

Un món de gegants

En les dues últimes dècades, hem observat l'ascens d'un nombre relativament reduït de megaempreses globals, batejades com *superstars* (superestrelles), que destaquen per haver acumulat una part substancial del valor creat als mercats en què operen. Algunes xifres ajuden a posar en relleu la importància d'aquest fenomen (conegut com *winner-take-all*). En l'actualitat, prop de 6.000 empreses al món –totes amb ingressos anuals que superen els 1.000 milions de dòlars– generen el 66% dels ingressos i dels beneficis corporatius globals. I, entre aquestes empreses, 600 capturen el 80% del benefici econòmic generat a tot el món.¹ Com es distribueixen geogràficament i sectorialment aquestes empreses? Quina combinació de factors n'explica l'èxit? Aquestes són algunes de les qüestions que analitzem tot seguit.

L'evidència

En els últims anys, una part creixent de la literatura econòmica s'ha centrat en documentar el fenomen de les superestrelles, les seves causes i les seves implicacions² sobre l'estructura competitiva dels mercats en particular i sobre les relacions econòmiques en general. Malgrat que els resultats difereixen entre estudis i l'evidència continua sent incompleta, l'emergència de superestrelles té un impacte notable en diverses dimensions.

Rànquing de les empreses més grans del 2018 (segons la Fortune Global 500)



Nota: Cada cercle en el mapa indica la localització de la seu de cada empresa en la llista. La dimensió del cercle representa els ingressos de l'empresa.

Font: CaixaBank Research, a partir de dades de la Fortune Global 500.

En primer lloc, l'evidència suggereix que la concentració empresarial ha augmentat de forma considerable en els 20 últims anys.³ Això és especialment cert en el cas dels EUA, on la concentració –mesurada mitjançant l'índex Herfindahl-Hirschman– ha augmentat al 75% dels sectors des de l'any 2000,⁴ mentre que, a Europa, els resultats varien en funció del país analitzat.⁵

En segon lloc, cada vegada trobem més superestrelles en més regions. Com ho mostra el mapa adjunt, una gran part de les 500 empreses més grans del món –segons el rànquing per al 2018 de la revista americana *Fortune*– tenen la seu en països avançats, però els països emergents concentren ja gairebé el 30% d'aquestes megaempreses. Pot semblar poc, però, el 2005, només el 7% d'aquestes superempreses tenien la seu en economies emergents.

I, en tercer lloc, malgrat que aquest fenomen és particularment marcat en sectors intensius en coneixement –com el tecnològic–, avui dia trobem superestrelles a cada vegada més sectors. En aquest sentit, l'economista del MIT David Autor i els seus coautors⁶ conclouen que, als EUA, el fenomen ja es dona de forma generalitzada a la majoria de sectors, mentre que altres estudis recents també mostren que, a nivell global, podem trobar superestrelles en cada vegada més sectors econòmics.

Què caracteritza aquestes empreses?

Les superestrelles es distingeixen, en primer lloc, per ser més globals. De fet, l'evidència suggereix que, en les dues últimes dècades, aquestes empreses han expandit ràpidament les inversions globals i les vendes a l'estranger. En concret, segons les dades de Nacions Unides, les empreses més grans han augmentat de forma considerable la proporció de vendes a la resta del món (de gairebé el 55% del total el 1995 al 70% el 2015) i la proporció dels actius a l'estranger (de gairebé el 47% del total d'actius el 1995 a una mica més del 65% el 2015).⁷

Així mateix, aquestes empreses superestrelles són digitalment més madures i tendeixen a invertir de forma intensiva en actius intangibles, com la propietat intel·lectual i el capital humà i organitzatiu.⁸ Així, aquestes empreses destaquen per les bones pràctiques

1. Vegeu Manyika, J., Ramaswamy, S., Bughin, J., Woetzel, J., Birshan, M. i Nagpal, Z. (2018). «Superstars: The dynamics of firms, sectors, and cities leading the global economy». McKinsey Global Institute (MGI) Discussion Paper.

2. Per a més detalls, vegeu l'article «Superestrelles, competència i conseqüències», en aquest mateix Dossier.

3. Vegeu Calligaris, S., Criscuolo, C. i Marcolin, L. (2018). «Mark-ups in the digital era», OECD Publishing núm. 2018/10.

4. Vegeu, entre d'altres, Grullon, G., Larkin, Y. i Michaely, R. (2018). «Are US industries becoming more concentrated?» Forthcoming, Review of Finance.

5. Vegeu OCDE (2018). «Market Concentration – Note by the United States, Hearing on Market Concentration», OECD, juny.

6. Vegeu Autor, D., Dorn, D., Katz, L. F., Patterson, C. i Van Reenen, J. (2017). «The fall of the labor share and the rise of superstar firms», National Bureau of Economic Research.

7. United Nations Conference on Trade and Development (2017). «World Investment Report 2017: Investment and the Digital Economy». UNCTAD.

8. Els intangibles es poden dividir en quatre grans grups: (i) informació digitalitzada (per exemple, *software*); (ii) propietat intel·lectual (patents, *copyrights*, despesa en R+D); (iii) capital humà, i (iv) capital organitzatiu. Per a més detalls, vegeu l'article «Intangibles: la nova inversió en l'era del coneixement», al Dossier de l'IM11/2014.

tiques organitzatives i de gestió, la qual cosa, en molts casos, es reflecteix en l'habilitat per seleccionar i executar inversions clau i per coordinar projectes complexos.⁹ La intensitat inversora en capital intangible els atorga un important avantatge competitiu en relació amb la resta de rivals. En primer lloc, perquè, malgrat que els intangibles requereixen una elevada inversió inicial, són fàcilment escalables (poden ser reproduïbles a cost marginal zero, la qual cosa genera retorns creixents a escala)¹⁰ i, en molts casos, el sistema legal impedeix (per exemple, a través de les patents) que altres empreses puguin apropiar-se'ls de forma gratuïta. I, en segon lloc, perquè els actius intangibles se solen complementar entre ells.¹¹ Per exemple, hi ha estudis que mostren que la inversió en tecnologies de la informació (per exemple, un *software* analític) és més efectiva quan va acompanyada d'una bona gestió (com processos de treball ben dissenyats).¹² Per tot plegat, és complicat per a les empreses petites imitar les superestrelles. De la mateixa manera, ateses les seves capacitats tecnològiques i de gestió, no ens hauria de sorprendre que aquestes empreses tendeixin a ser també més productives que la resta.¹³

Factors que n'expliquen l'èxit

Ara que hem caracteritzat aquest tipus d'empreses, caldria preguntar-se quins factors han propulsat l'expansió d'aquestes superempreses. En aquest sentit, hem identificat tres factors principals: la globalització, les noves tecnologies i la regulació.

En primer lloc, l'avanç de la globalització i la integració dels mercats han facilitat que moltes empreses operin en múltiples països i regions. En concret, moltes empreses han aprofitat els avanços tecnològics i la reducció de les barreres comercials per expandir-se ràpidament cap a nous mercats i/o per dividir les operacions en diferents països (i han creat, així, cadenes de valor globals) i aconseguir importants reduccions en els costos de producció. Això els ha atorgat un enorme avantatge competitiu i el desenvolupament de models de negoci molt difícils de replicar per part dels competidors.

En segon lloc, els canvis tecnològics faciliten l'expansió del fenomen *winner-take-all* a un nombre creixent de sectors. D'una banda, els canvis tecnològics han contribuït a reduir friccions als mercats de productes entre països. En particular, la digitalització i internet han reduït de forma dramàtica els costos de cerca, comunicació i transport, en especial per als béns digitals (el cost marginal de reproducció i de distribució dels quals és pròxim a zero). Tot plegat ha facilitat que les empreses –en especial les més madures digitalment– entrin en altres mercats amb més intensitat, ja que poden oferir els productes i els serveis a consumidors d'altres parts del món sense la necessitat d'invertir gaire en capital físic. De l'altra, la digitalització permet explotar més fàcilment els cada vegada més importants efectes de xarxa –les forces que fan que l'interès del consumidor per un bé o per un servei augmenti a mesura que creix la base d'usuaris. En aquest sentit, les superestrelles, en especial les tecnològiques, destaquen per explotar molt bé aquests efectes amb la finalitat de servir i de conquerir ràpidament els mercats globals.

I, en tercer lloc, cal subratllar el paper de la regulació. En particular, una major exigència reguladora ha introduït barreres d'entrada en alguns mercats, fins i tot sense voler-ho. Així, com que les empreses grans són les que disposen de més mitjans (per exemple, personal especialitzat) per poder satisfer els cada vegada més complexos requeriments reguladors (que actuen com a cost fix), tenen una posició favorable en relació amb les empreses més petites. Així mateix, malgrat que aquestes empreses hagin aconseguit la seva posició dominant al mercat per mèrits propis, tenen incentius i més facilitats per consolidar la seva posició mitjançant la cerca de protecció reguladora (com el *lobbying*) o la compra de les empreses que poden dificultar la seva posició dominant al mercat.¹⁴

En definitiva, en els últims anys, factors de fons com la globalització i les noves tecnologies han amplificat els avantatges competitius d'aquestes superempreses, que s'han vist premiades amb una major posició dominant al mercat. En aquest context, la constant disrupció tecnològica hauria de servir per garantir que els mercats continuïn sent competitius en permetre que nous entrants (aquells que explotin amb més efectivitat les noves tecnologies) puguin transformar ràpidament un mercat i ser un repte per als seus líders. Malgrat tot, perquè això passi, cal seguir de prop fins a quin punt l'augment de la concentració en alguns mercats és fruit de la recompensa que obtenen aquestes superempreses per l'èxit dels seus productes i fins a quin punt és resultat de comportaments anticompetitius per consolidar la seva posició dominant.

Roser Ferrer
CaixaBank Research

9. Vegeu Van Reenen, J. (2018). «Increasing differences between firms: market power and the macro-economy». CEP Discussion Papers.

10. Vegeu Crouzet, N. i Eberly, J. (2018, agost), «Understanding weak capital investment: The role of market concentration and intangibles», creat per al Jackson Hole Economic Policy Symposium.

11. El professor de la Universitat de Stanford Nicholas Bloom i coautors (2018) documenten la dispersió existent en qualitat de gestió i d'organització entre empreses nord-americanes i la relació positiva existent entre la qualitat organitzativa i la productivitat, la rendibilitat, el creixement, la taxa de supervivència i la innovació. Altres estudis apunten en la mateixa direcció.

12. Vegeu Bloom, N., Sadun, R. i Van Reenen, J. (2012). «Americans do IT better: US multinationals and the productivity miracle». *American Economic Review*, 102(1), 167-201.

13. Vegeu Andrews, D., Criscuolo, C. i Gal, P. (2015). «Frontier firms, technology diffusion and public policy: micro evidence from OECD countries». OECD Publishing, vol. 2.

14. Per a una anàlisi més detallada d'aquest tema, vegeu l'article «Navegar en un oceà de grans empreses, o sobre l'art de regular un món en ple canvi disruptiu», en aquest mateix Dossier.