

NUEVA EVIDENCIA SOBRE EL USO DE LA COOPERACIÓN ENTRE EMPRESAS EN ESPAÑA EN EL PERÍODO 1994-1999: CARACTERÍSTICAS Y EVOLUCIÓN

*Alejandro Escribá Esteve**

*Luz Sánchez Peinado**

*Esther Sánchez Peinado**

La cooperación interempresas se ha convertido en una práctica habitual en la dirección de las empresas, constituyendo una respuesta estratégica a un entorno en el que se intensifica de forma creciente la competencia y la necesidad de acceder a un abanico cada vez mayor de tecnologías y capacidades. A partir de una muestra de 611 alianzas identificadas en la prensa económica entre 1994 y 1999, este trabajo pretende describir las características actuales en el uso de la cooperación por parte de las empresas españolas, así como analizar la evolución del fenómeno, comparando los resultados del estudio con las tendencias observadas durante etapas anteriores y ofreciendo posibles explicaciones a los cambios observados.

Palabras clave: *acuerdos de cooperación, estrategia empresarial, dirección de empresas, España, 1994-1999.*

Clasificación JEL: *L20, M20.*

1. Introducción

Desde que, en 1983, Mariti y Smiley destacaran el auge que se estaba produciendo en la formación de alianzas¹ por parte de las empresas, han sido muchos

* Departamento de Dirección de Empresas Juan José Renau Piqueras. Universitat de València - Estudi General.

Este trabajo ha recibido la financiación de la Comisión Interministerial de Ciencia y Tecnología (CICYT: Proyecto SEC98-0948). Asimismo los autores desean agradecer los comentarios y el apoyo prestado por Martina Menguzzato Boulard para la realización del mismo.

Versión de junio de 2002.

¹ En este trabajo utilizamos los términos «alianzas entre empresas» y «acuerdos de cooperación entre empresas» como sinónimos.

los trabajos que, tanto en el ámbito nacional como en el internacional, han tratado de describir las principales tendencias de su utilización. Así, a finales de los años ochenta y principios de los noventa, diversos trabajos señalaban que la cooperación entre empresas se había consolidado como una de las opciones estratégicas más utilizadas durante la década de los ochenta (Ghemawat, Porter y Rawlinson, 1986; Morris y Hergert, 1987; Menguzzato, 1992; García Canal, 1992, Menguzzato y Renau, 1994; Hagedorn, 1993). Algunos de estos estudios se preguntaban incluso si el observado auge de la cooperación tenía una naturaleza transitoria o si bien se convertiría en una práctica permanente en la dirección de empresas (Menguzzato, 1992; Menguzzato y Renau, 1994; Menguzzato, 1995).

En España, la mayor parte de los trabajos publicados de carácter descriptivo, analizan las características del fenómeno durante los últimos años de la década de los ochenta (García Canal, 1992) o durante los primeros de la década de los noventa (Miranda, 1992; Sanchis y Urra, 1994; Casani, 1995; Rialp y Salas, 1999). Nuestro objetivo es el de comparar las tendencias actuales del uso de la cooperación en España con las que se recogieron en dichos trabajos, aproximadamente, diez años atrás. Lamentablemente, a pesar de la espectacular evolución de las tecnologías de la información y del considerable incremento del uso de la cooperación entre empresas, siguen sin existir censos, suficientemente documentados, de acuerdos realizados por empresas españolas. Dado que los trabajos anteriores habían sido realizados utilizando fuentes secundarias, basadas en acuerdos aparecidos en la prensa económica, nuestro trabajo debía partir de una base de datos similar, que nos permitiese realizar una correcta interpretación de las similitudes y diferencias observadas en la utilización de la cooperación, por parte de las empresas españolas, en dos etapas distintas del tiempo.

Con este fin, construimos una base de datos de acuerdos de cooperación aparecidos en prensa económica entre enero de 1994 y diciembre de 1999, de modo que no tuviese solapamientos con los períodos analizados en estudios previos. La información fue obtenida de los diarios *Expansión* y *Cinco Días*. Cada acuerdo identificado fue introducido en la base de datos sólo una vez, independientemente de su aparición en uno de los diarios revisados o en los dos, o de la publicación de noticias relacionadas con el mismo acuerdo en distintas fechas. Toda la información obtenida en las diferentes noticias se utilizó para enriquecer los datos contenidos en el registro del acuerdo correspondiente. Además, con el objeto de dotar a nuestra base de datos de la mayor riqueza y rigor posible, cada acuerdo fue contrastado, completado y comprobado, al menos, por dos investigadores diferentes y sometido al juicio de un tercero cuando existían discrepancias en la interpretación.

Por otro lado, considerando que los términos de acuerdo de cooperación o de alianza entre empresas están siendo utilizados en la prensa con cierta frecuencia para describir operaciones que, en realidad, no deberían tener dicha consideración, sino que consisten bien en meras relaciones comerciales o bien en operaciones que en la práctica significan la fusión, adquisición o la toma de control de empresas (Dussauge y Garrette, 1999), en nuestro estudio, sólo han sido considerados aquellos acuerdos que realmente se corresponden con el concepto de alianza entre empresas, tal y como se viene definiendo en la literatura más reconocida. Así, nuestra interpretación de acuerdo de cooperación o de alianza entre empresas es la de aquellas relaciones en las cuales dos o más empresas ponen en común actividades, recursos o capacidades para el logro de unos objetivos comunes o complementarios pero preservando su autonomía estratégica y conservando sus propios intereses particulares (Menguzzato, 1992; Dussauge y Garrette, 1999).

El presente trabajo tiene, por tanto, como objetivo principal el de describir las características actuales en el uso de la cooperación por parte de las empresas españolas, comparar dichas características con las observadas durante etapas anteriores y explicar posibles causas de los cambios registrados. Para ello, se presentan los principales resultados de los trabajos empíricos previos existentes sobre este fenómeno en España, junto con la nueva evidencia empírica obtenida a partir de la base de datos construida por este equipo investigador, y se analizan las diferencias y similitudes existentes entre los diferentes períodos, tratando de explicar las posibles causas de las mismas. Finalmente, se exponen las principales conclusiones de nuestro análisis, se ofrecen algunas reflexiones en torno a las líneas de investigación que convendría emprender en el futuro para el análisis y la comprensión de la utilización y eficacia de la cooperación entre empresas en el ámbito español.

2. El carácter estructural del fenómeno de la cooperación

Uno de los trabajos pioneros en el análisis de las tendencias del uso de la cooperación por parte de las empresas españolas es el de Menguzzato (1992) quien, a partir de una base de datos (LAREA: Laboratoire de Recherche en Economie Appliquée) elaborada por el CNRS (Centre National de la Recherche Scientifique), muestra el crecimiento de su utilización, entre 1980 y 1989, en los sectores de tecnologías de la información (tanto en lo que respecta al *hardware* como al *software*) y en los de biotecnología y materiales (metalurgia, vidrio, química, madera y derivados y cemento y materiales de construcción). Dicho crecimiento se produce tanto en el marco de los acuerdos establecidos por empresas europeas, como en el de las empresas españolas (76 acuerdos detectados en la base de datos en los que participa, al menos, un socio español).

Los estudios posteriores en España han analizado un período temporal comprendido, principalmente, entre los años 1986 y 1993. Algunos de estos estudios han utilizado para el análisis la información aparecida en diversas fuentes de prensa económica española sobre el establecimiento de alianzas por parte de las empresas de este país (Miranda, 1992; García Canal, 1992; Sanchis y Urrea, 1994; Rialp y Salas, 1999). Otros, sin embargo, han realizado el análisis con información sobre muestras de diferentes características, como la de las empresas conjuntas cofinanciadas por el Instituto de Mediana y Pequeña Industria (Valdés y García Canal, 1995), la de las solicitudes recogidas por el Ministerio de Industria para la concesión de ayudas a la cooperación, la de los proyectos aprobados para la participación en el programa ESPRIT III de la CE y con la información aparecida en revistas profesionales especializadas en sectores propensos a la cooperación, como la electrónica, la informática, la alimentación o las telecomunicaciones (Casani, 1995) o la realizada a partir de información primaria obtenida en un estudio de campo de 23 redes de producción (Costa, 1993). Los principales rasgos de los trabajos que analizan las características observadas en los acuerdos de cooperación aparecidos en la prensa económica española se presentan en Cuadro 1.

En el presente trabajo, aportamos nueva evidencia sobre el uso de la cooperación en España durante el período comprendido entre el 1 de enero de 1994 y el 31 de diciembre de 1999. El Cuadro 1 muestra las principales características de la base de datos que se ha construido para este trabajo a partir de la información aparecida en la prensa económica española, concretamente en los diarios *Expansión* y *Cinco Días*.

Si se observa el número de acuerdos recogidos en los diferentes estudios existentes, destaca el elevado número de acuerdos detectados en el período 1990-1992 (Rialp y Rialp, 1996; Rialp y Salas, 1999) y durante el

CUADRO 1

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LOS ESTUDIOS PREVIOS SOBRE EL USO DE LA COOPERACIÓN A PARTIR DE LA INFORMACIÓN APARECIDA EN LA PRENSA ECONÓMICA

Trabajo	García Canal (1992)	Rialp y Salas (1999)	Miranda (1992)	Sanchís y Urra (1994)	Estudio actual
Tamaño de la muestra	663 acuerdos	1.148 acuerdos	150 acuerdos	261 acuerdos	611 acuerdos
Período analizado	1986 - 1989	1990 - 1992	Enero 1991- marzo 1992	Enero-junio de 1993	1994-1999
Fuentes consultadas	<i>Expansión y ABC-Diario de Economía</i>	<i>Expansión y ABC-Diario de Economía</i>	Prensa económica y prensa especializada (no especificada)	<i>Expansión</i>	<i>Expansión y Cinco Días</i>
Sectores considerados	Todos	Todos	Todos	Biotecnología, tecnologías de la información, automóvil y otros sectores	Todos

FUENTE: Elaboración propia.

primer semestre de 1993 (Sanchis y Urra, 1994). Estos números indicarían la presencia media en la prensa de más de 30 acuerdos mensuales en el primer caso, y de alrededor de 40 en el segundo. Tal grado de actividad en el uso de las alianzas contrasta con los observados en las muestras previas y posteriores. En efecto, la base de datos manejada por García Canal (1992), que recoge el período 1986-1989, muestra una presencia media de cerca de 14 acuerdos mensuales en la prensa, mientras que en la base de datos que ha sido construida para este trabajo y que recoge el período 1994-1999 la media es de 9,25 acuerdos por mes.

La razón de este elevado número de acuerdos en el período comprendido entre 1990 y 1993 puede encontrarse en la proximidad de una fecha clave en las relaciones internacionales de las empresas españolas. Aunque la integración en la CEE, en 1986, parecía haber dinamizado considerablemente el uso de la cooperación, el establecimiento del objetivo europeo de la constitución de la Unión Económica y Monetaria tras el tratado de la Unión Europea (Consejo Europeo de

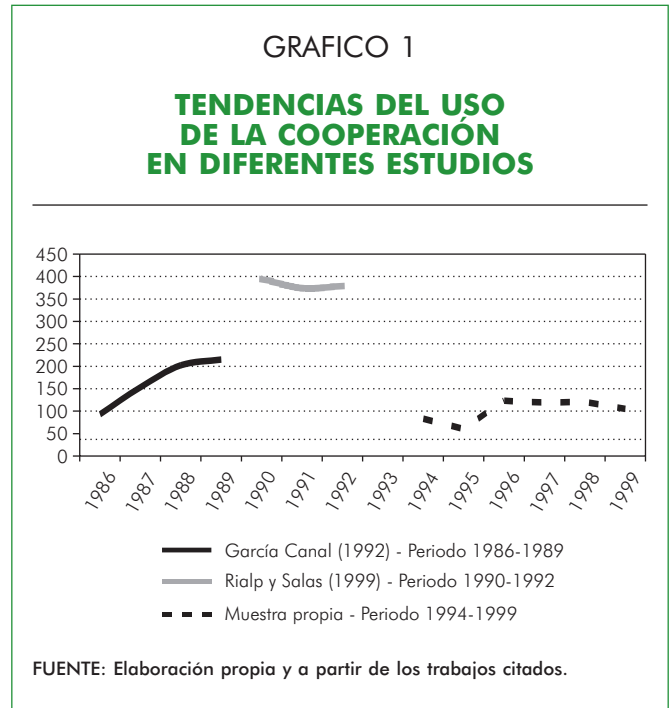
Maastricht, diciembre 1991) y la presencia de España en ella pudo suponer un catalizador de la utilización de esta opción estratégica. Las empresas españolas pudieron optar por la cooperación doméstica e internacional, con un enfoque defensivo, con el objeto de hacer frente a una mayor intensidad de la competencia proveniente de otros países o bien, con un enfoque ofensivo, para tratar de aprovechar las nuevas oportunidades que ofrecía, potencialmente, el nuevo mercado único europeo. No obstante, otra explicación posible del elevado número de acuerdos detectados en estos trabajos puede deberse a la propia definición de acuerdo de cooperación² empleada, en la que no parecen excluirse las tomas de participación mayoritarias

² Los trabajos de RIALP y RIALP (1996) y RIALP y SALAS (1999) adoptan la definición de GARCÍA CANAL (1992) considerando, por tanto, aquellas «... acciones consistentes y deliberadas realizadas por dos o más empresas, entre las que no existía una relación de subordinación, que optan por coordinar sus interdependencias a través de mecanismos que incluyen mayores garantías que la realización de mercado sin que se instaure entre ellas una relación jerárquica como la existente en la empresa».

«no hostiles», lo cual incluiría en la muestra un número no determinado de fusiones, adquisiciones o absorciones amistosas que no consideran la condición del mantenimiento de la independencia estratégica de las partes que establecen el acuerdo (Menguzzato, 1992; Dussauge y Garrette, 1999).

Tal y como argumentan Rialp y Salas (1999) la comparación directa entre períodos diferentes es difícil de realizar como consecuencia de los distintos criterios empleados por los investigadores en la clasificación e inclusión de los acuerdos. Sin embargo, se pueden comparar las tendencias observadas en cada uno de los períodos analizados por separado. Se observa una tendencia creciente en el uso de la cooperación durante los años 1986-1989, y una estabilización posterior, tanto en el período 1990-1992 como en el 1994-1999 (véanse Cuadro 2 y Gráfico 1). El crecimiento del fenómeno puede ser consecuencia de la integración de España como miembro de la CEE en 1986 (García Canal, 1992), lo cual favoreció el uso de la cooperación como defensa frente a una competencia internacional más intensa y como vía para aprovechar las oportunidades que ofrecía un mercado de mayor dimensión. En los períodos posteriores, se observa una cierta estabilización del fenómeno, lo cual indica que la cooperación entre empresas constituye ya un hecho institucionalizado y estructural que ocupa un lugar importante en las estrategias de las empresas (Osborn y Hagedoorn, 1997). Esta estabilidad en su uso demuestra, por un lado, que esta opción no ha sido una moda empresarial y, por otro, su utilidad para la consecución

RIALP y SALAS (1999) señalan que esta definición supone que se excluyeran de la base de datos las «... tomas de participación accionarial minoritarias con objetivos puramente financieros y las tomas de participación mayoritarias consideradas hostiles por la dirección de la empresa participada, la sindicación de créditos y la concesión de líneas especiales de crédito» (cursiva nuestra).



de objetivos estratégicos y para hacer frente a las condiciones del entorno, cada vez más dinámico y globalizado. Sin embargo, hay que tener presente que la prensa económica española presta atención a las operaciones y acciones estratégicas de las empresas que operan en nuestro país, pero no puede dedicar más espacio editorial a las alianzas en detrimento de las noticias relacionadas con la utilización de otras opciones estratégicas, los acontecimientos de carácter general de la economía nacional y mundial, ni de la información relativa a los mercados financieros. Consideramos que esta limitación nos impide conocer si, en realidad, el fenómeno se ha estabilizado o si el empleo de la cooperación sigue creciendo. Por otro lado, es posible que el uso de la cooperación a finales de los noventa se haya estabilizado entre las grandes empresas y, por tanto, se observe, lógicamente, una estabilización del número de acuerdos recogidos en prensa. Sin em-

CUADRO 2
DISTRIBUCIÓN DE ACUERDOS POR AÑOS

Período analizado	1986-1989		1990-1992		1994-1999	
Trabajo	García Canal (1992)		Rialp y Salas (1999)		Estudio actual	
Subperíodo	Frecuencia	Año	Frecuencia	Año	Frecuencia	Año
1.....	93	1986	395	1990	83	1994
2.....	153	1987	374	1991	60	1995
3.....	202	1988	379	1992	123	1996
4.....	215	1989			119	1997
5.....					121	1998
6.....					105	1999
Total	663		1.148		611	

FUENTE: Trabajos citados y elaboración propia.

bargo, no hay que olvidar que la cooperación ofrece a las pequeñas y medianas empresas un enorme potencial como consecuencia de la unión de sus capacidades individuales que les permite competir, desde posiciones mejores, con las grandes empresas y hacer frente al incremento de la competencia nacional e internacional. Esto hace posible esperar que el uso de esta opción estratégica durante los últimos años de la década de los noventa haya experimentado un notable crecimiento entre dichas empresas, aunque este incremento no se haya visto reflejado en la información publicada por la prensa, que suele prestar más atención a las grandes empresas pertenecientes a los principales sectores de la economía española.

3. Tendencias geográficas de la cooperación de las empresas españolas

A lo largo de la década de los noventa, se observa una progresiva convergencia entre el número de acuerdos domésticos y el de alianzas internacionales.

Aunque siguen teniendo un mayor peso los acuerdos de carácter internacional, los realizados en el ámbito doméstico, es decir, entre empresas españolas, han venido ganando importancia a lo largo de los diferentes períodos analizados (véase el Cuadro 3). Esta convergencia podría estar, asimismo, relacionada con la institucionalización del fenómeno como una práctica habitual en las estrategias de las empresas, que utilizan la cooperación también en el ámbito doméstico para la consecución de objetivos difícilmente alcanzables de modo individual. Por otro lado, la cooperación puede constituir, en este caso, una respuesta a los procesos de concentración y a la amenaza de la competencia proveniente de otros países, logrando un mayor poder negociador y competitivo en determinadas actividades o uniendo esfuerzos para incrementar la competitividad de las empresas nacionales.

En cuanto a la procedencia de los aliados con los que cooperan las empresas españolas en los acuerdos internacionales, se observan algunos cambios interesantes en los últimos años.

CUADRO 3

DISTRIBUCIÓN OBSERVADA DE ACUERDOS EN FUNCIÓN DE SU CARÁCTER DOMÉSTICO O INTERNACIONAL

Período analizado	1986-1989		1990-1992		1994-1999	
Trabajo	García Canal (1992)		Rialp y Salas (1999)		Estudio actual	
Carácter	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Doméstico	204	30,77	399	34,76	239	39,12
Internacional	459	69,23	749	65,24	372	60,88
Total	663	100	1.148	100	611	100

FUENTE: Trabajos citados y elaboración propia.

En primer lugar, en el período 1994-1999 se observa un incremento del número de acuerdos realizados con aliados latinoamericanos (véase el Cuadro 4). La progresión observada en la década de los noventa nos muestra que, en los últimos años, se ha duplicado el porcentaje de acuerdos con empresas latinoamericanas respecto a años anteriores, hecho que resulta coherente con el incremento de la actividad internacional de las compañías españolas en los mercados de Latinoamérica.

En efecto, en la última década se ha observado un importante crecimiento de los flujos de inversión directa extranjera hacia Latinoamérica, coincidiendo con el abandono del modelo de sustitución de importaciones y su reemplazo por un nuevo modelo basado en el libre mercado. La crisis financiera que estalló en México en 1982 y que se extendió a todos los países del área, junto con la presión de las instituciones financieras internacionales y el nuevo entorno económico de liberalización e internacionalización, provocó la necesidad de introducir severas reformas que serían aplicadas durante la década de los noventa. Estas reformas permitieron la liberalización de los regímenes de inversión directa extranjera, recibiendo el mismo

tratamiento que las inversiones domésticas; también se eliminaron los controles de repatriación de beneficios y se permitió la inversión extranjera en sectores que antes estaban restringidos (Carrasco, 2000). Todos estos factores, junto a otros, tales como la proximidad cultural y el idioma, podrían haber animado a las empresas españolas a establecer acuerdos de cooperación con empresas latinoamericanas.

Por otro lado, cabe destacar la disminución del establecimiento de alianzas con empresas de Europa del Este. Justamente, en la década de los noventa, coincidieron dos fenómenos complementarios que limitaron el establecimiento de alianzas con empresas de estos países. Por una parte, el proceso de privatizaciones en esta parte de Europa facilitó la adquisición de empresas públicas en lugar de establecer acuerdos de cooperación. De hecho, estas privatizaciones pusieron los sectores más importantes en manos del sector privado, que en su mayoría era de capital extranjero. Por otra parte, el proceso de internacionalización de la economía española experimentado durante la década de los noventa impulsó a las empresas españolas a la inversión en el exterior, principalmente hacia países más cercanos culturalmente (Iberoamérica). Sólo una

CUADRO 4

**DISTRIBUCIÓN OBSERVADA DE LAS ALIANZAS
EN FUNCIÓN DE LA PROCEDENCIA DE LOS SOCIOS EXTRANJEROS**

Período analizado	1986-1989		1990-1992		1994-1999	
Trabajo	García Canal (1992)		Rialp y Salas (1999)		Estudio actual	
Procedencia de los socios	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Europa occidental	271	59,04	441	58,88	175	47,04
Europa oriental	31	6,75	24	3,20	4	1,07
EE UU/Norteamérica	77	16,78	131	17,49	113	30,4
Japón / Asia.	24	5,23	40	5,34	16	4,3
Latinoamérica.			32	4,27	31	8,33
Resto del mundo	37	8,06	57	7,61	11	2,95
Mixto.	19	4,14	24	3,21	22	5,91
Total	459	100	749	100	372	100

FUENTE: Trabajos citados y elaboración propia.

pequeña parte de las inversiones fueron a parar a Europa Central y Oriental (De Miguel y Egea, 2000).

Respecto a los acuerdos de cooperación establecidos por empresas españolas con socios norteamericanos, cabe destacar el aumento experimentado a lo largo del período 1994-1999. Así, el porcentaje de acuerdos con socios norteamericanos casi se ha duplicado respecto al observado en años previos. Este aumento se produce en un período en que la economía norteamericana atravesó una larga fase expansiva caracterizada por un excepcional crecimiento y estabilidad. En concreto, entre 1992 y 1999, y especialmente en los últimos tres años, la economía presentó fuertes tasas de crecimiento y una caída, también fuerte, de la inflación (Navascués, 2000).

El factor determinante de ese crecimiento económico ha sido, sin duda, el cambio tecnológico. La difusión de nuevos productos informáticos ha mejorado los procesos productivos de los sectores americanos y, por tanto, ha favorecido el crecimiento de la productividad y la reduc-

ción de costes. Estas condiciones favorables pueden haber animado a las empresas extranjeras a establecer un mayor número de acuerdos de cooperación con empresas norteamericanas durante la última década, tanto para acceder al mercado norteamericano, cuyo crecimiento es enormemente atractivo, como para acceder a las tecnologías desarrolladas o controladas por las empresas norteamericanas.

Por último, cabe destacar el descenso del número de acuerdos establecidos entre empresas españolas y empresas asiáticas, principalmente durante los últimos años de la década de los noventa. Aunque el descenso no es muy acusado, la desagregación por países indica que, durante el período 1994-1999, el descenso ha sido mayor en el número de acuerdos establecidos con empresas japonesas, quizás provocado por la situación de recesión que, durante esa década, y especialmente desde 1998, viene experimentando la economía nipona (*Boletín Económico* de ICE, número 2.698).

4. Estructura de las alianzas formadas por empresas españolas

Número de socios

Aunque se observa cierta estabilidad en cuanto al número de aliados que participan en los acuerdos de cooperación establecidos por las empresas españolas, ya que alrededor del 80 por 100 de las alianzas están formadas por dos empresas, en el período 1994-1999 han perdido peso las llamadas díadas a favor de las alianzas formadas por tres o más empresas (véase el Cuadro 5).

El mayor peso de las alianzas formadas por dos empresas ha sido justificado por diversos autores como una consecuencia de los altos costes de transacción que conllevan los acuerdos formados por más de dos socios (Rialp y Salas, 1999; Menguzzato, 1992; Jacquemin *et al.*, 1986). No obstante, un mayor número de socios suele ser habitual en los acuerdos que persiguen el desarrollo tecnológico (García Canal, 1992), dado que la innovación requiere, cada vez más, de la puesta en común de una combinación más compleja de capacidades y recursos tecnológicos diferentes que difícilmente pueden ser poseídos por un reducido número de empresas. Dicha necesidad de acceso a una gran diversidad de capacidades y conocimientos podría justificar la mayor actividad en las alianzas formadas por más de dos empresas. Por otro lado, en determinados sectores, como el de las compañías aéreas, las telecomunicaciones, el petroquímico o el de los semiconductores, la proliferación de acuerdos de cooperación ha producido la aparición de verdaderas constelaciones que han modificado sustancialmente la competencia en la industria (Nohria y García-Pont, 1991; Gomes-Casseres, 1996; Gulati, Nohria y Zaheer, 2000). En dichos sectores, se está imponiendo un orden competitivo global, al que las empresas sólo pueden hacer frente desde su posición, en el marco de una de las redes de acuerdos existentes. En

los últimos años, la competitividad y la actividad internacional de las empresas españolas participantes en estos sectores se han visto incrementadas de modo significativo, lo cual ha facilitado su participación en dichas constelaciones de acuerdos. Asimismo, la participación en estas redes ha sido necesaria para mantener una posición competitiva defendible en el nuevo orden competitivo internacional. Esta participación conlleva, en muchos casos, el establecimiento de alianzas formadas por un mayor número de empresas.

Tipos de alianza

La estructura contractual de los acuerdos constituye uno de los aspectos más difíciles de comparar entre los diferentes estudios, exceptuando las aportaciones de García Canal (1992) y de Rialp y Salas (1999), que adoptan la misma clasificación. En estos estudios se observa que, tanto en el período 1986-1989 como en el período 1990-1992, predominan las coaliciones, especialmente las formas estructuradas (*joint ventures*) o con órganos de gobierno (consorcios), pero con un importante peso de los acuerdos contractuales entre empresas. Estos resultados son coherentes con estudios previos de ámbito internacional (Ghemawat, Porter y Rawlinson, 1986; Mariti y Smiley, 1983).

Por otro lado, en los últimos años de la década de los noventa, se observa un uso creciente de los acuerdos contractuales entre empresas. Mientras que en los últimos años de la década de los ochenta este tipo de alianzas era utilizado aproximadamente en un 15 por 100 de los casos, diez años más tarde su uso se acerca a la cifra del 30 por 100, en detrimento de otras formas más estructuradas como los consorcios o las *joint ventures* (véase el Cuadro 6). En nuestra opinión, los motivos del incremento del peso de los acuerdos contractuales pueden estar relacionados, en primer lugar, con la intensificación del fenómeno de la globalización y del dinamismo,

CUADRO 5

**DISTRIBUCIÓN OBSERVADA DE LAS ALIANZAS
EN FUNCIÓN DEL NÚMERO DE SOCIOS**

Período analizado	1986-1989		1990-1992		1993 (1.º semestre)		1994-1999	
Trabajo	García Canal (1992)		Rialp y Salas (1999)		Sanchis y Urra (1994)		Estudio actual	
Número socios	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
2	534	80,5	987	86	220	84,3	464	75,94
3	49	7,4	90	7,9	29	11,1	70	11,46
4	25	3,8	36	3,1	9	3,4	38	6,22
Más de 4	55	8,3	35	3	3	1,2	39	6,38
Total	663	100	1.148	100	261	100	611	100

FUENTE: Trabajos citados y elaboración propia.

CUADRO 6

**DISTRIBUCIÓN OBSERVADA DE LAS ALIANZAS
EN FUNCIÓN DE LOS TIPOS DE ALIANZA ESTABLECIDOS**

Período analizado	1986-1989		1990-1992		1994-1999	
Trabajo	García Canal (1992)		Rialp y Salas (1999)		Estudio actual	
Tipos de alianza	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Acuerdos de intercambio (suministro, distribución, licencias tecno-productivas, subcontratación...)	158	23,83	297	25,87	158	25,86
Participación accionarial minoritaria	67	10,1	186	16,2	28	4,58
Coalición	438	66,06	665	57,92	425	69,56
Consorcio	98	22,37 (14,7)*	99	14,88 (8,6)*	66	15,53 (10,8)*
Acuerdos entre empresas	98	22,37 (14,7)*	277	41,65 (24,1)*	183	43,06 (29,95)*
Joint-ventures	242	55,25 (36,5)*	289	43,45 (25,1)*	176	41,41 (28,8)*
Total acuerdos	663	100	1.148	100	611	100

NOTA: * porcentaje sobre el total de acuerdos.

FUENTE: Trabajos citados y elaboración propia.

experimentado en las economías nacionales e internacionales durante los últimos años del siglo XX. Por otro lado, la institucionalización del fenómeno y su mayor difusión pueden haber generado un mejor conocimiento

del mismo. La flexibilidad y versatilidad de los acuerdos entre empresas, formalizados o no, puede haber provocado un crecimiento de su uso a medida que las empresas han conocido el potencial de su utilización, sin em-

bargo, es también posible que las empresas hayan imitado el uso de esta opción estratégica por parte de las empresas que lideran los principales mercados (Di Maggio y Powel, 1983; Osborn y Hagedoorn, 1997). Finalmente, también cabe la posibilidad de que el incremento de los acuerdos entre empresas sea consecuencia de que la prensa preste ahora más atención a cualquier tipo de acuerdo, mientras que previamente se destacaba más la creación de empresas conjuntas o la creación de consorcios de empresas, fenómenos mucho más visibles e identificables que los acuerdos entre empresas.

Relaciones entre los socios

El análisis del tipo de relación existente entre las empresas participantes en los acuerdos de cooperación ha sido realizado siguiendo la clasificación utilizada por García Canal (1992), quien distingue entre acuerdos horizontales (aquéllos en los que las empresas aliadas realizan conjuntamente una actividad o existe una relación de intercambio bilateral) y acuerdos verticales (aquéllos en los que entre los socios existe una relación del tipo «proveedor-cliente»). Asimismo, distinguiremos entre acuerdos suscritos por empresas que son competidoras directas (acuerdos competitivos) y acuerdos establecidos por empresas que no son competidoras (acuerdos complementarios).

Cabe destacar que, en el trabajo realizado por Sanchis y Urra (1994), los acuerdos se han clasificado como horizontales cuando las empresas compiten en la misma actividad; verticales cuando las empresas operan en sectores relacionados verticalmente en la hilera productiva; y simbióticos cuando las empresas operan en distintos sectores de actividad no relacionados verticalmente. Puesto que esta clasificación no coincide con la utilizada por el resto de trabajos, no incluiremos este estudio en el análisis de las relaciones entre los socios. También, queremos señalar que el

trabajo de Rialp y Salas (1999) no distingue entre acuerdos competitivos y complementarios, no siendo posible, por tanto, analizar la evolución de este tipo de acuerdos a lo largo de toda la década de los noventa. Nos centraremos, pues, en la nueva evidencia para el período 1994-1999 y comentaremos los cambios observados respecto al período 1986-1989.

Los resultados muestran un predominio de los acuerdos horizontales en todos los períodos analizados, si bien se constata, con respecto a los datos iniciales, un incremento de las alianzas en las que se establece una relación del tipo «proveedor-cliente». Dicho aumento se mantiene estable en el período más reciente (véase el Cuadro 7). Tal y como señalan Rialp y Salas (1999), el incremento de la importancia de los acuerdos de carácter vertical con respecto al período 1986-1989, puede explicarse porque en dicho período las empresas perseguían principalmente la expansión internacional, mientras que en los períodos posteriores, éstas podrían estar tratando de reforzar su posición competitiva en los mercados, mediante la utilización de relaciones de tipo vertical con otras empresas. Estas relaciones pueden proporcionar ventajas competitivas a través del aprovechamiento tanto de las potenciales mejoras en los costes, como en la adaptación y diferenciación de los productos.

Si se considera la distinción entre acuerdos competitivos y complementarios se advierte un dato interesante que ya se observaba en el período 1986-1989. Dentro de los acuerdos horizontales predominan los acuerdos establecidos entre empresas competidoras, mientras que en el caso de los acuerdos verticales predominan los complementarios. No obstante, en el período 1994-1999, se observa una disminución de los acuerdos horizontales competitivos y un importante aumento de los acuerdos verticales complementarios. Esto nos indica que, cada vez más, las empresas pueden estar acudiendo a la cooperación con el fin de acceder a los recursos de empresas

CUADRO 7

DISTRIBUCIÓN DE LAS ALIANZAS EN FUNCIÓN DEL TIPO DE RELACIÓN EXISTENTE ENTRE LOS SOCIOS OBSERVADA EN ESTUDIOS PREVIOS

Período analizado	1986-1989		1990-1992	1994-1999	
Trabajo	García Canal (1992)		Rialp y Salas (1999)	Estudio actual	
Tipos de relación entre los socios	%	Σ%	Σ%	%	Σ%
Vertical - Complementario	16,1			28,15	
Vertical - Competitivo	7,7	(23,8)	(39,11)	8,35	(36,50)
Horizontal - Complementario	32,1			28,15	
Horizontal - Competitivo	42,7	(74,8)	(60,89)	35,02	(63,17)
Datos insuficientes		1,4			0,33

FUENTE: Trabajos citados y elaboración propia.

que operan en otros sectores de actividad y que, por tanto, no son competidores directos. Las presiones competitivas del entorno, la necesidad de mejorar la productividad a corto plazo, el acceso a tecnologías complementarias o la consecución de ventajas competitivas en coste o en diferenciación mediante relaciones de complementariedad pueden haber sido los motivos fundamentales que han llevado a las empresas a optar por acuerdos verticales complementarios.

Por otro lado, en los últimos años de la década de los noventa se observa una tendencia de convergencia entre los diferentes tipos de relaciones. En nuestra opinión, ésta es una prueba más de la flexibilidad y versatilidad que ofrecen las alianzas. Las empresas han encontrado en esta opción estratégica una vía para mejorar su base de recursos y capacidades, cooperando con proveedores, clientes, competidores o empresas pertenecientes a sectores distintos. Cada vez más, y en todos los sectores, es necesario tener acceso a un mayor número de capacidades y competencias tecnológicas (Shan, Walker y Kogut, 1994; Deeds y Hill, 1996) y las alianzas constituyen una herramienta útil

para acceder de un modo rápido y flexible a todas las tecnologías necesarias para el desarrollo de innovaciones o para la adecuación de los productos a las necesidades cambiantes de los clientes.

Analizando por separado, en nuestra muestra, los acuerdos realizados exclusivamente entre empresas españolas (acuerdos domésticos) y los acuerdos en los que interviene algún socio extranjero (acuerdos internacionales), se observa un hecho destacable. En los acuerdos internacionales, predominan aquéllos que se establecen entre empresas competidoras para realizar conjuntamente una actividad (acuerdos horizontales competitivos: 39,78 por 100), mientras que en los domésticos predominan los acuerdos horizontales complementarios (37,66 por 100) y los acuerdos verticales entre empresas que no son competidoras directas (acuerdos verticales complementarios: 31,38 por 100). En el ámbito doméstico, los acuerdos horizontales competitivos aparecen en tercer lugar de importancia (27,61 por 100). Se constata, pues, que las empresas españolas se muestran más reacias a cooperar con otras empresas españolas con las que compiten directamen-

te en el mercado doméstico. Cabe suponer que las empresas son conscientes de los riesgos asociados al uso de la cooperación con competidores —como, por ejemplo, la apropiación oportunista de las competencias clave compartidas—, así como de sus posibles consecuencias negativas sobre la posición competitiva de la empresa en el mercado doméstico. Sin embargo, la percepción de este riesgo en los mercados internacionales parece ser menor, lo cual podría explicar el elevado número de acuerdos competitivos en este ámbito.

5. **Ámbito de aplicación de las alianzas de las empresas españolas**

Para finalizar con la caracterización de los acuerdos de cooperación llevados a cabo por las empresas españolas, analizaremos, a continuación, el ámbito de aplicación de dichos acuerdos, considerando tanto los sectores en los que predomina el mayor uso de esta opción estratégica, como el contenido principal de los acuerdos desarrollados.

Utilización de las alianzas por sectores de actividad

La existencia de una relación significativa entre la mayor o menor utilización de las alianzas estratégicas y la pertenencia a uno u otro sector de actividad ha sido demostrada en diversas ocasiones (Harrigan, 1986; Osborn y Baughn, 1990; Hagedoorn, 1993; Hagedoorn y Schakenraad, 1994; Menguzzato y Renau, 1994; Mitchell y Singh, 1996).

Dichos trabajos han destacado el efecto positivo de la intensidad tecnológica del sector sobre el grado de utilización de las alianzas estratégicas. La evidencia obtenida para el caso español es coherente con esta relación. En efecto, los sectores en los que se observa un mayor uso de la cooperación en España durante la dé-

cada de los noventa son los que se caracterizan por un elevado grado de intensidad tecnológica (electrónica; telecomunicaciones; energético...), sin embargo, es necesario señalar que la desregulación de ciertos mercados puede haber tenido un efecto catalizador del uso de la cooperación en estos sectores. Cabe destacar que, aunque Miranda (1992) señala que la cooperación se utiliza en todo tipo de sectores, sus datos nos muestran que el mayor porcentaje se encuentra también en aquéllos con un alto grado de intensidad tecnológica o con grandes cambios en la regulación de los mercados.

No obstante, es necesario remarcar, una vez más, el posible sesgo de la prensa económica, que centra su atención en las grandes empresas. Si analizamos la actividad de las cien empresas de mayor volumen de ventas en España³, se observa que éstas pertenecen fundamentalmente a los siguientes sectores: financiero, distribución, automoción, energía y agua, construcción, química, servicios y telecomunicaciones. Este hecho podría justificar la presencia de estos sectores entre aquéllos en los que se publican más noticias sobre el establecimiento de acuerdos de cooperación. Sin embargo, el orden de importancia no es el mismo y el predominio del sector de las telecomunicaciones y de medios de comunicación entre aquéllos en los que más se coopera puede estar efectivamente relacionado con la intensidad tecnológica y la desregulación del sector. No obstante, la menor presencia de grandes empresas en otros sectores diferentes a los ya mencionados podría estar provocando que la prensa preste menos atención a las alianzas establecidas por las empresas pertenecientes a los mismos. De hecho, en otros trabajos que han utilizado otras fuentes de información distintas a la prensa, como por ejemplo

³ Las 100 mayores empresas españolas y los sectores a los que pertenecen han sido analizados a partir de la información proporcionada por la empresa Duns & Bradstreet para el año 2000.

el de Casani, (1995) o el de Valdés y García Canal (1995), se observa también una alta utilización de la cooperación en sectores maduros que no tienen un marcado carácter tecnológico, como el textil, el del cuero, confección y calzado, el del papel y madera u otros sectores manufactureros. Por otro lado, cabe destacar que en todos los estudios se ha observado un elevado nivel de acuerdos de cooperación en el sector agroalimentario español, aspecto que se repite en nuestra muestra (véase Cuadro 8).

Asimismo, si se analiza la muestra de nuestro estudio separando los acuerdos realizados exclusivamente entre empresas españolas (acuerdos domésticos) y los acuerdos en los que interviene algún socio extranjero (acuerdos internacionales), se comprueba que en los primeros la prensa ha prestado una notable atención a los acuerdos de cooperación en el sector de la construcción (tercer lugar de importancia). Sin embargo, en los acuerdos internacionales, este sector desaparece de entre los siete que muestran un mayor uso de la cooperación y ganan peso otros sectores como el químico. El hecho de que la prensa económica conceda una gran atención a las noticias que hacen referencia a la licitación y la construcción de obras públicas podría explicar el elevado número de acuerdos realizados en este sector en España. Además, la elevada concentración del sector de la construcción de obras públicas y el elevado tamaño y nivel de inversiones requerido para optar a las licitaciones y concesiones, pueden actuar como barreras a la entrada de capital extranjero, justificando así la escasa presencia de las empresas pertenecientes a dicho sector en mercados distintos al doméstico y el menor peso de los acuerdos de carácter internacional que se observa en él.

Campo de aplicación del acuerdo

Las alianzas estratégicas también pueden analizarse según el área funcional en el que se desarrollará el

acuerdo suscrito, distinguiendo entre acuerdos de I+D, acuerdos de producción (o de Logística y Operaciones), acuerdos de marketing y acuerdos de actividad múltiple. En el Cuadro 9, puede comprobarse que en todos los períodos analizados predominan siempre los acuerdos que afectan a varias actividades (acuerdos de actividad múltiple), si bien hemos de señalar que en los últimos años parece observarse una ligera tendencia decreciente. Asimismo, es necesario destacar la importancia creciente de los acuerdos de marketing a lo largo de la década de los noventa y el aumento experimentado en los últimos años por los acuerdos de cooperación en el área de producción.

Un dato que, en nuestra opinión, resulta significativo es el descenso del número de acuerdos realizados en el área de I+D en los últimos años de la década de los noventa. Dado que el gasto en Inversión y Desarrollo de las empresas españolas, medido en términos absolutos, ha aumentado en los cinco últimos años de dicha década (de 256.316 millones de pesetas en 1994 a 432.121 millones de pesetas en 1999)⁴, el descenso observado puede significar que las empresas españolas hayan preferido internalizar la actividad de I+D⁵. Efectivamente, según datos del INE 1999, alrededor del 80 por 100 del gasto en I+D realizado por las empresas españolas en dicho período procede de fondos propios, mientras que tan sólo un 5 por 100, aproximadamente, procede de otras empresas nacionales y otro 5 por 100 de empresas extran-

⁴ Datos obtenidos del Informe sobre Indicadores del Sistema Español de Ciencia y Tecnología (2000), realizado por el Ministerio de Ciencia y Tecnología.

⁵ En efecto, BUCKLEY (1988); BUCKLEY y CASSON (1976 y 1985) y CASSON (1987) advierten la existencia de mercados como los de tecnología o innovaciones en los que los incentivos para internalizar son muy fuertes, dadas las elevadas imperfecciones derivadas de la naturaleza de los productos intermedios que en ellos se negocian. Los elevados costes asociados a la organización de las transacciones en estos mercados justificaría la integración de las actividades dentro de la empresa.

CUADRO 8

**DISTRIBUCIÓN OBSERVADA DE LAS ALIANZAS
EN FUNCIÓN DEL SECTOR DE APLICACIÓN DE LA ALIANZA**

Período analizado	1986-1989	1990-1992	Enero 1991-marzo 1992	1993	1994-1999
Trabajo	García Canal (1992)	Rialp y Salas (1999)	Miranda (1992)	Sanchís y Urra (1994)	Estudio actual
Orden	Sectores	Sectores	Sectores	Sectores	Sectores
1	Financiero	Ordenadores y Semiconductores	Electrónica y Telecomunicaciones	Tecnol. Información	Telecomunicaciones y medios comunic.
2	Agroalimentario	Energía y agua	Energético	Automóvil	Servicios
3	Electrónica	Servicios	Automóviles y maquinaria	Biología	Financiero
4	Software	Financiero		Distr. Comercial	Agroalimentario
5	Energía y agua	Agroalimentario		Construcción	Construcción
6	Servicios	Construcción		Agroalimentario	Distribución
7					Energía y agua

FUENTE: Trabajos citados y elaboración propia.

geras. Estos datos son indicativos de que las empresas españolas realizan la mayor parte de la inversión en I+D con sus propios fondos, recurriendo en menor medida a la colaboración con otras empresas. Las razones de esta disminución de la cooperación tecnológica pueden estar relacionadas con la posibilidad de que las empresas españolas acusen el temor a la pérdida de su *know-how* tecnológico, dado que la naturaleza intangible de este tipo de conocimiento y la difícil gestión de las alianzas de I+D conllevan fuertes riesgos de apropiación por parte de los aliados. Por otro lado, la dificultad inherente a la gestión de alianzas tecnológicas y la escasa experiencia de las empresas españolas, podrían explicar su menor utilización como vía de aprendizaje⁶.

6. Conclusiones

Los resultados de nuestro estudio, realizado sobre una muestra de 611 acuerdos de cooperación, indican que los acuerdos domésticos (entre empresas españolas) han ganado importancia en los últimos años, aunque sigue siendo mayor el porcentaje de acuerdos de carácter internacional. Como más significativo, destacamos el incremento del número de acuerdos establecidos con socios latinoamericanos y norteamericanos respecto a los datos disponibles de años anteriores. En cambio, se observa una tendencia contraria en el número de acuerdos establecidos con empresas asiáticas y de Europa del Este. Lo importante de estos resultados es la coherencia de los mismos. En efecto, el incremento o la disminución del porcentaje de acuerdos establecidos con determinados socios extranjeros, coincide con la evolución de la situación económica de los países en cuestión. Así, la buena marcha de la econo-

⁶ Numerosos estudios destacan el papel de los acuerdos de cooperación como instrumento de aprendizaje y acceso a recursos tecnológicos. Véanse, por ejemplo, HAGEDOORN (1993); MOWERY, OXLEY y SILVERMAN (1996); PUCIK (1991); SHAN, WALKER y KOGUT (1994).

CUADRO 9

**DISTRIBUCIÓN OBSERVADA DE LAS ALIANZAS
EN FUNCIÓN DEL CAMPO DE APLICACIÓN**

Período analizado	1986-1989		1990-1992		1993 (1.º trimestre)		1994-1999	
Trabajo	García Canal (1992)		Rialp y Salas (1999)		Sanchís y Urra (1994)		Estudio actual	
Campo de aplicación	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
I+D	104	16	94	8,19	21	8	31	5,08
Producción	81	12	167	14,55	32	12,30	138	22,59
Marketing	157	24	282	24,56	74	28,40	179	29,29
Múltiple	321	48	605	52,70	120	45,9	263	43,04
Otros					14	5,40		
Total	663	100	1.148	100	261	100	611	100

FUENTE: Trabajos citados y elaboración propia.

mía norteamericana durante los últimos años de la década de los noventa y la liberalización de los regímenes de inversión directa extranjera en Latinoamérica podrían haber animado a las empresas españolas a establecer acuerdos de cooperación con empresas localizadas en estos países, mientras que la situación de recesión y crisis que están viviendo los países del este de Europa y de Asia podría haber reducido el interés de las empresas extranjeras en estos países y, por tanto, desincentivado el establecimiento de acuerdos de cooperación con las empresas localizadas en estos países.

Respecto a la estructura de las alianzas formadas por empresas españolas, constatamos la mayor importancia de los acuerdos formados por más de dos socios, así como el uso creciente de acuerdos contractuales en detrimento de otras formas más estructuradas como son los consorcios o las *joint ventures*. También, cabe destacar el predominio de los acuerdos de tipo horizontal, tanto competitivos como complementarios, si bien, se observa un aumento consi-

derable del número de acuerdos de carácter vertical complementario.

Por otra parte, los resultados de nuestro estudio parecen indicar que los sectores más activos en cuanto a la utilización de alianzas coinciden con aquellos que son más intensivos en tecnología (Telecomunicaciones, Energético) o con los que han experimentado importantes procesos de liberalización que han incrementado considerablemente la intensidad de la competencia y la aparición de oportunidades estratégicas (telecomunicaciones, medios de comunicación, energético, servicios, financiero, distribución). Asimismo, es cuanto menos destacable la importancia del sector agroalimentario en el establecimiento de alianzas en España, puesto que este sector se encuentra entre los más activos en todas las muestras consideradas en estudios previos, tanto en los basados en información publicada en la prensa como en los que han utilizado otras fuentes. Hay que tener en cuenta que las noticias que aparecen en la prensa económica suelen refe-

rirse a sectores muy concretos de nuestra economía (financiero, distribución, automoción, energía y agua, construcción, química, servicios y telecomunicaciones) y, por tanto, la mayor utilización de las alianzas en determinados sectores puede ser debido tanto a un aumento real del número de acuerdos establecidos en esos sectores, como a un mayor interés de la prensa por lo acontecido en ellos en detrimento de otros sectores en los que las principales empresas tienen menos notoriedad.

Finalmente, aunque siguen predominando los acuerdos que tienen por objeto más de una actividad, destaca la importancia de los acuerdos relacionados con las actividades de marketing entre las alianzas formadas por empresas españolas, característica consistente con los resultados de los estudios previos existentes, y la reducción del peso de los acuerdos relativos a actividades de I + D. Este último dato podría deberse al escaso uso que las empresas españolas dan a las alianzas como vía de aprendizaje tecnológico o a su temor con respecto a los riesgos de apropiación de conocimiento que son inherentes a los acuerdos de cooperación.

7. Algunas reflexiones para la investigación futura

No queremos finalizar sin antes exponer algunas reflexiones en torno a las condiciones sobre las que se ha desarrollado hasta ahora la investigación sobre alianzas entre empresas y sus implicaciones para afrontar el reto de avanzar en el conocimiento de este fenómeno en España de cara al futuro.

En primer lugar, cabe destacar que la gran variedad de formas que presenta la cooperación, la inexistencia en España de bases de datos rigurosas sobre la cooperación y la inexactitud y falta de consenso en la definición del concepto, no facilitan el análisis de la cooperación en España.

Por una parte, si bien la mayor parte de los autores están de acuerdo en considerar que el estudio de las alianzas no se puede limitar al de las filiales comunes, algunos extienden este término más que otros, incluyendo o excluyendo la subcontratación, las cesiones de licencias, los acuerdos de aprovisionamiento, los acuerdos de distribución a largo plazo, etcétera, sin que exista ninguna regla de inclusión generalmente aceptada. Incluso entre las *joint ventures*, o filiales comunes, hay quien sostiene que no siempre constituyen una verdadera alianza estratégica. En determinados casos, especialmente en los que se crea una *joint venture* internacional (con el propósito de expandir la actividad en el ámbito internacional mediante la adquisición de una participación de una empresa ya posicionada en el mercado de destino), el aliado local suele perder su autonomía y su independencia estratégica, quedando subordinado al socio más poderoso en la relación, de modo que se rompe una de las condiciones necesarias para caracterizar la operación como una alianza (Escribá, 1999; Dussauge y Garrete, 1999).

Por otra parte, mientras que las *joint ventures* o empresas conjuntas son fáciles de contabilizar, ya que corresponden a la creación de una sociedad (lo que permite recurrir a las fuentes estadísticas existentes), no existe un registro sistemático y oficial de las alianzas estratégicas, lo que hace que los datos se obtengan, en la mayor parte de los casos, a partir de noticias en la prensa. Esta práctica tiene numerosos inconvenientes. Los datos presentan sesgos de carácter sectorial y las noticias publicadas suelen referirse a sectores de actividad en los que predominan grandes grupos y empresas, cuyos hechos y acontecimientos resultan más interesantes al lector que las relacionadas con las PYME.

No obstante, pese a la incertidumbre respecto a la validez de las fuentes secundarias utilizadas, y las diferencias en las definiciones adoptadas, los resultados

de las diversas investigaciones son suficientemente convergentes en relación con las grandes tendencias del desarrollo de las alianzas. Este hecho, junto con las nuevas condiciones competitivas actuales y las expectativas sobre su evolución, constituyen razones suficientes como para sostener que el fenómeno de la cooperación entre empresas se ha instalado fuertemente entre las prácticas directivas con visos de mantenerse de modo permanente.

Por todo ello, consideramos que la investigación sobre el uso de la cooperación entre empresas por parte de las empresas españolas debe avanzar hacia el desarrollo de modelos que permitan explicar las condiciones de uso y las prácticas directivas y organizativas más apropiadas para aprovechar al máximo el gran potencial de esta opción estratégica. De esta forma, sería posible realizar un análisis más riguroso de los efectos de la cooperación sobre la competencia en los diferentes sectores, de su influencia sobre la competitividad de las empresas españolas y su utilidad como herramienta para la internacionalización de la actividad y la mejora de las capacidades de las empresas, incluyendo la capacidad de innovación.

Referencias bibliográficas

- [1] BUCKLEY, J. P. y CASSON, M. C. (1979): *The Future of the Multinational Enterprise*, McMillan, Londres.
- [2] BUCKLEY, J. P. y CASSON, M. C. (1985): *The Economic Theory of the Multinational Enterprise*, McMillan, Londres.
- [3] BUCKLEY, J. P. (1998): «The Limits of Explanation: Testing the Internalisation Theory of the Multinational Enterprise», *Journal of International Business Review*, volumen 19, páginas 181-193.
- [4] CARRASCO, M. C. (2000): «La banca española en Latinoamérica y la evolución reciente de los principales sistemas bancarios latinoamericanos», *Información Comercial Española. Revista de Economía*, enero-febrero, número 783, páginas 51-61.
- [5] CASANI, F. (1995): «Una aproximación empírica a la cooperación interempresarial en España», *Información Comercial Española. Revista de Economía*, octubre, número 746, páginas 104-117.
- [6] CASSON, M. C. (1987): *The Firm and the Market*, Basil Blackwell, Oxford.
- [7] COSTA, M. T. (1993): *EXCEL, Cooperación entre empresas y Sistemas Productivos Locales*, IMPI, Madrid.
- [8] DE MIGUEL y EGEA, R. (2000): «Evolución política de los países del centro y este de Europa desde la caída del muro de Berlín», *Información Comercial Española. Revista de Economía*, julio-agosto, número 786, páginas 9-23.
- [9] DEEDS, D. L. y HILL, C. W. L. (1996): «Strategic Alliances and the Rate of New Product Development», *Journal of Business Venturing*, volumen 11, páginas 41-55.
- [10] DI MAGGIO, P. J. y POWELL, W. W. (1983): «The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields», *American Sociological Review*, volumen 48, páginas 147-160.
- [11] DUSSAUGE, P. y GARRETTE, B. (1999): *Cooperative Strategy: Competing Successfully through Strategic Alliances*, John Wiley & Sons, Chichester, Reino Unido.
- [12] ESCRIBÁ, A. (1999): *Factores determinantes del comportamiento cooperativo en las alianzas entre empresas: un estudio cualitativo*, Tesis Doctoral no publicada, Universidad de Valencia, Valencia.
- [13] GARCÍA-CANAL, E. (1992): «La cooperación interempresarial en España: características de los acuerdos suscritos entre 1986 y 1989», *Economía Industrial*, número 314, páginas 113-122.
- [14] GARCÍA-CANAL, E. (1999): «Cooperative Agreements in Spain after Its Integration into the European Union», *European Business Review*, volumen 99, número 2, páginas 105-114.
- [15] GHEMAWAT, P., PORTER, M. E., y RAWLINSON, R. A. (1986): «Patterns of International Coalition activity», en PORTER, M. E. (Ed.), *Competition in Global Industries*, Harvard Business School Press, Boston, MA, páginas 345-365.
- [16] GOMES-CASSERRES, B. (1996): *The Alliance Revolution*, Harvard University Press, Cambridge, MA.
- [17] GULATI, R., NOHRIA, N. y ZAHEER (2000): «Strategic Networks», *Strategic Management Journal*, volumen 21, páginas 203-215.
- [18] HAGEDOORN, J. (1993): «Understanding the Rationale of Strategic Technology Partnering: Interorganizational Modes of Cooperation and Sectorial Differences», *Strategic Management Journal*, volumen 14 (5), páginas 371-385.

- [19] HAGEDOORN, J. y SCHAKENRAAD, J. (1994): «The Effect of Strategic Technology Alliances on Company Performance», *Strategic Management Journal*, volumen 15, páginas 291-309.
- [20] HARRIGAN, K. R. (1986): *Managing for Joint Ventures Success*, Lexington Books, Massachusetts.
- [21] JACQUEMIN, A., LAMMERANT, M y SPINOY, B. (1986): *Compétition Européenne et Cooperation entre Entreprises en Matière de Recherche-Développement*, Office des Publications Officielles des Communautés Européennes, Luxemburgo.
- [22] MARITI, P. y SMILEY, R. H. (1983): «Co-operative Agreements and the Organization of Industry», *The Journal of Industrial Economics*, volumen 31 (4), páginas 437-451.
- [23] MENGUZZATO, M. (1992): «La cooperación: una alternativa para la empresa de los 90», *Revista de Organización y Dirección*, octubre-noviembre, páginas 54-62.
- [24] MENGUZZATO, M. (1995): «La triple lógica de las alianzas estratégicas», en Cuervo, A. (Dir.): *Dirección de Empresas de los Noventa*, Civitas, Madrid, páginas 503-523.
- [25] MENGUZZATO, M. y RENAU, J. J. (1994): «La coopération interentreprises: un phénomène structuré», en DUS-SAUGE, P. y NOEL, A. (Eds.): *Perspectives en management stratégique*, (Tomo II) Economica, París, páginas 131-157.
- [26] MINISTERIO DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA, *Informe sobre «Indicadores del Sistema Español de Ciencia y Tecnología 2000»*.
- [27] MINISTERIO DE ECONOMÍA (2001): «La década perdida de la economía japonesa», *Boletín Económico de ICE*, número 2.698, del 16 de julio al 2 de septiembre, páginas 3-9.
- [28] MIRANDA, J. F. (1992): «Organización de los acuerdos de cooperación interempresarial en España y su entorno», *Economía Industrial*, (285) mayo-junio.
- [29] MITCHEL, W. y SINGH, K. (1996): «Survival of Businesses Using Collaborative Relationships to Commercialize Complex Goods», *Strategic Management Journal*, volumen 17, páginas 169-195.
- [30] MORRIS, D. y HEGERT, M. (1987): «Trends in International Collaborative Agreements», *Columbia Journal of World Business*, verano, páginas 15-21.
- [31] MOWERY, D. C., OXLEY, J. E. y SILVERMAN, B. S. (1996): «Strategic Alliances and Interfirm Knowledge Transfer», *Strategic Management Journal*, volumen 17, número especial, páginas 77-92.
- [32] NAVASCUÉS, M. (2000): «El nuevo paradigma de la economía americana. Argumentos y pruebas», *Información Comercial Española. Revista de Economía*, enero-febrero, número 783, páginas 21-31.
- [33] NOHRIA, N. y GARCÍA-PONT, C. (1991): «Global Strategic Linkages and Industry Structure», *Strategic Management Journal*, número especial de verano, volumen 12, páginas 105-124.
- [34] OSBORN, R. y BAUGHN, C. (1990): «Determinants of Interorganizational Relationships: Integration and Future Directions», *Academy of Management Review*, volumen 15, páginas 241-265.
- [35] OSBORN, R. y HAGEDOORN, J. (1997): «The Institutionalization and Revolutionary Dynamics of Interorganizational Alliances and Networks», *Academy of Management Review*, volumen 40 (2), páginas 261-278.
- [36] PUCIK, V. (1991): «Technology Transfer in Strategic Alliances: Competitive Collaboration and Organizational Learning», en AGMON, T. y VON GLINOW, M. A. (Eds.): *Technology Transfer in International Business*, Oxford University Press, Nueva York, páginas 121-142.
- [37] RIALP, A. y RIALP, J. (1996): «El papel de los acuerdos de cooperación en los procesos de internacionalización de la empresa española: un análisis empírico», *Papeles de Economía Española*, número 66, páginas 248-266.
- [38] RIALP, J. y SALAS, V. (1999): «Los acuerdos de colaboración en España (1990-1992): evidencias empíricas y modelo de integración», *Economía Industrial*, número 326, páginas 139-157.
- [39] SANCHIS, J. R. y URRRA, J. A. (1994): «Las alianzas estratégicas globales. Un estudio empírico», *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, volumen 3, número 2, páginas 83-102.
- [40] SHAN, W., WALKER, G. y KOGUT, B. (1994): «Interfirm Cooperation and Start-up Innovation in the Biotechnology Industry», *Strategic Management Journal*, volumen 15 (5), páginas 387-394.
- [41] VALDÉS, A. y GARCÍA CANAL, E. (1995): «Las empresas conjuntas y la pequeña empresa española: el caso de las acciones colectivas», *Información Comercial Española. Revista de Economía*, octubre, número 746, páginas 43-55.



INFORMACION COMERCIAL ESPAÑOLA

CUADERNOS ECONOMICOS

Ultimos números publicados:

- 51.-Mercado de trabajo y ciclo económico.
- 52.-Economía de las organizaciones.
- 53.-Mercados y tipos de cambio.
- 54.-Economía experimental.
- 55.-Especificación y evaluación de modelos econométricos (I).
- 56.-Especificación y evaluación de modelos econométricos (II).
- 57.-Política de defensa de la competencia.
- 58.-Las fuentes del crecimiento.
- 59.-Integración económica.
- 60.-Juegos dinámicos.
- 61.-Distribución de la renta y crecimiento económico.
- 62.-La Nueva Economía Política.
- 63.-Aspectos del mercado de trabajo español.
- 64.-Crisis y reformas de los sistemas de Seguridad Social: Temas a debate (I).
- 65.-Crisis y reformas de los sistemas de Seguridad Social: Temas a debate (II).
- 66.-Microeconometría y conducta:
Aplicaciones para el caso español.

Información y venta:

Paseo de la Castellana, 162-vestíbulo

28071 Madrid

Teléf. 91 349 36 47

Suscripción anual: 15€

