

---

# Otros Temas

---



---

# Comportamiento comercial de la inversión manufacturera japonesa en España

.....

ANGELES PELEGRÍN SOLÉ

*Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Barcelona  
e Instituto de Economía de Barcelona*

**Desde que España pertenece a la Unión Europea (UE), los países comunitarios son los mayores inversores en el país, mientras que con anterioridad lo eran Estados Unidos y Suiza. Japón, en cambio, ha**

171

tenido, y sigue teniendo, una presencia muy pequeña; durante los últimos años ha venido representando del orden del 1,1 por ciento de la Inversión Exterior Directa (IED) total.

Ahora bien, esta presencia es inferior a la real, ya que según el origen último (1), a principios de los años noventa la IED japonesa era del orden del 2,5 por ciento de la IED total, lo que significa que buena parte de la inversión se canalizaba principalmente a través de Holanda como país intermedio y a través de las filiales japonesas residentes en España. Desde el

punto de vista de la IED japonesa en Europa, España viene ocupando tradicionalmente el séptimo puesto, con una inversión acumulada que representa el 3,3 por ciento de la IED japonesa en Europa.

.....

## Distribución sectorial, dimensión y propiedad de las empresas

La inversión japonesa en el sector manufacturero constituye el grueso de la inver-

sión directa japonesa, que ha representado para el periodo 1986-1995 un valor acumulado de 153.939 millones de pesetas, es decir, el 66 por ciento del total, y el doble de la inversión en servicios.

Comparada con el resto de IED en España, la inversión japonesa es más intensiva en las manufacturas, diferencia que se acentúa en la segunda mitad de los ochenta debido a la intensa inversión en el sector servicios por parte de otros países. Por el contrario, la inversión japonesa en el resto de Europa, a pesar de que los datos no son homogéneos, está alta-

CUADRO 1  
EMPRESAS MANUFACTURERAS JAPONESAS EN ESPAÑA  
DISTRIBUCIÓN SECTORIAL, VENTAS Y PARTICIPACIÓN EN EL TOTAL ESPAÑOL

Sector	% Sectorial*	Vtas. E.J.	Trabaj. E.J.	Vtas. España	Trabaj. España	(A)/(C)	(B)/(D)
		(A)	(B)	(C)	(D)		
<b>Demanda y contenido tecnológico altos</b>	<b>22,6</b>	<b>208.900</b>	<b>3.721</b>	<b>2.718.468</b>	<b>135.718</b>	<b>7,68</b>	<b>2,74</b>
Eléctrica/Electrónica y Óptica	22,6	208.900	3.721	2.718.468	135.718	7,68	2,74
<b>Demanda y contenido tecnológico medios</b>	<b>56,6</b>	<b>405.508</b>	<b>13.652</b>	<b>13.517.010</b>	<b>558.234</b>	<b>3,00</b>	<b>2,45</b>
Químico	24,5	68.667	2.392	4.204.242	130.027	1,63	1,84
Productos de Caucho y Plástico	3,8	77.927	4.550	1.651.998	95.614	4,72	4,76
Maquinaria y Equipo Mecánico	7,5	4.480	255	2.098.293	142.556	0,21	0,18
Material de Transporte	20,8	254.434	6.455	5.562.477	190.037	4,57	3,40
<b>Demanda y contenido tecnológico bajos</b>	<b>20,8</b>	<b>203.644</b>	<b>2.351</b>	<b>23.074.740</b>	<b>1.373.002</b>	<b>0,88</b>	<b>0,17</b>
Metalurgia y Productos Metálicos	5,7	193.619	1.796	4.893.677	305.370	3,96	0,59
Minerales no metálicos	1,9	2.944	65	2.305.852	156.436	0,13	0,04
Alimentación, bebidas y tabaco	1,9	804	21	9.126.332	372.925	0,01	0,01
Papel, edición y artes gráficas	1,9	3.043	120	2.951.661	162.347	0,10	0,07
Textil/Confección/Cuero y Calzado	7,5	2.630	328	2.897.751	277.013	0,09	0,12
Madera y muebles	1,9	604	21	899.467	98.911	0,07	0,02
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>818.052</b>	<b>19.703</b>	<b>39.310.218</b>	<b>2.066.954</b>	<b>2,08</b>	<b>0,95</b>

(\*) Participación porcentual según el número de empresas que hay en cada sector.

FUENTE: Elaboración propia y Encuesta Industrial de Empresas (INE), 1997. Millones de pesetas, año 1995

mente concentrada en el sector servicios, que representa entre el 70 y el 75 por ciento de la inversión directa corriente durante el decenio de 1980 y primera mitad del decenio de 1990.

Así pues, un rasgo diferencial en la estructura sectorial de la inversión de Japón en España es su mayor intensidad en el sector manufacturero, rasgo del cual se distingue de la inversión Japonesa en las áreas desarrolladas (Europa y Norteamérica), y también de América latina, centrada en el sector servicios, especialmente las finanzas en Panamá, Islas Cayman y Bahamas.

Sectorialmente se observa una elevada concentración. Según la clasificación sectorial de la CNAE-93, de las 53 empresas manufactureras que hay en España en 1996, el 68 por ciento están concentradas en tres sectores: el sector químico, que representa el 25 por ciento; el sector eléctrico, electrónico y óptico, el 23 por ciento; y el material de transporte, el 21 por ciento, aproximadamente (Cuadro 1).

Desde el punto de vista de cifra de negocios, las ventas globales de dichas empresas representaron aproximadamente 820 millardos en 1995. Si bien en este caso también existe una clara con-

centración de empresas, los resultados difieren de los anteriores. Tal como se observa en el cuadro 1 el sector del material de transportes es ahora el más importante y representa el 31 por ciento de las ventas, en segundo lugar sigue estando el sector eléctrico y electrónico, que representa el 25.5 por ciento de las ventas, y en tercer lugar el sector metalúrgico, que representa el 23.7 por ciento de las ventas, quedando la industria química relegada al quinto lugar.

Si atendemos ahora al volumen de trabajadores, cuadro 1, el sector del material de transporte, el del caucho y materias plásticas, y el sector eléctrico y electrónico son los que mayor número de trabajadores absorben.

Las ventajas competitivas que poseen las empresas japonesas son básicamente de índole tecnológica y organizacional, esto explica que la inversión japonesa esté localizada preferentemente en los sectores de tecnología alta y media, ver cuadro 1, sectores que ostentan además los mayores niveles de penetración del capital extranjero, como demuestran los trabajos de Iranzo (1991), Myro y Martínez Serrano (1992), Martín y Velázquez (1993) y (1996), Bajo y López Pueyo (1996), entre otros.

Sería interesante plantearse cual es la importancia relativa de estas empresas con capital japonés en la economía española. A falta de otros datos como el capital invertido, (solo se dispone del capital desembolsado) o el valor de la producción por empresa, únicamente puede hacerse una ligera aproximación a través de las ventas y del empleo, datos de los cuales si se dispone a través del cuestionario. Para obtener las cifras relativas a la economía española en 1995 se ha recurrido a las estadísticas de la encuesta industrial de empresas. A partir de estos datos se ha calculado la proporción que representaban los trabajadores y las ventas de las empresas japonesas sobre los trabajadores y las ventas del total de empresas en España, por sectores. Los resultados aparecen en las últimas columnas del cuadro 1.

Tal y como se ha dicho en la introducción, la presencia de capital japonés ha sido tradicionalmente muy pequeña, del orden del 2.5 por ciento del total de inversión exterior directa si tenemos en cuenta el origen último. Ahora bien estos datos contrastan con la importancia relativa desde el punto de vista de ventas de determinadas industrias, cuadro 1, por ejemplo la industria eléctrica y electrónica, cuya cifra de

negocios representó casi el ocho por ciento del total de ventas de dicho sector en España, o la industria del material de transporte, y del caucho, que representaron ambas cerca del cinco por ciento de las ventas respectivas de cada sector.

Por tanto, aunque tomadas globalmente, las empresas con capital japonés, tienen un peso en la economía española, desde el punto de vista de ventas y de empleo, muy pequeño, pero existen por lo menos tres industrias como son la eléctrica y electrónica, el material de transporte y los productos del caucho, que tienen una importancia relevante en el mercado español. Hay que tener en cuenta, además, que en el subsector del caucho solo hay una empresa, Bridgestone-Firestone, productora de neumáticos y por tanto muy ligada al sector transporte. Por consiguiente, el capital japonés, ya sea de forma directa, a través de los sectores eléctrico y electrónico y transportes, o de forma indirecta, a través de otros sectores como el caucho o el eléctrico y electrónico (2), ejerce una potente influencia de mercado.

En cuanto a la dimensión, el 89 por ciento tienen menos de 500 trabajadores, de éstas, aproximadamente la mitad, el 49 por ciento, tienen menos de 100 trabajadores, así pues las pequeñas y medianas empresas son dominantes. Ahora bien, ¿se mantiene esta misma distribución en términos relativos a las ventas? Tal como puede verse en el cuadro 2, no solo no se mantiene sino que se invierte, ahora el 11 por ciento de las empresas, las mayores de 500 empleados, representan el 75 por ciento de las ventas, y el 68 por ciento del empleo, mientras que las de menos de 100 trabajadores, que son el 43 por ciento de las empresas, tan solo representan cerca del 4,4 por ciento de las ventas y el 4,5 por ciento del empleo.

En cuanto a la propiedad, la mayoría de las empresas japonesas establecidas en España iniciaron sus primeros contactos con el país a través de exportaciones, o de acuerdos de tecnología y licencias de producción. Cuando la relación entre la empresa española y el proveedor tecnológico japonés era fructífera, daba lugar, frecuentemente, a una participación accionarial por parte del proveedor japonés.

Así pues, la principal forma de entrada de las empresas japonesas en España ha sido

Trabajadores	Nº Empresas	%	Vtas (1)	%	Empleo	%
< 100	23	43.4	36.227	4.4	881	4.5
100-500	24	45.3	167.621	20.5	5.338	27.1
> 500	6	11.3	614.204	75.1	13.484	68.4
<b>Total</b>	<b>53</b>	<b>100.0</b>	<b>818.052</b>	<b>100.0</b>	<b>19.703</b>	<b>100.0</b>

(1) En millones de pesetas. FUENTE: Elaboración propia.

Participación	Trabajadores			
	< 100	100-500	> 500	Total
Subsidiaria 100%	56.5	70.8	33.3	60.3
Mayoritaria 51-99%	26.1	16.7	33.3	22.6
Minor-paritaria 0-50%	17.4	12.5	33.3	17.1
<b>Total</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

FUENTE: Elaboración propia.

tradicionalmente a través de la adquisición de paquetes accionariales, (70 por ciento de los casos), si bien en la fase de entrada la participación minoritaria es la más usual, de forma progresiva las empresas japonesas han ido aumentando su participación, primero hasta el 50 por ciento, luego mayoritaria, y por último el control total, que representa actualmente el 60 por ciento de los casos de participación accionarial, cuadro 3.

No obstante si analizamos la propiedad atendiendo al tamaño de la empresa podemos decir que las conclusiones básicas se mantienen en el caso de las pequeñas y medianas empresas ya que dominan las subsidiarias, pero no ocurre así con las empresas grandes, donde parece existir un reparto igualitario para cada tipo de participación, con lo cual en la forma mayoritaria y minoritaria existe un porcentaje superior de casos que en el resto.

### Comportamiento comercial

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

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

Si comparamos con los estudios llevados a cabo para el caso de la inversión alemana y holandesa en España, (Molero, Buesa y Casado, 1995), el porcentaje de empresas que venden en el mercado doméstico una proporción igual o superior al 50 por ciento de sus ventas, representan el 96 por ciento de las subsidiarias holandesas (se incluyen las no manufactureras), y el 81 por ciento de las empresas manufactureras alemanas, cuando en el caso de las empresas japonesas es del 61 por ciento. Esto indica que las filiales japonesas tienen una menor orientación hacia el mercado interior que otras empresas extranjeras, en este caso europeas.

En referencia a las exportaciones, los primeros estudios sobre propensiones de exportación e importación, años setenta y principios de los ochenta, apuntaban a

que las empresas participadas de capital extranjero tenían una mayor propensión importadora y una menor propensión exportadora que las empresas no participadas. Por otro lado estudios más recientes confirman la mayor vocación importadora de las empresas participadas, pero también una mayor propensión exportadora.

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

Para medir la intensidad exportadora se ha calculado la propensión a exportar. Tal como se observa en el cuadro 4, la propensión media exportadora es del 43,5 por ciento y cerca de la cuarta parte de las empresas exportan más del 60 por ciento de su cifra de negocios.

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

Por tamaños, los resultados son concluyentes. La propensión media a exportar de las empresas pequeñas es el 31 por ciento, la de las empresas medianas el 51 por ciento, y la de las empresas grandes el 60 por ciento, por lo tanto la propensión exportadora crece con el tamaño de la empresa.

Estos porcentajes están por encima de los obtenidos por Molero, Buesa y Casado (1995), para las empresas holandesas y alemanas, cuadro 4. En el caso de las empresas holandesas los porcentajes son mucho menores que para las alemanas, ya que están más orientadas al mercado doméstico.

Así pues las empresas japonesas, en comparación con otras empresas extranjeras, tienen una fuerte orientación exportadora, tanto desde el punto de vista de número de empresas que exportan, superior al 90 por ciento, como de la

propensión media a exportar, algo superior al 40 por ciento.

Estas propensiones a exportar no solo sobrepasan a las alemanas y holandesas sino que son notablemente superiores a las de las empresas participadas con capital extranjero en general y a las propensiones de las empresas nacionales, tanto si tomamos como referencia los trabajos de Martín y Velázquez (93 y 96) como si comparamos estos resultados con los de la Encuesta sobre Estrategias Empresariales de 1994.

La distribución geográfica de las exportaciones japonesas desde España se presenta en el cuadro 5. La media de exportaciones a la Unión Europea es superior al 70 por ciento, siendo éste por tanto el destino principal, con diferencia, de las exportaciones de las empresas japonesas. Si atendemos a los valores extremos se comprueba cerca del veinticinco por cien de las empresas japonesas destinan al mercado europeo prácticamente todas sus ventas, mientras que sólo un tres por ciento de las empresas destina al mercado doméstico toda su actividad.

Sin embargo las exportaciones destinadas a Japón, donde están las empresas matrices, son en promedio irrelevantes ya que representan el 1,42 por ciento del total, y especialmente irrelevantes si consideramos que más del 70 por ciento de las empresas no venden nada a Japón, cuadro 5.

Estos resultados son corroborados por la importancia concedida por las empresas a los factores de mercado como variables primordiales para establecerse en España. Entre las motivaciones de mercado, en el cuestionario se distinguía entre mercado doméstico y mercado europeo, solicitando a las empresas que valoraran entre uno y diez la importancia de cada factor en su decisión de instalarse en España.

El 60 por ciento de las empresas consideraron la exportación al mercado europeo como una motivación determinante, es decir que otorgaron la máxima puntuación (de 8 a 10 puntos). Esta proporción de empresas es similar a las que consideraron el mercado nacional determinante también (algo más del 60 por ciento).

Si además consideramos que la mayoría de las empresas, cerca del sesenta por ciento, se establecieron durante la década de los años ochenta, y más concretamente durante la segunda mitad, especialmente en el caso de los sectores eléctrico y electrónico, material de transporte y sector químico, podría pensarse que la adhesión de España a la Comunidad Económica Europea supuso un fuerte incentivo de entrada, al añadir al atractivo mercado interior una vía de acceso a un mercado mucho mayor, el comunitario. Así pues para las empresas japonesas en España, el mercado doméstico lo constituye la Unión Europea en mucha mayor medida que para el resto de la inversión extranjera en España.

Otro aspecto que debe ser analizado en el ámbito comercial, es el que hace referencia a las importaciones. En primer lugar señalar que, en promedio, cerca del 80 por ciento de las ventas durante 1995 eran productos fabricados en España, por lo tanto el 20 por ciento restante son productos importados. Sectorialmente destaca el material de transporte que importa cerca del 45 por ciento de los productos que vende.

Si atendemos al origen de estas importaciones de productos acabados, el 25 por ciento proceden de la Unión Europea, seguido por Japón, con una media de 22 por ciento. En el caso de otros orígenes las cifras son mucho menores, en torno al 9 por ciento. Hay que apuntar que estas importaciones se realizan entre empresas del grupo, especialmente si proceden de la UE, o entre matriz y filial generalmente, cuando proceden de Japón.

Este tipo de operaciones indican el elevado comercio intra-empresa que existe entre las empresas manufactureras japonesas, así como la importancia que tiene la comercialización de productos del mismo grupo empresarial pero que no han sido fabricados por la filial española, sino por la matriz en Japón o por otras filiales en Europa, de hecho aproximadamente un 50 por ciento de las empresas han afirmado que realizan actividades de comercialización de bienes. En definitiva volvemos a encontrar la idea de mercado único europeo.

En el cuadro 6 (pág. 176), se han calculado las propensiones a importar para el 81 por ciento de las empresas con parti-

cipación de capital japonés establecidas en España. Tal como se desprende del cuadro la probabilidad importadora es del 95 por ciento, y por tanto también ahora puede generalizarse que prácticamente todas las empresas manufactureras realizan actividades de importación.

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

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

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

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

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

CUADRO 4  
ACTIVIDAD EXPORTADORA DE LAS EMPRESAS JAPONESAS  
EXPORTACIONES TOTALES SOBRE VENTAS TOTALES, EN PORCENTAJE

Propensión exportar			Propensión media a la exportación			
	Nº Empr.	(%)	Sector		Tamaño	
0%	4	7,5	Textil	59,0	1 a 99	31
Hasta 10%	5	9,4	Químico	41,3	100-499	51
de 11 a 30%	10	18,9	Caucho y Plástico	34,0	>500	60
de 31a 60%	15	28,3	Productos Metálicos	41,7		
> 61%	13	24,5	Construcción Maquinaria	22,8		
n.d.	6	11,4	Eléctrico-Electrónico	52,4		
			Material Transporte	48,0		
			Otros	28,3		
<b>Total</b>	<b>53</b>	<b>100,0</b>	<b>Total</b>	<b>43,5</b>		<b>43,5</b>

  

Probabilidad exportadora		Propensión media exportadora	
Japonesas	92		43.5
Holandesas	48		4.0
Alemanas	61		25.0

FUENTE: Elaboración propia para las empresas japonesas, y Molero, Buesa y Casado (1995), para las empresas alemanas y holandesas.

CUADRO 5  
DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE LAS EMPRESAS JAPONESAS

Japón		Unión Europea		Otros	
% Export.	% Empr.	% Export.	% Empr.	% Export.	% Empr.
0	72,7	0	3,0	0	33,3
1-15	24,2	1-50	18,2	1-25	45,5
> 15	3,0	51-75	24,2	>25	21,2
		76-99	30,3		
		>99	24,2		
<b>Total</b>	<b>100</b>		<b>100</b>		<b>100</b>
<b>Media 1,42</b>		<b>72,67</b>		<b>17,15</b>	

Base: Las 33 empresas de la muestra.

FUENTE: Elaboración propia.

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

Hay que notar que los autores se inclinan por esta última explicación, que en nuestro caso también podría, en parte, aplicarse, teniendo en cuenta que aproximadamente un 20 por ciento de las ventas,

en promedio, son importadas, y que el promedio de contenido local en 1995 (partes, materiales y componentes adquiridos localmente, respecto a las compras totales de partes, materiales y componentes) para las empresas japonesas en España, fue superior al cincuenta por ciento.

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

Para el caso de las empresas japonesas el saldo comercial relativo es positivo, con un valor de 3,21 (3), y de una magnitud comparable a la obtenida en otros estudios recientes para las empresas con participación mayoritaria. Aunque si lo comparamos con los saldos relativos de las empresas sin participación, entonces éstos últimos son notablemente superiores. Por sectores, los más deficitarios son el caucho y plásticos, y los sectores con mayor superávit son los productos metálicos y el sector del material de transporte.

En resumen, puede concluirse que las empresas japonesas han invertido en España, al igual que en el resto de Europa, en aquellos sectores en los que detentan ventajas competitivas a escala mundial, lo que ha contribuido a integrar más claramente a España en sus estrategias internacionales.

Si consideramos que la adhesión de España a la actual Unión Europea coincide con el periodo de mayor inversión directa de Japón, y que los principales mercados, tanto de origen como de destino de los productos de las empresas con capital japonés son el mercado doméstico y el comunitario, y éste último con mayor intensidad que para el resto de inversores extranjeros en España, puede decirse que la Unión Europea constituye para el inversor japonés un auténtico mercado único en el cual sus empresas filiales operan entre sí como si se tratara de un auténtico mercado doméstico. Estas relaciones, buena parte de las cuales son intra-empresa, se verán notablemente favorecidas en el 2002 con la moneda única.

## Notas

- (1) Es decir cuando en lugar de considerar la residencia de la empresa consideramos la nacionalidad del capital.
- (2) Al que pertenecen empresas como Climatizadores Calsonic, o Nippondenso Manufacturing, que producen equipos de climatización para vehículos, o también Yazaki Monel que produce cables eléctricos para la automoción.
- (3) Obtenido a partir de la diferencia entre la propensión media exportadora y la propensión media importadora.

CUADRO 6  
ACTIVIDAD IMPORTADORA DE LAS EMPRESAS JAPONESAS 1994-95  
IMPORTACIONES TOTALES SOBRE VENTAS TOTALES, EN %: M/VTAS

Propensión a importar			Propensión media a importar			
	Nº	(%)	Sector	M/VTas	Tamaño	M/VTas
	Empr.					
0%	2	3,8	Textil	62,5	1 a 99	39,71
Hasta 10%	8	15,1	Químico	41,4	100-499	38,03
de 11 a 30%	8	15,1	Caucho y Plástico	53,5	>500	58,4
de 31 a 60%	13	24,5	Productos Metálicos	6,7		
> 61%	12	22,6	Construcción Maquinaria	22,8		
n.d.	10	18,9	Eléctrico-Electrónico	49,3		
			Material Transporte	35,1		
			Otros	50,0		
<b>Total</b>	<b>53</b>	<b>100</b>		<b>40,26</b>		<b>40,26</b>

FUENTE: Elaboración propia.

## Bibliografía

- BAJO, O. y LOPEZ PUEYO, C. (1996): «La inversión extranjera directa en la industria manufacturera española, 1986-1993», Papeles de Economía Española, número 66.
- DÍAZ, A. y KAWAMURA, Y. (1994): «La cultura empresarial japonesa en España», ed. Civitas.
- DUNNING, J. H. y CANTWELL, J. A. (1991): «Japanese Direct Investment in Europe», en Birgenmeier and Mucchielli, Multinationals and Europe 1992, strategies for the future, Routledge.
- EGEA, P. y LÓPEZ PUEYO, C. (1991): «Comportamiento sectorial de la inversión extranjera directa en España (1986-1989)», Información Comercial Española, número 696-697, agosto-septiembre.
- EMBAJADA DE JAPÓN EN ESPAÑA (1995): «Encuesta de las empresas japonesas en España», Madrid.
- JETRO, (varios años), «...Surveys of European Operations of Japanese Companies in the Manufacturing Sector».
- JETRO (1995): «The 11th Survey of European Operations of Japanese Companies in the Manufacturing Sector».
- MARTÍN, C. y VELÁZQUEZ, F. J. (1996): «Una estimación de la presencia de capital extranjero en la economía española y de algunas de sus consecuencias», Papeles de Economía Española, número 66.
- MARTÍNEZ SERRANO, J. A. y MYRO, R. (1992): «La penetración del capital extranjero en la industria española», Moneda y Crédito, número 194.
- MERINO, F. y SALAS, V. (1996): «Diferencias de eficiencia entre empresas nacionales y extranjeras en el sector manufacturero», Papeles de Economía Española número 66.
- MINER. (1994): «Informe sobre la industria española 1994», volumen II.
- MINER Y FUNDACIÓN EMPRESA PÚBLICA. (1994): «Las empresas Industriales 1994», Miner.
- MOLERO, J. (1995): «Inversiones directas del exterior y transformación de la estructura productiva», Economistas, número 66-67, Coleg. Economistas de Madrid.
- MOLERO, J. y BUESA, M. (1992): «Estrategias tecnológicas de las empresas multinacionales en España. El caso de las filiales manufactureras de origen alemán», Información Comercial Española, número 705.
- MOLERO, J.; BUESA, M. y CASADO, M. (1995): «Factors in the Siting and Commercial Behavior of Multinational Companies in Spain», Docum. trabajo número 9426, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Univ. Complutense.
- NIMURA, Y. (1994): «La empresa japonesa en España», ICE, número 2426, 26 septiembre a 2 octubre.
- OHMAE, K. (1991): «El poder de la triada», McGraw-Hill.
- PELEGRÍN, M. A. (1997): «Análisis de la inversión directa exterior de Japón: comportamiento de las empresas manufactureras japonesas en España», Tesis Doctoral. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Barcelona.
- PORTER, M. (1988): «La competencia de las industrias globales: un marco conceptual», ICE, junio.
- QUINTO, J. y PELÁEZ, P. (1995): «Un examen de la inversión japonesa en España», ICE, número 2473.