

Resumen

El trabajo analiza la expansión internacional de la empresa española a partir de los resultados de la investigación empírica reciente. El análisis realizado ha detectado varios cambios en este proceso, entre ellos: el creciente protagonismo del subsector de servicios a empresas; el primer puesto alcanzado por Estados Unidos como país destino de las operaciones internacionales; la presencia creciente en los países emergentes o la reciente pérdida de peso de las adquisiciones y filiales de plena propiedad como modos de entrada, provocada por la crisis económica y financiera. Asimismo, se ha puesto de manifiesto que las empresas españolas han sustentado su ventaja competitiva en el desarrollo y la explotación de recursos y capacidades distintos de los tradicionales.

Palabras clave: internacionalización, empresa española, modos de entrada, ventajas competitivas, localización.

Abstract

This paper is a survey of the recent empirical research on the international expansion of Spanish firms. The most outstanding results are the following. First, the increasing number of multinational firms from the business services industry. Second, the recent rise of the US at the top position in the ranking of destinations for international operations. Third, the increasing importance of emerging markets. Fourth, the decline of acquisitions and wholly owned subsidiaries, as a consequence of the financial crisis. Our analysis also shows that the international expansion of Spanish multinationals has been backed by the development of resources and capabilities of a different kind than those of the established multinationals from developed countries.

Key words: internationalization, Spanish firm, modes of entry, competitive advantages, localization.

JEL classification: F23, G34.

LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA ESPAÑOLA. PERSPECTIVAS EMPÍRICAS (*)

Esteban GARCÍA-CANAL

Universidad de Oviedo

Mauro F. GUILLÉN

Universidad de Pennsylvania

Ana VALDÉS-LLANEZA

Universidad de Oviedo

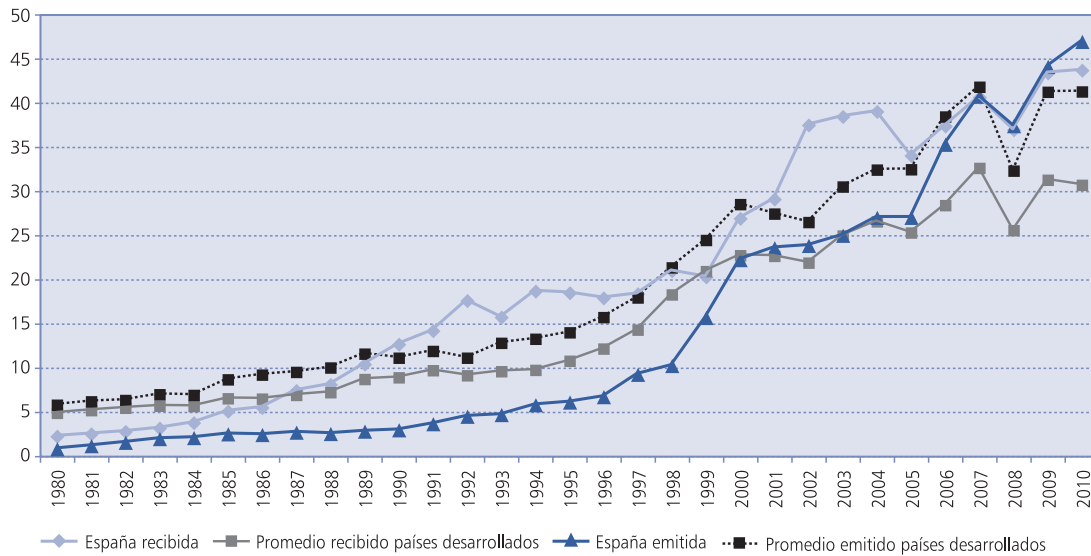
I. INTRODUCCIÓN

La empresa española ha experimentado un proceso de crecimiento internacional acelerado durante las dos últimas décadas. Mientras que a mediados de los años ochenta eran pocas las empresas españolas que contaban con una presencia estable en el extranjero, en la actualidad, y de acuerdo con nuestros datos, son más de 2.700 las empresas que han establecido plantas de producción, abierto oficinas de ventas, adquirido una empresa extranjera, firmado una alianza estratégica, obtenido algún tipo de licitación pública o participado en un concurso o licitación internacional.

La creciente presencia de las empresas españolas en la economía global queda reflejada en el gráfico 1, que muestra la evolución de la posición de inversión directa acumulada en el exterior por empresas españolas, medida como porcentaje del PIB. A principios de los años ochenta, tanto la inversión extranjera acumulada en España como la inversión española acumulada en el exterior eran escasas, no más del 5 por 100 del PIB, siendo la segunda, además, sustancialmente inferior a la primera. La entrada de España en la Comunidad Económica Europea el 1 de enero de 1986

puso en marcha todo un proceso de cambio empresarial impulsado por la apertura comercial, la desregulación de los mercados de bienes y servicios, la modernización del sistema financiero y bancario, y la llegada de grandes inversiones extranjeras en manufacturas y en algunos sectores de servicios para los que no se negoció un período de transición (Guillén, 2005). Como resultado, el peso del *stock* de inversiones extranjeras recibidas en España creció aproximadamente hasta el 15 por 100 del PIB. Sin embargo, la empresa española no empezó a dar muestras de reacción a la apertura exterior hasta principios de los años noventa, una vez que se puso en marcha la construcción del Mercado Único europeo el 1 de enero de 1993, sobre todo en los sectores de infraestructuras y servicios. Fue a partir de ese momento que las grandes empresas españolas de servicios comenzaron a lanzarse al exterior buscando oportunidades de crecimiento cada vez menos frecuentes en España como consecuencia de la saturación del mercado y/o de la creciente competencia internacional. De este modo, a finales de los años noventa, la inversión española acumulada en el exterior había crecido hasta más del 20 por 100 del PIB. En 1999 la inversión española acumulada en el exterior casi

GRÁFICO 1
POSICIÓN ACUMULADA DE INVERSIÓN EXTERIOR EMITIDA Y RECIBIDA (*)
(España y promedio mundial, en porcentaje del PIB, 1980-2010)



Nota: Excluyendo capital en tránsito.

Fuente: UNCTAD, *World Investment Report* (varios años).

alcanzó el nivel de inversión extranjera en España, el mismo año que España superó la media de los países desarrollados del mundo en términos de inversión acumulada en el exterior, tal y como se observa en el gráfico 1. En la última década continúa el crecimiento de la inversión española acumulada en el exterior, de tal manera que a partir de 2007 supera a la inversión recibida.

La evolución de la inversión directa española en el exterior se puede explicar desde el punto de vista de la teoría de la senda de desarrollo de la inversión exterior (*Investment Development Path*, IDP) (véase Dunning, 1981; Dunning y Narula, 1996). Según dicha teoría existe una relación entre el nivel de desarrollo de una economía y el tipo de inversión directa que emite y recibe. De este modo, se distinguen cinco etapas de desarrollo de la inver-

sión directa: las tres primeras incluyen a los países menos desarrollados y las dos últimas a los desarrollados. El avance hacia nuevas etapas de desarrollo no solo conlleva cambios cuantitativos sino también cualitativos, pues los factores de atracción de inversiones pasan de ser sueldos bajos o recursos naturales en las primeras etapas, a ser factores basados más en conocimiento en las últimas. Asimismo, serían esperables procesos de desinversión para ajustarse a las nuevas situaciones competitivas, las cuales siempre provocan un gran interés y preocupación social. Tal y como señalan Durán y Úbeda (2005), el fuerte crecimiento de la inversión directa española en el exterior en los últimos años ha permitido que España sea una de las economías que han logrado situarse en la cuarta etapa —primera de los países desarrollados— de la *senda de desarrollo de la in-*

versión exterior. Es la menor dotación de activos intensivos en conocimiento lo que separa a nuestro país de la quinta y última etapa en la que se encuentran los países más avanzados.

El presente trabajo pretende analizar la expansión internacional de las empresas españolas identificando los principales cambios que se han producido a lo largo del tiempo en este proceso, examinando tanto los modos de entrada utilizados como la localización de las operaciones internacionales o las ventajas competitivas que han sustentado tal expansión. Para ello, se partirá de los resultados obtenidos en las investigaciones previas, así como de la información obtenida de estadísticas oficiales, y de una base de datos de operaciones internacionales que hemos construido bajo los auspicios del ICEX. Esta fuente recoge información de

2.790 empresas que han realizado 10.558 operaciones en el exterior entre 1986 y 2010. Teniendo en cuenta que muchas de estas empresas pertenecen a grupos empresariales, son un total de 2.469 grupos y empresas no asociadas a un gran grupo empresarial las que aparecen en la base. Las operaciones consideradas en la base de datos son las relativas a adquisiciones internacionales, creación de filiales de plena propiedad, establecimiento de *joint ventures* (empresas conjuntas) y otro tipo de acuerdos o alianzas para la internacionalización, así como concursos y concesiones administrativas llevadas a cabo por empresas españolas. Tales operaciones internacionales fueron identificadas a partir de búsquedas sistemáticas realizadas en noticias de prensa, complementadas con los perfiles de empresas incluidos en la revista *El Exportador* del ICEX, los registros de hechos relevantes de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (para los casos de empresas cotizadas en Bolsa) y los sitios de internet de las propias empresas (para triangular y corroborar información). Esta base de datos complementa la información ofrecida por las estadísticas oficiales, pues estas últimas no permiten analizar con precisión determinadas características de cada operación, además de impedir examinar ciertas operaciones de internacionalización, como las alianzas estratégicas, ya que no suelen recogerse en las mismas (para más detalles sobre la metodología de construcción de esta base de datos, véase Guillén y García-Canal, 2007).

La estructura del trabajo es la siguiente: en la próxima sección se analiza el perfil de la empresa española que se ha internacionalizado. A continuación, se examina la localización de las activida-

des realizadas en el exterior y los modos de entrada utilizados. Posteriormente, se analizan las ventajas competitivas que han servido de base para la expansión internacional de las empresas españolas. Por último, se presentan las principales conclusiones.

II. PERFIL DE LA EMPRESA ESPAÑOLA INTERNACIONALIZADA

En este apartado se describirán los rasgos característicos de la internacionalización de las empresas españolas haciendo referencia, entre otros aspectos, a su grado de concentración y evolución, así como a las características de las empresas españolas que realizan actividades en el exterior.

La literatura previa relativa al estudio de la inversión directa española en los años ochenta y noventa ha señalado como uno de sus rasgos característicos el elevado grado de concentración empresarial, toda vez que un número reducido de empresas realizan la mayor parte de las inversiones en el exterior (Durán, 1987 y 1989; Alonso, 1991; López-Duarte y García-Canal, 1997). Este rasgo se confirma con el análisis de las operaciones internacionales realizadas por las empresas españolas en el período 1986-2010, recogidas en nuestra base de datos, pues la mayoría de las empresas —aproximadamente un 58 por 100—, realizaron solo una operación en el mencionado período, un 14 por 100 dos operaciones y un 7,5 por 100 tres operaciones. En el otro extremo se sitúan los 16 grupos empresariales que concentran la mayor parte de las operaciones realizadas en esos 25 años, con más de 100 operaciones cada uno. En concreto, estos grupos —Telefó-

nica, Iberdrola, Ferrovial, FCC, Santander, Repsol, Mondragón Corporación Cooperativa (MCC), Abengoa, Unión Fenosa, BBV, ACS, Endesa, Dragados (ahora integrada en ACS), Inditex, Acciona e Indra— han realizado un total de 2.842 operaciones, casi el 27 por 100 del total. Si bien esta proporción es importante, se ha de matizar que existen otros 149 grupos o empresas que han realizado 10 o más operaciones cada una.

Otro rasgo detectado en los trabajos previos ha sido la evolución creciente de la presencia en el exterior de las empresas españolas (Ramírez y Espitia, 2001; Donoso y Martín-Barroso, 2008). Nuestra base de datos también confirma un aumento del número de empresas y grupos empresariales con presencia estable en el exterior. En todos los años varias empresas y grupos empresariales realizan su primera operación internacional. Por ejemplo, en el último año, 2010, han sido 167 empresas y 157 grupos empresariales los que realizaron su primera operación de estas características. Pese a todo, continúa existiendo una considerable concentración empresarial dentro de los procesos de expansión internacional e inversión en el exterior. En este sentido, según el informe de 2009 de la Encuesta de Estrategias Empresariales (ESEE), el 56 por 100 de las empresas industriales con 200 o menos trabajadores realizan exportaciones, porcentaje que desciende hasta el 7 por 100 cuando hablamos de empresas que hayan realizado inversiones en el exterior. En el caso de las grandes empresas —más de 200 trabajadores— el porcentaje de empresas exportadoras asciende al 94 por 100, pero la proporción de empresas con inversiones en el exterior se reduce al 37,5 por

100. Adicionalmente, el citado informe señala que solamente un reducido número de grandes empresas cuenta con un número elevado de subsidiarias en el exterior.

Al igual que los datos de la ESEE, la investigación empírica también apunta que son fundamentalmente empresas con cierto tamaño las que han salido al exterior. Si bien se han internacionalizado tanto pymes como grandes empresas, varios trabajos han detectado una relación positiva entre el tamaño y el porcentaje de empresas que realizan exportaciones (Merino y Salas, 2000; Fernández y Nieto, 2006; Suárez Ortega *et al.*, 2002), así como entre tamaño y realización de inversiones directas en el exterior (Galán *et al.*, 2000; Galán y González-Benito, 2001; Claver *et al.*, 2002 y 2005; Calderón *et al.*, 2007; Gordo-Mora *et al.*, 2008). Sin embargo, la incidencia del tamaño sobre la intensidad exportadora (proporción que suponen las ventas en el exterior sobre las totales de la empresa) no está tan clara, puesto que también se han obtenido resultados negativos (Casillas, 1998), que se explican por el mayor dinamismo de las pequeñas empresas o por la mayor necesidad de salir al exterior al no poder aumentar cuota en el mercado nacional. Según Laborda y Salas (2010) el efecto positivo del tamaño de la empresa sobre la internacionalización se debe a un factor causal anterior: la productividad, y argumentan que las empresas más pequeñas no crecen exportando porque para su nivel de productividad la internacionalización no sería rentable. También se ha detectado una incidencia positiva de la productividad sobre la propensión exportadora de la empresa (Monreal-Pérez *et al.*, 2011).

En relación con la procedencia de las empresas españolas con implantación internacional, se detecta que proceden de todas las comunidades autónomas y de una gran diversidad de sectores. No obstante, son las empresas de la Comunidad de Madrid las que mayor presencia en el exterior tienen (ver cuadro n.º 1), seguidas de Cataluña, País Vasco y Comunidad Valenciana. El análisis sectorial se realizará en el apartado dedicado a la localización de las actividades en el exterior, dado que no existen grandes diferencias entre el sector de origen y el de destino de la actividad exterior.

La participación de capital extranjero en el capital de la empresa española es un factor para el que, en general, se han obtenido evidencias de su efecto positivo sobre la internacionalización de las empresas españolas (Casillas, 1998 y 2002; Gordo-Mora *et al.*, 2008) y sobre la intensidad ex-

portadora, en particular (Donoso y Martín-Barroso, 2008; Fernández y Nieto, 2006).

Adicionalmente, varios trabajos se han centrado en el estudio de la internacionalización de las empresas familiares (Gallo y García-Pont, 1996; Nieto, 2003; Casillas y Acedo, 2005; Fernández y Nieto, 2005 y 2006; Quintana Navío, 2007; Claver *et al.*, 2009; Puig y Fernández, 2009; Colli *et al.*, 2012, entre otros). Los resultados obtenidos sobre la incidencia que el carácter familiar presenta sobre la internacionalización no son del todo concluyentes. Se ha señalado que las empresas familiares han tenido una internacionalización más lenta y tardía (Gallo *et al.*, 2002), provocada por ciertas características de este tipo de empresas, tales como la concentración de riesgos, la resistencia al cambio de los líderes familiares o la falta de recursos. En este sentido,

CUADRO N.º 1

DISTRIBUCIÓN DE OPERACIONES INTERNACIONALES POR COMUNIDAD AUTÓNOMA (1986-2010)

	Frecuencia	Porcentaje
Andalucía	15	0,1
Aragón	520	4,9
Canarias	102	1,0
Cantabria	70	0,7
Castilla y León	91	0,9
Castilla-La Mancha	122	1,2
Cataluña	1.947	18,4
Comunidad Valenciana	528	5,0
Extremadura	15	0,1
Galicia	384	3,6
Islas Baleares	241	2,3
La Rioja	38	0,4
Madrid	4.695	44,5
Navarra	172	1,6
País Vasco	1.337	12,7
Principado de Asturias	168	1,6
Región de Murcia	53	0,5
Total	10.558	100

Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos sistemática sobre las operaciones internacionales de las empresas españolas (ICEX).

Fernández y Nieto (2006) encuentran que el carácter familiar (propiedad y control en manos de una familia) incide negativamente en la intensidad exportadora. Sin embargo, Puig y Fernández (2009) no encuentran apoyo empírico para afirmar que la naturaleza familiar haya ralentizado su internacionalización. En la misma línea, Casillas y Acedo (2005) no encuentran una relación directa entre implicación familiar y nivel de internacionalización, aunque sí aprecian una relación indirecta. Recientemente, Colli *et al.* (2012) argumentan que las empresas familiares también presentan características que favorecen la internacionalización. Por otro lado, la incorporación de generaciones siguientes al fundador es un factor determinante de la internacionalización de este tipo de empresas (Gallo y García-Pont, 1996). Asimismo, se ha obtenido evidencia empírica del efecto positivo que la existencia de directivos externos a la familia ejerce sobre el empleo de modos de entrada con mayor compromiso de recursos (Claver *et al.*, 2009).

La relación entre internacionalización de la empresa española y el rendimiento empresarial es una línea de investigación que no ha sido suficientemente analizada, presentando un potencial de desarrollo importante. Los trabajos realizados utilizan una diversidad de medidas de rendimiento: reacción del mercado de capitales (López-Duarte y García-Canal, 2007), indicadores de productividad (Fariñas y Martín-Marcos, 2007), «q» de Tobin (Ramírez y Espitia, 2001) u otros indicadores de rentabilidad (García-Pérez y Avella, 2008; Fernández-Otheo y Myro, 2008; Camisón y Villar, 2010). Por ello los resultados no son perfectamente comparables, siendo necesario nuevos estudios que permitan

determinar si la internacionalización de la empresa es causa o consecuencia del rendimiento empresarial. Asimismo, la mayoría de los estudios han utilizado muestras que incluyen solamente empresas industriales, por lo que se echa en falta trabajos que analicen la citada relación en muestras más amplias que incluyan todos los sectores de actividad, de modo que también se puedan detectar posibles diferencias sectoriales. Adicionalmente, se podría analizar el efecto de variables moderadoras como el modo de entrada.

Por otra parte, parecen necesarios nuevos estudios empíricos que permitan arrojar luz a los resultados poco concluyentes, obtenidos hasta la fecha, en relación a la incidencia que los rasgos distintivos de las empresas familiares tienen sobre su proceso de internacionalización.

III. LOCALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES EN EL EXTERIOR DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS

Tras examinar el perfil de las empresas españolas que se han internacionalizado, en este apartado se analizarán los destinos geográficos de las operaciones internacionales, examinando su evolución temporal, así como los principales factores que han afectado a esta decisión.

Además de la concentración empresarial, las investigaciones previas han puesto de manifiesto una gran concentración geográfica de la actividad internacional de las empresas españolas (Durán, 1987 y 1989; Alonso, 1991; Suárez-Zuloaga, 1995; López-Duarte y García-Canal, 1997; Galán y González-Benito,

2001; Ramírez *et al.*, 2006). En efecto, como no podía ser de otra manera, todos los estudios realizados coinciden en señalar que las actividades en el exterior de las empresas españolas se han dirigido fundamentalmente a dos grandes zonas geográficas: Unión Europea y Latinoamérica. Las regiones de destino de las operaciones internacionales recogidas en la base de datos tomada como referencia confirman este resultado, como muestra el cuadro n.º 2. Se observa que, para el conjunto del período considerado, la Unión Europea de 15 miembros (UE-15) ha sido el destino más frecuente, seguida de América Latina, Asia (excluyendo Oriente Medio, Rusia y Asia Central) y Estados Unidos.

La evolución temporal de estos destinos geográficos muestra que la UE-15 ha sido el principal destino en la mayoría de los años considerados, en concreto, en 17 de los 25 años contenidos en la base de datos, mientras que América Latina fue el principal destino solamente en los 8 restantes. Un dato interesante es que desde 2006 Estados Unidos es el principal país destino de las operaciones en el exterior realizadas por empresas españolas, liderando además en *ranking* absoluto de operaciones en todo el período analizado (ver cuadro n.º 3). Lógicamente, este protagonismo de Estados Unidos como país destino no ha sido detectado en los trabajos previos sobre la internacionalización de las empresas españolas, dado que los datos utilizados en ellos no cubren un período temporal tan reciente. El citado cuadro muestra, en orden decreciente, los principales países destino de las actividades internacionales de las empresas españolas y pone de manifiesto que, pese a la primacía de Europa y Latinoamérica, la empresa espa-

CUADRO N.º 2

DISTRIBUCIÓN DE LAS OPERACIONES INTERNACIONALES POR REGIÓN DE DESTINO Y AÑO (*)
(Porcentajes verticales, 1986-2010)

Región	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
UE-15	34,4	48,0	48,8	70,1	45,9	45,5	40,8	29,1	37,3	38,8	26,3	22,3	20,4
Ampliación UE	0,0	0,0	0,8	1,2	1,3	6,9	4,9	5,5	4,1	1,9	3,4	2,1	1,4
Resto de Europa del Este	0,0	2,0	5,0	2,4	7,9	2,1	2,6	2,5	0,8	4,0	0,8	4,4	1,4
Resto de Europa	0,0	0,0	3,3	2,0	1,3	1,3	1,0	2,5	1,2	1,7	2,5	1,4	0,7
Canadá y EE.UU.	9,4	0,0	6,6	5,9	4,4	2,1	7,6	6,5	5,4	5,4	5,3	6,2	6,4
América Latina	25,0	28,0	18,2	9,8	21,0	24,0	26,3	30,7	28,2	32,3	37,4	47,6	51,1
Norte de África	0,0	4,0	2,5	2,0	6,6	5,6	3,0	6,0	6,6	4,6	4,5	1,4	4,8
Oriente Próximo	0,0	8,0	2,5	0,4	1,7	0,9	2,0	2,0	0,0	1,3	3,6	0,9	2,6
Asia Central	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,8	0,0	0,3	0,2	0,0
Sur y Este de Asia	12,5	6,0	6,6	4,3	5,7	5,2	6,9	10,6	11,2	5,8	9,8	8,7	6,9
Pacífico	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	0,0	0,4	0,4	0,8	0,2	0,0
África Subsahariana	6,3	0,0	2,5	0,4	1,3	2,1	0,3	1,0	1,2	1,7	2,2	1,4	1,4
Todo el mundo en general	12,5	4,0	3,3	1,6	3,1	4,3	3,6	3,0	2,5	2,3	3,2	3,2	2,9
Total columna	32	50	121	254	229	233	304	199	241	480	358	435	421

Región	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Total fila	Media 1986-2010
UE-15	31,3	29,2	29,6	32,9	34,1	29,2	33,0	32,3	30,9	32,5	29,1	24,1	3.684	32,1
Ampliación UE	5,0	2,7	3,0	4,1	6,3	6,6	7,4	8,6	9,6	8,8	9,4	5,9	651	5,7
Resto de Europa del Este	1,3	0,5	2,2	3,7	4,6	2,1	1,7	2,2	1,7	2,5	2,7	2,2	277	2,4
Resto de Europa	0,4	0,5	1,4	1,6	1,2	4,8	1,7	1,3	1,5	1,4	1,9	1,5	181	1,6
Canadá y EE.UU.	5,2	7,3	10,1	7,3	7,3	7,7	6,0	10,8	11,1	11,0	9,7	12,8	942	8,2
América Latina	43,5	43,1	38,0	30,0	22,8	26,9	25,0	22,7	21,5	19,8	23,2	27,5	3.328	29,0
Norte de África	3,7	3,0	4,9	5,3	5,3	3,9	5,3	4,0	6,6	7,6	3,6	4,9	544	4,7
Oriente Próximo	1,7	1,6	1,1	2,7	5,8	3,0	4,3	2,4	2,5	2,6	5,1	6,5	332	2,9
Asia Central	0,0	0,3	0,0	0,4	0,5	0,5	0,0	0,0	0,2	0,2	0,0	0,2	20	0,2
Sur y Este de Asia	4,5	6,1	7,1	8,2	6,5	8,9	11,5	10,6	11,1	9,9	9,5	10,3	984	8,6
Pacífico	0,0	0,3	0,3	0,7	0,5	0,7	0,9	0,5	1,2	1,1	1,3	1,0	75	0,7
África Subsahariana	1,9	0,8	1,6	0,5	2,7	4,4	2,1	3,2	1,0	1,2	2,6	1,1	195	1,7
Todo el mundo en general	1,5	4,6	0,8	2,7	2,4	1,2	1,2	1,3	1,0	1,5	2,0	2,0	254	2,2
Total columna	464	766	368	563	413	562	584	594	984	1.014	917	881	11.467	100,0

Nota: Existen 11.645 respuestas múltiples. Se ha tenido en cuenta que algunas de las operaciones realizadas abarcan varios mercados, regiones o incluso todos los países.
Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos sistemática sobre las operaciones internacionales de las empresas españolas (ICEX).

ñola se ha establecido a lo largo de todo el mundo. Asimismo, se ha de señalar que los países de la ampliación de la UE, Rusia y el resto de Europa del Este cada vez presentan un peso mayor, aunque todavía son de una importancia marginal. Una importancia aún mayor están alcanzando los países del Sur y Este de Asia, pues, como se observa en el cuadro número 2, en los últimos años están siendo destino de un mayor número de operaciones de empresas españolas que los países de la ampliación de la UE. Por tanto, esta evolución temporal muestra que

el proceso de internacionalización de las empresas españolas ha seguido una de las directrices del modelo de Uppsala (Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975; Johanson y Vahlne, 1977), que prevé que inicialmente las actividades internacionales se dirijan hacia países similares al de origen —en aspectos de tipo cultural, político o de idioma, entre otros—, como es el caso de los países europeos y latinoamericanos, que han sido los destinos preferidos por las empresas españolas; mientras que las zonas más alejadas culturalmente, como el Sureste Asiático u

Oriente Próximo, no comienzan a ser objeto del interés generalizado de las empresas españolas hasta los últimos años.

La importancia de Latinoamérica como destino de la actividad exterior de las empresas españolas ha llevado a la realización de varios estudios centrados en la internacionalización de las empresas españolas en esta región geográfica (Ruesga y Bichara, 1998; Durán, 1999; Galán-Zazo y González-Benito, 2006; García-Canal *et al.*, 2008, entre otros). En ellos se pone de manifiesto la inciden-

CUADRO N.º 3

**RANKING DE LOS 20 PRIMEROS PAÍSES O REGIONES DE DESTINO SEGÚN EL NÚMERO DE OPERACIONES (a)
(1986-2010)**

PAÍS O REGIÓN	TOTAL		86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
	N.º	%																									
1. EE.UU.	860	7,4	3	0	7	14	7	4	22	13	25	19	26	23	21	55	32	36	27	37	32	57	97	99	80	98	
2. Portugal	844	7,2	0	10	5	33	30	21	30	22	23	40	29	36	27	40	53	21	40	34	36	48	37	60	79	49	24
3. México	726	6,2	0	1	4	3	10	12	22	5	15	29	22	29	22	29	54	33	47	25	48	50	31	66	48	56	52
4. Francia	582	5,0	6	2	11	41	11	16	16	10	16	31	13	13	8	27	30	18	28	23	23	30	36	51	42	28	33
5. China	521	4,5	2	1	4	2	3	5	8	12	19	10	13	14	14	10	18	16	29	22	31	39	33	65	58	46	43
6. Brasil	507	4,4	0	0	2	0	5	2	0	3	1	11	16	22	31	28	60	23	28	17	29	28	18	37	31	39	67
7. Argentina	454	3,9	0	3	2	5	14	6	32	20	7	28	18	36	46	43	42	18	7	4	10	17	18	26	17	15	10
8. Reino Unido	416	3,6	0	3	6	10	7	16	18	5	12	15	8	3	11	13	15	14	5	12	12	20	27	33	56	44	43
9. Italia	415	3,6	0	1	6	12	4	10	7	4	5	8	7	7	12	14	35	16	25	20	30	24	33	39	28	31	30
10. España (b)	398	3,4	1	3	16	45	27	13	10	2	11	22	9	11	8	10	29	11	24	15	17	8	10	34	22	23	17
11. Alemania	350	3,0	2	2	1	10	11	4	9	6	6	18	9	8	10	18	20	15	27	8	21	23	16	28	29	20	20
12. Chile	337	2,9	0	1	3	6	7	3	9	10	6	12	18	17	15	20	37	17	20	14	24	12	7	19	20	12	15
13. Marruecos	298	2,6	0	1	1	2	9	7	6	8	11	16	5	4	12	12	20	7	15	10	5	16	13	37	40	16	18
14. Todo el mundo gral.	254	2,2	4	2	4	4	7	10	11	6	6	11	11	14	12	7	35	3	15	10	7	7	8	10	15	17	18
15. Unión Monet. Europea ..	228	2,0	2	2	7	13	4	17	19	3	4	15	12	12	5	5	17	1	14	10	3	5	1	10	19	23	5
16. Polonia	222	1,9	0	0	1	0	2	1	1	0	3	3	2	1	3	13	9	4	5	5	19	20	20	20	32	40	17
17. Rusia	198	1,7	0	1	5	5	16	5	8	3	2	14	3	17	4	0	2	7	19	10	9	6	6	9	20	14	11
18. Colombia	186	1,6	0	3	1	2	2	2	2	2	0	11	8	21	19	15	18	4	7	4	1	2	11	12	12	7	16
19. Perú	159	1,4	0	0	0	1	0	1	1	0	11	15	11	9	3	8	6	6	6	2	9	9	7	8	14	11	16
20. Latinoam. y Caribe gral. .	153	1,3	0	1	1	0	1	1	3	1	3	4	10	17	9	13	18	10	15	6	3	4	6	7	7	10	3

Notas:

(a) Existen 11.645 respuestas múltiples. Estas operaciones tenían a algún país extranjero y también a España como ámbito geográfico de aplicación.

(b) No se conoce con certeza el año de ejecución de 200 operaciones.

Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos sistemática sobre las operaciones internacionales de las empresas españolas (ICEX).

cia que han tenido los procesos de liberalización y privatización llevados a cabo en sectores como el financiero, las telecomunicaciones, la energía o el petróleo. En efecto, las grandes empresas de sectores regulados han sido las principales protagonistas de la expansión en Latinoamérica, siendo la década de los años noventa la que concentra la mayor parte de las inversiones. En el cuadro n.º 4 se observa que es la segunda mitad de esta época el período más activo, especialmente para las empresas del sector financiero, pues han concentrado en ese quinquenio la mayoría de las operaciones realizadas en esa zona geográfica. No obstante, la actualización de la base de datos utilizada en este trabajo permite detectar que a partir de 2001 se ha producido una notable entrada de empresas que operan

en sectores no regulados, fundamentalmente de servicios a empresas, que van tomando progresivamente el relevo en Latinoamérica a las empresas de sectores regulados.

En relación al sector destino de las operaciones internacionales llevadas a cabo por las empresas españolas, el cuadro n.º 5 muestra que las 10.558 operaciones recogidas en la base utilizada en este trabajo se han dirigido a los 26 sectores de dos dígitos —se ha utilizado la clasificación SIC (*standard industrial classification*)—. Los sectores a los que se ha dirigido un mayor número de operaciones internacionales han sido: construcción, servicios a empresas, comercio, agua/electricidad/gas, otros servicios, servicios financieros, transportes y comunicaciones. Así

pues, el sector servicios ha tenido un peso muy intenso; en concreto, el 57 por 100 de las operaciones se refieren a este tipo de actividades. Cabe señalar que los sectores con más pujanza cambian con el tiempo, debido fundamentalmente a que los procesos de consolidación sectorial a escala global se van sucediendo. Asimismo, la actividad internacional de las empresas de sectores regulados depende en gran medida de la existencia de procesos de privatización y liberalización. Por ello, los sectores regulados han tenido gran protagonismo en la década de los noventa, coincidiendo con los numerosos procesos de privatización y liberalización que se produjeron en estos sectores en Latinoamérica, tal y como se comentó previamente. Por otra parte, cabe destacar el gran dinamismo que pre-

CUADRO N.º 4

DESGLOSE TEMPORAL POR SECTOR DE DESTINO DE LAS OPERACIONES INTERNACIONALES REALIZADAS POR EMPRESAS ESPAÑOLAS EN AMÉRICA LATINA (*)

	1986-1991	1992-2000	2001-2010	Total
Extracción y refino de petróleo	7 7,1 (0,8)	27 27,6 (-3,2)	64 65,3 (2,8)	98 100,0
Comunicaciones	19 9,5 (2,7)	94 47,2 (1,1)	86 43,2 (-2,3)	199 100,0
Electricidad y agua	16 5,4 (-1,3)	214 71,5 (4,4)	168 23,2 (-3,8)	398 100,0
Servicios financieros	21 9,5 (1,8)	168 68,5 (6,4)	82 22,0 (-7,2)	271 100,0
Resto de servicios	32 3,5 (-3,0)	324 35,2 (-6,0)	564 61,3 (7,3)	920 100,0
Construcción	26 5,5 (0,1)	191 40,1 (-1,6)	259 54,4 (1,5)	476 100,0
Manufacturas y resto de sectores	49 6,0 (1,0)	364 44,5 (0,7)	405 49,5 (-1,1)	818 100,0
Total	170 5,3	1.382 43,5	1.628 51,2	3.180 100,0

Notas: Cada celda recoge el número de operaciones, el porcentaje horizontal y los residuos estandarizados y ajustados (entre paréntesis).

Chi-cuadrado: 126,909 (12 g.l.) (p < 0,001).

Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos sistemática sobre las operaciones internacionales de las empresas españolas (ICEX).

senta, principalmente desde el año 2000, el subsector de servicios a empresas.

La elección de localización de las actividades internacionales en un determinado país en lugar de en otro depende de las características de los potenciales mercados de destino, tales como nivel de desarrollo, tamaño del mercado, crecimiento, riesgo político, distancia geográfica o cultural. Varios estudios empíricos sobre la internacionalización de las empresas españolas han analizado la influencia del entorno institu-

cional sobre la elección de la localización de las actividades, prestando especial atención al riesgo regulatorio. A este respecto, tradicionalmente se ha señalado el efecto negativo que un elevado riesgo político tiene sobre la probabilidad de implantar una filial. Se han obtenido evidencias de este comportamiento en las empresas españolas (Casillas, 2002; Ramírez *et al.*, 2006). Sin embargo, recientemente han surgido trabajos centrados en el estudio de las capacidades políticas de las multinacionales que señalan que las empresas pueden

desarrollar habilidades políticas que les permiten desenvolverse en países con entornos institucionales débiles (Hillman y Hitt, 1999; Holburn, 2001). En este marco de análisis, García-Canal y Guillén (2008) muestran que las empresas españolas de sectores regulados en sus inversiones en Latinoamérica evitan el riesgo macroeconómico, pero no el político, prefiriendo entrar en países con discrecionalidad de los gobiernos, sobre todo en las primeras etapas de su internacionalización. Estas empresas han aprovechado las habilidades de negociación con los órganos políticos desarrolladas en España para hacer frente o controlar, en cierta medida, este riesgo. Posteriormente, Jiménez-Palmero *et al.* (2011) también obtienen evidencias del empleo proactivo del riesgo político en Latinoamérica por parte de multinacionales españolas. Esta posesión y explotación en mercados internacionales de capacidades distintas a las tradicionales capacidades tecnológicas o de *marketing*, como son las habilidades políticas, es propia de las denominadas «nuevas multinacionales» procedentes de países en vías de desarrollo, recientemente industrializados y emergentes (Guillén y García-Canal, 2010), como se comentará posteriormente.

Por otra parte, también ha sido objeto de estudio el grado de diversificación o alcance de la internacionalización de las empresas españolas, aunque con objetivos diversos (Ramírez y Delgado, 2000; Delgado *et al.*, 2004; Jiménez-Palmero, 2010). Al comparar la internacionalización de las empresas españolas y estadounidenses, Ramírez y Delgado (2000) detectan que estas últimas una vez iniciado el proceso son más activas, pues están presentes en más países, es decir,

CUADRO N.º 5

DISTRIBUCIÓN DE LAS OPERACIONES INTERNACIONALES SEGÚN EL SUBSECTOR DE DESTINO Y AÑO (*)
(Porcentajes verticales, 1986-2010)

Sector (códigos SIC)	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Agricultura (01-09)	3,2	0,0	0,0	1,0	2,6	1,4	0,4	1,6	0,0	0,7	0,9	0,0	0,0
Extractivo (10-14)	3,2	4,3	3,1	3,9	4,1	2,9	2,2	2,7	1,4	0,5	1,2	2,8	1,0
Construcción (15-17)	12,9	6,5	6,1	10,2	6,7	13,9	12,8	12,8	12,6	11,8	10,9	14,0	14,5
Alimentación y Tabaco (20-21) ..	12,9	0,0	8,2	5,3	5,7	5,3	9,9	5,3	8,6	6,6	6,7	5,8	7,8
Textil y Confección (22-23)	3,2	0,0	1,0	0,5	1,6	0,0	2,2	1,6	0,0	0,2	0,9	1,0	1,0
Madera y Mueble (24-25)	0,0	4,3	0,0	0,5	1,0	1,4	0,0	0,0	0,0	1,5	1,5	1,8	2,6
Papel y Artes Gráficas (26-27)	0,0	2,2	2,0	5,3	2,1	1,0	1,5	1,6	3,2	1,2	0,9	0,8	2,1
Químico (28)	0,0	6,5	5,1	1,0	1,6	1,0	3,7	1,6	1,8	1,2	3,3	3,0	1,6
Petróleo (29)	3,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	0,0	0,5	0,0	0,3	1,0	0,3
Plásticos (30)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,5	0,5
Cuero (31)	0,0	0,0	1,0	1,5	0,0	0,5	0,4	0,5	0,9	0,2	0,0	0,5	0,0
Arcilla, Piedra, Vidrio (32)	3,2	2,2	1,0	3,9	1,6	1,0	0,7	1,6	2,3	2,0	1,5	2,0	3,1
Metales (33-34)	0,0	4,3	3,1	3,9	1,0	1,0	1,5	1,1	5,9	5,4	4,3	0,5	2,3
Maquinaria (35)	6,5	4,3	1,0	1,5	2,6	0,5	1,1	2,7	1,8	2,9	2,4	1,8	1,6
Electrónica (36)	6,5	2,2	6,1	2,9	5,7	4,8	3,3	6,4	6,3	3,7	2,7	3,0	1,6
Material de Transporte (37)	0,0	6,5	10,2	0,5	3,1	1,9	2,9	1,1	4,1	4,7	4,6	5,5	4,4
Instrumentos (38)	0,0	0,0	1,0	0,0	0,0	1,0	0,7	1,1	1,4	0,2	0,6	1,8	1,8
Otras Manufacturas (39)	0,0	0,0	0,0	0,5	1,0	0,0	2,9	2,1	0,9	2,2	2,1	0,8	0,5
Transporte (40-47)	3,2	2,2	0,0	2,9	5,2	5,7	3,7	3,2	6,3	6,9	4,6	6,5	3,1
Comunicaciones (48)	9,7	6,5	5,1	2,9	8,8	5,7	4,0	3,7	4,5	3,4	4,6	3,3	4,1
Agua, Electricidad y Gas (49)	3,2	0,0	1,0	3,4	8,8	8,1	11,4	7,4	8,6	7,9	9,1	9,0	11,1
Comercio (50-59)	12,9	8,7	6,1	11,7	7,8	10,0	14,3	14,9	10,8	11,3	9,4	8,5	9,3
Servicios Financieros (60-64)	0,0	23,9	19,4	22,8	11,4	15,3	11,4	14,4	5,4	7,6	10,6	9,5	11,4
Hostelería (70)	0,0	0,0	10,2	1,0	2,1	1,9	0,4	2,7	5,0	2,0	4,0	4,0	5,2
Servicios a las Empresas (73, 81)	6,5	8,7	4,1	5,3	5,7	5,7	4,0	7,4	5,4	9,6	6,4	8,0	4,4
Otros servicios (65-69, 72, 74-80, 82-89)	9,7	6,5	5,1	7,8	9,8	9,1	4,4	2,7	2,7	6,1	6,1	5,0	4,7
Total columna	31	46	98	206	193	209	273	188	222	407	329	400	386

Nota: No se conoce con certeza el año de ejecución de 200 operaciones.

Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos sistemática sobre las operaciones internacionales de las empresas españolas (ICEX).

presentan una mayor diversificación internacional. Asimismo, investigaciones realizadas han encontrado que el grado de diversificación de la internacionalización de las empresas españolas se ve afectado por la acumulación de activos intangibles (Delgado *et al.*, 2004), así como por la diversidad del riesgo político en los países de destino (Jiménez-Palmero, 2010).

Otros trabajos han tratado de identificar diferencias en los factores determinantes de la localización de las actividades internacionales de las empresas españolas en países industriales frente a países en desarrollo (Ramírez *et al.*,

2004; Galán *et al.*, 2007). Los resultados de estos estudios no son comparables, pues han centrado el análisis en factores distintos: en el primer artículo, en características empresariales y, en el segundo, en características del país destino, además de diferir en la variable dependiente utilizada. En este sentido, son necesarias nuevas investigaciones en este campo que permitan refinar y clarificar las implicaciones de los resultados de investigaciones previas. Asimismo, el potencial de los países emergentes y la creciente presencia en ellos de las operaciones internacionales de las empresas españolas hace interesante la realización de traba-

jos centrados en los países emergentes, examinando qué características determinan su elección y qué ventajas competitivas explotan las empresas españolas. Por otro lado, otro aspecto pendiente de desarrollar es el estudio de los factores que inciden en la desinversión de las operaciones en el exterior, para el que se han realizado escasos trabajos (Fernández-Méndez *et al.*, 2011). También se ha comenzado a estudiar recientemente la problemática asociada a la subcontratación y deslocalización de actividades de alto valor añadido en el exterior (Linares-Navarro *et al.*, 2009; Martínez-Noya y García-Canal, 2011; Nieto y Rodríguez, 2011).

CUADRO N.º 5 (continuación)

DISTRIBUCIÓN DE LAS OPERACIONES INTERNACIONALES SEGÚN EL SUBSECTOR DE DESTINO Y AÑO (*)
(Porcentajes verticales, 1986-2010)

Sector (códigos SIC)	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Total fila	Media 1986-2010
Agricultura (01-09)	1,6	0,3	0,3	0,8	0,3	0,8	0,2	0,8	0,6	0,4	0,2	0,5	61	0,6
Extractivo (10-14)	0,2	1,3	1,5	1,2	1,7	1,2	3,3	2,3	0,9	1,4	1,4	1,7	171	1,7
Construcción (15-17)	6,8	9,3	5,3	5,7	13,4	9,9	13,1	13,0	13,5	19,8	21,2	21,4	1.386	13,4
Alimentación y Tabaco (20-21) ..	8,2	1,9	8,5	4,3	6,7	3,7	3,1	4,1	1,9	1,9	1,1	3,6	457	4,4
Textil y Confección (22-23)	2,1	1,2	2,3	1,2	0,8	0,4	0,5	1,5	0,5	0,5	0,6	0,1	90	0,9
Madera y Mueble (24-25)	1,6	1,2	1,8	2,2	1,7	1,9	2,4	0,8	0,3	0,8	0,7	0,3	119	1,1
Papel y Artes Gráficas (26-27)	2,3	2,3	2,9	1,6	2,8	1,2	2,4	1,1	1,4	1,1	1,6	1,7	181	1,7
Químico (28)	2,8	2,5	4,7	5,1	2,8	2,3	2,6	4,3	1,7	2,5	2,0	2,8	273	2,6
Petróleo (29)	0,9	0,0	0,3	0,0	1,7	0,6	0,5	0,6	0,4	1,5	1,7	0,5	65	0,6
Plásticos (30)	1,4	1,5	0,6	2,2	0,6	1,0	0,9	0,4	0,5	0,1	0,2	0,1	59	0,6
Cuero (31)	0,0	0,0	0,0	0,4	0,0	0,0	0,4	0,6	0,0	0,3	0,0	0,0	22	0,2
Arcilla, Piedra, Vidrio (32)	4,2	1,9	2,3	0,4	1,4	1,0	1,6	2,4	1,9	1,0	1,0	0,6	172	1,7
Metales (33-34)	3,5	2,2	2,6	3,3	4,5	2,9	3,1	2,6	2,9	2,0	1,4	1,7	271	2,6
Maquinaria (35)	2,3	2,9	2,1	2,6	1,9	2,5	2,4	2,6	1,4	1,7	1,4	1,9	211	2,0
Electrónica (36)	3,3	2,8	1,8	3,7	3,3	3,3	2,9	2,3	2,4	1,4	1,1	2,2	289	2,8
Material de Transporte (37)	3,7	3,3	1,8	3,5	2,2	1,2	2,6	2,1	2,9	2,5	1,4	3,1	303	2,9
Instrumentos (38)	0,2	0,7	0,3	0,2	0,0	1,2	0,5	0,4	0,2	0,8	0,4	1,4	69	0,7
Otras Manufacturas (39)	0,7	0,9	0,0	1,0	1,4	1,2	0,7	0,6	0,7	0,6	0,7	0,3	91	0,9
Transporte (40-47)	3,3	5,1	3,2	7,3	3,3	3,5	5,8	4,9	3,3	5,2	8,2	8,7	538	5,2
Comunicaciones (48)	5,6	9,4	3,8	3,1	1,4	2,5	3,5	2,3	2,1	3,1	4,3	3,0	406	3,9
Agua, Electricidad y Gas (49)	11,9	9,4	7,0	7,3	5,8	9,7	8,9	9,8	12,1	9,1	16,1	13,1	1.026	9,9
Comercio (50-59)	6,1	8,7	15,0	12,4	11,4	18,0	10,0	10,0	10,0	8,5	5,4	8,3	1.035	10,0
Servicios Financieros (60-64)	10,0	6,5	5,0	4,7	6,1	5,2	4,4	5,5	6,2	5,6	4,0	3,4	748	7,2
Hostelería (70)	4,7	5,1	4,7	2,4	2,2	2,7	5,5	3,0	4,0	4,1	1,4	2,1	347	3,4
Servicios a las Empresas														
(73, 81)	5,1	13,9	10,6	15,7	11,1	13,7	9,7	11,5	16,0	12,8	15,5	11,0	1.128	10,9
Otros servicios (65-69, 72,														
74-80, 82-89)	7,2	5,8	11,7	7,9	11,4	8,7	8,9	10,7	12,1	11,4	7,1	6,5	840	8,1
Total columna	428	689	341	509	359	517	548	531	936	932	808	772	10.358	100,0

Nota: No se conoce con certeza el año de ejecución de 200 operaciones.

Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos sistemática sobre las operaciones internacionales de las empresas españolas (ICEX).

IV. FORMA DE ENTRADA EN LOS MERCADOS EXTERIORES

En este apartado se analizan los modos de entrada utilizados por las empresas españolas en su expansión internacional, identificando los principales cambios que se han producido a lo largo del tiempo y los factores determinantes de dicha elección.

Las empresas españolas han utilizado todo tipo de modalidades de implantación exterior. La base de datos utilizada en este trabajo recoge una gran pluralidad de operaciones internacionales,

incluyendo no solo operaciones de inversión directa, sino también todo tipo de acuerdos de cooperación e incluso concesiones administrativas (1). Los modos de entrada más utilizados en los 25 años recogidos en la base han sido las adquisiciones (24,2 por 100) y concesiones administrativas (24 por 100), seguidas del establecimiento de un acuerdo o alianza (21,4 por 100), la creación de filiales de plena propiedad (17,4 por 100) y de la constitución de *joint ventures* (13 por 100). Algo más de la mitad de las adquisiciones realizadas —en concreto, el 52,2 por 100— corresponden a adquisiciones

parciales, el 39,5 por 100 son adquisiciones totales de empresas en el exterior y el 8,3 por 100 restante son adquisiciones compartidas. Asimismo, el 51 por 100 de las operaciones llevadas a cabo en los 25 años estudiados se han realizado en solitario y el 34 por 100 han contado con la participación de dos socios.

Cabe resaltar el protagonismo que han tenido los acuerdos y concesiones administrativas en la internacionalización de las empresas españolas, aspecto que no se había puesto de manifiesto en estudios previos, puesto que estas últimas no han sido consi-

deradas como categoría diferenciada en ningún otro trabajo sobre la internacionalización de las empresas españolas y, en la mayoría de ellos, tampoco se han tenido en cuenta los acuerdos de cooperación. Estudios centrados en el análisis de la inversión directa realizada por empresas españolas (Galán y González-Benito, 2001; López-Duarte y García-Canal, 1997) han encontrado que el establecimiento de filiales de plena propiedad es el modo de inversión directa preferido seguido de la creación de *joint ventures* y de las adquisiciones.

En el gráfico 2 se puede apreciar que la tendencia general más importante hasta 2006 es el aumento del peso de adquisiciones y de filiales sobre el total de operaciones y la disminución, en términos relativos, de las *joint ventures* y las alianzas. Este aumento en la propensión a invertir

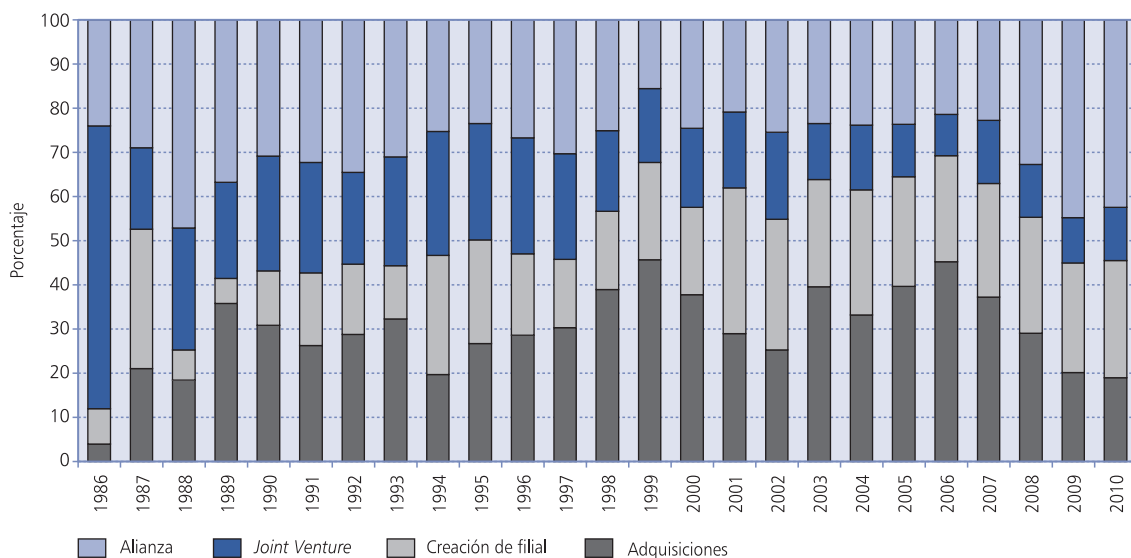
y a realizar operaciones en solitario no ha sido debido solamente a factores financieros sino también al propio proceso de aprendizaje de la empresa española, que se siente en mejores condiciones de emplear modos de entrada más sofisticados a medida que adquiere experiencia y competitividad internacional. No obstante, a partir de 2007, coincidiendo con la crisis financiera, esta tendencia se rompe, reduciéndose la propensión a adoptar las modalidades de adquisiciones y filiales. Sin duda, la crisis económica que estamos sufriendo ha propiciado un mayor protagonismo de concursos y alianzas sin participación accionarial. En cualquier caso, las operaciones internacionales en las que la empresa española cuenta con una participación en el capital superior al 50 por 100 han seguido una evolución creciente, como muestra el gráfico 3. Así pues, la empresa

española muestra una propensión creciente con el paso del tiempo a realizar operaciones en solitario y, en caso de acudir en colaboración con otras empresas, a ser socio mayoritario.

Los trabajos que han profundizado en el estudio de los modos de entrada utilizados por empresas españolas se han centrado principalmente en analizar los determinantes de la internacionalización de las exportaciones, comparar los determinantes de diferentes modos de entrada y estudiar las singularidades del sector servicios. A continuación se sintetizan los principales resultados obtenidos.

Varios trabajos (Rialp, 1999; Campa y Guillén, 1999; Merino y Salas, 2000) se han centrado en el análisis de las modalidades de organización de las exportaciones; en concreto, el empleo de

GRÁFICO 2
DISTRIBUCIÓN DE LAS OPERACIONES INTERNACIONALES POR AÑO Y TIPO DE OPERACIÓN (1986-2010)

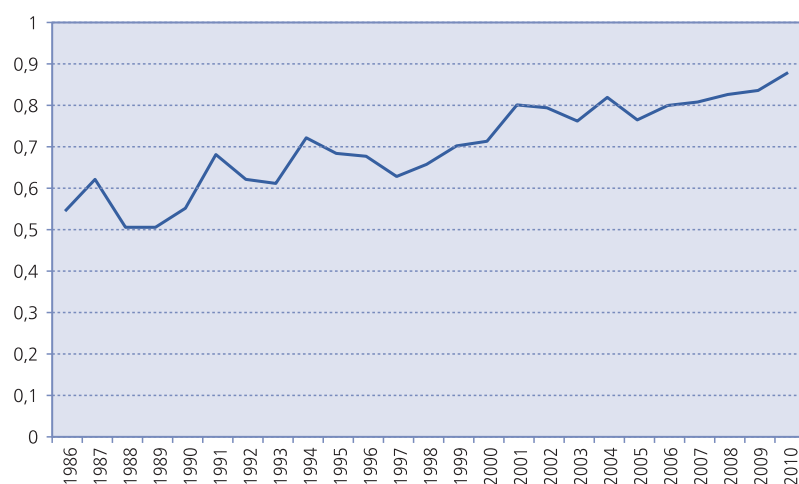


Nota: No se conoce con certeza el año de ejecución de 200 operaciones.

Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos sistemática sobre las operaciones internacionales de las empresas españolas (ICEX).

GRÁFICO 3

EVOLUCIÓN TEMPORAL DE LAS OPERACIONES INTERNACIONALES EN LAS QUE LA EMPRESA ESPAÑOLA CUENTA CON UNA PARTICIPACIÓN EN EL CAPITAL SUPERIOR AL 50 POR 100 (En porcentaje)



Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos sistemática sobre las operaciones internacionales de las empresas españolas (ICEX).

canales propios y/o alianzas comerciales frente a las alternativas de contratación en el mercado. En ellos se han contrastado empíricamente los planteamientos teóricos, fundamentalmente de la Teoría de la Internalización, que señalan que la presencia de activos intangibles aumenta la probabilidad de internalizar las actividades, pues tales activos suponen la base de las ventajas que permiten a estas empresas ser competitivas en los mercados internacionales. Se han obtenido evidencias de la incidencia que en la internalización de las exportaciones (utilización de canales de venta propios) tiene la posesión de activos específicos, como los tecnológicos, y la diferenciación de los productos ofrecidos por la empresa (Rialp, 1999; Campa y Guillén, 1999).

Las investigaciones realizadas sobre los factores determinantes

del modo de entrada en los mercados exteriores son muy heterogéneas, planteando objetivos diversos. Así, algunos estudios se han centrado en examinar los determinantes de las inversiones directas (Galán y González-Benito, 2001; Gordo *et al.*, 2008; Campa y Guillén, 1996), otros han realizado comparaciones muy diversas entre distintos tipos de modos de entrada o entre diferentes tipos de inversiones directas, tales como modos de entrada que no requieren inversión frente a los que sí conllevan algún tipo de inversión (Calderón *et al.*, 2007); pleno control frente a control compartido (León *et al.*, 2011; Sánchez-Peinado *et al.*, 2007; Claver-Cortés *et al.*, 2005); filial productiva frente a filial comercial (Pla, 2001), adquisiciones (totales y parciales) frente a *joint ventures* (López Duarte y García-Canal, 2002); o inversiones directas frente a acuerdos (Quer *et al.*,

2007). Adicionalmente, otros estudios han tratado de identificar los factores que conducen a un mayor grado de control en las inversiones realizadas en el exterior (Pla y León, 2004; Sánchez Peinado y Pla, 2006). De ellos se pueden extraer varios factores determinantes de la elección del modo de entrada por parte de las empresas españolas, entre los que cabe destacar los siguientes: respecto a la distancia cultural entre el país de origen y destino se ha obtenido que cuanto mayor sea la distancia cultural menor será la probabilidad de optar por inversiones de plena propiedad (Casillas, 2002; Galán y González-Benito, 2006; Quer *et al.*, 2007), pues la falta de similitud entre el país origen y destino incrementa los costes de internalizar las actividades. Asimismo, López-Duarte y García-Canal (2002) detectan que la distancia cultural afecta negativamente a la probabilidad de utilizar adquisiciones parciales frente a adquisiciones totales. Las adquisiciones parciales, al ser una forma híbrida entre *joint ventures* y adquisiciones totales, cuentan con los inconvenientes de ambas. Así, en ellas se agravan los problemas de integración de las empresas adquirente y adquirida, los cuales se acentúan con la distancia cultural. Por otra parte, la experiencia internacional de la empresa es otro factor que afecta significativamente a la propensión a establecer inversiones directas en el exterior (Gordo-Mora *et al.*, 2008). Asimismo, la elección de filiales de plena propiedad y de adquisiciones como método de entrada se ve afectada por la existencia de experiencia previa de la empresa en el mismo tipo de modo de entrada (Claver *et al.*, 2002 y 2005; López-Duarte y García-Canal, 2002). Adicionalmente, la posesión de activos intangibles, especialmente tecnológicos, es otro factor determi-

nante del empleo de inversiones directas en el exterior (Campa y Guillén, 1996; Galán y González Benito, 2001), corroborando el planteamiento de la teoría de la internalización que justifica la internacionalización a través de inversión directa por la posesión de algún tipo de activo específico a la empresa susceptible de ser explotado en otros mercados (Buckley y Casson, 1976; Teece, 1976 y 1977).

La creciente importancia y protagonismo de las empresas de servicios en la internacionalización de las empresas españolas ha llevado al desarrollo de estudios centrados en la internacionalización de este sector (Ramón, 2002; Pla y León, 2004; Sánchez-Peinado y Pla-Barber, 2006; Sánchez-Peinado *et al.*, 2007; Quer *et al.*, 2007; León *et al.*, 2011). Un sector especialmente examinado ha sido el turístico, concretamente las cadenas hoteleras, observándose que las peculiaridades de las empresas de servicios y la propia dinámica de este sector conducen a un proceso de internacionalización con ciertas singularidades respecto al seguido por las empresas industriales. A este respecto, Pla y León (2004) y León *et al.* (2011) encuentran diferencias en los determinantes del modo de entrada respecto al sector industrial, de manera que no se puede realizar una aplicación directa de todos los argumentos utilizados en el sector industrial. Uno de los factores para los que se han encontrado resultados opuestos a los obtenidos en sectores industriales es la distancia cultural. En este sentido, se ha detectado una preferencia por modos de entrada con mayor control cuando la distancia cultural es elevada (Ramón, 2002; Pla y León, 2004; León *et al.*, 2011). Ello se explica por la dificultad de transferir cierto *knowhow* de es-

pecial importancia para estas empresas —como las habilidades de los trabajadores en la interacción con los clientes o las capacidades de gestión—, cuando las normas, rutinas, instituciones locales difieren entre el país de origen y el de destino.

Por otro lado, las empresas que ofrecen servicios intensivos en conocimiento muestran una mayor preferencia por modos de entrada con mayor control que aquellas con servicios intensivos en capital, debido a la menor inversión necesaria para iniciar las operaciones internacionales de los servicios intensivos en conocimiento, junto con la dificultad de transferir el conocimiento tácito a terceros (Sánchez-Peinado y Pla-Barber, 2006; Sánchez-Peinado *et al.*, 2007), especialmente cuando se enfrentan a entornos con gran incertidumbre provocada por la distancia cultural y el riesgo político (Sánchez-Peinado y Pla-Barber, 2006).

Dentro de esta línea de investigación relativa a la elección del modo de entrada en los mercados exteriores, un campo que apenas ha sido tratado en los trabajos realizados hasta el momento es el análisis de los aspectos dinámicos de la elección del modo de entrada que complementen a estudios como el de Durán y Úbeda (2005), que analizan la senda de desarrollo de la inversión exterior.

V. VENTAJAS COMPETITIVAS DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS

Han sido varios los trabajos sobre la internacionalización de la empresa española que, partiendo fundamentalmente de los planteamientos de la Teoría de la Internalización (Buckley

y Casson, 1976; Teece, 1976 y 1977; Hennart, 1982) y del Paradigma Ecléctico (Dunning, 1988 y 1993; Vernon, 1979; Caves, 1982), han analizado las ventajas de propiedad, localización e internalización que subyacen en la expansión internacional de las empresas españolas. Según dichos planteamientos, son las empresas con ventajas de propiedad —las cuales suelen sustentarse en la posesión de activos intangibles— las que tienen más incentivos para invertir en el exterior. En este sentido, los estudios realizados han encontrado una influencia positiva de la posesión de intangibles, tanto sobre la intensidad exportadora (Fernández y Nieto, 2006; Donoso y Barroso, 2008), como sobre la realización de inversiones directas en el exterior (Campa y Guillén, 1996; Galán, Galende y González-Benito, 2000; Pla, 2001) o sobre el grado de diversificación internacional (Delgado *et al.*, 2004). Estos estudios se han centrado en el análisis de activos intangibles tradicionales, principalmente activos tecnológicos, de *marketing* y experiencia internacional.

Sin embargo, recientemente, Guillén y García-Canal (2010) encuentran que las empresas españolas, de forma semejante a otras de países en desarrollo o emergentes, han desarrollado y aprovechado en su expansión internacional otro tipo de capacidades distintas a las tradicionales, fundamentalmente capacidades organizativas, de dirección, políticas, relacionales o de ejecución de proyectos. Según estos autores, la experiencia acumulada en el país de origen en aspectos tales como habilidades para negociar con políticos y reguladores, la gestión de fusiones y adquisiciones, el conocimiento sobre nichos de mercado específicos, la ejecución de proyectos

o la reputación alcanzada con clientes multinacionales, han sido la base de la expansión internacional de las empresas españolas. En este sentido, el protagonismo que han tenido las adquisiciones como método de entrada en los mercados exteriores se ha beneficiado de la experiencia previa en la realización y gestión de fusiones y adquisiciones en el mercado local. En efecto, tras la incorporación de España a la UE se produjeron distintos procesos de concentración sectorial. La realización de adquisiciones previas permite a las empresas desarrollar habilidades en la gestión de los procesos de integración que podrán utilizar posteriormente para hacer frente a futuras adquisiciones con mayores garantías de éxito. De hecho, se ha confirmado empíricamente que la probabilidad de utilizar adquisiciones como método de entrada se ve afectada positivamente por la experiencia previa de la empresa en la realización de las mismas (López-Duarte y García-Canal, 2002).

Asimismo, con anterioridad, habíamos comentado el protagonismo que las empresas de sectores regulados habían tenido en las operaciones internacionales de las empresas españolas en Latinoamérica en la década de los noventa. Sin duda, la experiencia previa de estas empresas en España en la ejecución de proyectos complejos de infraestructuras, en el trato con gobiernos y reguladores o en operar en entornos liberalizados, ha sido clave para poder aprovechar los procesos de liberalización y privatización que se han producido en los países latinoamericanos en la citada década.

Por tanto, a pesar de no poseer un nivel elevado de capacidades tecnológicas o de marca,

las empresas españolas han aprovechado la experiencia en su mercado local para desarrollar otras capacidades específicas que les han permitido obtener ventajas competitivas para hacer frente a la desventaja de operar en el exterior. Así pues, tales capacidades, principalmente políticas, organizativas, de gestión, relacionales y de ejecución de proyectos han sustentado su proceso de internacionalización. En este sentido las multinacionales españolas muestran semejanzas con las denominadas «nuevas» multinacionales que, en los últimos años, han incrementado su presencia en el panorama competitivo global, motivando la realización de varios estudios sobre las mismas (Matthews, 2002; Accenture, 2008; Cuervo-Cazurra, 2008; Ramamurti y Singh, 2009; Guillén y García-Canal, 2010, entre otros). Estas «nuevas» multinacionales proceden de países que no se encuentran entre los más avanzados del mundo, desde un punto de vista tecnológico o de reputación de marca, y han conquistado los mercados internacionales sobre la base de una serie de capacidades distintas a las tradicionales (Guillén y García-Canal, 2010).

Esta línea de investigación relativa al análisis de las ventajas competitivas de las empresas españolas es la que presenta un mayor potencial de desarrollo. Aunque la expansión internacional de las empresas españolas y de las nuevas multinacionales, en general, puede explicarse partiendo de los postulados del *Paradigma Ecléctico* y la *Teoría de la Internalización*, por lo que no son necesarias nuevas teorías (Guillén y García-Canal, 2010), se precisan nuevos trabajos empíricos que permitan determinar qué ventajas concretas afectan tanto al modo de entrada elegido

como a la localización en distintas zonas geográficas. Asimismo, se podría analizar la existencia de diferencias sectoriales en relación a las ventajas competitivas utilizadas por las empresas en su expansión internacional. Por último, también cabría analizar el grado en el que los procesos de internacionalización refuerzan la competitividad internacional de las empresas españolas, sobre todo en el caso de las alianzas globales, esto es, las alianzas con actividades en más de un país, pues estas, además de facilitar la aceleración de la expansión internacional, también permiten acceder a nuevos recursos para mejorar la competitividad de los productos y servicios de la empresa (García-Canal y Valdés-Llaneza, 1997; García-Canal et al., 2002).

VI. CONCLUSIONES

El presente trabajo ha analizado la internacionalización de las empresas españolas partiendo de los resultados de los trabajos empíricos realizados y de la explotación de una base de datos de elaboración propia. Los aspectos en los que se ha centrado el análisis han sido las características distintivas de las empresas españolas internacionalizadas, los modos de entrada utilizados, la localización de las actividades y las ventajas competitivas que han permitido dicha internacionalización, tratando de detectar cambios producidos en el proceso a lo largo del tiempo. Las principales conclusiones que se pueden extraer del estudio realizado son las siguientes:

— En el proceso de internacionalización han participado empresas de todas las comunidades autónomas y de todos los sectores, aunque cabe destacar el

importante peso del sector servicios, especialmente los regulados, siendo el subsector de servicios a empresas el que está adquiriendo un mayor protagonismo en los últimos años.

— Las empresas españolas se han establecido a lo largo de todo el mundo, si bien la Unión Europea y Latinoamérica han sido las principales regiones de destino de las actividades internacionales. No obstante, desde 2006 es Estados Unidos el país que ocupa la primera posición como destino de las operaciones internacionales de las empresas españolas. La presencia en países emergentes es aún bastante reducida pero cabe esperar que, en un futuro próximo, cobren mayor protagonismo tanto por su potencial como por la propensión creciente observada a acudir a los mismos.

— Ha habido una propensión creciente a emplear adquisiciones y filiales de plena propiedad como modos de entrada. De hecho, en el período 1986-2010 recogido en nuestra base de datos las adquisiciones (considerando tanto las totales como las parciales y compartidas) han sido el modo de entrada más utilizado. No obstante, la crisis financiera y económica ha provocado que en los cuatro últimos años esa propensión a utilizar adquisiciones y filiales se haya visto interrumpida, pasando a recobrar un papel preponderante las concesiones administrativas y los acuerdos de cooperación.

— Las empresas españolas han fundamentado su expansión internacional en el desarrollo y la explotación de capacidades distintas de las tradicionales, tales como habilidades políticas, capacidades organizativas, de dirección, relacionales y de ejecución de proyectos.

— La línea de investigación con mayor desarrollo futuro es la relativa al estudio de las ventajas competitivas de las empresas españolas, determinando cómo influyen en la elección del modo de entrada o en la localización de las actividades. Adicionalmente, otros aspectos requieren de nuevas investigaciones, bien por el limitado desarrollo que han tenido hasta la fecha o bien para poder clarificar los resultados obtenidos. Entre ellos cabe destacar: la relación entre internacionalización y rendimiento empresarial, la incidencia sobre la internacionalización de las características distintivas de las empresas familiares, los aspectos dinámicos de los modos de entrada, la localización en países emergentes o los factores determinantes de las desinversiones en el exterior.

En definitiva, el análisis realizado pone de manifiesto que desde España es posible generar ventajas competitivas necesarias para tener éxito en los mercados internacionales. Teniendo en cuenta que las teorías de la internacionalización establecen que las empresas que se internacionalizan son más competitivas, cabe suponer que en los últimos años se ha incrementado el potencial competitivo de la empresa española. Además, el número de empresas que se aventuran en los mercados exteriores sigue aumentando. Aunque esto no significa que todas las empresas españolas sean competitivas. De hecho, la reciente evolución de la economía española es una prueba palmaria de que muchas empresas adolecen de problemas de falta de competitividad en sus productos.

En la actualidad se tiende a considerar la internacionalización como una de las posibles palancas para volver a situar a España

en la senda del crecimiento económico. De hecho, las principales multinacionales españolas están obteniendo una parte muy importante de sus beneficios en el exterior (*The Economist*, 2009), lo que les permite cierta protección frente a la ralentización de la economía española. Con todo, debe recordarse que la internacionalización requiere contar con productos competitivos a escala internacional o desarrollar lazos cooperativos con empresas que ayuden a mejorar la competitividad de los productos. Por esta razón cabe esperar que se mantenga el protagonismo que en los últimos años han venido recuperando las alianzas, debido a sus menores requerimientos de inversión, la posibilidad de acceder a recursos externos y a sus posibilidades de acelerar la expansión internacional de la empresa.

Por todo lo expuesto, las políticas públicas deben seguir apoyando la internacionalización, si bien no de manera indiscriminada, pues no todos los modelos de negocio tienen por qué ser válidos. En concreto, las políticas deberían centrar su interés en incentivar la mejora de la competitividad como paso previo para poder tener éxito en los mercados internacionales, potenciando, por ejemplo, la generación de activos intangibles, lo que permitiría además que España se incorporase en la última etapa de la senda de desarrollo de la inversión exterior junto a los países más avanzados. Además, como quiera que existen multinacionales en todos los sectores, se puede considerar que todos los sectores tienen futuro, por lo que las administraciones públicas no deben introducir distorsiones a la hora de incentivar la aplicación de conocimiento y tecnología en la empresa. Políticas horizontales de desarrollo y difusión deben

predominar sobre aquellas actuaciones específicas que primen la inversión en unos sectores industriales frente a otros sin entrar a considerar las posibilidades de desarrollar ventajas competitivas.

NOTAS

(*) Los autores agradecen el apoyo financiero prestado por el Ministerio de Ciencia e Innovación a través del proyecto ECO2010-18718.

(1) En concreto, se han considerado las siguientes operaciones: adquisición total (la empresa española compra el 100 por 100 de una empresa en el exterior); adquisición parcial (la empresa española adquiere un porcentaje del capital de una empresa en el exterior inferior al 100 por 100); adquisición compartida (varias empresas adquieren la totalidad o parte del capital de otra empresa en el exterior); creación de una filial de plena propiedad (la empresa española con sus propios recursos establece una filial de cualquier tipo —productiva, comercial— 100 por 100 de su propiedad); *joint venture* (dos o más empresas crean una nueva entidad, participando todas ellas en el capital de esa nueva entidad creada); concurso o licitación (presentación, de una empresa o un consorcio, a algún tipo de licitación, concurso o privatización en el exterior); concesión administrativa (adjudicación, a una empresa o a un consorcio, de una licitación, contrato o privatización pública) y alianzas (otros tipos de acuerdos de cooperación o alianzas distintos a una *joint venture*).

BIBLIOGRAFÍA

- ACCENTURE (2008), *The rise of the emerging market multinational*, Pamphlet.
- ALONSO, J. A. (1991), «La empresa española y los mercados internacionales», *Revista de Economía*, separata al n.º 11: 2-10.
- BUCKLEY, P. J., y CASSON, M. (1976), *The future of the multinational enterprise*, McMillan, Londres.
- CALDERÓN-GARCÍA, H.; CERVERA-TAULET, A.; TURBILLEJAS-ANDRÁS, B., y FAYOS-GARDÓ, T. (2007), «Selección del modo de entrada en un mercado internacional: Valoración de las capacidades empresariales, la estrategia empresarial y la percepción de los problemas de la internacionalización», *Información Comercial Española*, 839: 143-162.
- CAMISÓN, C., y VILLAR-LÓPEZ, A. (2010), «Effect of SMEs' international experience on foreign intensity and economic performance: The mediating role of internationally exploitable assets and competitive strategy», *Journal of Small Business Management*, vol. 48(2): 116-151.

- CAMPA, J. M., y GUILLÉN, M. F. (1996), «Evolución y determinantes de la inversión directa en el exterior por empresas españolas», *Papeles de Economía Española*, 66: 235-247.
- (1999), «The internationalization of exports: Firm and localization specific factors in a middle-income country», *Management Science*, 45(11): 1463-1478.
- CASILLAS-BUENO, J. C. (1998), «El nivel de internacionalización de las empresas españolas con filiales en el exterior», *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 4(2): 91-108.
- (2002), «Factores determinantes de la localización de las I+D+D de las Empresas Españolas», *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 11(1): 115-128.
- CASILLAS-BUENO, J. C., y ACEDO, F. J. (2005), «Internationalisation of Spanish family SMEs: An analysis of family involvement», *International Journal Globalisation and Small Business*, 1(2): 134-151.
- CAVES, R. E. (1982), *Multinational enterprise and economic analysis*, Cambridge University Press, Cambridge.
- CLAVER-CORTÉS, E.; QUER-RAMÓN, D., y MOLINA-AZORÍN, J. F. (2002), «La estrategia inversora de la empresa española en el Magreb: Factores determinantes y rasgos distintivos», *Información Comercial Española*, 802: 57-81.
- (2004), «La elección entre tipos de inversión directa en el exterior: Evidencia empírica de las empresas españolas en China», *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 14(4): 25-42.
- (2005), «El tamaño y la experiencia como determinantes de las decisiones de inversión directa de las empresas españolas en Marruecos», *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 11(1): 13-29.
- CLAVER-CORTÉS, E.; RIENDA, L., y QUER-RAMÓN, D. (2009), «Family firms' international commitment. The influence of family-related factors», *Family Business Review*, 22(2): 125-135.
- COLLI, A.; GUILLÉN, M. F., y GARCÍA-CANAL, E. (2012), «Family character and international entrepreneurship. A historical comparison of Italian and Spanish 'New Multinationals'», *Business History*, special issue on «Entrepreneurship: Contexts, Opportunities and Processes», en prensa.
- CUERVO-CAZURRA, Á. (2008), «The multinationalization of developing country MNEs: The case of multilatinas», *Journal of International Management*, 14(2): 138-154.
- DELGADO-GÓMEZ, J. M.; RAMÍREZ-ALESÓN, M., y ESPITIA-ESCUER, M. (2004), «Intangible resources as a key factor in the interna-

lization of Spanish firms», *Journal of Economic Behavior and Organization*, 53(4): 477-494.

- DONOSO, V., y MARTÍN-BARROSO, V. (2008), «Características y comportamiento de la empresa exportadora», *PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA*, 116: 168-182.
- DUNNING, J. H. (1981), *International production and the multinational enterprise*, Allen & Irwin, Londres.
- (1988), «The eclectic paradigm of international production: a restatement and some possible extensions», *Journal of International Business Studies*, 19: 1-31.
- (1993), *Multinational enterprises and the global economy*, Addison-Wesley, Nueva York.
- DUNNING, J. H., y NARULA, R. (1996), «The investment development path revisited: Some emerging issues», en DUNNING, J. H., y NARULA, R. (Eds.), *Foreign direct investment and governments*, Routledge, Londres.
- DURÁN-HERRERA, J. J. (1987), «La internacionalización de la empresa española 1979-1985», *Investigaciones Económicas* (segunda época), suplemento: 109-112.
- (1989), «Inversión directa y resultados de las empresas multinacionales españolas», *PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA*, 39: 339-353.
- (1999), *Multinacionales españolas en Iberoamérica: Valor estratégico*, Pirámide, Madrid.
- DURÁN-HERRERA, J. J., y ÚBEDA, F. (2005), «The investment development path of newly developed countries», *International Journal of the Economics of Business*, 12(1): 123-137.
- FARIÑAS, J. C., y MARTÍN-MARCOS, A. (2007), «Exporting and economic performance: Firm-level evidence of Spanish manufacturing», *The World Economy*, 30(4): 618-646.
- FERNÁNDEZ-MÉNDEZ, L.; GARCÍA-CANAL, E., y GUILLÉN, M. F. (2011), «Discrecionalidad regulatoria, capacidades políticas y supervivencia de los proyectos de inversión directa en el exterior», *Cuadernos Económicos de ICE*, en prensa.
- FERNÁNDEZ, Z., y NIETO, M. J. (2005), «Internationalization strategy of small and medium-sized family businesses: Some influential factors», *Family Business Review*, 18(1): 77-89.
- (2006), «Impact of ownership on the international involvement of SMEs», *Journal of International Business Studies*, 37(3): 340-351.
- FERNÁNDEZ-OTHEO, C. M., y MYRO, R. (2008), «Profitability of Spanish foreign direct in-

<p>vestment», <i>GCG, Revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad</i>, 2(3): 76-99.</p> <p>FUNDACIÓN SEPI (2010), «Las empresas industriales en 2009», ESEE.</p> <p>GALÁN-ZAZO, J. I.; GALENDE DEL CANTO, J., y GONZÁLEZ BENITO, J. (2000), «Factores determinantes del proceso de internacionalización. El caso de Castilla y León comparado con la evidencia española», <i>Economía Industrial</i>, 33(3): 33-48.</p> <p>GALÁN-ZAZO, J. I., y GONZÁLEZ-BENITO, J. (2001), «Factores explicativos de la inversión directa española», <i>Información Comercial Española</i>, 794: 103-122.</p> <p>— (2006), «Distinctive determinant factors of Spanish foreign direct investment in Latin America», <i>Journal of World Business</i>, 41: 171-189.</p> <p>GALÁN-ZAZO, J. I.; GONZÁLEZ-BENITO, J., y ZÚÑIGA-VICENTE, J. A. (2007), «Factors determining the localization decisions of Spanish MNEs: Analysis base on the investment development path», <i>Journal of International Business Studies</i>, 38: 975-997.</p> <p>GALLO, M. A., y GARCÍA-PONT, C. (1996), «Important factors in family business internationalization», <i>Family Business Review</i>, 9(1): 45-59.</p> <p>GALLO, M. A.; ARIÑO, A.; MÁÑEZ, I., y CAPPUYNS, K. (2002), «Internacionalización vía alianzas estratégicas en la empresa familiar», Documento de investigación 447, IESE.</p> <p>GARCÍA-CANAL, E., y GUILLÉN, M. F. (2008), «Risk and the strategy of foreign location choice in regulated industries», <i>Strategic Management Journal</i>, 29(10): 1097-1115.</p> <p>GARCÍA-CANAL, E., y VALDÉS-LLANEZA, A. (1997), «Alianzas para impulsar la Internacionalización. Tipología de las Empresas Españolas, 1986-1989», <i>Economía Industrial</i>, 314(II): 171-178.</p> <p>GARCÍA-CANAL, E.; GUILLÉN, M. F.; SÁNCHEZ-LORDA, P., y VALDÉS-LLANEZA, A. (2008), «La expansión de las empresas españolas hacia América Latina: Un balance», <i>GCG: Revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad</i>, 2(2): 18-45.</p> <p>GARCÍA-CANAL, E.; LÓPEZ-DUARTE, C.; RIALP-CRIADO, J. P., y VALDÉS-LLANEZA, A. (2002), «Accelerating international expansion through global alliances: A typology of cooperative strategies», <i>Journal of World Business</i>, 37: 91-107.</p> <p>GARCÍA-PÉREZ, F., y AVELLA-CAMARERO, L. (2008), «La influencia de la exportación sobre los resultados empresariales: Análisis de las pymes manufactureras españolas en el período 1990-2002», <i>Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa</i>, 17(2): 85-104.</p>	<p>GORDO-MORA, E.; MARTÍN-MACHUCA, C., y TELLO-CASAS, P. (2008), «Factores determinantes en la internacionalización de empresas no financieras mediante inversión directa exterior», <i>PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA</i>, 116: 203-219.</p> <p>GUILLÉN, M. F. (2005), <i>The Rise of Spanish Multinationals</i>, Cambridge University Press, Cambridge. [Trad.: Marcial Pons, Madrid 2006.]</p> <p>GUILLÉN, M. F., y GARCÍA-CANAL, E. (2007), «La expansión internacional de la empresa española: Una nueva base de datos sistemática», <i>Información Comercial Española</i>, 839 (nov-dic): 23-34.</p> <p>— (2010), <i>The new multinationals. Spanish firms in a global context</i>, Cambridge University Press.</p> <p>HENNART, J. F. (1982), <i>A theory of multinational enterprise</i>, University of Michigan Press.</p> <p>HILLMAN, A. J., e HITT, M. (1999), «Corporate political strategy formulation: a model of approach, participation, and strategy decisions», <i>Academy of Management Review</i>, 24(4): 825-842.</p> <p>HOLBURN, G. (2001), «Regulatory institutions and firm strategy: theory and evidence from the electric power industry», PhD diss., University of California at Berkeley.</p> <p>JIMÉNEZ-PALMERO, A. (2010), «Does political risk affect the scope of the expansion abroad? Evidence from Spanish MNEs», <i>International Business Review</i>, 19: 619-633.</p> <p>JIMENEZ-PALMERO, A. J.; DURÁN-HERRERA, J. J., y DE LA FUENTE SABATÉ, J. M. (2011), «El riesgo político como determinante de la estrategia de localización de las empresas multinacionales españolas», <i>Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa</i>, 20(1): 123-141.</p> <p>JOHANSON, J., y WIEDERSHEIM-PAUL, F. (1975), «The internationalization of the firm—four Swedish cases», <i>Journal of Management Studies</i>, octubre: 305-322.</p> <p>JOHANSON, J., y VAHLNE, J.-E. (1977), «The internationalization process of the firm: A model of knowledge development and increasing foreign market commitments», <i>Journal of International Business Studies</i>, 8(1): 23-32.</p> <p>LABORDA-PEMÁN, M., y SALAS-FUMÁS, V. (2010), «¿Qué nos dice el tamaño y la internacionalización de las empresas sobre los factores de desarrollo empresarial?», <i>Economía Industrial</i>, 375: 41-51.</p> <p>LEÓN-DARDER, F.; VILLAR-GARCÍA, C., y PLA-BARBER, J. (2011), «Entry mode choice in the internationalisation of the hotel industry: A holistic approach», <i>The Service Industries Journal</i>, 31(1): 107-122.</p>	<p>LINARES-NAVARRO, E.; PLA-BARBER, J., y PUIG-BLANCO, F. (2009), «La estrategia de <i>outsourcing</i> internacional en España: Una aproximación a los sectores manufactureros tradicionales», <i>Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa</i>, 15(3): 55-67.</p> <p>LÓPEZ-DUARTE, C., y GARCÍA-CANAL, E. (1997), «Internacionalización de la empresa española mediante inversión directa en el exterior (1988-1994): Principales rasgos distintivos», <i>Información Comercial Española</i>, 761: 17-31.</p> <p>— (2002), «Adverse selection and the choice between joint-ventures and acquisitions: Evidence from Spanish firms», <i>Journal of Institutional and Theoretical Economics</i> (JITE), 158(2): 304-324.</p> <p>— (2007), «Stock market reaction to foreign direct investments: Interaction between entry mode and FDI attributes», <i>Management International Review</i>, 47: 393-422.</p> <p>MARTÍNEZ-NOYA, A., y GARCÍA-CANAL, E. (2011), «Technological Capabilities and the Decision to Outsource R&D Services», <i>International Business Review</i>, 20(3): 264-277.</p> <p>MATHEWS, J. A. (2002), <i>Dragon Multinationals: A new model of global growth</i>, Oxford University Press, Nueva York.</p> <p>MERINO, F., y SALAS, V. (2000), «The relationship between firm-specific assets and internationalisation in Spanish manufacturers», <i>Documento de Trabajo 0001</i>, Fundación Empresa Pública.</p> <p>MONREAL-PÉREZ, J.; ARAGÓN-SÁNCHEZ, A., y SÁNCHEZ-MARÍN, G. (2011), «A longitudinal study of the relationship between export activity and innovation in the Spanish firm: The moderating role of productivity», <i>International Business Review</i>, en prensa.</p> <p>NIETO, M. J. (2003), «Las PYME familiares en España: ¿Qué nos dicen los datos?», <i>Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa</i>, 9(2): 115-128.</p> <p>NIETO, M. J., y RODRÍGUEZ, A. (2011), «Offshoring of R&D: Looking abroad to improve innovation performance», <i>Journal of International Business Studies</i>, 42: 345-361.</p> <p>PLA-BARBER, J. (2001), «The internalization of foreign distribution and production activities. New empirical evidence from Spain», <i>International Business Review</i>, 10: 455-474.</p> <p>PLA-BARBER, J., y LEÓN-DARDER, F. (2004), «La internacionalización de la industria hotelera. Formas de entrada y factores determinantes», <i>PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA</i>, 102: 193-206.</p> <p>PUIG-RAPOSO, N., y FERNÁNDEZ-PÉREZ, P. (2009), «La internacionalización de la gran em-</p>
--	--	---

<p>presa familiar española. Una perspectiva histórica», <i>Información Comercial Española</i>, 849: 27-38.</p> <p>QUER-RAMÓN, D.; CLAVER-CORTÉS, E., y ANDREU, R. (2007), «Foreign market entry mode in the hotel industry: The impact of country— and firm-specific factors», <i>International Business Review</i>, 16: 362-376.</p> <p>QUINTANA-NAVÍO, J. (2007), «La internacionalización de la empresa familiar española», <i>Información Comercial Española</i>, 839: 113-120.</p> <p>RAMAMURTI, R., y SINGH, J. V. (2009), <i>Emerging multinational from emerging markets</i>, Cambridge University Press, Cambridge.</p> <p>RAMÍREZ-ALESÓN, M., y DELGADO-GÓMEZ, J. M. (2000), «La internacionalización de la empresa española y estadounidense. Un análisis comparativo», <i>Economía Industrial</i>, 333: 21-31.</p> <p>RAMÍREZ-ALESÓN, M., y ESPITIA-ESCUER, M. (2001), «The effect of international diversification strategy on the performance of Spanish-Based firms during the period 1991-1995», <i>Management International Review</i>, 41(3): 291-315.</p> <p>RAMÍREZ-ALESÓN, M.; DELGADO-GÓMEZ, J. M., y ESPITIA-ESCUER, M. (2004), «Destino de</p>	<p>las inversiones españolas: Países industriales vs. países en desarrollo», <i>Revista de Economía Aplicada</i>, XII, 34: 127-139.</p> <p>— (2006), «La internacionalización de las empresas españolas 1993-1999: Un estudio de los factores de localización», <i>Moneda y Crédito</i>, 222: 167-192.</p> <p>RAMÓN, A. (2002), «Determining factors in entry choice for international expansion. The case of Spanish hotel industry», <i>Tourism Management</i>, 23(6): 597-607.</p> <p>RIALP, A. (1999), «Los determinantes de la internacionalización del canal de distribución: un análisis comparativo», <i>Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa</i>, 3: 141-166.</p> <p>RUESGA, S. M., y BICHARA, J. S. (1998), «Inversiones españolas directas en América Latina en los años 90», <i>Boletín ICE Económico: Información Comercial Española</i>, mayo, 25-31: 9-18.</p> <p>SÁNCHEZ-PEINADO, E., y PLA-BARBER, J. (2006), «A multidimensional concept of uncertainty and its influence on the entry mode choice: An empirical analysis in the service sector», <i>International Business Review</i>, 15(3): 215-232.</p>	<p>SÁNCHEZ-PEINADO, E.; PLA-BARBER, J., y HERBERT, L. (2007), «Strategic variables that influence entry mode choice in service firms», <i>Journal of International Marketing</i>, 15(1): 67-91.</p> <p>SUÁREZ-ORTEGA, S. M.; ÁLAMO-VERA, F. R., y GARCÍA-FALCÓN, J. M. (2002), «Determinantes organizativos y directivos de la actividad exportadora: Evidencia empírica en el sector vitivinícola español», <i>Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa</i>, 13, septiembre-diciembre: 519-543.</p> <p>SUÁREZ-ZULOAGA, F. (1995), «La internacionalización productiva de las empresas españolas 1991-1994», <i>Información Comercial Española</i>, n.º 746: 89-103.</p> <p>TEECE, D. J. (1976), <i>The multinational corporation and the resource cost of international technology transfer</i>, Ballinger, Cambridge, Mass.</p> <p>— (1977), «Technology transfer by multinational firms: The resource cost of transferring technological know-how», <i>Economic Journal</i>, 87: 242-261.</p> <p>VERNON, R. (1979), «The Product Cycle Hypothesis in a New International Environment», <i>Oxford Bulletin of Economics & Statistics</i>, 41(4), noviembre: 255-267.</p>
--	--	---