

Deslocalización empresarial mundial

1. Introducción

La crisis estructural del modelo de producción capitalista indujo importantes cambios económicos y políticos, y modificó las pautas geográficas de instalación empresarial, comportamientos que se desplegaron sobre amplios territorios, con la finalidad de lograr de los mismos los mayores beneficios.

Organismos internacionales, como la OMC (1), y ante el fuerte proteccionismo imperante, impulsaron acuerdos internacionales destinados a la apertura de fronteras y a establecer un marco de libre comercio, con la finalidad de limitar el proteccionismo comercial y productivo; lo que permitió incorporar nuevas zonas, para relocalizar empresas y procesos industriales y terciarios en otros lugares.

Desde ese momento, consecuencia de la deslocalización productiva, se produce una importante relocalización de actividades, que favoreció que las corrientes comerciales se modificaran e incrementaran extraordinariamente, pasando de ser, principalmente, de materias primas —más del 40% a comienzos del siglo xx— a productos elaborados o semielaborados —cerca del 80%, en nuestros días—; al permitir coordinar, en zonas diversas y dispersas geográficamente, actividades tan heterogéneas como dirección, producción o comercialización, gracias a los notables avances en las telecomunicaciones, que permiten controlar, en tiempo real, los procesos productivos deslocalizados a otros espacios.

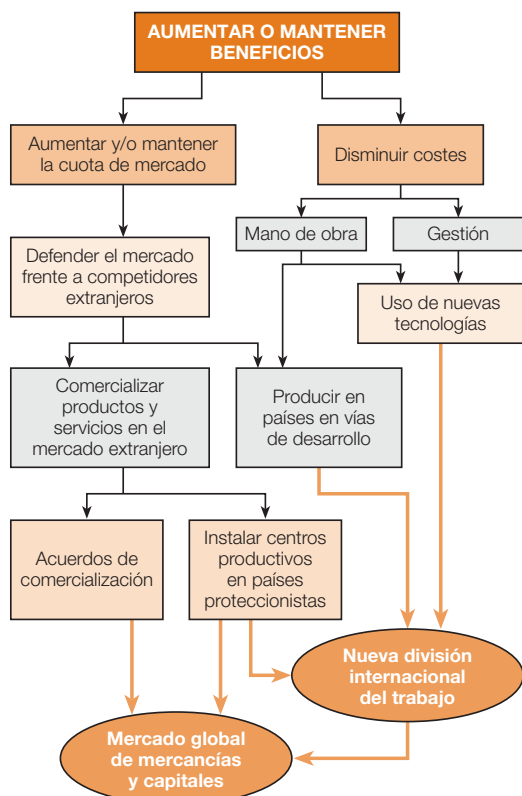
El desarrollo de las telecomunicaciones favoreció un importante cambio geográfico del escenario empresarial, que estuvo incentivado por las propias compañías, y que desembocaría en las prácticas empresariales actuales de: segmentación productiva, competitividad global, industrialización periférica y privatización industrial.

2. Motivaciones de localización espacial empresarial

Al analizar el proceso de localización empresarial es inevitable que vengan a la mente las empresas multinacionales y la complejidad de los factores locacionales de las mismas. Con todo, las empresas son muy selectivas, especialmente hablando, y tienden a localizar, cada una de las fases productivas industriales, de servicios o distribución, allí donde mayores ventajas comparativas pueden encontrar.

Sin embargo, se puede diferenciar entre el modelo comportamental locacional de las transnacio-

GRÁFICO 1
MOTIVACIONES DE DESLOCALIZACIÓN
EMPRESARIAL



nales, que tienen la cadena tecnológica distribuida a lo largo de todo el mundo, y el de las multinacionales, que tienen una cadena tecnológica para cada emplazamiento en el que venden.

En la actualidad el proceso de localización empresarial, sobre todo de las grandes corporaciones, tiende a la transnacionalización productiva, aunque dependiendo siempre del segmento del mercado, así para una empresa de comida rápida o *basura*, será más rentable la multinacionalización, comprar, producir y vender en los mercados locales, que la transnacionalización.

Las funciones de comercialización, que deben alcanzar al mayor número de potenciales clientes, se pueden encontrar localizadas, prácticamente, en todos los espacios en los que exista un amplio mercado. Las de fabricación, donde la relación

coste/beneficio es prioritaria, las encontraremos en los espacios en los que localizarse resulte más ventajoso, etc., estas pautas comportamentales han ido estableciendo una NDIT, y que ha incorporado nuevos espacios mundiales a las pautas de localización empresarial.

Se puede afirmar que, una buena parte de la organización territorial empresarial actual, obedece a la de captación de mercados y optimización de procesos, como respuesta a las demandas comerciales y financieras de las grandes corporaciones industriales. También, y como consecuencia de la liberalización económica y sobre todo comercial, se está produciendo un reajuste empresarial, que ha llevado implícitos procesos deslocalización corporativa, de carácter internacional.

Muchas grandes multinacionales han procedido al desmantelamiento de algunas factorías, y a la supresión de buena parte de los niveles de dirección locales, junto a la relocalización de las mismas en países emergentes, aunque para que el proceso se origine se deben dan unas condiciones previas, como que los costes de transacción sean superiores a los costes administrativos internos, y que se obtengan ventajas económicas al producir en más de un país.

Sin embargo, las motivaciones para la localización empresarial en un espacio dado son difusas, complejas y casi nunca responden un único condicionante, sino que son consecuencia de estrategias diversas, que tienen como finalidad el aumento de beneficio y la obtención de una mayor cuota de mercado (gráfico 1).

3. La opción espacial

Este orden de cosas afecta, aunque de forma desigual, a la totalidad de los países del ámbito desarrollado y a algunos del mundo subdesarrollado.

Formando un nuevo orden geográfico, con una fuerte segregación funcional, derivada de la reorganización empresarial y productiva a escala mundial, que valora, sobre todo, los factores de rentabilidad. De hecho, la deslocalización productiva no se plantea de forma arbitraria, sino que se produce en los espacios donde se pueden combinar las variables económicas externas con las internas, para alcanzar el mayor beneficio.

La relocalización empresarial y productiva es, espacialmente, muy selectiva. Se dirige hacia ámbitos geográficos dotados de los factores demandados por las corporaciones; y a la hora de abordar la deslocalización productiva, las empresas

valoran, sobre todo, la reducción de los costes de transformación y de transacción junto a la potencialidad de los mercados locales.

Estas condiciones establecen unas determinadas direcciones espaciales, para la deslocalización empresarial y eliminan otras. El establecimiento delegado corporativo depende de las potencialidades de cada ámbito territorial. El modelo geográfico resultante es un espacio segmentado y sesgado, con nuevas relaciones centro-periferia, en el que las funciones productivas y de mercado serán determinantes.

Se deslocalizan, primordialmente, los procesos intensivos en mano de obra y los procesos productivos de *baja tecnología* como los *call center* y las actividades de *telemarketing*, y las funciones que generan menor valor añadido. Una idea clara de esto lo aporta el hecho de que el 70% de la fuerza productiva industrial se encuentra en la periferia, y ésta tan sólo genera el 25% del valor añadido bruto del total industrial mundial (2).

En el centro del sistema permanecen los procesos tecnológicos, realmente intensivos en conocimiento, como la biogenética. No obstante, recientes estudios del Banco Mundial afirman que se observa una tendencia a la deslocalización de procesos de I+D hacia otros espacios, sobre todo situados en los países emergentes (3).

Los espacios preferidos para la relocalización empresarial, suelen coincidir con territorios que tienen grandes aglomeraciones humanas y ejercen un cierto liderato en su entorno geográfico inmediato, lo que facilita el control empresarial regional sobre otros espacios, mano de obra abundante y amplios mercados potenciales.

3.1. Principales lugares de deslocalización empresarial

Los lugares hacia los que se dirigen las grandes compañías, y en los que se ocasiona la relocalización productiva, no necesariamente tienen que ser espacios nacionales. De hecho, con una frecuencia elevada, la relocalización productiva se realiza de forma internacional. Son países que cuentan con niveles de desarrollo aceptable y con crecimiento económico superior a su área de influencia.

Estos países, además de poseer abundancia de mano de obra sin una cualificación concreta, cuentan también con capas de población con niveles educacionales suficientes para brindar los conocimientos demandados por los inversores internacionales en el sector secundario y terciario.

Algunos de los principales destinos elegidos por la inversión internacional, para efectuar inversiones y deslocalizar determinadas facetas productivas son China, Brasil e India, todos estos países poseen características comunes, aunque también existen entre ellos enormes diferencias, y dentro de sus áreas geopolíticas son los países que cuentan con mayor número de empresas y filiales extranjeras.

Brasil computa 2.820 empresas afiliadas y 1.225 corporaciones extranjeras, el país con mayor número de empresas extranjeras en América del Sur y Central. China tiene 215.000 afiliadas y 2.000 corporaciones e India tiene 1.182 afiliadas y 1.700 corporaciones. Todos estos países son los que cuentan con mayor número de empresas extranjeras en sus regiones son, en definitiva, los cuarteles generales desde los que se ejerce la dirección empresarial en la totalidad del área geográfica.

Los tres cuentan con factores comunes, entre los que se debe mencionar que dos de son grandes potencias demográficas, China representa el 20,75% de la población mundial, India el 17% por lo que, junto a Brasil, aglutinan prácticamente el 41% de la población total del Mundo; lo que hace de ellos importantes mercados potenciales.

Todos ellos poseen grandes superficies: China supera los nueve millones de kilómetros cuadrados, Brasil los ocho millones y medio e India posee algo más de tres millones de kilómetros cuadrados, junto a abundancia de recursos naturales.

Poseen, igualmente, grandes aglomeraciones humanas, y hacia las mismas es hacia donde se deslocalizan preferentemente las empresas. Además, estas extensas aglomeraciones suelen estar comunicadas entre ellas por diferentes redes de transporte nacional: ferrocarril, carretera e incluso grandes cursos fluviales, como sucede en China o Brasil. Sin embargo, y en general, las redes de transporte, salvo las fluviales, no suelen penetrar en los espacios interiores, que acostumbran corresponderse con grandes vacíos demográficos.

Este hecho es el que va a supeditar la localización empresarial hacia los lugares donde se encuentran las grandes ciudades y donde existan infraestructuras suficientes para facilitar los movimientos de mercancías y personas. En la mayoría de los casos se hallan en zonas costeras, excepción hecha de algunas ciudades Indias como Bangalore que, como veremos más adelante, congrega unas características sociales especiales.

Con todo, lo más valorado por las empresas, para relocalizar sus actividades, desde países desarrollados a países en vías de desarrollo, es la existencia de una sociedad alfabeta; en estos tres

países la población lo es en un porcentaje superior al 70%.

Además, en estos países existe un importante volumen de estudiantes universitarios matriculados en facultades de ciencia, ingeniería y matemáticas, y que superan, en media, el 20% del total de alumnos de ciclo superior, alcanzando, en el caso de China, el 53% de los que se matriculan. Es obvio que, desde el punto de vista empresarial, se trata de países con abundancia de recursos humanos para las diferentes fases productivas, ya sean intermedias, directivas o básicas.

La formación o el capital humano es un condicionante fundamental a la hora de relocalizar actividades. India, con un sector industrial no demasiado desarrollado, contribuye tan sólo al 28,1% del PIB, consigue atraer un número importante de grandes empresas occidentales, sobre todo del campo de la informática.

Muchas de ellas se están localizando en Bangalore, se trata sobre todo de delegaciones relacionadas con el desarrollo de productos de *software* que aprovechan las características locales de la ciudad, sede universitaria desde 1964 y del Instituto Indio de Ciencias, por lo que cuenta con abundancia de mano de obra, especialmente formada y cualificada técnicamente para desarrollar este tipo de trabajo, a un precio inferior que en los espacios desde los que se deslocalizan estas funciones. Son varias las empresas informáticas que han trasladado a India sus procesos de programación, como HP, IBM y Microsoft.

El hecho de que la relocalización empresarial, seleccione los espacios de instalación según las actividades a desarrollar, responde exclusivamente a la búsqueda de la óptima explotación de las potencialidades territoriales y del aprovechamiento máximo de la economía de escala.

3.2. Principios de la deslocalización internacional

Pero, la pregunta esencial es ¿por qué unos países y no otros? La diferencia primordial, con otros lugares, estriba en el hecho de que algunos países son *regiones pivotaes* (4), entendidas éstas como territorios, de carácter histórico y económico, organizados de forma compleja e identificables a escala de división política. Estas características, unidas a una historia y economías diferenciadas, los hacen óptimos para ejercer influencia mercantil y financiera, de carácter supranacional, sobre grandes bloques económicos.

Detrás de la preponderancia de unos países sobre otros para canalizar la relocalización productiva y empresarial se encuentra el estudio organizativo geográfico que, en los años ochenta, realizó la consultora norteamericana McKinsey (5) para una serie de empresas multinacionales que, ante el decrecimiento de sus beneficios, se encontraban en la necesidad de ampliar sus mercados hacia otros territorios y sistematizar la estructura organizativa para los mismos.

La consultora efectuó una nueva reorganización territorial, en cinco grandes regiones, que no coincidían exactamente con la división continental tradicional de carácter geográfico.

La principal diferencia estriba en el hecho de que, desde el punto de vista organizativo empresarial, Asia-Pacífico englobaba Oceanía, mientras que se creaba una nueva región operativa, denominada Medio Oriente, que incluía principalmente a los países productores de petróleo, junto a otros que no lo son, pero que comparten características zonales, culturales e ideológicas semejantes, como Palestina, Jordania o Egipto.

Como se puede suponer, las recomendaciones aportadas tenían un carácter no vinculante, de tal modo que se pueden encontrar algunas diferencias de adaptación del modelo entre unas transnacionales y otras para la relocalización de actividades, pero el espíritu organizativo básico subyace en la estructura de gran parte de ellas.

Dentro de estas grandes regiones se definieron subregiones y dentro de ellas unos países que son cabezas de grupo, destinados a convertirse en espacios rectores locales, desde los que ejercer el control comercial sobre amplios espacios de su entorno.

Hacia los mismos es hacia donde se dirige principalmente la deslocalización empresarial y donde se radican las sedes delegadas de las grandes corporaciones. Los países definidos como centros regionales, pueden diferir de unas compañías a otras, pero una parte importante de las mismas han elegido los tres países mencionados, como lugares para alojar las funciones deslocalizadas hacia países emergentes desde lugares centrales del mundo desarrollado.

China, en la región denominada Asia-Pacífico, para las subregiones del Sureste y Este asiático. India para el Sur de Asia y Brasil para Iberoamérica. En ellos es donde se instalan preferentemente aquellas fases productivas deslocalizadas, lo que ha contribuido a incrementar de forma notable la llegada de IDE (6) y las delegaciones productivas de las grandes corporaciones internacionales.

Se puede afirmar, por tanto, que detrás de algunos países emergentes, además de un importante dinamismo de sus economías y de la importancia de sus recursos, naturales y humanos, está la necesidad de deslocalización productiva empresarial hacia unos territorios que cuentan con las condiciones necesarias, para que desde los mismos se puedan organizar y controlar amplios territorios.

Con todo, la inversión es muy selectiva, desde el punto de vista espacial, y no se dirige de forma homogénea hacia todos los ámbitos territoriales, sino que se localiza en lugares concretos de los mismos.

En consecuencia, las empresas prefieren los países con grandes mercados potenciales y, dentro de ellos, grandes ciudades, cercanas a los puntos de ruptura de carga como Madrás, Shanghai o São Paulo, para relocalizar las fases productivas que se llevan hacia los países emergentes; Bangalore, en India, es una excepción al tratarse de una ciudad interior, pero goza de otras características, asimismo valoradas para la relocalización de actividades, como es el capital humano.

Se observa una pauta comportamental semejante en los procesos de deslocalización productiva hacia los países emergentes. Las empresas se radican preferentemente en ciudades o conurbaciones millonarias en número de habitantes, y si se repara en el índice IDH (7) de las mismas, muchas de estas ciudades son líderes en todos los indicadores —formación de la población, renta per cápita, etc.— en sus propios países; como sucede con Bangalore en India o Shanghai en China o con São Paulo en Brasil que ocupa el quinto lugar, por desarrollo, en la clasificación urbana de las grandes ciudades de Brasil.

En definitiva, cuando hablamos de espacios de deslocalización empresarial mundial nos referimos, en general, a grandes aglomeraciones urbanas y humanas, alfabetas en porcentajes que superan el 70% de la población, y que son espacios que configuran grandes mercados potenciales. Sólo el área metropolitana paulista tiene aproximadamente treinta seis millones de habitantes, algo más del 20% de la población del país.

Estos espacios ejercen dominio económico, tanto de carácter regional como nacional, sobre áreas mayores que sus propios límites territoriales, lo que permite que dichos países puedan ser considerados, en palabras de David Clark, más que espacios subdesarrollados, espacios semi-periféricos con centros urbanos integrados, de forma jerárquica, al capitalismo global; son regiones pivotaes que controlan y lideran los proce-

sos económicos tanto interiores como de sus áreas de influencia.

4. Conclusiones

Los lugares hacia los que se dirigen las grandes compañías, y en los que se ocasiona la relocalización productiva, no necesariamente tienen que ser espacios nacionales. De hecho, con una frecuencia elevada, la relocalización productiva se realiza de forma internacional. Algunos de los espacios elegidos por las empresas para efectuar inversiones y deslocalizar determinadas facetas productivas, son países en vías de desarrollo, con unas características socioeconómicas y territoriales precisas, que los hace líderes en su entorno inmediato; y en ellos es donde se radican las funciones deslocalizadas desde espacios centrales.

En general se trata de grandes ciudades cercanas a los puntos de ruptura de carga y con recursos, en capital humano, suficientes para efectuar las funciones relocalizadas. Esta pauta comportamental es semejante en la mayoría de los procesos de deslocalización productiva hacia los países emergentes.

En definitiva, cuando hablamos de espacios de deslocalización empresarial mundial nos referimos, en general, a grandes aglomeraciones urbanas y humanas, alfabetas en porcentajes que superan el 70% de la población, y que configuran grandes mercados potenciales.

Espacios que ejercen dominio económico sobre áreas mayores que sus propios límites territoriales, tanto de carácter regional como nacional, lo que permite que dichos países puedan ser considerados espacios semiperiféricos con centros urbanos integrados, de forma jerárquica, a la economía internacional; se trata de espacios que lideran los procesos económicos, tanto interiores como de sus áreas de influencia geográfica. □

NOTAS

- (1) Organización Mundial de Comercio.
- (2) Martínez Peinado (2004).
- (3) World Investment Report, 2005.
- (4) Sergio Boisier (1994).
- (5) Incluso llegaron a publicar obras que fueron best seller, como la de Kenichi Ohmae titulada *Beyond National Borders*.
- (6) Los flujos netos de inversión directa extranjera fueron en el año 2004: 18.166 millones de dólares en Brasil, 60.630 en China y 5.335 en India.
- (7) Índice de Desarrollo Humano.

BIBLIOGRAFÍA

- Banco Mundial (2004c): *Doing Business in 2005: Removing obstacles to growth*, World Bank, Washington, DC.
- Brown, W. B. y cols. (1994): *International economics: Theory and Context*, Addison-Wesley Pub., Co. Reading Press, Londres.
- Campí, M. T. (1997): *Factores de localización empresarial*, Fundación Argentaria, Madrid.
- Clark, L. y cols. (2000): *Economic Geography*, Oxford University Press, Nueva York.
- Green Roy, E. (1991): *Enterprise zones: New directions in economic development*, A. Virving, USA.
- Jones, G. (2005): *Multinationals and Global Capitalism. From de nineteenth to the twenty-First Century*, Oxford University Press, Londres.
- Iranzo, Juan E. (2003): *Globalización y Nueva Economía*, Instituto de Estudios Económicos, Madrid.
- Knox, P. y cols. (2003): *The Geography of the World Economy*, Oxford University Press, Nueva York.
- Krugman, P. (1991): *Geography and trade*, Cambridge, MIT, Press.
- OIT (2004): *Global Employment Trends*, Organización Internacional del Trabajo, Ginebra.
- ONU (1973): *Las corporaciones multinacionales en el desarrollo económico mundial*, NU, Nueva York.
- Petrella, R. (1996): *Los Límites de la Competitividad: cómo se debe gestionar la aldea global*, Suramericana, Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires.
- UNCTAD (2005): *World Investment Report: 2005 Transnational Corporations and the Internationalization of R&D*, United Nations, Nueva York y Ginebra.
- Veltz, P. (1999): *Mundialización, ciudades y territorio*, Ariel, Barcelona.

RESUMEN

Al analizar el proceso de localización empresarial es inevitable que vengan a la mente las empresas multinacionales y la complejidad de los factores locacionales de las mismas. Dicha complejidad establece unos condicionantes que determinan las direcciones espaciales para la deslocalización empresarial, a la par que elimina otras.

Los espacios preferidos para la relocalización empresarial suelen coincidir con territorios que tienen grandes aglomeraciones humanas y ejercen un cierto liderazgo en su entorno geográfico inmediato, lo que facilita el control empresarial regional sobre amplios territorios, a la par que facilitan mano de obra abundante, de diferente grado de cualificación profesional y amplios mercados potenciales.

Palabras clave: Localización espacial empresarial, Relocalización, Países emergentes, Multinacionales.