

FUENTES PARA EL ESTUDIO GEOGRÁFICO DE LA EMPRESA

Paz BENITO DEL POZO

Departamento de Geografía (Universidad de León)

1. INTRODUCCIÓN.

La dificultad para abarcar y conocer con detalle todas y cada una de las fuentes de información de distinta naturaleza que se encuentran disponibles en el mercado editorial, en bibliotecas o en las bases de datos accesibles en Internet y que pueden ser de interés para la investigación geográfica, incluso para preparar las prácticas de una asignatura, es el motivo que anima a la presentación en estas páginas de algunos de tales recursos. En concreto, el objetivo del presente trabajo es dar cuenta de ciertas fuentes de carácter documental que pueden ser útiles a la Geografía económica y, en particular, al estudio de la empresa, un aspecto poco tratado en la literatura geográfica. La propuesta se ciñe a una selección de anuarios y directorios de empresas: Duns, Dicodi y Sabi y profundiza en el primero de ellos *Duns 50.000. Principales Empresas Españolas*, una publicación de carácter anual que ofrece datos actualizados sobre una importante muestra de empresas españolas y con una presentación de los datos y de la información que hace posible trabajar a escala provincial, autonómica y por localidades.

Dicha información es, obviamente, susceptible de ser utilizada en sí misma o como parte de un tratamiento más complejo de datos empresariales con origen en otras fuentes, que pueden o no coincidir con las que aquí se revisan, y tiene el atributo añadido de brindar elementos cualitativos y cuantitativos relevantes para el análisis territorial, bien del hecho industrial, bien de otras actividades productivas impulsadas por empresas sobre las que podremos obtener información relevante y pertinente para el análisis sectorial, estructural y espacial, tres dimensiones que el geógrafo económico debe conjugar para alcanzar resultados con valor tanto analítico como aplicado. Ni que decir tiene que al enfoque o tratamiento sincrónico de la información empresarial que aquí nos ocupa (un año concreto) se puede superponer el estudio diacrónico o evolutivo, aspecto que

vendrá determinado por la antigüedad y regularidad de la fuente.

2. LA GEOGRAFÍA Y EL ESTUDIO DE LA EMPRESA.

En el campo de la Geografía económica tiene perfecta cabida el estudio de la empresa en tanto unidad básica de producción con entidad jurídica propia. Puede tratarse de una empresa agropecuaria, minera, industrial o de servicios pero en cualquier caso es una figura corporativa con capacidad de decisión, administración y gestión y con un domicilio o razón social conocidos, con un cierto volumen de negocios, unos proveedores, clientes y lo que también es importante desde el punto de vista territorial: uno o varios establecimientos localizados en algún lugar concreto que forman parte de un entramado económico-espacial al que no pueden sustraerse (eso que llamamos entorno). Asimismo, las empresas, cualquiera que sea su tamaño y el sector al que pertenecen, generan flujos de diversa naturaleza y densidad que, aunque intangibles muchos de ellos, contribuyen a organizar y transformar el espacio de acuerdo con una lógica que cambia con el tiempo y que está condicionada por el marco institucional concreto y por el resto de factores que intervienen en el sistema económico.

Lejos quedan los estudios de geografía económica cuyo objeto se limitaba al análisis aislado de la historia de la empresa, desde su fundación hasta el ocaso de la misma, algunas de ellas con una trayectoria a veces tan dilatada que podía rebasar el siglo de vida y con una demostrada capacidad para alterar y reorganizar el espacio de asiento. Sin restar valor a estas aportaciones, el verdadero interés del estudio de la empresa para la geografía actual estriba no tanto en la biografía exhaustiva de las distintas compañías y su posible contribución al desarrollo del entorno, deducido de la fortaleza y arraigo del negocio que las sustenta, como en la comprensión y explicación de los procesos de transformación que inducen en el territorio y de la organización que son capaces de imprimir a los espacios concretos donde toman asiento o sobre los que tienen influencia en términos de relaciones, flujos, impacto ambiental y demográfico, etcétera. Este enfoque analítico requiere, no obstante, conocer el volumen de empresas a la escala considerada (local/regional, nacional, continental, mundial), su estructura interna (tamaño, organización), actividades y número de establecimientos, origen del capital (público, privado), estrategias y alianzas, pues el conjunto de estos aspectos es el que otorga interés geográfico a la empresa, que adquiere la consideración de *escala productiva* dentro del análisis territorial.

No existe, empero, ninguna fuente documental ni estadística que por sí sola

aporte completa información sobre todos los aspectos apuntados. El investigador debe buscar y rastrear fuentes de diverso tipo para obtener los datos cuantitativos (de valor instrumental y que sirven para apoyar una explicación) y los datos cualitativos (aquellos que no pueden cuantificarse pero que permiten cubrir muchos aspectos de la realidad económica y territorial) que le habrán de permitir alcanzar la explicación que busca. Como es sabido, para el estudio de las empresas están disponibles directorios y censos, abundan los informes y las memorias pero escasean las estadísticas. En general, la situación ha mejorado de manera considerable desde la incorporación de nuestro país a la Unión Europea, si bien hay diferencias notables entre sectores: para el agropecuario abundan los informes, estudios y datos técnicos y estadísticos; la información sobre industria se ofrece por ramas de actividad y procede de instituciones y organismos públicos, cámaras y asociaciones de empresarios; en comercio y distribución hay un amplio repertorio de publicaciones periódicas; para transportes están disponibles los informes ministeriales y las memorias de las grandes empresas; y sobre informática y telecomunicaciones es difícil abarcar lo disponible. En el apartado de memorias e informes anuales pueden destacarse los de La Caixa, Banesto, Banco Bilbao-Vizcaya y Banco de Santander. Son valiosas las memorias de empresa públicas y privadas como Renfe, Iberia, Repsol, Iberduero, Farmaindustria o Alcatel.

3. LOS DIRECTORIOS Y ANUARIOS EMPRESARIALES.

Los directorios y anuarios de empresa recogen datos sobre el nombre de la empresa, dirección, actividad, empleo, teléfono, fax, etcétera. Algunos son muy escuetos y apenas permiten obtener información significativa más allá del *car-net de identidad* de la empresa; otros se refieren a determinado tipo de empresas, es decir, son sectoriales (empresas industriales, exportadoras, de alimentación, mineras); y un tercer grupo son de carácter general. La mayoría se edita en soporte papel pero cada día está más extendida la presentación en CD-ROM. Es el caso de dos anuarios muy recurridos por los economistas y profesionales: el Dicodi y el Sabi.

a) Dicodi 50.000. Anuario de Principales Sociedades Españolas 2003

Brinda información actualizada de las 50.000 empresas españolas más importantes y de los consejeros y directivos que las dirigen. Se obtienen datos tales como el nombre o razón social, anagrama, dirección y código postal, teléfono, fax, fecha de constitución, capital escriturado, actividad desarrollada, consejo

de administración, principales cargos directivos, volumen de ventas, número de empleados, NIF y CNAE (Clasificación Nacional de Actividades Económicas). Está disponible en CD-ROM.

b) Directorio Sabi

Es una base de datos con información sobre más de 190.000 empresas españolas. Permite realizar búsquedas de empresas o grupos de empresas según varios criterios: Nombre, código NIF, localización, actividad, empleados, datos financieros, vinculaciones financieras; mostrar e imprimir informes en cualquier clase de formato, exportar datos (dBase, Symphony, Lotus, Multiplan, Excel) así como formatos ASCII y DIF. También es posible obtener informes detallados estadísticos y comparativos de empresas o grupos en función de las variables y períodos que el usuario determine.

Ambas fuentes, así como la que se comenta a continuación, responden a las exigencias de fiabilidad e idoneidad que cabe esperar de una documentación rigurosa y de recurso recomendable.

c) Anuario Duns

Según recoge la edición de 2003, el *Duns 50.000 Empresa Españolas* es un directorio de empresas que se edita anualmente y que incluye información sobre las 50.000 empresas españolas más importantes según el criterio de su volumen de facturación o cifra de ventas. Se publica ininterrumpidamente desde el año 1984 y la última edición disponible en el mercado y las bibliotecas corresponde a 2003. De los primeros anuarios a éste han variado, al menos, dos aspectos importantes: el número total de empresas censadas y la cifra de facturación anual mínima establecida para realizar la selección, que asciende a 2,6 millones de euros para la edición de 2003, la más completa de todas ya que ofrece estadísticas de mercado, gráficos, mapas por provincias y comunidades autónomas y dirección Internet (www.dnb.com). Respecto a la procedencia y fiabilidad de los datos, es la Corporación Dun and Bradstreet, con oficinas en España, la que gestiona la base de datos de la que procede el anuario, con información exhaustiva de más de un millón de empresas españolas y que se actualiza a través de cuestionarios de "Actualización de Datos" y por investigación telefónica, siendo la mayoría de la información publicada proporcionada directamente por las empresas.

La presentación de los datos de este anuario se estructura en siete secciones y desde ellas es posible cruzar la información de manera ágil. El contenido de las

mismas y sus posibilidades analíticas son, en síntesis, las siguientes:

Sección I: Estadísticas de Mercado

Gráfico 1. Estructura de las empresas españolas según número de empleados, 2003

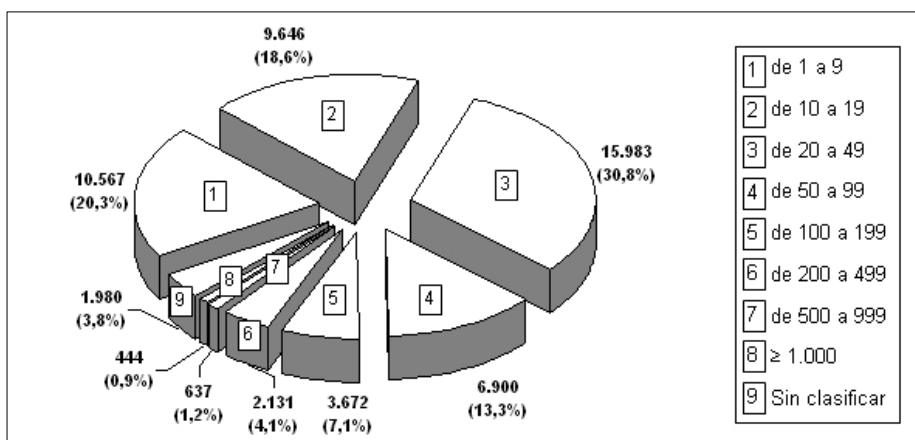
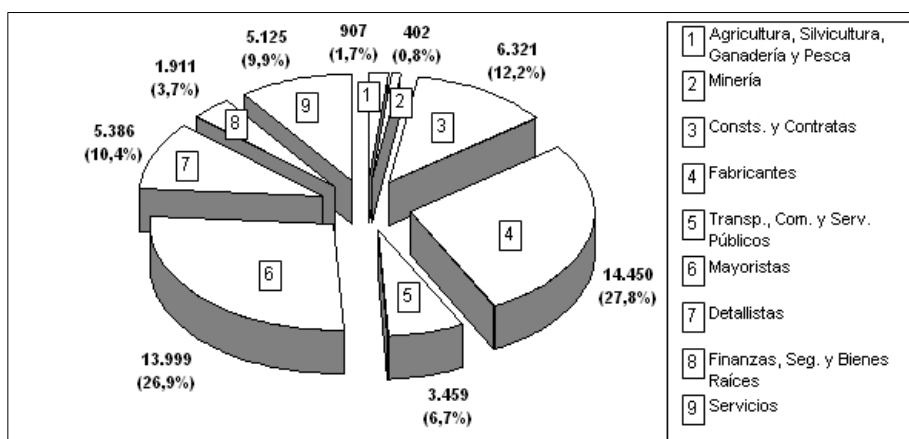


Gráfico 2. Estructura de las empresas españolas según el sector de actividad, 2003



Aquí se analiza la distribución de las empresas atendiendo a su volumen de ventas, número de empleados, localización geográfica y sector de actividad por provincias. Un ejemplo de la información y gráficos que se obtienen es el del Gráficos 1 y 2:

Sección II: Clasificación Alfabética

Ofrece el listado completo de las empresas censadas organizado por orden alfabético atendiendo a la razón social. La ficha de cada empresa es amplia y con información sustancial: número de identificación y direcciones, año de fundación, cifra de ventas, activo de la empresa, empleados, actividad a que se dedica y, muy interesante, clave de la actividad que realiza según la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE) y el Código SIC (Standard Industrial Classification). También hay información sobre los directivos de la empresa. Esta sección es muy útil cuando sólo se conocen el nombre de la empresa y poco más y se precisa profundizar en detalles y contactos que permiten llegar al núcleo mismo de la entidad.

Sección III: Clasificación por actividades

Un enfoque sectorial del estudio sobre empresas tiene aquí la presentación más adecuada de la información. Hay que destacar que el *Anuario Duns* toma como base la clasificación numérica SIC a la que antes se ha hecho referencia y cuyos principales Grupos son:

- 01-09 Agricultura, Silvicultura, Ganadería y Pesca
- 10-14 Minería
- 15-17 Construcción y Contratas
- 20-39 Fabricantes
- 40-49 Transporte, Comunicaciones y Servicios Públicos
- 50-51 Mayoristas
- 52-59 Detallistas
- 60-67 Finanzas, Seguros y Bienes Raíces
- 70-89 Servicios
- 91-93 Organismos Oficiales
- 97-99 Otros.

Sección IV: Clasificación Geográfica

Se hallan en esta sección todas las empresas del censo clasificadas por provincias y poblaciones. Bajo el epígrafe de cada una de las provincias se despliega el repertorio de empresas que posee, listadas por orden alfabético. Internamente el renglón provincial se desglosa en poblaciones, lo que permite afinar el análisis territorial o de localización/distribución de las empresas. Por agregación se obtiene el listado de empresas por comunidades autónomas. Uno y otro permiten presentar dos interesantes mapas empresariales de España que relacionan entre sí tres variables importantes en un estudio geoeconómico: el número total de empresas, el empleo y la cifra de ventas.

Mapa 1. Distribución de las empresas, suma de ventas (euros) y número de empleados por comunidades autónomas, 2003.

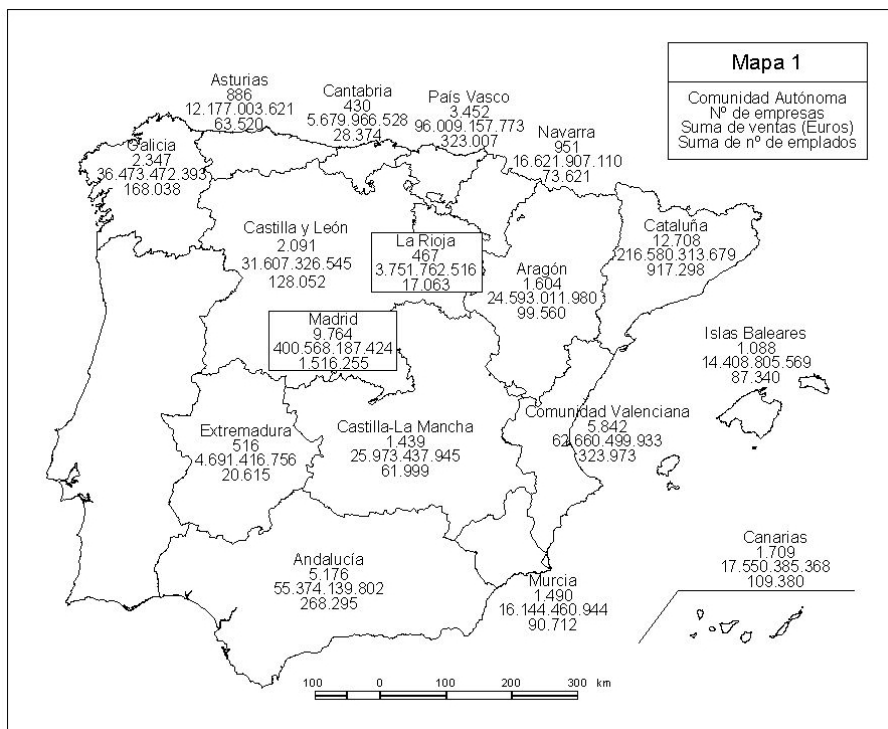
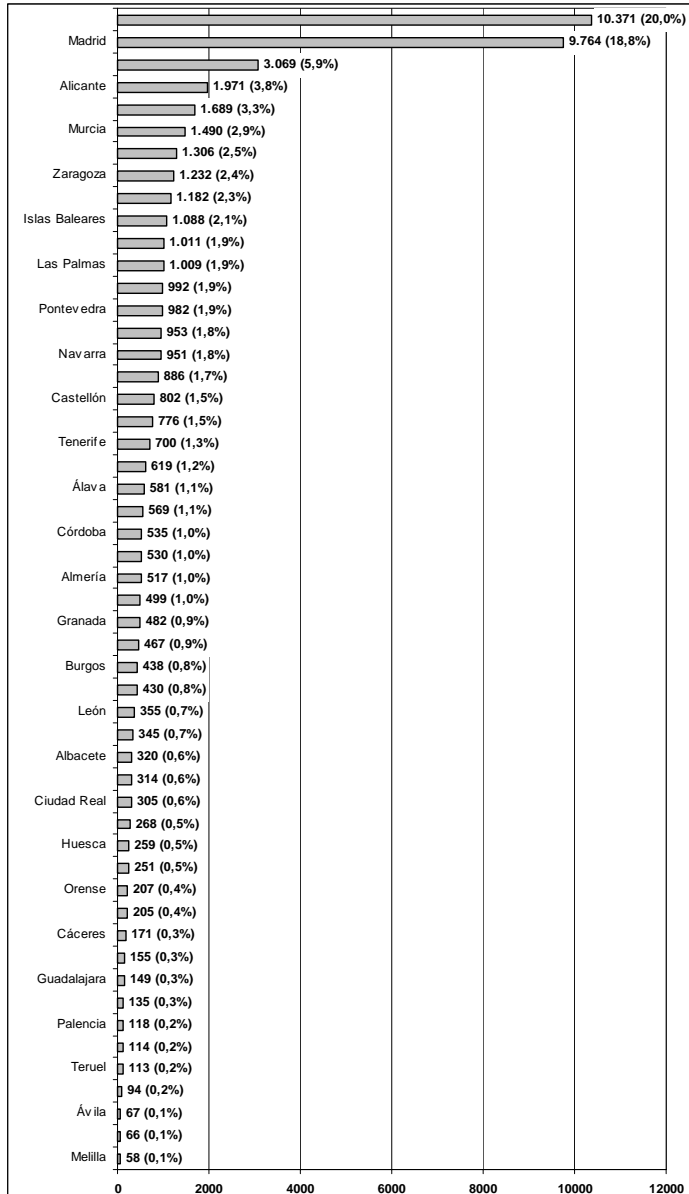


Gráfico 3. *Reparto del número total de empresas por provincias (ranking provincial)*



Asimismo, la información de esta sección tal y como está organizada y presentada en las páginas de síntesis del anuario brinda una muy expresiva clasificación de las provincias según su número total de empresas, aspecto de amplio interés geoeconómico y de gran utilidad en el aula para ilustrar la distribución o reparto territorial de las empresas en nuestro país y los desequilibrios derivados o asociados a dicho reparto (gráfico 3).

Sección V: Anagramas/Nombres comerciales

Con frecuencia cuando se trabaja con empresas suele ocurrir que sólo se conoce el nombre comercial de ésta y no su razón social. Desde esta sección es posible, a partir del anagrama o nombre comercial, llegar a toda la información de cada ente empresarial así como saber qué razón o razones sociales se esconden tras un anagrama concreto.

Sección VI: Empresas matrices y sus subsidiarias

En este apartado se recoge la relación matriz-subsidiarias de las empresas contenidas en el anuario. Las empresas que se reflejan bajo cada matriz son aquellas que aparecen en *Duns 50.000*. Pueden existir, como se apunta en las páginas del anuario, otras empresas subsidiarias de alguna empresa matriz que no se indican por no estar clasificadas entre las 50.000 principales empresas españolas. Por su parte, las empresas matriz se ordenan alfabéticamente según el país de sede. Bajo el enunciado de cada país se listan cada empresa matriz y sus subsidiarias.

Sección VII: Principales directivos

Esta última sección del anuario brinda la relación alfabética por apellidos y nombre de los directivos que aparecen ejerciendo cargos en, al menos, tres empresas de las censadas por *Duns*.

En definitiva, son amplias las posibilidades que ofrece esta fuente para el análisis geográfico de la empresa, como también lo son las de los anuarios escuetamente referidos más arriba; o las fuentes estadísticas oficiales (INE), institucionales o de empresas privadas que se han mencionado. Es importante a fin de diversificar el repertorio de la documentación consultada para trabajos, investigaciones o actividades de aula conocer aquellos recursos que están presentes y son manejados con asiduidad por otros científicos sociales. La ventaja de la Geografía es que además de utilizar el dato empresarial como valor cuantitativo puede ofrecer interpretaciones que colocan en primer plano al territorio y que

representan un evidente enriquecimiento del análisis de la realidad socioespacial.