

LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS BAJO EL MARCO ESPECÍFICO DE LAS ZONAS DE BAJA FISCALIDAD

Juan Manuel García Falcón

Jesús Arteaga Ortiz

Rosa Maria Batista Canino

Maria de la Cruz Déniz Déniz

> Inmaculada Galván Sánchez

Antonia Maria García Cabrera

Sonia Suárez Ortega

En el presente trabajo se exponen, desde una perspectiva teórica, los principales motivos aducidos por las empresas multinacionales para acometer inversiones en zonas de baja fiscalidad, siendo éste el preámbulo del trabajo empírico desarrollado. Los resultados obtenidos nos permiten presentar un perfil de las empresas interesadas en realizar este tipo de inversiones frente a aquellas que no lo están. Esta contribución permitiría enfocar los esfuerzos del órgano competente en la promoción exterior de la Zona Especial Canaria.

This article presents, firstly, the theoretical reasons of international firms for investing in special tax zones and, secondly, the empirical results of the study developed. The findings try to differ the characteristics of the firms interested in such investments from those that are not interested in. The results could be the guideline for the Canarian Government to promote the Canary Islands Special Zone.

PRESENTACIÓN

I trabajo aporta un perfil de las empresas multinacionales que muestran un mayor interés en invertir en zonas de baja fiscalidad, siendo fuente de información relevante para el desarrollo de la Zona Especial Canaria.

INTRODUCCIÓN

La progresiva apertura e interdependencia de las economías y de los sistemas políticos, desarrollada especialmente a partir de la década de los sesenta, aunque su origen se remonta al final de la II Guerra Mundial, ha conducido de forma irreversible a una globalización de la economía. Ante este panorama. parece incuestionable que la competitividad internacional sea uno de los factores que, desde hace ya algunas décadas, y de manera prioritaria y generalizada, más vienen esgrimiendo tanto los gobiernos como las empresas a la hora de adoptar decisiones relevantes (Durán Herrera, 1990). Una de estas decisiones es la creación de zonas de baja fiscalidad, como la Zona Especial Canaria (ZEC), por los efectos positivos que éstas tienen en el desarrollo económico del territorio en el que se establecen.

Este artículo presenta los principales resultados de un estudio llevado a cabo con el objetivo mediático de describir el segmento potencial de empresas que muestran interés en zonas de baja fiscalidad, de cara a la consecución del objetivo último, que fue contribuir a la eficacia de los programas de promoción de la ZEC y a la mejor adaptación de los servicios ofrecidos por la Zona.



Figura 1. Abastecimiento en la Zona Especial Canaria.

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"



camente: los paraísos fiscales y las zonas de producción para la exportación. Con el término paraísos fiscales designa a un conjunto de países cuyo denominador común es la concesión de ventajas fiscales comparativas. Aunque existen diferencias notables entre los países que reciben este calificativo, sus principales características se pueden resumir en: reducido nivel de impuestos; prevalencia del secreto bancario y comercial; importancia del sector bancario; disponibilidad de un sistema moderno de comunicaciones; inexistencia de control de cambios; conciencia de la importancia de la autopromoción y existencia de convenios fiscales.

De esta forma, los principales motivos que justifican la demanda de servicios de un paraíso fiscal pueden ser, entre otros: un tratamiento fiscal reducido y ventajoso; la protección y la búsqueda de un incremento de los activos v de las propiedades; el control de los riesgos; la reducción de los costes; la confidencialidad, al escapar de la burocracia y del exceso de normativa legal nacional, especialmente en materia de control de cambios y de movimiento de capitales; el trabajar en instituciones internacionales o en el extranjero y la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio.

Con respecto a las zonas de producción para la exportación –en adelante ZPE-, constituyen un conjunto de áreas geográficas donde se localizan una serie de actividades manufactureras, fundamentalmente desarrolladas por empresas extranjeras, cuyos productos están básicamente orientados a la exportación. Este tipo de zonas recibe, a su vez, varias denominaciones: zonas económicas especiales, zonas libres de producción, zonas francas, zonas de comercio libres de impuestos, etc.

En realidad, las ZPE desarrollan un papel que transciende el mero

fomento de las exportaciones y del empleo. Las ZPE facilitan la transición de una economía al favorecer la sustitución de las importaciones por la apertura y orientación hacia la exportación. Si además, la zona permite la participación de empresas domésticas, también aumentará el nivel de competitividad local. Así, y de acuerdo con las características descritas anteriormente, podemos afirmar que la Zona Especial Canaria es un tipo particular de ZPE, en la cual se permite, con ciertos requisitos, participar a residentes locales.

Los incentivos ofrecidos por las ZPE pueden agruparse, siguiendo al profesor Durán Herrera (1990), en 3 grandes grupos: los de naturaleza fiscal, los de carácter financiero y los de carácter comercial. Así, y desde un punto de vista puramente fiscal, las motivaciones que mueven al inversor a situarse en una ZPE



Figura 2. Actividades industriales en la Zona Especial Canaria.

pueden deducirse de las exenciones generales sobre el Impuesto de Sociedades combinadas con otros incentivos como la libertad de amortización, la compensación de pérdidas con ejercicios futuros, las deducciones por reinversión de beneficios y/o la exención del pago de impuestos locales; y, desde el punto de vista aduanero, se centren 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 | Escuestas personalus autoadministradas |
| Tipes de preguntas | Actitudinales -escala Likert de 5 puntos-, abiertas y cerrodas |
| Universit | Empresas internacionales de todo el mundo |
| Ambito | biterracional |
| Informanto clave | Gerentz, director o pravidento |
| Forma de contacto | Compo |
| Potiodo de realización del protent | De fubriero a marzio de 2000 |
| Fecha del trabajo de campo | Del 10 de julio al 20 de dicarrebro do 2000 |
| Número do envice | 2.000 cuestionarios |
| ladice de respuesta | 1,3% (26 cuestionaries) |
| Muestra final | 26 empresas internacionales |
| Marges 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 "[...] la muestra indica el mayor interés de las empresas ubicadas en Japón y USA en invertir en este tipo de zonas [...] ambos se encuentran hoy a la cabeza en el ranking de países con mayor presión fiscal sobre sus empresas"

completo que desarrollan su actividad en las mismas y al nivel de facturación que éstas declaraban. Según el número de empleados declarados, casi la mitad de las empresas encuestadas se situó entre los 1.000 a 10.000 empleados y entre los 20.000 y 100.000 empleados. Podemos afirmar, por tanto, que estamos ante una muestra de empresas grandes y muy grandes, con una representación muy minoritaria de medianas empresas. Además, y tomando la variable "facturación del último ejercicio", pudo observarse como casi el 85 por ciento de las empresas entrevistadas facturan más de 20 millones \$USA.

EL PERFIL DE LAS EMPRESAS INTERESADAS EN INVERTIR EN ZONAS DE BAJA FISCALIDAD

La mitad de las empresas encuestadas manifestó su interés por invertir en zonas de baja fiscalidad. A continuación se matizan las características del grupo de empresas que apunta su interés por establecerse en zonas de baja fiscalidad frente a los rasgos más destacados de aquellas que no mantienen interés alguno por ubicarse en las mismas.

En relación a la edad media de las empresas interesadas en invertir en este tipo de zonas ha resultado ligeramente superior -55,25 años- a



Por actividades, el sector más representado en la muestra es el de las "comunicaciones" -10 empresas, seguido en importancia por el sector de "productos químicos y derivados". En cualquier caso, y a nivel agregado, el sector

servicios, seguido por el industrial, parecen ser los principalmente representados.

la de aquellas no interesadas en las mismas -49,82 años.

Si bien no existe una relación significativa respecto al interés en invertir en zonas de baja fiscalidad y la zona de procedencia de la empresa que contesta, un análisis meramente descriptivo de esta relación, muestra por comparación con otras zonas, el interés de las empresas 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

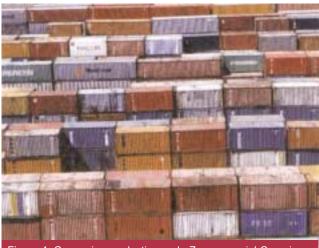


Figura 4. Comercio con destino en la Zona especial Canaria.

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 aquéllas 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-

vamos que son precisamente aquellas empresas que presentan unos mejores indicadores en lo que a su posición competitiva se refiere, las que, de manera generalizada, afirman estar interesadas en establecerse en una de baja fiscalidad.

Asimismo, cuando la estructura organizativa refleja un mayor grado de complejidad en las operaciones internacionales, es decir, cuando las compañías poseen divisiones mundiales de producto, o bien se estructuran atendiendo a un diseño matricial, incrementa el porcentaje de empresas que están interesadas en establecerse en una zona de estas características. Esto nos indica que de las empresas analizadas, son las de mayor bagaje internacional las que declaran estar interesadas en una zona de baja fiscalidad.



Figura 5. Actividades de servicios desarrolladas por empresas ZEC.

Por lo que respecta a las estrategias de producto de las compañías, los resultados alcanzados nos indican que las empresas que pretenden establecerse en una zona de baja fiscalidad, son empresas que no tienen intención de desarrollar, en la misma, una actividad productiva que permita adaptar los productos de la compañía a las necesidades específicas del mercado de destino, sino que están más orientadas a la comercialización de productos que son susceptibles de ser vendidos a nivel internacional sin necesidad de sufrir importantes adaptaciones; o bien están orientadas a la fabricación de productos únicos para los mercados anfitriones. Así, se observa que aquéllas empresas que desarrollan productos únicos para los mercados en los que se establecen, todas ellas manifiestan interés por las zonas de baja fiscalidad.

En cuanto al porcentaje de recursos comprometidos en los mercados, el porcentaje medio de empleados que está vinculado a los mercados exteriores es algo superior en aquellas empresas que declaran no estar interesadas en establecerse en una zona de baja fiscalidad, frente a las que muestran interés en hacerlo. Este resultado es bastante lógico puesto que es probable que las empresas que se establezcan en dicha zona especial sean empresas que suelen deslocalizar actividades de alto valor añadido pero de poco volumen y que, por tanto, no requieren de mucho personal.

Por otra parte, se observa que aquellas compañías interesadas en zonas de baja fiscalidad poseen una media de subsidiarias en el exterior superior a la de las compañías que no muestran interés por establecerse en las mismas. El primer grupo está constituido por empresas cuyo proceso de internacionalización está marcado por un mayor grado de deslocalización de operaciones, mientras que el segundo grupo

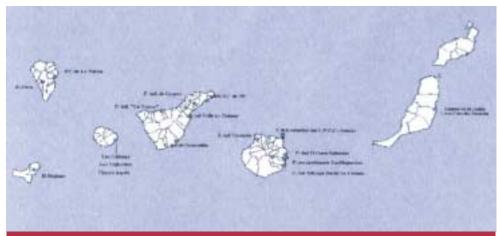


Figura 6. Zonas reservadas para la Zona especial Canaria en todo el Archipiélago Canario.

muestra un mayor grado de centralización de actividades. Asímismo, y en cuanto al tipo de actividad desarrollada por las subsidiarias exteriores de las compañías analizadas, podemos observar que aquellas compañías que muestran interés en una zona de incentivo fiscal, presentan una andadura internacional en la que predomina el establecimiento de operaciones de fabricación y venta o sólo de venta en los mercados exteriores.

Con relación al tipo de subsidiaria extranjera atendiendo a su forma de creación, tanto las empresas interesadas como las no interesadas en esta zona especial poseen un porcentaje medio de subsidiarias por desarrollo muy similar. Algo parecido ocurre con las subsidiarias creadas por adquisición, no existiendo tampoco diferencias importantes en el porcentaje medio de subsidiarias creado como joint ventures internas entre los dos grupos de empresas. En el caso de las joint ventures externas, las empresas interesadas en establecerse en este tipo de zonas, declaran poseer un porcentaje medio de subsidiarias de este tipo inferior al de las empresas que no muestran interés en dicha zona especial. Este último tipo de subsidiarias es el que diferencia en mayor medida a los dos grupos de empresas.

Por su parte, y en cuanto a la estrategia internacional de las compañías, para aquellos casos en que las compañías adopten una estrategia de carácter multidoméstico, éstas muestran un mayor interés por establecerse en una zona de estas características.

No obstante, si son empresas que adoptan una estrategia global, el porcentaje de las mismas que manifiesta interés en dichas zonas frente al que no declara estar interesado es prácticamente el mismo. Estos resultados se corresponden en gran medida con aquellos obtenidos para la estrategia de producto, anteriormente expuestos, según los cuales las empresas que ofrecen productos únicos a sus mercados anfitriones -estrategia de carácter multidoméstico- están interesadas en establecerse en una zona de baja fiscalidad.

Por último, con relación a la inversión en zonas con incentivos fiscales de las empresas interesadas, la mayoría no ha invertido anteriormente en una zona de estas características y en el caso de las empresas no interesadas en una nueva zona de baja fiscalidad, todas son empresas que nunca han invertido en zonas con incentivos fiscales.

EL MODELO CULTURAL

El análisis del perfil cultural lo hemos realizado con relación a cada una de las dimensiones culturales establecidas por Hofstede (1984) y a partir de los factores extraídos del análisis factorial de componentes principales utilizado al objeto de reducir la dimensionalidad de la escala utilizada y que explicó un 81.6% de la varianza total.

En relación a la dimensión cultural masculinidad/feminidad cabe destacar que en el continuo que existe entre ambos polos de las empresas interesadas en invertir en zonas de incentivo fiscal, parecen ser menos masculinas que las otras. En efecto, estas empresas declaran conceder una importancia sólo ligeramente superior al logro de beneficios económicos que a la responsabilidad social y prácticamente equiparan la importancia concedida al éxito material y a los valores personales, otorgándose asimismo una mayor relevancia al éxito del grupo que al éxito personal, algo concordante con los estilos de dirección que están más de moda en la actualidad y que se están tratando de fomentar en el contexto empresarial de los países modernos.

La dimensión cultural evasión de incertidumbre, permitió contrastar estadísticamente que las empresas interesadas en invertir en zonas de baja fiscalidad pertenecen a culturas que se sitúan más cercanas al polo de baja evasión de incertidumbre. Este resultado no está falto de lógica dado que la decisión empre-

sarial de instalarse en una zona de baja fiscalidad entraña un riesgo no despreciable. En este sentido, las conclusiones apuntadas, podrían orientar el proceso de promoción de zonas de baja fiscalidad hacia empresas internacionales procedentes de culturas caracterizadas por su baja evasión de incertidumbre, tales como USA, Canadá, Gran Bretaña, Suecia, Dinamarca, Singapur, Hong Kong, Noruega, etc.

Con respecto a la dimensión cultural distancia del poder, todas las empresas que participaron en el estudio y, sobre todo, las interesadas en las zonas de baja fiscalidad, se sitúan más cerca del polo de baja distancia del poder, en las que predomina una dependencia jerárquica limitada de los subordinados y una preferencia por los estilos directivos democráticos o consultivos, donde la delegación y la descentralización son una realidad, y los símbolos de estatus y poder no son deseados en el contexto de las empresas. Las repercusiones de esta dimensión son importantes desde el punto de vista de la integración de personal local en dichas empresas, ya que España es un país que tiende a ubicarse moderadamente en la zona de alta distancia del poder, lo que implica que las relaciones entre jefes y subordinados distan de las presentadas en las líneas precedentes. Para esta dimensión de la cultura, por lo tanto, sería preciso llevar a cabo programas de adaptación cultural dirigidos a recursos humanos locales potencialmente contratables por empresas que, caracterizadas por el perfil que aquí se indica, pudieran instalarse en la Zona Especial Canaria.

Finalmente, y para la dimensión cultural individualismo/colectivismo, podemos afirmar que las empresas analizadas y, sobre todo, las interesadas en invertir en zonas de baja fiscalidad, se acercan más al polo cultural del colectivismo lo que tiene importantes repercusiones en el

"[...] las conclusiones apuntadas podrían orientar el proceso de promoción de zonas de baja fiscalidad hacia empresas internacionales procedentes de culturas caracterizadas por su baja evasión de incertidumbre, tales como USA, Canadá, Gran Bretaña, Suecia, Dinamarca, Singapur, Hong Kong, Noruega, ..."

La mitad de las empresas de la muestra mostraron interés en invertir en ZBF

Mayor interés por la inversión en zonas de baja fiscalidad ...

- Las empresas japonesas.
- Las empresas con mayor número de empleados.
- Aquellas con mayor número de productos patentados.
- Aquellas con estructuras organizativas más complejas -divisiones mundiales de producto, formas matriciales...
- Las que venden productos más estandarizados.
- Poseen un elevado número de empleados en el exterior.
- Las empresas que ocupan una posición competitiva destacada en sus respectivos sectores de actividad.
- La mayoría no ha invertido anteriormente en otras zonas de baja fiscalidad.
- Las empresas que pretenden realizar actividades de alto valor afiadido, poco volumen y que no requieren de mucho personal.
- Las computias con un gran número de subsidiarias fuera de sus países de origen.
- Empresas procedentes de países caracterizados culturalmente por su baja evasión de incertidumbre.

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.

BIOGRAFÍA

Director del proyecto:

DR. D. JUAN M. GARCÍA FALCÓN

(Catedrático en Dirección Estratégica por la ULPGC) [jmfalcon@empresariales.ulpg c.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] Dra. Dña. Mª 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]

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): Culure's consequences. International differences in work-related values, Sage.

Patrocinador de esta investigación:

ZONA ESPECIAL CANARIA