

RESUMEN/ABSTRACT

Dolores Añón Higón y Miguel Manjón Antolín

APORTACIÓN DE LA INVERSIÓN EN I+D A LAS MEJORAS EN LA PRODUCTIVIDAD

La I+D genera mejoras en la productividad, pero las empresas difieren en su habilidad para apropiarse de sus rendimientos. En este estudio se analiza en qué medida la internacionalización influye en la relación endógena entre I+D y productividad. En particular, la contribución de la I+D a la productividad es analizada para un panel de empresas del Reino Unido. Los resultados indican que las multinacionales obtienen mayores rendimientos de su inversión en I+D. No obstante, esta relación varía a lo largo de la distribución de productividad, siendo las multinacionales extranjeras las que sufren pequeñas desventajas entre las multinacionales más productivas.

Palabras clave: Empresas multinacionales, investigación y desarrollo, internacionalización, productividad, función de producción, modelos semiparamétricos.

R&D investment is an important driver of productivity gains. However, firms differ in their ability to appropriate the returns to their R&D efforts. This paper analyses to what extent firm's internationalisation influences the endogenous relation between R&D and productivity. In particular, we assess the contribution of R&D to productivity for a panel of UK firms that differ in their degree of internationalisation. We find that multinationals obtain higher gains from their investment in R&D. However, this relationship varies along the productivity distribution, with foreign multinationals facing small disadvantages among the most productive multinationals in the UK.

Key words: Multinationals firms, R&D, internationalisation, productivity, production function, semiparametric model.

Maja Barac, Juan A. Máñez, María E. Rochina y Juan A. Sanchis

PRODUCTIVIDAD Y DIMENSIÓN DE MERCADO DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS ESPAÑOLAS

Este trabajo examina si las empresas que comienzan a vender en mercados más amplios, debido a que exportan, disfrutan de una mayor productividad total de los factores (PTF). Investigamos si se seleccionan *ex-ante* las más productivas y si exportar las hace todavía más productivas. Se emplean contrastes no paramétricos de Kolmogorov-Smirnov y *matching*. Los datos utilizados provienen de la *Encuesta sobre Estrategias Empresariales* (1991-2002), muestra de empresas manufactureras en España. Los resultados confirman un proceso de selección para empresas pequeñas pero no para empresas grandes. Sin embargo, hay evidencia de cambios post-entrada en la productividad, tanto para empresas grandes como para pequeñas.

Palabras clave: Exportación, productividad global de los factores, tamaño de la empresa, dominancia estocástica, tests no paramétricos, técnicas de *matching*, España.

This paper examines whether firms starting to sell to more global markets, because they export, enjoy better total factor productivity (TFP) prospects than non-exporting firms. We investigate both if they perform better ex-ante (self-selection) and if they are also more productive ex-post (learning-by-exporting). We use non-parametric Kolmogorov-Smirnov tests and matching techniques. The dataset is a sample of Spanish manufacturing firms from the Encuesta sobre Estrategias Empresariales (1991-2002). The results confirm the existence of a self-selection process into exporting for small firms, but not for large firms. However, find evidence of post-entry productivity changes both for large and small firms.

Key words: Export, global factor productivity, firm size, stochastic dominance, non-parametric tests, matching techniques, Spain.

María Ángeles Cadarso Vecina, Nuria Gómez Sanz, Luis Antonio López Santiago, María Ángeles Tobarra Gómez

EL OFFSHORING COMO PRÁCTICA PARA MEJORAR LOS RESULTADOS. CAMBIO TÉCNICO VERSUS SUSTITUCIÓN DE INPUTS EN LA INDUSTRIA ESPAÑOLA

El *offshoring* es un fenómeno de gran importancia en los últimos quince años en la industria española. Para cuantificar este proceso se utiliza, tradicionalmente, la cantidad de productos intermedios importados por unidad producida. Sin embargo, en la evolución de este ratio influye no sólo la sustitución de *inputs* domésticos por importados, sino también el cambio generalizado en la forma de producir, utilizando más o menos *inputs*, o cambio técnico/organizacional. En este trabajo, se muestra una metodología que, utilizando datos de las tablas *input-output*, distingue ambos efectos y presenta los resultados de su aplicación para la industria española en el periodo 1993-2002.

Palabras clave: Fragmentación de la producción medida, cambio tecnológico, análisis de descomposición, tablas *input-output*, España.

Offshoring is a rising phenomenon with great impact during the last fifteen years on the Spanish industry. A commonly accepted variable to measure this process is the level of imported intermediate products per unit of output. The evolution of this ratio captures not only the substitution of domestic for imported inputs, but also a generalised change in production that involves using more or less inputs (technical change). In this paper we present a methodology that, using input-output data, distinguishes both effects and the results of its application to the Spanish industry in 1993-2002.

Key words: Fragmentation of production measure, technological change, decomposition analysis, input-output tables, Spain.

José Pla-Barber, David Toral y Francisco Puig

PRODUCTIVIDAD, COMPETITIVIDAD Y ESTRATEGIAS DE LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA ESPAÑOLA

Este trabajo aporta evidencia empírica de la estrategia de deslocalización de la empresa española. Además se analizan los factores determinantes en la elección de los modos de deslocalización más comunes. Los resultados indican que las variables determinantes son las vinculadas a las características de la empresa más que aquellas relacionadas con riesgo-país o la distancia cultural. Por otra parte, los destinos principales de estas operaciones son China y los países de Europa del Este. En el primer caso, mayoritariamente mediante subcontratación en sectores de intensidad tecnológica baja, y en el segundo con la utilización de filiales propias en sectores de mayor intensidad tecnológica.

Palabras clave: Estrategia empresarial, deslocalización, producción, fragmentación de la subcontratación internacional, distribución por destino, España.

This paper provides empirical evidence of the offshoring strategies used by the Spanish firms. Furthermore, analyzes the determinants of the choice of the most common modes of offshoring. The results indicate that the key factors are associated with the characteristics of the company rather than those related to country risk or cultural distance. Moreover, the main destinations for these operations are China and Eastern Europe. In the first case, these companies use mainly outsourcing in industries of low technological intensity, and in the second, they prefer its own subsidiaries in more technology-intensive industries.

Key words: Entrepreneurial strategy, offshoring, production fragmentation, international outsourcing, distribution by destination, Spain.

Silvano Esteve Pérez, Vicente J. Pallardó López y Francisco Requena Silvente

LA DINÁMICA DE ENTRADA Y SALIDA EN MERCADOS MÁS COMPETITIVOS. SU IMPACTO EN EL PERIODO 1997-2005

La promoción de exportaciones se fundamenta en la relación positiva entre actividad exportadora y eficiencia empresarial. El diseño de esta política requiere un conocimiento detallado de la actividad exportadora. Este trabajo analiza la dinámica de entrada-salida por destinos de exportación de las empresas españolas entre 1997-2005. Mientras la mayoría exporta a uno o dos países, un reducido porcentaje lo hace a muchos destinos. La rotación por destinos de exportación es muy elevada, lo que sugiere mayores costes de entrada a exportar que por destinos. La evidencia muestra la existencia de una jerarquía en la cartera de destinos de exportación.

Palabras claves: Exportación, empresas exportadoras, comportamiento de la empresa, acceso al mercado, distribución por destino, España.

Export promotion hinges on the positive relationship between export and firms' efficiency. The design of these policies requires a deep knowledge of the export activity. This paper analyses the dynamics of entry-exit by export destinations of Spanish firms over 1997-2005. While most

firms export to one or two markets, a reduced percentage exports to several countries. Turnover in export destinations is remarkably high, which suggests that entry costs to export are higher than those by markets. The evidence shows the existence of a ranking in the export destination portfolio.

Key Words: Exportación, exporting firms, firm behaviour, acces market, distribution by destination, Spain.

José Vicente Blanes Cristóbal y Juliette Milgram Baleix

PRODUCTIVIDAD DE LAS EMPRESAS Y PAPEL DE LOS COSTES IRRECUPERABLES EN LA ELECCIÓN DE MERCADOS LEJANOS. EVIDENCIA PARA LAS INDUSTRIAS MANUFACTURERAS ESPAÑOLAS

A partir de una muestra continua de empresas extraída de la ESEE para el período 1990-2002, este trabajo muestra que los costes irreversibles de exportación difieren según el mercado exterior y que los mismos afectan a la decisión de exportar de las empresas de manera distinta en función de su tamaño. Asimismo, muestra que la productividad de las empresas afecta a la decisión de exportar de un modo distinto en función del destino y que la productividad es, también, un factor especialmente relevante en los destinos de exportación avanzados tales como la UE.

Palabras clave: Empresas exportadoras, estrategia comercial, costes hundidos, distribución por destino, tamaño de la empresa, España.

This paper tests the hypothesis of sunk exporting costs differing among markets and how this hypothesis differs depending on firm's productivity and size. The authors uses a sample of Spanish firms from Encuesta sobre Estrategias Empresariales (ESEE) for the period 1990-2002. The results confirmed the importance of those sunk costs and demonstrate that they differ depending on the market firms export to and on firm's size. Moreover, the effect of firm's productivity on the export decision depends on the export market and it is especially relevant for more advanced markets such as the EU.

Key words: Exporting firms, commercial strategy, sunk costs, distribution by destination, firm size, Spain.

Antonio Aragón Sánchez y Alicia Rubio Bañón

¿CÓMO COMPITEN LAS EMPRESAS INDUSTRIALES? UN ESTUDIO SOBRE LA PYME ESPAÑOLA

Este trabajo presenta una revisión y sistematización del concepto de competitividad y, ante la escasa literatura sobre el tema centrada en las pyme, un modelo basado en la revisión de trabajos que examinan el camino recorrido por empresas de éxito. Los resultados obtenidos de una muestra de 1.201 pymes industriales españolas ponen de manifiesto el poder explicativo que sobre la competitividad tienen las variables relacionadas con la innovación, la tecnología, los recursos humanos y las capacidades financieras.

Palabras clave: Pymes, competitividad, teoría de recursos y capacidades, revisiones bibliográficas, contrastación de hipótesis, España.

This study presents a review and systematisation of the concept of competitiveness and, given the few literature about competitiveness in SMEs, a competitiveness model based on the review of studies focused on the career of successful SMEs. The results obtained from a sample made up of 1,201 Spanish industrial SMEs state the capacity of the variables related to innovation, technology, human resources and financial capacities for explaining competitiveness.

Key Words: *SMEs, competitiveness, resources and capabilities theory, bibliography revisions, contrast of hypothesis, Spain.*

Juan A. Máñez Castillejo, María E. Rochina Barrachina y Juan A. Sanchís Llopis

EFICIENCIA, TAMAÑO EMPRESARIAL Y AMPLIACIÓN DE MERCADOS DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS ESPAÑOLAS. EVIDENCIA COMPARADA CON 13 PAÍSES

Este trabajo analiza la evolución de la tasa de participación e intensidad exportadora de las empresas manufactureras españolas en los 90 y las compara a nivel internacional en 13 países. Además, se estudia cómo estas variables explican la evolución de las exportaciones manufactureras agregadas. Los datos utilizados para España provienen de la Encuesta sobre Estrategias Empresariales. Los resultados indican que, para las empresas pequeñas, el crecimiento de las exportaciones agregadas se explica tanto por el crecimiento de la participación como por el de la intensidad exportadora, mientras que para las empresas grandes sólo la intensidad juega un papel importante.

Palabras clave: Empresas exportadoras, exportación, intensidad comercial, datos de empresas, comparación internacional.

This paper analyses the evolution of the participation rate and export intensity for Spanish manufacturing for the 90s, and compare them internationally using a sample of 13 countries. Further, the article also studies how these variables explain the evolution of aggregate manufacturing exports. The data for Spain have been drawn from the Encuesta sobre Estrategias Empresariales. The results indicates that the growth in the aggregate manufacturing exports is due both to the growth in the participation rate and in the exporting intensity for small firms, however only intensity plays a role for large firms.

Key Words: *Exporting firms, export, commercial intensity, the firms data, International comparison.*

Teresa Fayos Gardó, Haydée Calderón García y Juan Mir Piqueras

EFICIENCIA, COMPETITIVIDAD Y POLÍTICAS DE PROMOCIÓN EMPRESARIAL. ESTUDIO DEL SECTOR AGROALIMENTARIO EN ESPAÑA

Las políticas de promoción de la internacionalización son un instrumento clave para el desarrollo exterior de las empresas, aunque para ser eficaces deben responder a sus necesidades y adaptarse a sus particularidades. En España existe un sector especialmente vulnerable, el agroalimentario, que

conviene analizar de manera aislada en cuanto a la utilización de las políticas de promoción. En este artículo se justifica la necesidad de una política de promoción adaptada al sector agroalimentario y se analiza, desde la perspectiva de las empresas, si las políticas de ayuda responden a sus necesidades y si mejoran su presencia en el exterior.

Palabras clave: Empresas, internacionalización, promoción de la exportación, programas de ayuda, industria agroalimentaria, España.

Export promotion policies are key instruments for helping companies to develop internationalisation processes, especially for the smaller ones. Nevertheless, companies' different characteristics and export promotion needs must be taken into account in order to make those policies effective. In that sense, a large number of organisms are nowadays operating in Spain, nevertheless, when focussing a particular sector as the food-processing one, additional attention is required to study its relationships with promotion policies. This article justifies the need for an appropriate policy to promote the agri-food sector and analyzes from businesses perspective, through a quantitative study, if those policies respond to their needs and to what extent partners enhance its presence abroad. The results show that companies expected more benefits than they have achieved, despite an attached high importance to its export performance due to such programs.

Key Words: *Firms, internationalisation, export promotion, helping programs, agri-food industry, Spain.*

Rafael Fernández Sánchez y Enrique Palazuelos Manso

DEMANDA Y PRODUCTIVIDAD EN LAS ECONOMÍAS EUROPEAS. IMPORTANCIA DE LOS SERVICIOS

El artículo analiza la evolución del empleo y la productividad en once ramas de actividad del sector servicios en los países de la UE-14 durante el periodo 1994-2005. El objetivo es cuantificar la aportación de cada rama al crecimiento de la productividad del sector y comprobar si el sector está superando la paradoja de Baumol. La principal conclusión es que la productividad sigue una trayectoria dual (dinámica en algunas ramas, pero estancada en otras), pero el empleo se concentra cada vez más en las ramas en las que la productividad apenas crece o incluso disminuye.

Palabras clave: Sector servicios, productividad, demanda de servicios, creación de empleo, Baumol William G., países de la UE.

The article analyses the evolution of employment and productivity in eleven branches of the service sector in the EU countries during 1994-2005 period. The objective is to quantify the relative contribution of each branch to the productivity growth of the service sector and assess whether the sector is overcoming the Baumol's disease. The main conclusion is that productivity growth follows a dual path (it is dynamic in a few branches, but stagnant in others), but employment is increasingly concentrated in sectors where productivity barely grows or even decreases.

Key words: *Service sector, productivity, services demand, employment growth, Baumol William G., EU countries.*

M^ª Ascensión Barajas Iñigo**VENTAJA TECNOLÓGICA, INTERNACIONALIZACIÓN Y RESULTADOS. ESTUDIO DE CASOS MÚLTIPLE**

La relación que existe entre la actividad tecnológica de la empresa y su proceso de internacionalización ha sido considerada por diversas corrientes de estudio. Se trata de una relación compleja, en la que intervienen muchos factores, internos y externos, y que se caracteriza por la dificultad de definir relaciones causales. La metodología utilizada en este trabajo, aplicada al estudio de tres casos de empresas innovadoras españolas, permite analizar cómo y porqué tiene lugar esta relación. Las conclusiones obtenidas indican que existe una relación de interdependencia entre el hecho de innovar y la salida a mercados exteriores en la que los factores contextuales son decisivos.

Palabras clave: Innovación, internacionalización, empresa, casos múltiples

The relationship between technology and the internationalization process has been considered by many theoretical streams. This is a complex topic, influenced by many internal and external factors and characterized by the difficulty to establish causal relationships. The present research has applied a qualitative methodology, based on the study of three Spanish innovative companies, in order to analyze how and why the technological advantage and the internationalization strategy are carried out at the firm level. Conclusions remark that both are strongly interrelated in the framework of specific contextual conditions.

Key words: Innovation, internationalization, firm, multiple-case studies

Antonio Somoza López y Josep Vallverdú Calafell

UNA COMPARACIÓN DE LA SELECCIÓN DE LOS RATIOS CONTABLES EN LOS MODELOS DE PREDICCIÓN DE LA INSOLVENCIA EMPRESARIAL

En los últimos 30 años, la proliferación de modelos cuantitativos de predicción de la insolvencia empresarial en la literatura contable y financiera ha despertado un gran interés entre los especialistas e investigadores de la materia. A través de un procedimiento por etapas se selecciona e interpreta cuáles son las variables más relevantes en cuanto a aportación de información. Una vez formulado este primer tipo de modelos se busca una alternativa a las variables anteriores a través de la técnica factorial del análisis de componentes principales. Con ella se hace una selección de variables y se aplica, junto con los ratios anteriores, el análisis univariante.

Palabras clave: Insolvencia, técnicas de predicción, ratios financieros, análisis de componentes principales, análisis univariante, análisis factorial.

During the last 30 years the growing appearance of quantitative models about insolvency prediction in the financial and accounting literature has awakened a great interest among the specialists and researchers of this field. In this paper, an insolvency prediction model is formulated through a combination of different quantitative variables. Using a stepwise procedure, those variables, which proved to be the most relevant in providing information were

selected and analysed. Once we have formulated these models, we looked for an alternative to the previous variables. The univariate analysis is applied to both groups of ratios.

Key words: Insolvency, predictions technique, financial ratios, main components analysis, univariate analysis, factorial analysis.

Luis Antonio López Santiago

TRADICIÓN Y MODERNIDAD DE LA INDUSTRIA DE CASTILLA-LA MANCHA. UN ESTUDIO SISTÉMICO A PARTIR DE LA TABLA INPUT-OUTPUT REGIONAL

En este trabajo se estudian las relaciones tecnológicas que se producen entre la industria de Castilla-La Mancha y el resto de la economía regional y nacional a partir de la explotación de la tabla *input-output* regional. Es especialmente interesante para una región como Castilla-La Mancha, ya que su industria está especializada en sectores tradicionales, los cuales materializan sus gastos en innovación comprando la tecnología en el mercado y no produciéndola. Los resultados indican que estas industrias tradicionales están inmersas en un importante proceso de modernización tecnológica que descansa en la adquisición de tecnología en el mercado.

Palabras claves: Industria, intensidad tecnológica, transferencia de tecnología, competitividad, empleo, Castilla-La Mancha.

This paper analyses the technological links between the manufacturing sector in Castilla-La Mancha and the rest of the regional and national economies using information from this region's input-output table. This study is particularly interesting for a region like Castilla-La Mancha, as its manufacturing sector is specialised in traditional industries, which implement their expenditures in innovation by buying technology in the market rather than producing it. The results from this study indicate that these traditional industries are involved in an important technological modernisation process based on buying technology in the market.

Key words: Industry, technological intensity, technological transfer, competitiveness, employment, Castilla-La Mancha

José Albors Garrigós, José Luis Hervás Oliver y M^ª del Val Segarra Oña**ANÁLISIS DE LAS PRÁCTICAS DE MEJORA CONTINUA EN ESPAÑA. BARRERAS Y FACILITADORES**

El objetivo de este trabajo es presentar un análisis de los resultados de la encuesta CiNet (*Continuous Improvement Network*) sobre prácticas de Mejora Continua en España realizada en la Comunidad Valenciana durante 2003-2004. Se realiza, además a grandes rasgos, la comparación de los resultados con otros países, tal como se presentó en el Congreso CiNET celebrado en Sydney en septiembre de 2004. La práctica de la Mejora Continua en España es relativamente reciente y varios factores como la globalización o la influencia de sectores como las telecomunicaciones, la alimentación o el automóvil han contribuido a su difusión.

Palabras Clave: Mejora continua, gestión de calidad, encuestas, análisis multivariante, España.

The objective of this paper is presenting an analysis of the results of the CiNet survey (Continuous Improvement Network) on practices of Continuous Improvement in Spain carried out during 2003-2004. It will include a broad comparison of the results in other countries, as presented in the CINET Conference of 2004. The practice of the CI in Spain is relatively recent and several factors as the economy globalization or the influence of sectors such as telecommunications, food, or automobile has contributed to its diffusion.

Key words: Continuous improvement, quality management, multivariate analysis, Spain.

M^ª Luisa García Guardia

EL PLANNER, LA CLAVE DE LA PUBLICIDAD EFICAZ. SU PAPEL COMO ESTRATEGA Y ORIENTADOR DE CREATIVIDAD

El Planner se ha convertido en una figura de gran importancia en el entorno de las estructuras publicitarias. Interlocutor del consumidor y la marca en la empresa publicitaria, el Planner debe ser estratega, creativo, psicólogo, sociólogo e investigador, y sus competencias tienen como objetivo orientar la publicidad hacia la eficacia. Este artículo pretende ofrecer una síntesis de una

investigación previa centrada en esta figura, no sólo tratando de determinar un análisis descriptivo del papel del Planner desde la perspectiva de diferentes grupos vinculados a la empresa publicitaria a los que se ha encuestado, sino también, estableciendo el grado de importancia en el que es percibido y el nivel real de implantación que tiene en nuestro país.

Palabras Clave: Publicidad, agencias de publicidad, planificación estratégica, competencias profesionales.

The Planner has become a figure of great importance in the environment of the advertising structures. Interlocutor (spokesman) of the consumer in the advertising company, the Planner must be strategist, creative, psychologist, sociologist and researcher and his obligation is to target the advertising toward effectiveness. This article tries to offer a summary of a previous research focused in this so fascinating figure, not only trying to determine a descriptive analysis of the role of the Planner from the perspective of different groups linked to the advertising company, those who have been polled, but also, establishing the degree of importance in which it is perceived and the real degree of establishment that has in our country.

Key words: Publicity advertising agencies, strategist planification, professional competence.

Un estudio desarrollado por investigadores de la Universidad de Barcelona concluye que **Economía Industrial** es la tercera revista española de Economía más citada internacionalmente. El doble de veces que la revista italiana más citada y más que la francesa o alemana más conocidas.

Los índices y abstracts de *Economía Industrial* se incluyen en las bases de datos e índices *on line* de la **American Economic Association** y en su publicación especializada **ECONLIT**, editada por el **Journal of Economic Literature**. A la consulta de sus 200.000 registros, entre los que se encuentran 300 revistas —100 fuera de Estados Unidos—, recurren estudiantes, investigadores y profesores de todo el mundo económico.

Los contenidos de *Economía Industrial* también están disponibles en la red Internet, en la dirección www.mityc.es/revistaei

