



## LAS GRANDES EMPRESAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN ESPAÑA

Joan-Eugeni Sánchez

Universidad de Barcelona

### Las grandes empresas de información y comunicación en España (Resumen)

Como todo poder, el poder empresarial asume un uso y organización territorial acorde con sus objetivos e intereses. No podía ser de otra manera con la emergencia de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) y la expansión de las actividades asimiladas. Empresarialmente se precisan grandes volúmenes de inversión para crear y mantener redes, de dimensión cada vez mayor en proporción a la dimensión territorial que se quiera abarcar, hasta la escala mundo, lo que refuerza la evidencia hacia la monopolización a escala mundial. De ahí la importancia de las grandes empresas en estos sectores y del poder de control que asumen sobre la producción y difusión de información en sentido amplio. Como base empírica se analiza la evolución de las grandes empresas de estas actividades en España entre 1973 y 2002.

**Palabras clave:** TIC, grandes empresas, España, poder empresarial, estructura territorial.

### The big information and communication enterprises in Spain (Abstract)

Entrepreneurial power, as every power, it adopts an use a territorial organization adapted to theirs aims and interests. Occurs the same with the emergency of information and communication technologies (ICT). From company perspective are necessary large levels of invest to create and maintain networks more and more biggest as far as world scale. Evidence towards monopoly practices is reinforced at world level. It is for this that the significance and control power achieve for large ICT companies on information (in large sense), production and diffusion. It is analysed empirically the evolution of large ICT companies in Spain during the last years.

**Keywords:** Information and communication technologies (ICT), big companies, Spain, entrepreneurial power, territorial structure.

### La sociedad de la información y las tecnologías de la información y comunicación (TIC)

Tratar de lo que ha dado en denominarse sociedad de la información, y su correspondencia con las tecnologías de la información y comunicación (TIC) es abordar uno de los hechos más trascendentes y significativos de los últimos decenios.

Considero que lo que configura el corpus de dicha sociedad de la información comprende la suma de la creación y difusión de conocimiento, información, datos, estadísticas, productos audiovisuales, creación de opinión, opiniones individuales o de grupo. Es decir “información” en sentido genérico. Pero para que se dé como hecho social es necesario que abarque el ciclo que comprende su producción, difusión, transmisión y acceso.

### Uno de los sectores punta de la innovación

Como es bien conocido, las innovaciones técnicas en los ámbitos de la microelectrónica, la digitalización y la informática, así como su maridaje con las telecomunicaciones -con Internet como ámbito paradigmático,

al que acompaña la telefonía móvil-, son las que constituyen el motor tecnológico de desarrollo de la sociedad de la información.

Este inmenso mundo recién descubierto presenta un potencial aún inexplorado y desconocido. Recordemos que el primer computador electrónico es del año 1947 (ENIAC), iniciándose la construcción de computadoras con transistores (BEI Labs) en 1955. El primer satélite de comunicaciones de órbita geoestacionaria (SYNCOM 3) se pone en servicio en 1963. En 1972 se efectúa la primera demostración pública de la nueva tecnología de red (ARPANET) que desembocará en Internet en los años 80. Será también en 1972 cuando se introduce la primera aplicación "estrella": el correo electrónico; mientras que la informática personal data su inicio comercial en 1976 (Apple II). El primer sistema comercial de telefonía móvil se implanta en Tokio en 1979 por la compañía NTT (Nippon Telegraph & Telephone Corp.). Los discos compactos (Audio Compact Discs (CD-DA)) son introducidos en el mercado de audio por primera vez en 1980 de la mano de Philips y Sony y en 1995 Sony, junto con otras nueve compañías (Philips, Mashusita, Toshiba, ...) unirán sus esfuerzos y crearan un estándar unificado para el formato DVD. Por poner ejemplos significativos de la rapidez y dimensión del cambio.

Es decir, en 50 años se trastocan radicalmente los modos y maneras de crear, difundir, acceder y recibir "información". Pero lo más importante son los efectos sociales, sin descartar los económicos, que la revolución de las TIC está teniendo y tendrá. Efectos de cambio y factores multiplicadores de innovación, pero también efectos multiplicadores de diferenciación social y territorial.

Como decimos, esta velocidad de cambio ha hecho del conjunto de todas las actividades vinculadas a las TIC el sector de innovación tecnológica más destacado del periodo. Al mismo tiempo, ha puesto a prueba la capacidad de cada territorio de integrarse en esta carrera de innovación, evidenciando con claridad ritmos muy distintos que han generado lo que ha dado en denominarse "*gap informacional*". Este *gap* tecnológico informacional se agranda por la propia lógica que la aceleración de la interdependencia de acciones genera, a medida que se introducen nuevos ámbitos y nuevas tecnologías.

### **Base tecnológica del proceso de globalización**

Lo que ha dado en llamarse globalización (mundialización), como proceso de integración de las acciones y relaciones a la escala mundo, se asienta tecnológicamente en las TIC. Éstas lo que aportan es la capacidad de acceder a cualquier punto del Planeta (a condición de que se disponga de las condiciones técnicas para ello), de forma instantánea (a tiempo real) y con posibilidad de respuesta inmediata (*on line*). De esta manera, donde estas tecnologías son aplicadas el tiempo se hace prácticamente cero y la distancia deja de tener significación. Cada vez más aspectos relacionales pueden darse/estar en todas partes y simultáneamente (globalizados).

Uno de los ejemplos más espectaculares de esta globalización está representado por la expansión de la tarjeta de crédito (o de débito) convertida en medio de pago universal instantáneo. Representa uniformizar el "dinero", convertido en dinero electrónico, con independencia de, y sobreponiéndose a, las monedas territoriales.

El problema que se presenta para la aplicación de estas potencialidades técnicas es el volumen de recursos que deben invertirse para poder intervenir en este proceso desde el punto de vista de la investigación, de la producción y de la distribución. Volumen de recursos que no está al alcance de cualquiera, incluidos ciertos Estados.

Pongamos como ejemplo el caso de la empresa estadounidense *VISA Corporation*. Las cifras globales de esta institución son "de vértigo": "VISA es aceptada en virtualmente todos los países del mundo (más de 150 países) por unos 21 millones de comerciantes, con un volumen de ventas anual de 2 billones de dólares. Cuenta con 21.000 instituciones financieras asociadas. Los bancos asociados han puesto en circulación más de 1 billón de tarjetas VISA aceptados por unos 700,000 cajeros automáticos en todo el mundo." (fuente: [www.visa.com](http://www.visa.com)). Parece claro que pretender introducirse en este mercado y poner en pie la infraestructura que se precisa para competir con las empresas ya consolidadas requeriría un poder económico previo de dimensiones espectaculares.

En estas circunstancias, y con independencia de los contenidos a poner en circulación, aparece una condición previa que es la disponibilidad de tecnología, así como la capacidad para crearla. Por ejemplo, se han

popularizado las informaciones meteorológicas captadas por satélites (con la telefotografía como estrella popular). En este proceso intervienen satélites, transmisión de datos (por telecomunicación), captación de la imagen, tratamiento informático, interpretación, reproducción y visualización. En ninguno de estos pasos es posible prescindir del uso de aparatos de alto coste que, además, requieren conocimientos y habilidades adecuados para su aplicación y uso, en general con requisitos de notables niveles científicos y técnicos de cualificación.

Por su parte los contenidos, aunque sean de creación, también deberán pasar por el filtro de las tecnologías y la cualificación profesional para posibilitar su inserción en las redes.

Se evidencia que movilizar todos los ámbitos que abarca la sociedad de la información -desde la producción al acceso-, no puede sostenerse sobre acciones individuales sino que requiere de la existencia de empresas que, individual o combinadamente, abarquen todo el proceso de investigación, producción, distribución y comercialización que el uso de estas complejas tecnología requiere. La intervención de la empresa pone sobre la mesa el tema del control sobre este sistema. Control a todos los niveles, tanto de creación y acceso a las tecnologías como de creación y acceso a los contenidos.

### **Las TIC y las actividades vinculadas**

Cuando nos adentramos en el mundo de la Sociedad de la información parece interesante considerar no sólo aquellas actividades que de una forma directa participan en el proceso, bien produciendo soportes bien creando contenidos de información y comunicación, sino también a aquel conjunto de actividades que actúa de forma vinculada, bien sea creando la base material sobre la que asentar los procesos productivos y de creación, bien sea como actividades de producción indirecta de información y comunicación. Así como aquellas que buscan crear mentalización y estados de opinión a través de la palabra, el sonido o la imagen.

Es por ello que introduciremos en nuestro análisis las actividades correspondientes a seis grandes sectores productivos como son: la electrónica; la fabricación de equipos informáticos; las aplicaciones informáticas; las telecomunicaciones; los medios de comunicación; y la publicidad.

### **El papel de las empresas**

Debemos aceptar que el papel de las empresas sobre la cotidianeidad de las TIC es de vital importancia pues, aun cuando Internet ofrece la apariencia de libertad absoluta en la introducción y circulación de cualquier tipo de “información” (escrita, visual o fonográfica), existen restricciones y filtros de diversa categoría que se interponen entre el emisor y el receptor potencial. Pero recordemos que Internet es solo un aspecto entre todos los que configuran las TIC.

En el ámbito de la producción podemos distinguir entre una producción formal y una producción informal. La producción informal sería aquella a la que Internet aporta la posibilidad de, con pocos medios y de forma individual, poner en la red material de producción o elaboración propia, aún cuando sea la redifusión de productos elaborados por otros, como ocurre con fotografías, música o películas (bajo formas más o menos claras de piratería). Aún así, es de esencial trascendencia y volumen la “información” producida formalmente por instituciones y empresas, sea ésta de presentación de sí mismas y de sus productos, sea de producción de “información” para el público, del tipo de las ediciones electrónicas de periódicos, de la oferta de música, de la cartografía digital, etc., sin olvidar el comercio electrónico.

Pero las TIC también han entrado en el mundo de la producción más allá de Internet. La programación informática ha trastocado el mundo de la gestión empresarial (empezando por la gestión contable), de la producción periodística, radiofónica y televisiva, de la edición escrita, de la producción musical, cinematográfica o cartográfica y del mundo del ocio. Programación, digitalización, simulación por ordenador, virtualidad, son prácticas que han subvertido el hacer de todos los campos de actividad existentes, al tiempo que han introducido, social y productivamente, nuevas actividades inexistentes hasta ese momento.

El establecimiento a mediados de los años 1990 de un ámbito bursátil específico para la “nueva economía” basada en las nuevas tecnologías (el Nasdaq) representa la asunción del potencial económico de estas actividades, sin que se haya visto afectado a medio y largo plazo la explosión de la burbuja bursátil por la que se vio afectada.

El control indirecto que este tipo de actividades ejerce y puede ejercer sobre el conjunto de la actividad económica y social es de especial trascendencia por cuanto, al estar insertadas muchas de estas actividades en los canales de difusión, sean técnicos o de producción de información, disponen de la capacidad de poder filtrar los contenidos que lleguen hasta el receptor.

Paralelamente, las dificultades o imposibilidad del acceso a las TIC por parte tanto de emisores como de receptores, aparece como otra limitación de trascendente importancia y efecto social.

Recordemos en este sentido lo comentado anteriormente sobre las consecuencias discriminadoras, tanto social como territorialmente, que el acceso a estas tecnologías se manifiesta en lo que ha dado en denominarse “gap informacional” que afecta a grupos sociales dentro de las sociedades desarrolladas, así como a territorios desde los cuales no se puede acceder a su uso, por cuestiones de falta de implantación y/o a la incapacidad económica para introducirla, como en muchas zonas de África y otros territorios similares. También podemos presentar como significativo de este control el ejemplo de cambio en las políticas informativas que se han producido entre la primera y segunda guerra del Golfo, con el rígido control ejercido por el ejército norteamericano en el segundo caso<sup>[1]</sup>.

### **La importancia de la dimensión en este tipo de empresas**

Así pues, dado que en los procesos formales la base de la acción y de la actividad está organizada por empresas, su papel e importancia devendrá esencial en el funcionamiento del sistema “informacional global”. Uno de los aspectos más importantes de la estructura empresarial estará vinculada a la dimensión de las empresas dentro de cada actividad.

La idea de globalidad en el sistema informacional la hemos vinculado a la capacidad de penetración a escala mundial que, en uno u otro grado, tienen los sistemas y las redes sobre los que se articulan las TIC y, consecuentemente, de las empresas que los establecen, los hacen funcionar y los abastecen. Pero para estar presente a escala mundial se requieren unas dimensiones mínimas de volumen respetable.

En este aspecto se observa la paradoja de que la libertad que aparentemente ofrece se asienta sobre una estructura empresarial que se articula sobre oligopolios y que aspira al monopolio. Por ello se observa que es uno de los ámbitos económicos que más requiere de la tutela política de los estados para proteger la competencia que pretende garantizar la libertad de mercado. Baste recordar el sinnúmero de procesos a los que se ve sometida la empresa Microsoft (que detenta el quasi monopolio mundial de los programas informáticos básicos de uso personal).

Ciertamente, es posible introducir en la red de Internet cualquier tipo de “información”, pero para acceder a ella debe hacerse a través de alguno de los buscadores o portales. Aun cuando hay gran diversidad de buscadores, en la práctica su uso constituye una forma oligopolista a escala mundial pues unos pocos - Google, Yahoo, Lycos, Altavista,...- acaparan la mayor parte de las búsquedas. Al efectuar una búsqueda se obtiene una lista de páginas web ordenada por criterios propios del buscador<sup>[2]</sup>, lo que significa una jerarquización de la información no controlada por el receptor. Pero tampoco nos permite el acceso a toda la información que dice haber encontrado<sup>[3]</sup>.

Por su parte, el correo electrónico no aporta mayor libertad de intercambio. Lo que cambia es la facilidad y la rapidez, pero igualmente el sistema de correos permitía dirigirse a cualquier destinatario en cualquier parte del mundo (con la misma condición que para Internet de que se estuviese localizado en algún lugar dentro del sistema “correos”, como ahora dentro del sistema “Internet”).

Otro ejemplo significativo de actividad oligopolista ligada a la aplicación de las nuevas tecnología la encontramos en el ejemplo citado de las tarjetas de crédito. Un número limitado de tarjetas (VISA, Mastercard, Dinners, American Expres), controlan el "dinero electrónico" a escala mundial, bien directamente bien a través de franquicias (empresas asociadas). El volumen de inversiones para esta organización a escala global viene compensada por el porcentaje que retienen de todas las compras mundiales con este medio de pago. Sin olvidar que las cuatro son empresas estadounidenses.

Así pues, podemos considerar que dos de los aspectos más importantes vinculados a la presión de la globalización/mundialización estarán representados por la necesidad de que deban constituir empresas de

grandes dimensiones para financiar el establecimiento de redes con tendencia a la escala mundial y la producción masiva a precios decrecientes.

En resumen, empresarialmente se precisan grandes volúmenes de inversión para crear y mantener redes, de dimensión cada vez mayor en proporción a la dimensión territorial que se quiera abarcar, hasta la escala mundo. De ahí la importancia de las grandes empresas en estos sectores.

Aquí podemos distinguir, cuanto menos, entre:

a) Redes físicas de comunicación –las vinculadas a las telecomunicaciones: compañías telefónicas de redes fijas o móviles.

b) Redes de comercialización: venta por Internet que debe estar acompañada de la logística de distribución de las mercancías cuando estas sean productos industriales corpóreos. Las empresas de transporte deberán serlo a la misma escala que la compañía comercializadora, hasta alcanzar la escala mundo para un comercio electrónico a esta escala.

c) Redes de comercialización con redes de soporte técnico de productos: productores de material informático, electrónico, de telefonía móvil: Microsoft, Hewlet Packard, Sony, Nokia, etc.

### **La producción masiva a precios decrecientes**

Las posibilidades aportadas por los procesos de producción industrial masiva, estandarizada y especializada, han incidido sobre el precio a la baja de estos productos industriales a través de una guerra de precios a escala mundial para el mercado mundo. Todo ello favorecido por la ampliación de la liberalización de los mercados mundiales bajo la dinámica de los acuerdos de la OMC (Organización Mundial del Comercio). Ello se consigue actuando de manera simultánea sobre los incrementos de productividad y sobre el uso de fuerza de trabajo de baja cualificación localizada en cualquier parte del mundo a condición de que los salarios sean bajos,

La masificación del consumo de equipos (de reproducción, computadoras, teléfonos móviles, consolas, etc.) y de soportes (CD, DVD, videojuegos, música, MP3,...) en un mercado competitivo prácticamente sin fronteras comerciales -lo que impulsa la competencia-, están incidiendo sobre una baja relativa de los precios, haciendo a su vez asequible para mayor número de población estos productos, lo que introduce una realimentación positiva en el sistema.

### **Las actividades TIC y vinculadas en la reciente evolución de la gran empresa en España**

Es en este contexto que nos proponemos analizar las actividades TIC y sus vinculadas a través de las mayores empresas que actúan en este ámbito en España<sup>[4]</sup>.

Metodológicamente se ha partido de la evolución de la composición interna de las 1000 mayores empresas para cada año según su volumen de negocio. Como criterio de continuidad de la serie se ha tomado como base la clasificación que desde 1972 mantiene interrumpidamente la publicación *Fomento de la Producción*, contrastada y complementada con otras fuentes. Ello permite conocer y valorar los cambios sectoriales que se han ido produciendo dentro del bloque dominante empresarial, al tiempo que posibilita aislar un sector cualquiera y contextualizarlo en relación con la evolución general.<sup>[5]</sup>

Efectuada esta salvedad, que procuraremos matizar siempre que sea posible, adentrémonos en la evolución de su papel como grandes empresas.

### **El papel de las grandes empresas**

Insistamos en que centrar la atención en las grandes empresas se asienta, por lo menos, en dos aspectos significativos. Primero por su papel en las relaciones de poder sobre la negociación con las Administraciones y con los usuarios individualizados. En segundo lugar, por su posición dominante con relación a las pequeñas y medianas empresas las cuales, en numerosos casos, actuarán como empresas auxiliares o dependientes.

Como no podía ser de otra forma, las grandes empresas TIC y sus vinculadas están presentes dentro del bloque de grandes empresas. Recordemos que como tal consideraremos el conjunto empresarial que comprende las actividades productivas: electrónica, fabricación de equipos informáticos, aplicaciones informáticas, telecomunicaciones, y medios de comunicación y publicidad.

*En su estructura*

La lectura del Cuadro 1 y las Figuras 1, 2 y 3 nos aproximan a la evolución estructural de estas actividades dentro del bloque empresarial dominante de las 1000 mayores empresas.

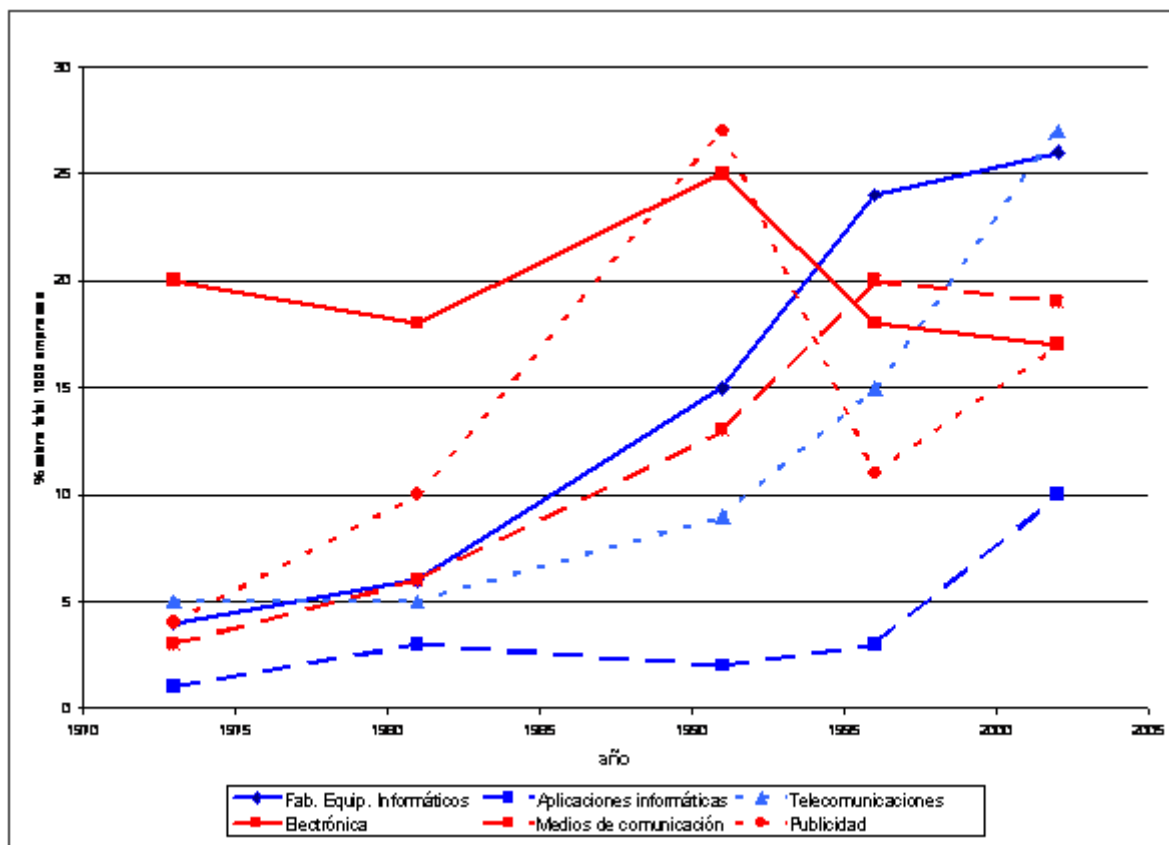
**Cuadro 1**

**Evolución de las empresas TIC y vinculadas por número de empresas, ingresos y empleos directos, dentro de las 1000 mayores empresas en España cada año**

Nº de empresas	Total					Distribución porcentual				
	1973	1981	1991	1996	2002	1973	1981	1991	1996	2002
Fab. Equip. Informáticos	4	6	15	24	26	0,1	0,6	1,5	2,4	2,6
Aplicaciones Informáticas	1	3	2	3	10	0,1	0,3	0,2	0,3	1,0
Telecomunicaciones	5	5	9	15	27	0,5	0,5	0,9	1,5	2,7
<b>Actividades TIC</b>	<b>10</b>	<b>14</b>	<b>26</b>	<b>42</b>	<b>63</b>	<b>1,0</b>	<b>1,4</b>	<b>2,6</b>	<b>4,2</b>	<b>6,3</b>
Electrónica	20	18	25	18	17	2,0	1,8	2,5	1,8	1,7
Medios de comunicación	3	6	13	20	19	0,3	0,6	1,3	2,0	1,9
Publicidad	4	10	27	11	17	0,4	1,0	2,7	1,1	1,7
<b>Actividades TIC</b>	<b>27</b>	<b>34</b>	<b>65</b>	<b>49</b>	<b>53</b>	<b>2,7</b>	<b>3,4</b>	<b>6,5</b>	<b>4,9</b>	<b>5,3</b>
<b>Total TIC y vinculadas</b>	<b>37</b>	<b>48</b>	<b>91</b>	<b>91</b>	<b>116</b>	<b>3,7</b>	<b>4,8</b>	<b>9,1</b>	<b>9,1</b>	<b>11,6</b>
<b>Ratio de actividades</b>	<b>96,3</b>	<b>95,2</b>	<b>90,9</b>	<b>90,9</b>	<b>88,1</b>	<b>96,3</b>	<b>95,2</b>	<b>90,9</b>	<b>90,9</b>	<b>88,1</b>
<b>Total</b>	<b>1.000</b>	<b>1.000</b>	<b>1.000</b>	<b>1.000</b>	<b>1.000</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Ingresos M€ (K=2002)</b>	<b>1973</b>	<b>1981</b>	<b>1991</b>	<b>1996</b>	<b>2002</b>					
Fab. Equip. Informáticos	1.173	1.985	5.729	6.744	8.633	0,7	0,8	1,8	1,8	1,4
Aplicaciones Informáticas	185	596	578	2.085	5.629	0,1	0,2	0,2	0,6	0,9
Telecomunicaciones	4.474	6.588	10.616	11.217	40.845	2,5	2,7	3,3	3,0	6,6
<b>Actividades TIC</b>	<b>5.832</b>	<b>9.169</b>	<b>16.923</b>	<b>20.046</b>	<b>55.107</b>	<b>3,3</b>	<b>3,7</b>	<b>5,3</b>	<b>5,4</b>	<b>8,9</b>
Electrónica	2.100	2.951	7.075	7.157	8.905	1,2	1,2	2,2	1,9	1,4
Medios de comunicación	313	577	3.340	4.840	8.171	0,2	0,2	1,0	1,3	1,3
Publicidad	179	698	5.150	2.863	5.396	0,3	0,3	1,8	0,8	0,9
<b>Actividades TIC</b>	<b>2.622</b>	<b>4.226</b>	<b>15.765</b>	<b>14.860</b>	<b>22.471</b>	<b>1,7</b>	<b>1,7</b>	<b>5,0</b>	<b>4,0</b>	<b>3,6</b>
<b>Total TIC y vinculadas</b>	<b>8.753</b>	<b>13.395</b>	<b>33.088</b>	<b>34.306</b>	<b>77.573</b>	<b>5,0</b>	<b>5,4</b>	<b>10,2</b>	<b>8,5</b>	<b>12,5</b>
<b>Ratio de actividades</b>	<b>166,670</b>	<b>233,045</b>	<b>292,260</b>	<b>333,320</b>	<b>543,644</b>	<b>96,0</b>	<b>94,6</b>	<b>89,8</b>	<b>90,5</b>	<b>87,5</b>
<b>Total</b>	<b>175.623</b>	<b>246.440</b>	<b>325.368</b>	<b>368.226</b>	<b>621.223</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Empleos directos</b>	<b>1973</b>	<b>1981</b>	<b>1991</b>	<b>1996</b>	<b>2002</b>					
Fab. Equip. Informáticos	7.953	10.114	19.252	15.422	18.423	0,5	0,7	1,4	1,1	0,8
Aplicaciones Informáticas	3.732	5.846	2.620	9.602	34.930	0,3	0,4	0,2	0,7	1,5
Telecomunicaciones	79.131	86.056	83.680	74.174	232.108	5,1	6,1	6,1	5,3	10,1
<b>Actividades TIC</b>	<b>90.816</b>	<b>102.016</b>	<b>105.552</b>	<b>89.198</b>	<b>285.461</b>	<b>8,2</b>	<b>7,2</b>	<b>7,8</b>	<b>7,0</b>	<b>12,4</b>
Electrónica	24.076	20.566	34.741	27.391	35.181	1,6	1,4	2,5	1,9	1,5
Medios de comunicación	5.543	7.359	16.403	22.844	38.383	0,4	0,5	1,2	1,6	1,7
Publicidad	1.329	1.099	4.711	2.320	11.379	0,1	0,1	0,3	0,2	0,6
<b>Actividades TIC</b>	<b>30.948</b>	<b>29.024</b>	<b>55.855</b>	<b>52.555</b>	<b>84.943</b>	<b>2,1</b>	<b>2,0</b>	<b>4,1</b>	<b>3,7</b>	<b>3,8</b>
<b>Total TIC y vinculadas</b>	<b>121.764</b>	<b>131.040</b>	<b>161.607</b>	<b>151.753</b>	<b>373.404</b>	<b>8,3</b>	<b>9,2</b>	<b>11,9</b>	<b>10,7</b>	<b>16,3</b>
<b>Ratio de actividades</b>	<b>1.352,574</b>	<b>1.289,754</b>	<b>1.200,796</b>	<b>1.259,958</b>	<b>1.921,392</b>	<b>91,7</b>	<b>90,8</b>	<b>88,1</b>	<b>89,3</b>	<b>83,7</b>
<b>Total</b>	<b>1.474.338</b>	<b>1.420.794</b>	<b>1.362.403</b>	<b>1.411.711</b>	<b>2.294.796</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Ingresos M€ (K=2002)</b>	<b>1973</b>	<b>1981</b>	<b>1991</b>	<b>1996</b>	<b>2002</b>					
Fab. Equip. Informáticos	293	331	382	281	332					
Aplicaciones Informáticas	185	199	269	695	563					
Telecomunicaciones	695	1.318	1.180	748	1.513					
<b>Actividades TIC</b>	<b>583</b>	<b>655</b>	<b>657</b>	<b>477</b>	<b>875</b>					
Electrónica	105	161	263	398	524					
Medios de comunicación	114	96	257	242	430					
Publicidad	120	70	213	260	317					
<b>Actividades TIC</b>	<b>108</b>	<b>124</b>	<b>249</b>	<b>303</b>	<b>424</b>					
<b>Total TIC y vinculadas</b>	<b>237</b>	<b>279</b>	<b>364</b>	<b>384</b>	<b>669</b>					
<b>Ratio de actividades</b>	<b>17,3</b>	<b>2,45</b>	<b>3,22</b>	<b>3,67</b>	<b>6,15</b>					
<b>Total</b>	<b>17,6</b>	<b>2,46</b>	<b>3,25</b>	<b>3,68</b>	<b>6,21</b>					
<b>Empleos directos</b>										
Fab. Equip. Informáticos	1.988	1.686	1.263	643	709					
Aplicaciones Informáticas	3.732	1.949	1.410	3.201	3.493					
Telecomunicaciones	15.626	17.211	9.298	4.945	8.591					
<b>Actividades TIC</b>	<b>21.346</b>	<b>20.846</b>	<b>11.971</b>	<b>9.589</b>	<b>12.793</b>					
Electrónica	1.204	1.143	1.390	1.522	2.089					
Medios de comunicación	1.848	1.227	1.262	1.142	2.020					
Publicidad	332	110	174	211	846					
<b>Actividades TIC</b>	<b>1.748</b>	<b>254</b>	<b>259</b>	<b>1.073</b>	<b>1.859</b>					
<b>Total TIC y vinculadas</b>	<b>3.297</b>	<b>2.730</b>	<b>1.776</b>	<b>1.668</b>	<b>3.219</b>					
<b>Ratio de actividades</b>	<b>1,405</b>	<b>1,355</b>	<b>1,321</b>	<b>1,386</b>	<b>2,114</b>					
<b>Total</b>	<b>1.474</b>	<b>1.421</b>	<b>1.362</b>	<b>1.412</b>	<b>2.295</b>					

**Figura 1**

**Evolución del número de empresas vinculadas a las TIC entre las 1000 mayores en España en cada año**



Lo primero que se observa (figura 1) es que las tres actividades directamente vinculadas a las TIC: fabricación de equipos informáticos, aplicaciones informáticas y telecomunicaciones han penetrado de forma contundente dentro del grupo de las 1000, con un crecimiento progresivo, especialmente a partir de inicios de los años 1990. En este grupo están recogidas tanto las empresas de oferta pública de servicios de telecomunicación como aquellas de soporte directo a esta actividad, como pueden ser, por ejemplo, las vinculadas a la fabricación de equipos de telefonía móvil o a la construcción de redes. Es especialmente significativo el proceso seguido por las empresas de telecomunicación que recogen los cambios habidos en aspectos de diversa significación dentro del mundo de las telecomunicaciones en general y en España en particular. Uno de tipo estructural empresarial a partir de 1998, con la liberalización del mercado de las telecomunicaciones que rompía con el monopolio de la Compañía Telefónica Nacional de España. Se introducía así la competencia en este sector. Un segundo aspecto de orden tecnológico con repercusión social se refleja en estos últimos años en la expansión de la telefonía móvil que ha llegado a superar en diversos aspectos a la propia telefonía fija, debido a los cambios de ámbitos y de usuarios que está propiciando. Un tercer aspecto está relacionado con la expansión de Internet, con las necesidades de aumento de capacidad en la transmisión de Información y con el incremento de modalidades de mensajes e información a transmitir: correo electrónico, música, imagen, películas, es decir todo mundo multimedia que circula en estos momentos por Internet.

La innovación y penetración social de las innovaciones tecnológicas se refleja en el mundo de la informática, bien sea en la fabricación distribución de equipos como en las necesidades de aportar aplicaciones informáticas de muy diverso tipo, desde las vinculadas al tratamiento de datos como el amplio y expansivo campo de la digitalización en escritura, cálculo, gráficos, dibujo, sonido o imagen.

Podemos decir que a partir de los 90 los incipientes pasos en la aplicación de las TIC que se estaban dando pasaron a convertirse en uno de los principales motores de innovación, penetración social y expansión empresarial sobre la base de incorporar actividades o bien inexistentes hasta ese momento (p.e. Internet) o bien subvertidas en su forma de realización (digitalización aplicada).

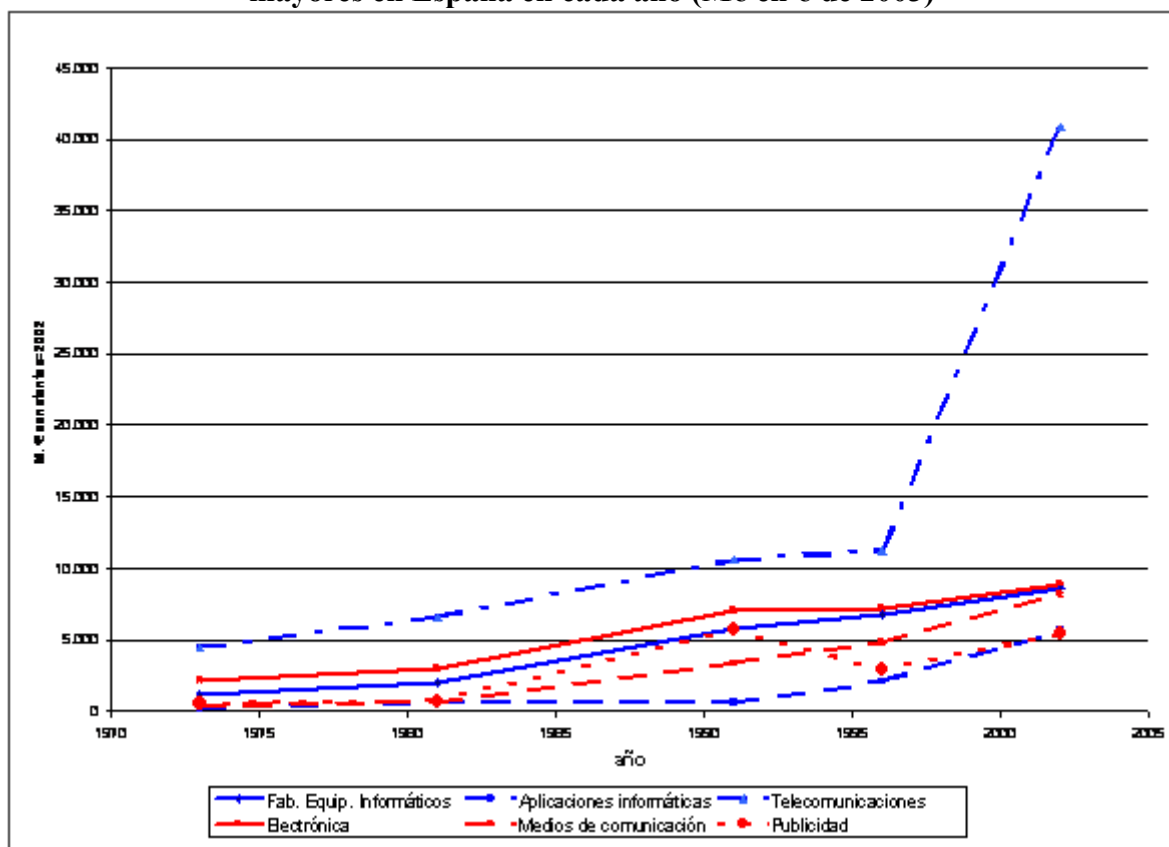
Las actividades que hemos considerado asimiladas muestran procesos diferenciados en función de características particulares de cada uno de ellas. Las actividades industriales de producción de equipos electrónicos diversos han seguido una evolución fluctuante con tendencia a limitar su participación como gran empresa, en contraste con el incremento permanente de presencia de empresas dedicadas a la fabricación-distribución de equipos informáticos. Las empresas de medios de comunicación afianzan su presencia hasta mediados de los 90, prácticamente estabilizándose a partir de este momento. Por su parte las

empresas del publicidad muestran una característica empresarial de tipo coyuntural, por lo que se ven afectadas de forma inmediata por las evoluciones del mercado y de la situación económica de cada momento. Para el caso español, hasta 1992 la modernización y expansión de la economía española hace aportar crecientes ingresos al mundo de la mercadotecnia, con un clímax coyuntural centrado en los grandes acontecimientos internacionales del 92 (exposición internacional de Sevilla, Juegos Olímpicos de Barcelona y capitalidad cultural de Madrid), pero desde finales del 92 se entra en un proceso de regresión económica que hace disminuir de forma apreciable la actividad en este sector, lo que se constata en la caída brusca de su presencia en el selecto grupo de las 1000. Los años a partir de 1994 representan un momento de transformación del sector de la publicidad, descenso de actividad y reestructuración interna que hace que baje su participación dentro del grupo empresarial que está considerando, pero que se recupera al ir avanzando hacia la actualidad, aunque sin alcanzar el volumen absoluto de los años iniciales del 1990.<sup>[6]</sup>

El resultado es que en su conjunto pasan de representar el 3,7% a constituir el 11,8 % del ámbito empresarial dominante. Es el resultado de pasar de 10 a 63 empresas TIC y de 27 a 55 empresas de las actividades vinculadas.

Al considerar su peso en ingresos (Figura 2) o en empleo (Figura 3) hace aparece elementos de evolución significativos de los cambios en la introducción y papel social de estas actividades. En conjunto es superior su peso en ingresos, y todavía más en empleo, que en número de empresas. El 11,8% de empresas agrupa el 12,6% de los ingresos y el 16,4% del empleo entre las 1000 empresas del grupo.

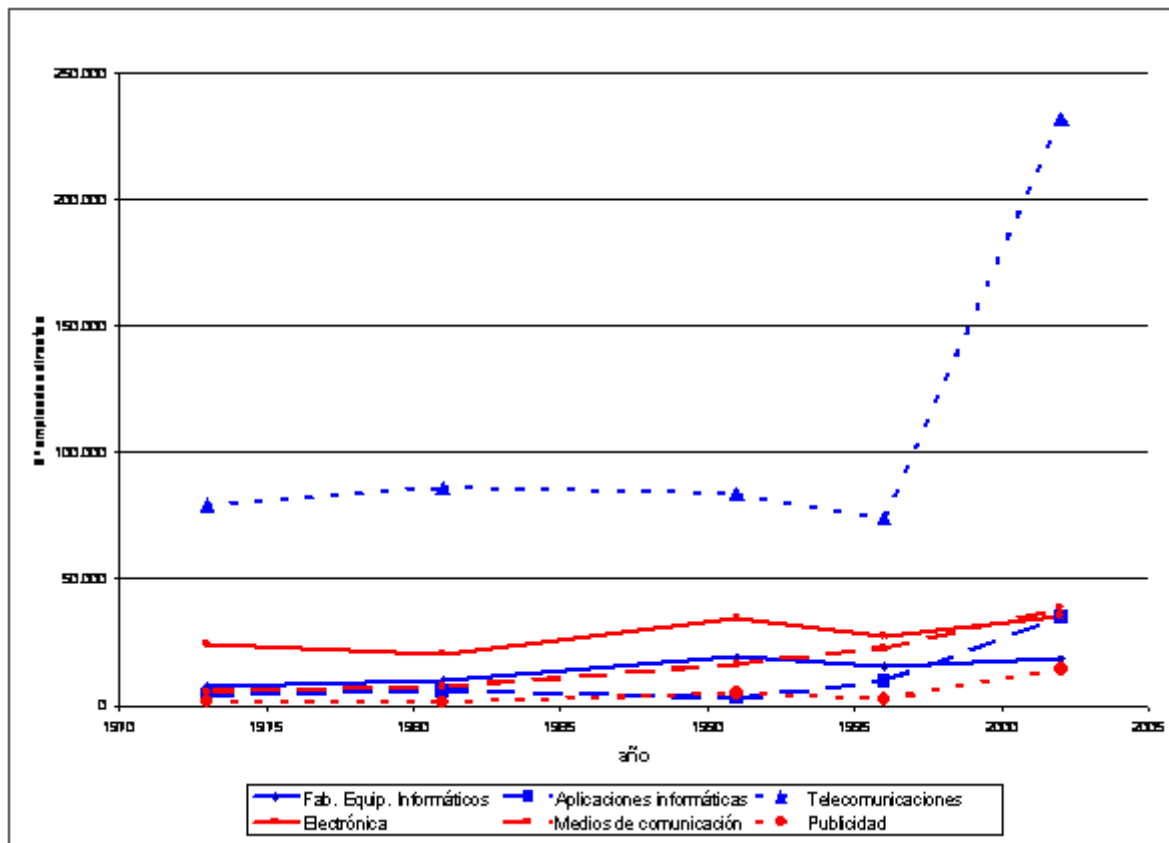
**Figura 2**  
**Evolución del volumen de negocio de empresas vinculadas a las TIC entre las 1000 mayores en España en cada año (M€ en € de 2003)**



**Figura 3**  
**Evolución del empleo directo en empresas vinculadas a las TIC entre las 1000 mayores en España en**



cada año.



El hecho más espectacular se vincula al crecimiento, tanto en ingresos como en empleo total, de las telecomunicaciones. Recordemos, el papel de la penetración de nuevas tecnologías (p.e. telefonía móvil) así como la liberalización del mercado de las telecomunicaciones señalada.

El crecimiento de las TIC directas en los 90 muestra que este período es de crecimiento empresarial que no se consolidará hasta alrededores del 2000. El crecimiento en el número de empresas no se refleja hasta ese momento como crecimiento por ingresos o por empleo. Por su parte las empresas vinculadas, más asentadas con anterioridad no reflejan la misma fase expansiva y de consolidación. En todos los casos de las TIC directas la apertura de mercados y de competencia las convierte en empresas de dimensión media más pequeñas. Por ejemplo, el paso del monopolio de la Compañía Telefónica a la competencia entre proveedores dará como resultado empresas de tamaño medio en empleo más pequeñas, aún cuando el volumen de negocio individual se acreciente en todas estas actividades. Por su parte las empresas vinculadas a las TIC tienden a la concentración, con mayor número de empleos por empresa, aún cuando no es tan claro que el crecimiento en productividad con relación a los ingresos sea proporcional. Recordemos la caída de precios que la competencia local e internacional provoca en los productos industriales. Es decir, necesidad de empresas mayores para resistir la caída de los precios y la competencia.

Un proceso empresarial paralelo es el de la externalización de actividades por parte de las empresas en actividades internas muy concretas o especializadas (desde la limpieza o la seguridad al asesoramiento de todo tipo).

*En su localización concentrada*

La estructura de poder se relaciona de manera directa con la localización territorial, evidencia que se manifiesta con toda claridad en el caso de la distribución de los centros de decisión de las empresas TIC sobre el territorio español, tal como reflejan los Cuadros 2-1 y 2-2 y la Figura 4. Lo que se percibe es una dualidad de concentración en Madrid y Barcelona pero con un claro dominio de Madrid tanto de factores cuantitativos como cualitativos.

**Cuadro 2-1**  
**Localización de las sedes empresariales de las grandes empresas vinculadas a**

## las TIC (nº de empresas)

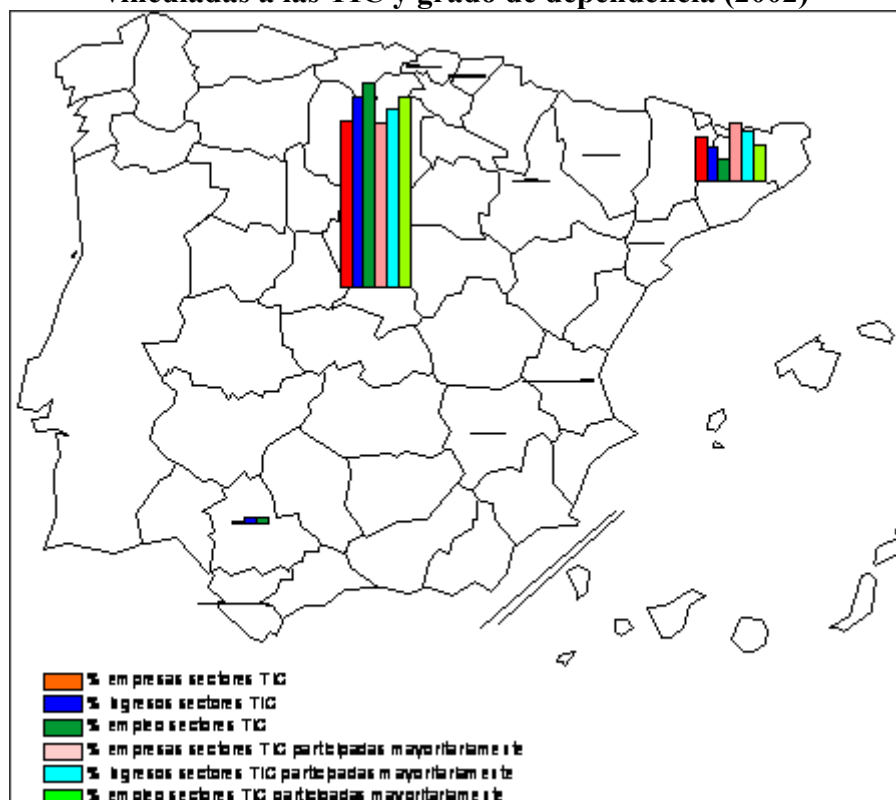
Provincia	Empresas de sectores TIC			Empresas de sectores TIC participadas mayoritariamente		
	nº empresas	Ingresos K€=2002	Plantilla	Empresas participadas	Ingresos participadas	Plantilla participadas
<b>1973</b>						
Madrid	19	6.925,1	98.994	10	3.418,3	32.428
Barcelona	16	1.570,8	17.855	5	475,4	6.162
Sevilla	1	185,0	3.732			
Guipúzcoa	1	72,2	1.183			
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>8.753,2</b>	<b>121.764</b>	<b>15</b>	<b>3.893,7</b>	<b>38.590</b>
<b>1991</b>						
Madrid	67	27.596,9	141.847	36	11.822,7	32.286
Barcelona	21	4.739,9	15.427	16	3.441,5	9.496
Sevilla	1	440,5	2.710			
Cádiz	1	84,3	900	1	84,3	900
Navarra	1	226,0	723	1	226,0	723
<b>Total</b>	<b>91</b>	<b>33.087,7</b>	<b>161.607</b>	<b>54</b>	<b>15.574,4</b>	<b>43.405</b>
<b>2002</b>						
Madrid	82	62.922,0	325.821	43	18.860,6	39.769
Barcelona	23	11.071,7	34.002	16	5.491,4	7.939
Sevilla	2	1.757,3	9.529			
Zaragoza	1	373,4	136			
Vizcaya	2	345,8	683			
Albacete	1	241,1	110			
Valencia	1	224,8	833	1	224,8	833
Cádiz	1	221,0	500	1	221,0	500
Huesca	1	184,1	120			
Guipúzcoa	1	122,8	1.400			
Tarragona	1	114,8	270			
<b>Total</b>	<b>116</b>	<b>77.578,8</b>	<b>373.404</b>	<b>61</b>	<b>24.797,8</b>	<b>49.041</b>

**Cuadro 2-2**  
**Localización de las sedes empresariales de las grandes empresas**

## vinculadas a las TIC (valores relativos)

Provincia	Empresas de sectores TIC			Empresas de sectores TIC participadas mayoritariamente		
	n° empresas	Ingresos K€=2002	Plantilla	Empresas participadas	Ingresos participadas	Plantilla participadas
<b>1973</b>						
Madrid	51,4	79,1	81,3	66,7	87,8	84,0
Barcelona	43,2	17,9	14,7	33,3	12,2	16,0
Sevilla	2,7	2,1	3,1			
Guipúzcoa	2,7	0,8	1,0			
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>1991</b>						
Madrid	73,6	83,4	87,8	66,7	75,9	74,4
Barcelona	23,1	14,3	9,5	29,6	22,1	21,9
Sevilla	1,1	1,3	1,7			
Cádiz	1,1	0,3	0,6	1,9	0,5	2,1
Navarra	1,1	0,7	0,4	1,9	1,5	1,7
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>2002</b>						
Madrid	70,7	81,1	87,3	70,5	76,1	81,1
Barcelona	19,8	14,3	9,1	26,2	22,1	16,2
Sevilla	1,7	2,3	2,6			
Zaragoza	0,9	0,5	0,0			
Vizcaya	1,7	0,4	0,2			
Albacete	0,9	0,3	0,0			
Valencia	0,9	0,3	0,2	1,6	0,9	1,7
Cádiz	0,9	0,3	0,1	1,6	0,9	1,0
Huesca	0,9	0,2	0,0			
Guipúzcoa	0,9	0,2	0,4			
Taragona	0,9	0,1	0,1			
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Figura 4**  
Localización de las sedes empresariales de las grandes empresas vinculadas a las TIC y grado de dependencia (2002)



Con el paso de los años la expansión de las actividades TIC y asimiladas hemos visto que ha sido creciente - desde 37 a 116 empresas en el periodo de 30 años que se está considerando-. Ello a dado ocasión para que mayor número de provincias pudiese acoger alguna gran empresa de estas características. Se pasa de 4 provincias en 1973 a 11 provincias en 2002 pero, en la medida en que el crecimiento de Madrid es sustancial -de 19 a 82 empresas-, el grado de concentración en la capital del Estado pasa del 51% a casi el 71% en número de empresas, haciendo aumentar, aunque en menor proporción su peso relativo en ingresos y plantillas ya que sólo se aumenta 2 puntos en ingresos (de 79,1% a 81,1%) y 6 puntos en empleo (83,1% a 87,3%). Esta situación expresa que se trata en su conjunto de empresas más potentes y de mayores dimensiones tanto en volumen de negocio como en ocupación directa.

Si en 1973 Barcelona agrupaba el 43,2% de este tipo de empresas, de dimensión media muy inferior (frente a un 17,9% de ingresos y 14,7% de plantilla), su ritmo de evolución aún cuando creciente lo ha hecho en una proporción claramente inferior a la de Madrid, disminuyendo su peso relativo en el conjunto español. De 43,2 % a 19,8% en número de empresas, de 17,9% a 14,3% en ingresos y del 14,7% a 9,1 % en plantilla directa.

El resto de las escasas provincias con alguna empresa de estas características se sitúa en valores marginales de una o dos empresas por año. Es decir, la difusión por algunas provincias es puramente nominal, ya que no representa ninguna redistribución real, sino todo lo contrario.

Lo que podemos extraer de estos datos es la tendencia creciente a la concentración unipolar en la estructura de poder de este tipo de actividades TIC. Tengamos en cuenta que son las actividades que representa en estos momentos uno de los ámbitos con mayor poder de modernización e innovación en el conjunto de todos los sectores productivos. Ello se constata no sólo por el creciente peso de Madrid, sino en la limitada capacidad de expansión del otro polo que es Barcelona y la nominal ampliación de otras localizaciones. Y ello a pesar del proceso de privatización y de incrementó de empresas en competencia en ámbitos como las telecomunicaciones y ciertos medios de comunicación (TV).

Lo que se evidencia, es que un proceso de cierto reparto del poder político, representado por la configuración del Estado de las Autonomías, que tiene lugar dentro del período que se está considerando no ha conllevado, sino todo lo contrario, una descentralización económica y, consiguientemente, de poder a través de la localización de los centros de decisión empresarial. Entre el 70% y el 90% se concentra en un solo territorio. Lo esencial de este proceso no es la pérdida de peso relativo de Barcelona, hecho lógico si se hubiese producido una redistribución territorial del poder en el ámbito español, sino la creciente concentración en un punto, como proceso ininterrumpido, por encima de los cambios políticos que en apariencia tendían a potenciar un reequilibrio territorial.

9.3. En la dependencia empresarial y las condiciones de poder ¿Dónde se sitúa el poder real de estas actividades? ¿A la concentración territorial deberemos sumarle un incremento de la dependencia? El Cuadro 3 muestra que, efectivamente, el aumento de dependencia respecto a capitales extranjeros ha ampliado con tendencia al control absoluto.

### **Cuadro 3** **Clasificación de las empresas TIC según la actividad y** **participación extranjera en el capital**

Porcentaje de participación	Empresas TIC					Total Empresas				
	1973	1981	1991	1996	2002	1973	1981	1991	1996	2002
menor al 50%	5	6	14	15	21	104	96	113	118	97
del 50% al 99%	9	10	18	5	7	126	124	121	83	67
100%	6	12	36	46	54	76	126	287	351	378
Total participadas	20	28	68	66	82	306	346	521	552	542
Sin participación	17	20	23	25	34	694	654	479	448	458
Total empresas	37	48	91	91	116	1000	1000	1000	1000	1000

Porcentaje de participación	Porcentaje dentro de cada año de emp. TIC					Porcentaje emp. TIC sobre total empresas				
	1973	1981	1991	1996	2002	1973	1981	1991	1996	2002
menor al 50%	13,5	12,5	15,4	16,5	18,1	4,8	6,3	12,4	12,7	21,6
del 50% al 99%	24,3	20,8	19,8	5,5	6,0	7,1	8,1	14,9	6,0	10,4
100%	16,2	25,0	39,6	50,5	46,6	7,9	9,5	12,5	13,1	14,3
Total participadas	54,1	58,3	74,7	72,5	70,7	6,5	8,1	13,1	12,0	15,1
Sin participación	45,9	41,7	25,3	27,5	29,3	2,4	3,1	4,8	5,6	7,4
Total empresas	100	100	100	100	100	3,7	4,8	9,1	9,1	11,6

De 54,1% empresas participadas en 1973 se ha pasado a 70,7% en 2002 dentro de este tipo de empresas. Pero lo más significativo es que el control mayoritario sobre el capital aumenta del 40,5% al 50,6% durante este período, evolucionando claramente hacia un poder absoluto en la medida en que en 1973 el 16,2% de las empresas estaban bajo control absoluto del capital extranjero y llegado 2002 este control se efectuará sobre el 46,6%. En otras palabras, sobre 116 empresas registradas 61 bajo dominio absoluto o mayoritario (54 y 7 respectivamente).

Por su parte las empresas con participación minoritaria, que podrían representar un papel de entronque en el proceso interno de internacionalización de la empresa española no alcanzan al 20 % (18,1% en 2002). Lo que significa haber pasado de 5 a 21 empresas, mientras que aquellas no involucradas con el capital internacional pasan de 17 a 34 (disminuyendo de constituir el 45,9% al 29,3%).

En la dependencia geográfica ¿Desde dónde se toman las decisiones de alcance en las actividades exponente de la mayor innovación y modernidad? Para ello disponemos del Cuadro 4 en el que quedan reflejados los países/áreas, que han tomado posiciones dentro de España, así como las actividades a las que se han dirigido.

#### Cuadro 4 Procedencia de los capitales extranjeros invertidos en las grandes empresas vinculadas a las TIC

País de procedencia	Número de empresas controladas por 1.000 mayores																					
	1973							1991							2002							
	1.1	2.A	3.T	4.E	5.C	6.P	Total	1.1	2.A	3.T	4.E	5.C	6.P	Total	1.1	2.A	3.T	4.E	5.C	6.P	Total	
Francia				1			1	1			2		5	8			1	2	3	1	2	9
Alemania				1			1	1		1				2			1					1
Inglaterra				1			1	1				2	2	5			3		1		4	8
Italia	1			1			2				1	1		2			3		1		1	5
Holanda				2			2	1	1	6		2		10	1			1				2
Suecia			1				1			1				1			1					1
Reino Unido								1						1			1					1
Cap. varios Países Europeos										1				1	1	1			2			4
Total capital europeo	1	0	1	6	0	0	8	5	0	2	11	3	9	30	2	3	10	4	5	7		31
EE.UU./Canadá	3		1	4			8	6	2	1			12	21	10	2	3	2	1	7		25
Japón y países sudeste asiáticos								2		5			7	14	6	1		7				14
Capital internacional de varios Países			2				2			4	1	2	9	18			8	2				12
Total empresas participadas	4	0	4	10	0	0	18	13	0	6	21	4	23	67	18	6	21	15	6	16		82
Sin datos				1		1	2						1	1								
Sin participación			1	10	2	4	17	2	2	3	4	9	3	23	8	4	6	2	13	1		34
Total empresas	4	1	5	20	3	4	37	15	2	9	25	13	27	91	26	10	27	17	19	17		116

País de procedencia	Valores relativos por actividad																					
	1973							1991							2002							
	1.1	2.A	3.T	4.E	5.C	6.P	Total	1.1	2.A	3.T	4.E	5.C	6.P	Total	1.1	2.A	3.T	4.E	5.C	6.P	Total	
Francia				5			3	7			8		19	9			10	7	18	5	12	8
Alemania				5			3	7			4		2	2			10					1
Inglaterra				5			3	7				15	7	5				11		5	24	7
Italia	25			5			5				4	8	2	2				11		5	6	4
Holanda				10			5	7		11	24		7	11	4				6			2
Suecia			20				3			11			1	1								1
Reino Unido							0	7					1	1								1
Cap. varios Países Europeos							0				4		1	1	4	10			11			3
Total capital europeo	25		20	30			22	33		22	44	23	33	33	8	30	37	24	26	41		27
EE.UU./Canadá	75		20	20			22	40		22	4		44	23	38	20	11	12	5	41		22
Japón y países sudeste asiáticos							0	13			20		8	8	23	10		41				12
Capital internacional de varios Países			40				5			22	16	8	7	10			30	12		12		10
Total empresas participadas	100	0	80	50	0	0	49	87	0	67	84	31	85	74	69	60	78	68	32	94		71
Sin datos				20		33	5						4	1								0
Sin participación	0	100	0	50	67	100	46	13	100	33	16	69	11	25	31	40	22	12	68	6		29
Total empresas	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100		100

- 1.1 - Fabricación Equipos Informáticos  
2.A - Aplicaciones Informáticas  
3.T - Telecomunicaciones  
4.E - Electrónica  
5.C - Medios de comunicación  
6.P - Publicidad

Desde una presencia exclusivamente europea y norteamericana en 1973 se evoluciona hacia la penetración japonesa primero y el conjunto del sudeste asiático después a partir de los años 1980. Como corresponde a actividades potencialmente innovadoras se constata sólo la presencia desde los territorios más desarrollados tecnológicamente.

El conjunto europeo es el más activo en este sentido, situando su presencia sobre el 27% de estas empresas en 2002, habiendo pasado de 8 a 31 empresas, especialmente desde Francia, Reino Unido e Italia.

Si en 1973 el mayor peso se concentraba en actividades de tipo industrial como la electrónica, la evolución lleva a un crecimiento más rápido en el sector de las telecomunicaciones y de la fabricación de equipos informático y a una disminución de la electrónica.

Mientras Europa se dirige principalmente hacia actividades de telecomunicaciones y publicidad, representando en su conjunto el control directo o indirecto del 27% de todas las actividades, Estados Unidos lo hace sobre la fabricación de equipos informáticos y la publicidad, con un control en conjunto sobre el 22% de empresas. Por su parte Japón y los países del sudeste asiático se concentran en actividades de índole más industrial, como la fabricación de equipos informáticos o la electrónica, pasando de no tener presencia en 1973 a controlar el 12% de empresas en 2002. Se constata igualmente la mayor presencia de capitales de composición internacional tanto a escala europea como a escala mundial, que pasa a representar el 13% del total.

Aún cuando en su conjunto ya sabemos que las empresas de capital exclusivamente español han disminuido su presencia, desde el 46% al 29%, cabe señalar cierta recuperación en cuanto a número de empresas entre 1991 y 2002. En total se ha evolucionado desde 17, 23 y finalmente 34 empresas de capital español. Lo interesante es ver los cambios en las diversas actividades, ya que si en 1973 estaban presentes 10 empresas de electrónica y 4 de publicidad estas dos actividades han prácticamente desaparecido en 2002 (permaneciendo 2 y 1 respectivamente).

En conjunto se verifica una presencia mayoritaria de la industria japonesa y del sudeste asiático en electrónica y de Europa y de Estados Unidos en publicidad, controlando respectivamente el 41% de estas actividades. La mayor presencia española se centra en medios de comunicación (controlados al 68%) y aplicaciones informáticas (40%, que equivale a 4 de las 10 empresas presentes en el ranking).

El 53% de control mayoritario absoluto, más el 18% de participación minoritaria, lleva a un total del 71% de empresas, más de los dos tercios, de estas actividades punta de la innovación. Se refleja un panorama poco halagüeño sobre la base de la tendencia al control absoluto.

*La función estratégica de estas actividades: Un debate superado por la realidad.*

Para terminar me gustaría referirme al recuerdo del debate histórico sobre el papel estratégico de las telecomunicaciones, que ahora podría extenderse, en mayor o menor grado, a todo el conjunto de actividades TIC vinculadas. Las comunicaciones y telecomunicaciones han acumulado históricamente un largo debate sobre su papel estratégico en la defensa y control del territorio nacional. Baste recordar para el caso español el resultado de esta polémica, a mediados del siglo XIX, aplicado al ancho de vía del ferrocarril, resultado de un cambio de dimensión respecto al europeo con el objetivo de evitar una invasión extranjera que pudiese servirse de este medio de transporte. (Debía estar demasiado cerca la invasión francesa de principios de ese siglo). En el siglo XX este mismo debate, ahora aplicado al control empresarial, se repite sobre las telecomunicaciones: los defensores de la nacionalización aducen la importancia de que la red telefónica y telegráfica este en manos de la Administración del Estado para garantizar su control y evitar que pueda caer en manos privadas y/o extranjeras un sistema tan esencial para el control del territorio y la soberanía. En el año 1969 continuaba incentivándose este debate<sup>[7]</sup>.

A estas alturas del siglo XXI, y después de haber asistido a la expansión y consolidación de las tesis de la libertad de mercado y del proceso de mundialización-globalización, estos debates han sido superados por la dinámica de la propia realidad. Frente a la "ineficacia" de la empresa nacionalizada se ha impuesto la privatización competitiva. Frente a las tesis del "control nacional" se vive la globalización económica, con cierto temor social a la globalización privada. Aquí no caben discursos defensivos territoriales. De hecho la privatización de la Compañía Telefónica la ha reconvertido en una empresa expansiva a escala internacional.

El proceso de incorporación de las actividades informáticas, y su expansión en Internet, se han producido ya dentro de la retórica del mercado y de la globalización sin que se hayan visto afectadas por estos debates, pero han dado, resultado situaciones *quasi monopolísticas* a escala mundial: Windows de Microsoft - incorporando Internet Explorer- en programas informáticos de uso personal; Intel en microprocesadores; Google y Yahoo en buscadores en Internet a escala mundial; VISA en las tarjetas de crédito operando en el ámbito planetario; CNN como emisora de noticias de referencia mundial, por poner unos ejemplos.

En otro terreno la pérdida del monopolio estatal de televisión a través de TVE, sobre la base de la "ideología de la competencia", que debía dar como frutos un incremento de oferta y un incremento de calidad, se ha resuelto con una expansión "ideológico monopolística" a través de la penetración privada de la manera de hacer del modelo de televisión "berlusconi". Este modelo a contaminado todas las televisiones de ámbito estatal arrastrándolas a una competencia a la baja para atraer espectadores, y con ellos publicidad. Competencia a la baja que ni la televisión estatal pública ha podido o sabido evitar. Esta presencia afecta a la esencia cultural en el territorio, en este caso a través muy especialmente del cultivo de las bajas pasiones individuales que se ha convertido en un planteamiento uniformizador (monopolismo) de todas las cadenas de televisión<sup>[8]</sup>. Este modelo parte de las mismas premisas ideológicas-mercantiles que los modelos de publicidad, relaciones públicas o campañas electorales, también bajo un modelo único-monopolístico de mercado, que recurren constantemente a potenciar el consumo innecesario, o a vender a las personas, a los políticos y a las políticas como un producto de consumo casi de usar y tirar<sup>[9]</sup>

## ¿Conclusiones?

Creo que podemos constatar que no hay conclusiones sino procesos que podemos resumir en unos pocos puntos:

- Expansión acelerada de las actividades TIC y asimiladas desde su reciente aparición.

- Problemas en relación con el control a todos los niveles, tanto de creación y acceso a las tecnologías como de creación y acceso a los contenidos.
- Este *gap* tecnológico informacional se agranda por la propia lógica que la aceleración de la interdependencia de acciones genera, a medida que se introducen nuevos ámbitos y nuevas tecnologías
- Necesidad de que deban constituirse empresas de grandes dimensiones para financiar el establecimiento de redes competitivas a la escala mundial y con producción masiva a precios decrecientes.
- Capacidad para poder filtrar los contenidos que lleguen hasta el receptor
- En el sector TIC y asimilados se constata en España una pérdida de peso de las actividades más vinculadas a los procesos industriales dentro de este ámbito (electrónica).
- Tendencia a la concentración empresarial.
- Establecimiento de los centros de creación y difusión de estas tecnologías y sus aplicaciones basándose en los territorios más desarrollados.
- Tendencia a la concentración territorial.
- Tendencia al monopolio empresarial e ideológico

En resumen, empresarialmente se precisan grandes volúmenes de inversión para crear y mantener redes, de dimensión cada vez mayor en proporción a la dimensión territorial que se quiera abarcar, hasta la escala mundo. De ahí la importancia de las grandes empresas en estos sectores y del poder de control que asumen sobre la producción y difusión de información en sentido amplio.

## Notas

[1] Puede leerse al respecto el libro publicado por Eduardo Sanjuán, *Detrás de la cámara*, Barcelona, Ed. Salvat, 2002, sobre las dificultades e impedimentos para poder efectuar una información directa y personal en las zonas en conflicto

[2] Los criterios de ordenación también pueden ser manipulados. Véase los consejos contenidos en la web [http://www.dominiospromocion.com/altas\\_secretos\\_trucos\\_buscadore.htm](http://www.dominiospromocion.com/altas_secretos_trucos_buscadore.htm) para situarse en buenas posiciones.

[3] Si pedimos a Google que nos busque las páginas con el contenido “sociedad de la información” nos indica que ha encontrado aproximadamente 1.530.000, pero solamente nos da acceso a 804. Yahoo por su parte dice haber encontrado 392.000 y sólo permite el acceso a 1000. Lycos igualmente abarca la presentación de las 1000 primeras páginas encontradas por su buscador.

[4] La presente comunicación se enmarca dentro de un proyecto más amplio en el que vengo estudiando la evolución de las grandes empresas en España desde 1973. Un primer trabajo, correspondiente al período 1973-1994, dio lugar al libro: *La gran empresa en España. Un proceso de dependencia y concentración*; Madrid, Consejo Económico y Social, así como a diversos artículos. Actualmente estoy trabajando hasta el año 2004.

[5] El texto recogido en el nº146 (091) de *Scripta Nova*, corresponde a un análisis en este mismo contexto socio-empresarial-territorial referido a “*El mercado inmobiliario y los promotores: cambios en la gran empresa inmobiliaria*”

[6] Recuérdese que la evolución que se presenta no se refiere a la creación o desaparición de empresas, sino a su presencia en el selecto grupo de las 1000 más importantes cada año en el conjunto de la economía volver española. Prueba de ello es que cuando se volvió a recuperarse la dinámica económica general volvió a aumentar su presencia aunque hasta el momento, sin alcanzar el papel asumido a principios de los 90.

[7] EQUIPO XXI, 1969, “¿Control privado de un servicio público? Las telecomunicaciones en España”, *Revista Índice*, nº 253, pp. 3-4. Como subtítulo en primera página podía leerse: “Que nadie se llame a engaño: el control de las comunicaciones supone el ‘control’ de las finanzas, la industria, la alta política y la defensa nacional”. Y en el texto podía continuar leyéndose: “Y la



I.T.T., tan íntimamente ligada a la creación y desarrollo de la Telefónica, ya se ha ‘asociado’ a las industrias de comunicaciones Standard y Marconi. Para muestra basta con esto” (p. 4)

[8] Constátese que los programas son fácilmente intercambiables de una cadena a otra, movidos sólo por la lógica del mejor postor, sin ninguna implicación de tipo ideológico cultural diferencial entre una cadena y otra.

[9] También aquí las agencias y los publicitarios son intercambiables de un producto A otro, de una política a otra.

© Copyright Joan Eugeni Sànchez, 2004

© Copyright Scripta Nova, 2004

Ficha bibliográfica:

SÁNCHEZ, J. E. Las grandes empresas en España de información y comunicación. *Geo Crítica / Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*. Barcelona: Universidad de Barcelona, 1 de agosto de 2004, vol. VIII, núm. 170-6. <<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-170-25.htm>> [ISSN: 1138-9788]

[Volver al índice del número 170 de Scripta Nova](#)

[Volver al índice de Scripta Nova](#)



[Menú principal](#)