad de sustitución y poseen grados de desagregación heterogéneos). Sin embargo, los datos de la ESEE admiten una aproximación relativamente buena al permitir disponer de una desagregación de hasta 5 dígitos CNBS, eliminar los productos tan sólo comercializados por la empresa y las actividades distintas de la manufacturación.

El trabajo de Rodríguez (1993) constituye una descripción de los hechos fundamentales en cuanto a la diversificación de la empresa manufacturera, utilizando estos datos a 3 dígitos CNAE y 5 dígitos CNBS. Los resultados no cambian en lo fundamental cuando se utilizan los dos grados de desagregación aunque, lógicamente, el grado de diversificación tiende a ser algo más reducido al utilizar la clasificación menos desagregada. Un 75% de las empresas parecen estar especializadas, mientras que sólo el 25% pueden ser claramente caracterizadas como empresas diversificadas. La probabilidad de diversificar la producción crece claramente con el tamaño, siendo la proporción de empresas diversificadas, entre las de un tamaño superior a 500 trabajadores, superior al 40%. Sin embargo, el índice más simple de diversificación —proporción que las ventas de bienes distintos del principal representan sobre las ventas totales—, resulta ser independiente del tamaño para las

empresas que diversifican su producción. Estas ventas son aproximadamente el 30% de las ventas totales y se refieren en media, de nuevo con independencia del tamaño, a 1,5 bienes distintos del principal. El cálculo del índice entrópico de la diversificación, incorporando la información de toda la distribución de las ventas, confirma la similitud media de la diversificación para las empresas diversificadas de distintos tamaños, así como la mayor importancia de la diversificación intrasectorial o en sectores "próximos".

Apoyándose en estos mismos datos, Merino y Rodríguez (1994) constituye un primer análisis de la decisión de diversificar. Las escasas referencias teóricas existentes para esta decisión toman la empresa, bien como una agrupación de activos susceptibles en distinto grado de usos múltiples, con lo que adquiere sentido su utilización diversificada para hacer frente a eventuales excesos de capacidad o diversificar riesgos, bien como una entidad interesada en incrementar su poder de mercado a través de la operación multimercado. Con estas referencias como base, se construye un modelo de variable dependiente cualitativa, donde se considera que cada empresa adopta la decisión de entrar (mantenerse) en cada uno de los sectores accesibles, y cuya decisión depende del valor alcanzado por una variable latente. Esta variable se modeliza haciéndola depender de rasgos de la propia empresa y de variables que comparan las características del sector de destino con el sector principal de operación de la empresa. Las variables utilizadas para caracterizar la empresa, incluyen el tamaño y su edad, indicadores directa o indirectamente relacionados con la existencia de activos susceptibles de múltiples usos (por ejemplo, el grado en que los propios productos son estándar), la utilización de la capacidad de la empresa y el dinamismo del mercado principal, y la cuota ponderada que posee en los mercados. Las variables que

comparan características con el sector de destino se basan en los tipos de bien producidos, los márgenes obtenidos y la similitud de los gastos realizados en I+D.

El principal problema a resolver para la estimación consistente del modelo señalado, es la posible presencia de efectos de empresa a través de los sectores, y efectos específicos de sector que afecten a todas las empresas, que pueden estar correlacionados con las variables incluidas. Esto es una consecuencia de la inevitable infraespecificación de la ecuación. En las estimaciones realizadas, cuyos resultados deben ser tomados con cautela al no ser robustos a la presencia de estos problemas, la decisión de diversificar por parte de las empresas de mayor tamaño aparece ligada a su experiencia (y no al tamaño), a la no estandarización de sus productos, a la existencia de capacidad no utilizada y el bajo dinamismo del sector principal de operación, a la similitud del tipo de bien producido y la rentabilidad diferencial.

Las decisiones por parte de las empresas de acceso a los mercados exteriores y de realización de actividades de I+D tienen distinto carácter, pero también presentan algunas similitudes, y a menudo se ha argumentado que pueden presentar algunas relaciones. En el primer caso se trata fundamentalmente de una decisión de acceso a mercados que, en principio, no requiere la producción de bienes distintos a los manufacturados en el interior, aunque dependiendo del grado en que los mercados estén segmentados puede implicar ciertos requerimientos de eficiencia y, desde luego, siempre exigirá la puesta en pie de actividades de promoción y distribución especializada. En el segundo, se trata de adoptar la decisión de realizar gastos en una actividad que puede garantizar bien la diferenciación del producto, bien la introducción de innovaciones (de producto y proceso) en el tiempo.

Ambas decisiones presentarán normalmente un elevado grado de

imbricación con aspectos tecnológicos (presencia de economías de escala, naturaleza del producto, etc.) y con el comportamiento competitivo en los mercados de referencia. Además, por tratarse de decisiones de carácter dicotómico, sólo permiten observar la magnitud presumiblemente óptima de las empresas que emprenden la realización de la actividad, pero no el umbral o valoración en la "sombra" que lleva a rechazar su realización a las que no las emprenden. Finalmente, se ha insistido en que el grado de acceso a los mercados exteriores puede estar relacionado con la capacidad de diferenciar los productos, así como la actividad exportadora puede favorecer, dado el tipo de competencia en los mercados exteriores, la realización de actividades de I+D.

La simple observación de los datos proporciona un conjunto de regularidades de gran interés. En primer lugar, tanto la actividad exportadora como investigadora parece ser primordialmente realizada por un núcleo estable de empresas, teniendo una importancia secundaria las incorporaciones o abandonos en el tiempo. En segundo lugar, la probabilidad de emprender ambas actividades muestra una estrecha relación con el tamaño de las empresas: sólo alrededor de un 20 y un 10 por 100 de las empresas de la cola inferior de la distribución de tamaños realizan respectivamente actividades exportadoras y de I+D, frente a un 80 y un 70 por 100 entre las de mayor tamaño. En tercer lugar, la propensión exportadora (proporción que las exportaciones representan sobre las ventas), como ya se señaló en el apartado 2, aparece como independiente del tamaño para las empresas que exportan, y la intensidad de gastos en I+D (proporción que estos gastos representan sobre las ventas) aparece más bien negativamente relacionada con el tamaño. En cuarto lugar, otros aspectos interesantes bien establecidos, que pueden verse en Merino y Salas (1994), son que la probabilidad de exportar (e importar) se

incrementan con la titularidad extranjera de la empresa, aunque esta misma titularidad no tiene impacto en la propensión exportadora (aunque sien la importadora), y que la nacionalidad de la empresa no influye ni en la probabilidad de realizar gastos de I+D ni en su intensidad, aunque las empresas extranjeras se caracterizan por un mayor esfuerzo total tecnológico al importar adicionalmente más tecnología.

Más difícil resulta establecer algunos resultados claros sobre los determinantes de ambas decisiones. Escribano (1994) estima, con datos de la ESEE, un modelo simultáneo para tratar de explicar el tamaño (medido por el empleo), la propensión exportadora y la intensidad de los gastos de I+D. Las dos últimas ecuaciones se especifican en términos de variables dependientes latentes, que se consideran relacionadas con las observadas mediante sendos modelos Tobit. Se trata del modelo econométrico propuesto en Entorf y Pohlmeier (1990), que ha sido estimado también con datos de la Central de Balances por Labeaga y Martínez (1994). Si se interpretan los resultados como la evidencia aportada por una estimación simultánea de las tres ecuaciones (el modelo teórico presenta algunos problemas y es, en opinión de los autores de este trabajo, escasamente utilizable en la interpretación de los resultados), se dispone de algunas apreciaciones sobre lo que pueden ser los determinantes y las influencias mutuas de estas tres variables. La propensión exportadora parece estar básicamente influida, junto al tamaño de las empresas, por consideraciones de rentabilidad relativa de los mercados. El signo negativo de la concentración puede incluirse en esta interpretación. La intensidad investigadora aparece relacionada fundamentalmente con el tamaño y el tipo de bienes que se producen. En cuanto a las interrelaciones, la actividad exportadora influye sensiblemente en la actividad innovadora y, por el contrario, esta última menos en la propensión a exportar. Ambas actividades están a su vez fuertemente influidas

por el tamaño, mientras que su realización tiene un escaso impacto en el tamaño.

## 6. CONCLUSIÓN

El recorrido realizado por los aspectos más novedosos de las características y estrategias de las empresas industriales puestos de manifiesto por la ESEE, señala el interés de esta última como fuente para la caracterización y análisis microeconómico de la industria. En primer lugar, y gracias a su representatividad, esta fuente permite inferir características de la población de empresas (ya sea en forma de estimaciones globales, utilizando ponderaciones, o menos estimativa, tomándose como descripción de los hechos para las dos grandes submuestras de empresas), que no estaban disponibles: aspectos de propiedad y gestión, estructura de edades, posición en los mercados, estrategias seguidas en la determinación de precios y en otras decisiones estratégicas. En segundo lugar, la ESEE permite poner de relieve (y valorar) la estrecha relación que existe entre la adopción de muchas decisiones y formas de organización por una parte, y el tamaño de las empresas por la otra, es decir, la existencia de un efecto tamaño que a menudo se confirma robusto al control por las diferencias sectoriales. En tercer lugar, los datos permiten interesantes valoraciones, robustas a la presencia de efectos tamaño y sector de actividad, del impacto de una característica o conjunto de características específicas de las empresas. En cuarto lugar, la ESEE facilita la aproximación más analítica a los determinantes que se encuentran tras las decisiones observadas. Esta aproximación, que requiere la formulación de modelos o conjeturas teóricas elaboradas y la utilización de técnicas econométricas apropiadas para estimar los efectos de interés teórico, sólo ha empezado a ser desarrollada. La existencia de datos de un número de años significativo permitirá

aquí aplicar todas las potencialidades de los datos de panel. Dada la riqueza de observaciones que se desprenden de los primeros trabajos realizados con los datos,

cabe esperar que la investigación amplie mucho, en un corto espacio de tiempo, el número de resultados significativos de todo tipo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACS, Z. Y AUDRETSCH, D., eds. (1990): *The Economics of Small Firms. A European Challenge*, Kluwer Academic Publishers, Dordrecht.
- BLINDER, A. (1991): "Why are Prices Sticky? Preliminary Results from an Interview Study", *American Economic Review*, Papers and Proceedings.
- COMISIÓN EUROPEA (1990): *Enterprises in the European Community*, Brussels.
- DE JUAN, R. (1994): "Relación entre coste y jornada laboral: dos modelos teóricos y una aplicación a las manufacturas españolas". Mimeo, PIE-FEP.
- ENTORF, H. Y POHLMEIER, W. (1990): "Employment, Innovation and Export Activity: Evidence from Firm level Data", en *Microeconomics: Surveys and Applications*, Basil Blackwell.
- ESCRIBANO, F.J. (1994): "Análisis simultáneo de las decisiones de exportación, innovación y empleo por parte de las empresas". Mimeo, CEMFI.
- FARIÑAS, J .C. *et al.* (1992): *La Pyme industrial en España*, Cívitas, Madrid.
- FARIÑAS, J.C. y HUERGO, E. (1994): "Examen empírico de las hipótesis de eficiencia y colusión en la industria española", Documento de Trabajo 9405, PIE-FEP.
- HALLY HITCH (1939): "Price Theory and Business Behaviour", *Oxford Economic Papers*.
- HUERGO, E. (1994): "Colusión y eficiencia: un contraste a partir de estimaciones intra e inter-sectoriales", Documento de Trabajo 9407, PIE-FEP.
- JAUMANDREU, J. Y MARTÍNEZ, E. (1994): "Diferencias de coste laboral en la industria: un modelo empírico y su aplicación a las manufacturas españolas", Documento de Trabajo 9403, PIE-FEP.
- LABEAGA, J.M. Y MARTÍNEZ, E. (1994): "Estimación de un modelo de ecuaciones simultáneas con variables dependientes limitadas: una aplicación con datos de la industria española", *Investigaciones Económicas*, 3, pp. 465-489.
- MARTÍNEZ SERRANO, J.A. Y MYRO, R. (1992): "La penetración de capital extranjero en la industria española", *Moneda y Crédito*, 194, pp. 149-198.
- MERINO, F. Y RODRÍGUEZ, D. (1994): "Un análisis de los determinantes de la diversificación en la industria manufacturera española". Mimeo, PIE-FEP.
- MERINO, F. Y SALAS, V. (1994): "La empresa extranjera en la manufactura española: sus efectos directos e indirectos". Mimeo, PIE-FEP.
- RODRÍGUEZ, D. (1994): "Diversificación de las empresas manufactureras españolas", Documento de Trabajo 9306, PIE-FEP.
- SALAS, V. Y MERINO, F. (1993): "Estrategia y resultados de la empresa familiar", Documento de Trabajo 9307, PIE-FEP.
- SEGURA, J. *et al.* (1992): *Un panorama de la industria española*, MICYT, Madrid.
- SEGURA, J. *et al.* (1993): *Las empresas industriales en 1991*, MINER, Madrid.
- SEGURA, J. *et al.* (1994): *Las empresas industriales en 1992*, MINER, Madrid.
- SEGURA, J. *et al.* (1995): *Las empresas industriales en 1993*, MINER, Madrid.
- SUAREZ, C. (1994): "La diferenciación de producto: una aproximación empírica", Documento de Trabajo 9406, PIE-FEP.