



Con tal fin, y tras realizar un esfuerzo investigador encaminado a ofrecer una visión integrada, organizada y actual de la dirección de empresas internacionales en general, y de contrastar y comprobar las posibilidades de generalización de los modelos y teorías existentes en este campo a la decisión de realizar inversiones directas en zonas de baja fiscalidad y sus consecuencias para las empresas, se procedió a realizar el trabajo de campo cuyo eje central fue una encuesta postal enviada a empresas internacionales de aquellos sectores que, a priori, se esperaba que fueran los principales inversores en la ZEC.

En definitiva, el análisis de los datos recabados se encaminó a la determinación del perfil de las empresas potencialmente interesadas en la inversión en zonas de baja fiscalidad, en contraposición al de aquellas que declaraban no tener interés en las mismas.

Para ello, teniendo en cuenta diferentes factores descriptivos de las empresas, como por ejemplo, sus características demográficas, estructura organizativa, estrategia internacional, procesos empresariales y cultura, se llevó a cabo un análisis exhaustivo de dichos factores para los dos tipos de empresas, interesadas y no interesadas en invertir en zonas de baja fiscalidad.

Seguidamente, y en primer lugar, se destacan las principales cuestiones relacionadas con la inversión directa en zonas de baja fiscalidad. En un segundo epígrafe, se apuntan las características del proceso metodológico seguido en el trabajo de campo.

El tercer epígrafe presenta los principales resultados de la encuesta, para en cuarto y último lugar, apuntar las conclusiones más relevantes del estudio.

## LA INVERSIÓN DIRECTA EN ZONAS DE BAJA FISCALIDAD

Si bien no resulta fácil, en general, medir la influencia que tiene la fiscalidad en la toma de decisiones empresariales, su importancia es evidente y crucial en un contexto internacional. En términos puramente de competencia, se podría afirmar que lo realmente importante para el empresario no es que el marco fiscal le sea favorable, sino que sea neutral y no le discrimine (Palacios Pérez, 1994). Cuando un empresario nacional compite dentro y fuera de sus fronteras con empresas extranjeras, fiscalmente lo hace en condiciones desiguales.

Además, ha existido y existe una notable competencia fiscal entre las administraciones públicas, particularmente las europeas, que utilizan la política fiscal como fórmula para la atracción de inversión extranjera. Ante esta situación, se puede afirmar que la empresa multinacional se enfrenta a diferenciales impositivos netos, y que, por lo tanto, no existe neutralidad impositiva en los movimientos de recursos financieros entre países. Por ello, se justifica la importancia de una buena planificación fiscal de la empresa internacional. Consecuentemente, en la evaluación de inversiones en el exterior, la empresa multinacional —en adelante, EM—, ha de considerar la repercusión fiscal neta global, tanto en el país de destino como en el de origen, integrándola en la estrategia y planificación fiscal internacional de toda la EM.

Dada la diversidad de regímenes, denominaciones y legislaciones relativas a las zonas de baja fiscalidad, no existe acuerdo doctrinal mayoritario sobre la clasificación de las mismas o sobre las características principales de cada una de las denominaciones que podemos encontrar sobre éstas. Una clasificación útil puede ser la que propone el profesor Durán Herrera (1990), quien las divide en dos grupos bási-

**"[...] ha existido y existe una notable competencia fiscal entre las administraciones públicas, particularmente las europeas, que utilizan la política fiscal como fórmula para la atracción de inversión extranjera"**



en la no aplicación de tarifas arancelarias, ni de otra clase de barrera comercial o medida de efecto equivalente.

Por su parte, desde el punto de vista financiero, las motivaciones básicas pueden ser las derivadas de la inexistencia o alta liberalidad del control de cambios, de la libertad de las remesas de beneficios y royalties, así como de la garantía de la repatriación del capital invertido. Finalmente, y desde el punto de vista comercial, la motivación para la inversión directa en una ZPE puede ser el hecho de que se facilite la venta a los mercados locales o bien el hecho de que dichas áreas permitan el acceso a los mercados domésticos para realizar transacciones con subproductos o desechos.

A ello puede añadirse el que en algunos casos también se obtienen precios y condiciones especiales en el suministro de agua, electricidad, arrendamientos y alquileres de edificios y naves industriales, así como flexibilidad en la legislación laboral. Además, las propias características geoclimáticas de las zonas suelen ser atractivo suficiente para que las empresas domésticas se interesen por acceder a las mismas.

**APUNTES METODOLÓGICOS**

La población de empresas multinacionales fue seleccionada en función del sector de actividad y con un volumen de facturación superior a 400.000 \$ USA, obteniendo así 2.000 individuos necesarios para la realización del mailing, distribuidos por todos los continentes.

La información necesaria para la realización de esta investigación fue recabada a través de una encuesta postal dirigida a las empresas multinacionales que conformaron nuestra muestra.

Con tal finalidad, se diseñó, se realizó un pretest y se envió un

ASPECTOS DE LA INVESTIGACIÓN	DESCRIPCIÓN
Procedimiento metodológico	Encuestas personales autodesarrolladas
Tipo de preguntas	Activacionales (escala Likert de 5 puntos), abiertas y cerradas
Universo	Empresas internacionales de todo el mundo
Ámbito	Internacional
Informante clave	Gerente, director o presidente
Forma de contacto	Correo
Período de realización del pretest	De febrero a marzo de 2000
Fecha del trabajo de campo	Del 10 de julio al 20 de diciembre de 2000
Número de envíos	2.000 cuestionarios
Índice de respuesta	1,3% (26 cuestionarios)
Muestra final	26 empresas internacionales
Margen de error	19,61 %
Tratamiento de la información	A través del paquete estadístico SPSSWin

Tabla 1. Ficha técnica del trabajo de campo.

cuestionario a las empresas internacionales seleccionadas aleatoriamente sobre la base de los registros contenidos en la base de datos. En la tabla 1 se muestra la ficha técnica que resume las características del proceso de recogida de datos y tratamiento posterior de la información.

**PERFIL DE LA EMPRESA ENCUESTADA**

De las empresas analizadas, tan solo un 12 por ciento habían sido fundadas el siglo XIX. La más antigua comenzó a operar en 1865, mientras que la empresa más recientemente constituida, data de 1998, situándose entre 1900 y 1940 el período en que comienzan su andadura la mayor parte de ellas, seguido en importancia el período marcado por la década de los noventa. En cuanto al país de procedencia, el grupo de empresas con más presencia dentro de la muestra procedía de Japón, seguidas en importancia por las empresas estadounidenses.

Por su parte, el tamaño de las empresas fue analizado atendiendo al número de empleados a tiempo



de origen japonés en invertir en este tipo de zonas. Si observamos este aspecto por grupos de países, la lectura aclara además, cómo las empresas europeas presentan una propensión a no estar interesadas en este tipo de zonas, destacando por lo contrario las empresas ubicadas en Japón y USA. Debe apuntarse sobre este extremo, y como posible explicación de los resultados, el hecho de que ambos países se encuentran hoy a la cabeza en el ranking de países según la presión fiscal sufrida por sus empresas.

Por su parte, y como posible indicador de la estrategia de la empresa y su compromiso con el proceso de I+D, éste tiene su máximo exponente en el número de patentes en el activo de la empresa. En este sentido, el 53,8 por ciento de las empresas encuestadas declara tener algún producto patentado. De éstas, casi el 30 por ciento declaraba poseer más de 500 productos patentados. Así, podemos observar que el 75 por ciento de las empresas que admiten su interés por invertir en zonas de baja fiscalidad declaran tener productos patentados. Por su parte, la mitad de las que dicen no tener interés en zonas de baja fiscalidad apuntan además no tener productos patentados, detalle éste que sí que puede marcar una diferencia interesante entre un tipo de empresa y otra, aunque esta relación no puede considerarse significativa. No obstante, si consideramos el número de productos patentados por uno y otro grupo de empresas, los resultados de los análisis efectuados nos permiten afirmar que existe un interés manifiesto de las empresas con mayor número de productos patentados por invertir en zonas de baja fiscalidad. Esta conclusión, sin embargo, debe ser tomada con reservas dado el reducido número de individuos incluidos en la muestra. Este resultado conduce a una conclusión coherente en la medida en que los productos patentados son, por su



Figura 4. Comercio con destino en la Zona especial Canaria.

naturaleza, más proclives a la globalización.

Así, este hecho puede tentar a este tipo de empresas hacia su ubicación en zonas de baja tributación expandiendo así su presencia en el mercado mundial y obteniendo ventajas adicionales por la baja tributación de los rendimientos obtenidos en el resto del mundo. De hecho, en nuestra muestra de empresas puede comprobarse que aquellas que presentaban más de 1.000 productos patentados tenían presencia internacional en las 11 regiones geográficamente tipificadas en el cuestionario.

#### **VARIABLES RELACIONADAS CON LA COMPETITIVIDAD Y LA ACTIVIDAD INTERNACIONAL**

En cuanto a la posición competitiva en relación a sus principales competidores, las empresas analizadas parecen ocupar una posición competitiva destacada en sus respectivos sectores de actividad. Dicha competitividad será sostenible a largo plazo, dadas las capacidades que estas empresas parecen poseer para mejorar su cuota de mercado, lo cual incidirá en sus niveles de ventas y, por tanto, en su rentabilidad. Por otra parte, obser-







<p>• La mitad de las empresas de la muestra mostraron interés en invertir en ZBF</p>	
<p>Mayor interés por la inversión en zonas de baja fiscalidad ...</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las empresas japonesas.</li> <li>• Las empresas con mayor número de empleados.</li> <li>• Aquellas con mayor número de productos patentados.</li> <li>• Aquellas con estructuras organizativas más complejas -divisiones mundiales de producto, formas matriciales,...</li> <li>• Las que venden productos más estandarizados.</li> <li>• Poseen un elevado número de empleados en el exterior.</li> <li>• Las empresas que ocupan una posición competitiva destacada en sus respectivos sectores de actividad.</li> <li>• La mayoría no ha invertido anteriormente en otras zonas de baja fiscalidad.</li> <li>• Las empresas que pretenden realizar actividades de alto valor añadido, poco volumen y que no requieren de mucho personal.</li> <li>• Las compañías con un gran número de subsidiarias fuera de sus países de origen.</li> <li>• Empresas procedentes de países caracterizados culturalmente por su baja evasión de incertidumbre.</li> </ul>

Tabla 2. Algunos de los resultados más relevantes del estudio

establecimiento de objetivos, fijación de incentivos y desarrollo de las funciones propias de la dirección ya que se prefiere, más que una dirección de individuos, una dirección de grupos. Ahora bien, en España esta dimensión cultural se inclina hacia el polo del individualismo, lo que podría generar nuevamente problemas en la integración de personal local en dichas empresas, dado que las personas empleadas en una cultura individualista normalmente actúan de acuerdo con su propio interés, siendo sus principales motivadores, entre otros, la libertad para decidir la propia manera de realizar el trabajo o la oportunidad de disponer de un trabajo desafiante mediante el cual se pueda tener el sentimiento de logro personal. La importancia de estas conclusiones es más que evidente si se plantea como uno de los objetivos de la ZEC la creación de empleo para el mercado de trabajo local, y a la vez nos ayuda a conocer los perfiles directivos y profesionales que serían potencialmente más atractivos o preferidos por dichas empresas. Esto debe necesariamente tenerse presente en los

procesos de capacitación y formación de la fuerza laboral local que pueda potencialmente ser contratada por dichas empresas.

### CONCLUSIONES

El presente trabajo muestra los principales resultados del proyecto de investigación elaborado por este equipo sobre la Zona Especial Canaria bajo el marco de las bases contempladas en las becas convocadas por el Consejo Rector de dicha Zona en el año 1998.

El logro del primer objetivo propuesto en el estudio concluyó con un análisis de las contribuciones más recientes al campo de estudio sobre la internacionalización de la empresa, abriendo paso a un análisis sucinto de las dimensiones estructurales, culturales y funcionales más relevantes de la empresa multinacional, auténtica protagonista de las decisiones de inversión en ofertas como la planteada por la Zona Especial Canaria. Este primer paso del estudio desembocó, en el análisis del origen y la justificación de las zonas de baja fiscalidad en el con-

texto de la inversión directa de las multinacionales. En este ámbito se procedió a estudiar los motivos que inducen a la inversión en este tipo de zonas, ahondando en sus características y distinguiendo, de forma teórica y práctica, entre los paraísos fiscales y las zonas de producción para la exportación. La segunda parte del trabajo presenta los resultados del estudio empírico desarrollado. El valor de las conclusiones extraídas, y que a continuación pasamos a resumir –véase tabla 2-, radica en que se ofrece la oportunidad de conocer el perfil de las empresas que manifiestan interés en invertir en este tipo de zonas. Esta contribución permitiría enfocar los esfuerzos promocionales y de acercamiento por parte de el órgano competente en la promoción exterior de la ZEC.

Dra. Dña. M<sup>a</sup> de la Cruz Déniz Déniz  
(Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales por la ULPGC) [cruci@empresariales.ulpgc.es]

Dña. Inmaculada Galván Sánchez  
(Licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la ULPGC) [igalvan@empresariales.ulpgc.es]

Dra. Dña. Antonia M. García Cabrera  
(Profesora Titular de Universidad en la ULPGC) [nita@empresariales.ulpgc.es]

Dra. Dña. Sonia Suárez Ortega  
(Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales por la ULPGC) [ssuarez@dede.ulpgc.es]

### BIOGRAFÍA

Director del proyecto:

**DR. D. JUAN M. GARCÍA FALCÓN**

(Catedrático en Dirección Estratégica por la ULPGC ) [jmfalcon@empresariales.ulpgc.es]

Equipo de investigación:

D. Jesús Arteaga Ortiz  
(Licenciado en Derecho por la ULPGC y Diploma in International Trade por la University of Wales) [jarteaga@empresariales.ulpgc.es]

Dra. Dña. Rosa M. Batista Canino  
(Profesora Titular de Universidad en la ULPGC) [rbatista@empresariales.ulpgc.es]

### BIBLIOGRAFÍA

Durán Herrera, J. J. (1990): Estrategia y evaluación de inversiones directas en el exterior. Instituto Español de Comercio Exterior. Madrid.

Palacios Pérez, J. (1994): “Análisis comparativo del tratamiento fiscal de las inversiones en el exterior”. Información Comercial Española, núm. 735, págs. 53-62.

Hofstede, G. (1984): Culture’s consequences. International differences in work-related values, Sage.

Patrocinador de esta investigación:

**ZONA ESPECIAL CANARIA**