

FACTORES EXPLICATIVOS DE LA EMPRESA
CONJUNTA INTERNACIONAL: UNA APLICACIÓN
AL SECTOR MANUFACTURERO ESPAÑOL

PALOMA ALMODÓVAR MARTÍNEZ

**FACTORES EXPLICATIVOS
DE LA EMPRESA
CONJUNTA INTERNACIONAL:
UNA APLICACIÓN AL SECTOR
MANUFACTURERO ESPAÑOL**

FUNDACIÓN RAFAEL DEL PINO

MARCIAL PONS, EDICIONES JURÍDICAS Y SOCIALES, S. A.
MADRID 2007 BARCELONA

Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización escrita de los titulares del «Copyright», bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, y la distribución de ejemplares de ella mediante alquiler o préstamo públicos.

© Paloma Almodóvar Martínez
© Fundación Rafael del Pino
© MARCIAL PONS
EDICIONES JURÍDICAS Y SOCIALES, S. A.
San Sotero, 6 - 28037 MADRID
☎ (91) 304 33 03
ISBN: 978-84-9768-410-1
Depósito legal: 2007
Diseño de la cubierta: Álvaro Reyero
Fotocomposición: JOSUR TRATAMIENTO DE TEXTOS, S. L.
Impresión: ELECÉ, INDUSTRIA GRÁFICA, S. L.
Polígono El Nogal
Río Tiétar, 24 - 28110 Algete (Madrid)
MADRID, 2007

A mi querida madre

ÍNDICE

	<u>Pág.</u>
PRESENTACIÓN	15
AGRADECIMIENTOS	17
ABREVIATURAS	19
INTRODUCCIÓN	21

CAPÍTULO 1

BASE TEÓRICA DEL ESTUDIO

1.1. ENFOQUES TEÓRICOS DE CARÁCTER ESTÁTICO.....	26
1.1.1. Teoría de las operaciones internacionales	26
1.1.2. Teoría de la apropiabilidad	28
1.1.3. Teoría de la internalización	29
1.1.4. Teoría de las capacidades organizativas	31
1.1.5. Paradigma ecléctico	32
1.2. ENFOQUES TEÓRICOS DE CARÁCTER DINÁMICO.....	34
1.2.1. Teoría del ciclo de vida del producto	34
1.2.2. Teoría gradualista	37
1.3. REVISIÓN DE LOS AUTORES QUE SIGUEN LAS DIFERENTES CORRIENTES TEÓRICAS Y LOS FACTORES QUE ANALIZAN	38

CAPÍTULO 2

FACTORES EXPLICATIVOS DE LA EMPRESA
CONJUNTA INTERNACIONAL

2.1.	TAMAÑO DE LA EMPRESA Y LA EMPRESA CONJUNTA INTERNACIONAL	45
2.2.	TAMAÑO DEL PROYECTO EN EL EXTERIOR Y LA EMPRESA CONJUNTA INTERNACIONAL.....	48
2.3.	INTENSIDAD INVESTIGADORA DE LA EMPRESA Y LA EMPRESA CONJUNTA INTERNACIONAL.....	49
2.4.	LA EXPERIENCIA DE LA EMPRESA Y LA EMPRESA CONJUNTA INTERNACIONAL	50
2.4.1.	Experiencia doméstica	51
2.4.2.	Experiencia internacional	52
2.5.	LAS ESTRATEGIAS EMPRESARIALES Y LA EMPRESA CONJUNTA INTERNACIONAL	54
2.5.1.	Estrategias de internacionalización: multipaís <i>versus</i> global.	55
2.5.2.	Estrategias de crecimiento: expansión <i>versus</i> diversificación	58
2.5.3.	Estrategias de negocio: liderazgo en costes <i>versus</i> diferenciación de producto	60
2.6.	LA DISTANCIA CULTURAL	61
a)	Delimitación del concepto de distancia cultural	62
b)	Naturaleza de la distancia cultural	63
2.6.1.	La distancia cultural y la empresa conjunta internacional.	64
2.7.	MODELO ESPECÍFICO DE ANÁLISIS.....	69

CAPÍTULO 3

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.	METODOLOGÍA Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	76
3.1.1.	Población y fuente de información.....	76
3.1.2.	Diseño de la muestra	77
3.2.	MEDICIÓN DE LAS VARIABLES	80
3.2.1.	Variable dependiente.....	80
3.2.2.	Variabes independientes	83
a)	Tamaño de la empresa inversora	83
b)	Tamaño del proyecto en el extranjero	84
c)	Intensidad investigadora de la empresa	85
d)	Experiencia doméstica.....	85

	<u>Pág.</u>
<i>e)</i> Experiencia internacional	86
<i>f)</i> Estrategias de internacionalización	87
<i>g)</i> Estrategias de crecimiento.....	87
<i>h)</i> Estrategias de negocio.....	88
<i>i)</i> Distancia cultural	88
<i>j)</i> Riesgo país	89
3.3. TÉCNICAS ESTADÍSTICAS APLICADAS AL ESTUDIO.....	94
3.3.1. Árboles de decisión	94
3.3.2. Regresión logística binomial	95
3.3.2.1. Delimitación de la técnica estadística.....	95
<i>a)</i> Estimación de los coeficientes.....	96
<i>b)</i> Significatividad de los coeficientes	96
<i>c)</i> Interpretación de los coeficientes.....	97
3.3.2.2. Adecuación del modelo	97
<i>a)</i> Bondad de ajuste del modelo global.....	97
<i>b)</i> Capacidad predictiva del modelo.....	99
3.3.3. Regresión logística multinomial	99
3.3.3.1. Delimitación de la técnica estadística.....	99
<i>a)</i> Estimación de los coeficientes	100
<i>b)</i> Significatividad e interpretación de los coefi-	
cientes	101
3.3.3.2. Adecuación del modelo	101
<i>a)</i> Bondad de ajuste del modelo global.....	101
<i>b)</i> Capacidad predictiva del modelo.....	102
3.3.4. Regresión logística ordinal	102
3.3.4.1. Delimitación de la técnica estadística.....	102
<i>a)</i> Estimación, significatividad e interpretación	
de los coeficientes.....	103
3.3.4.2. Adecuación del modelo	103

CAPÍTULO 4

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1. CONSIDERACIONES PRELIMINARES	106
4.2. ANÁLISIS EXPLORATORIO DE LOS DATOS	109
4.2.1. Descripción del paquete estadístico.....	109
4.2.2. Interpretación del árbol de decisiones	109
4.3. CONTRASTACIÓN DEL MODELO TEÓRICO.....	120
4.3.1. Resultados de la regresión logística binomial múltiple	120

	<u>Pág.</u>
4.3.1.1. Adecuación del modelo	127
<i>a)</i> Bondad de ajuste del modelo global.....	127
<i>b)</i> Capacidad predictiva del modelo.....	129
4.4. CONTRASTACIÓN COMPLEMENTARIA DEL MODELO TEÓRICO: RESULTADOS DE LAS REGRESIONES LOGÍSTI- CAS MULTINOMIALES Y ORDINALES	129
4.4.1. Adecuación del modelo	138
<i>a)</i> Bondad de ajuste del modelo global	138
<i>b)</i> Capacidad predictiva del modelo	139
4.5. RESULTADOS DE LAS REGRESIONES LOGÍSTICAS —OR- DINAL Y MULTINOMIAL— BAJO MEDICIONES ALTERNA- TIVAS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE.....	140

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

5.1. CONCLUSIONES Y LIMITACIONES	147
5.1.1. Conclusiones y limitaciones del estudio en su conjunto ...	148
5.1.2. Conclusiones y limitaciones sobre los factores tratados ...	150
<i>a)</i> Tamaño de la empresa.....	150
<i>b)</i> Tamaño del proyecto en el extranjero	151
<i>c)</i> Intensidad innovadora de la empresa	151
<i>d)</i> Experiencia de la empresa.....	152
<i>e)</i> Estrategias empresariales.....	154
<i>f)</i> La distancia cultural y el riesgo país.....	157
5.2. FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	159
ANEXO I: MODALIDADES DE ENTRADA	161
ANEXO II: ÍNDICE DE HOFSTEDE.....	163
I. Introducción.....	163
II. Cálculo del índice de Hofstede.....	164
III. Aplicación a nuestro estudio	166
BIBLIOGRAFÍA	169

ÍNDICE DE FIGURAS

	<u>Pág.</u>
Cuadro 1.1: Revisión de los enfoques teóricos seguidos en la literatura...	39
Cuadro 1.2: Resumen de los factores condicionantes de la IDE según las diferentes teorías	42
Cuadro 1.3: Recopilación de los trabajos que tratan de analizar los distintos factores con respecto a la modalidad de entrada.....	43
Figura 2.1: Clasificación según niveles de los factores condicionantes de la IDE.....	46
Figura 2.2: Naturaleza de la distancia cultural.....	64
Cuadro 2.1: Diferentes posturas sobre la relación entre la distancia cultural y la empresa conjunta internacional	70
Figura 2.3: Modelo específico de análisis	71
Cuadro 2.2: Recopilación de los trabajos que tratan de analizar los distintos factores con respecto a las inversiones directas (empresa conjunta internacional <i>versus</i> filial de plena propiedad)	72
Cuadro 3.1: Clasificación de la ESEE de las empresas manufactureras españolas a partir del CNAE-93.....	77
Cuadro 3.2: Delimitación de la muestra	78
Cuadro 3.3: Distribución de la muestra según su actividad internacional... ..	79
Cuadro 3.4: Distribución de la muestra según el tipo de modalidad de entrada.....	79
Cuadro 3.5: Distribución de la muestra según el tipo de IDE empleada. ..	79
Cuadro 3.6: Ficha técnica del estudio	81
Gráfico 3.1: Evolución de la IDE en España (1990-2004).....	82
Cuadro 3.7: Relación de autores y la forma de medición de la IDE.....	82

	Pág.
Cuadro 3.8: Propiedades de la variable dependiente.....	83
Cuadro 3.9: Resumen de la construcción de las variables y sus hipótesis.	90
Cuadro 4.1: Distribución de los datos en la variable MO_ENT.....	107
Cuadro 4.2: Distribución de los datos en la variable MO_ENT_95.....	108
Cuadro 4.3: Distribución modificada de los datos en la variable MO_ENT_95.....	108
Cuadro 4.4: Tabla resumen de los criterios aplicados en el Answer Tree 3.0.	109
Figura 4.1: Árbol de decisiones completo sobre la empresa conjunta inter- nacional	112
Figura 4.2: Segmentación de la rama izquierda (1. ^a parte)	114
Figura 4.3: Segmentación de la rama izquierda (2. ^a parte)	115
Figura 4.4: Segmentación de la rama derecha (1. ^a parte).....	117
Figura 4.5: Segmentación de la rama derecha (2. ^a parte).....	118
Cuadro 4.5: Contrastación de las hipótesis según el método Quest.....	119
Cuadro 4.6: Estimación de riesgos.....	120
Cuadro 4.7: Resultados de la estimación del modelo de regresión logís- tica binomial múltiple	122
Cuadro 4.8: Contrastación de las hipótesis según el modelo binomial ...	126
Cuadro 4.9: Pruebas omnibus sobre los coeficientes del modelo.....	127
Cuadro 4.10: Información sobre la bondad de ajuste del modelo.....	127
Cuadro 4.11: Tabla de contingencias para la prueba de Hosmer y Lemes- how	128
Cuadro 4.12: Prueba de Hosmer y Lemeshow	128
Cuadro 4.13: Tabla de clasificación	129
Cuadro 4.14: Resultados de la estimación de los modelos de regresión logística multinomial y ordinal	131
Cuadro 4.15: Contrastación de las hipótesis según los modelos ordinal y multinomial	136
Cuadro 4.16: Información del ajuste del modelo	138
Cuadro 4.17: Información sobre la bondad de ajuste del modelo.....	138
Cuadro 4.18: Tabla de clasificación	139
Cuadro 4.19: Modelos de regresión logística multinomial según la medi- ción de la variable dependiente.....	141
Cuadro 4.20: Modelos de regresión logística ordinal según la medición de la variable dependiente.....	143
Cuadro 4.21: Contrastación alternativa bajo MO_ENT_80.....	146
Figura 5.1: Relación entre la estrategia de crecimiento y la IDE.....	156
Cuadro A.1: Índices de distancia cultural.....	164
Cuadro A.2: Países sin identificar en el índice de Hofstede.....	167

PRESENTACIÓN

Las investigaciones relevantes tienen su origen en una o varias preguntas pertinentes en relación con algún asunto importante. Esta cuestión, que debería constituir una referencia inexcusable en el quehacer universitario, no siempre es tomada en consideración.

En el caso presente, la rigurosa tradición del Departamento de Organización de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid, y la excelente dirección del Profesor Álvaro CUERVO, han contribuido a la adecuación del planteamiento del trabajo realizado a las exigencias del método científico aplicado a un problema de inequívoca actualidad. En efecto, en la investigación que ha dado lugar al presente libro, Paloma ALMODÓVAR partió de una pregunta pertinente: ¿qué factores explican la elección de la empresa conjunta internacional como instrumento de entrada en mercados extranjeros? La reflexión efectuada adquiere la debida importancia en el marco de una economía mundial caracterizada por la progresiva ampliación y extensión de los intercambios económicos internacionales.

De acuerdo con la tradición académica seria, la investigación realizada se propone la elaboración de un modelo preciso y robusto susceptible de la oportuna contrastación empírica. Para alcanzar el objetivo propuesto, Paloma ALMODÓVAR sigue, ordenada y minuciosamente, las pautas del camino científico. Estudia el asunto objeto de análisis, toma las teorías como referencias, construye un modelo y procede a la oportuna validación empírica. En otros términos, analiza las teorías que expliquen las relaciones entre la inversión directa en el exterior y la empresa, tomando en consideración los vectores de datos correspondientes a las empresas y a los países. Adecuadamente, contrasta las hipótesis reali-

zadas para un periodo forzosamente breve (2000-2002) con instrumentos analíticos modernos aplicados a una encuesta de panel, elaborada por la SEPI, útil pero incompleta, que permite ofrecer información aceptablemente sólida acerca de la conducta inversora de las empresas en el extranjero, que sirve como plataforma para estimar comportamientos empresariales reactivos.

En el presente caso, el ejercicio realizado —complejo por su propia naturaleza— ofrece referencias válidas para estudiar con el debido rigor los comportamientos empresariales competitivos en un marco de información limitada. El minucioso trabajo realizado adquiere una relevancia especial si se considera que se inserta en el incierto y rico contexto de una economía rica en acciones y reacciones empresariales globalizadas. Todo ello, con las empresas manufactureras españolas como referencia.

La reflexión efectuada permite detectar lagunas en los trabajos previamente publicados y, como no puede ser de otra forma, dados los océanos estadísticos, en el propio trabajo de Paloma ALMODÓVAR.

Las conclusiones alcanzadas mejoran el conocimiento que teníamos acerca de las conductas de las empresas manufactureras españolas. Sólo este hecho justificaría la investigación realizada. Sin embargo, dado que el trabajo realizado es un trabajo bien hecho, con rigor e intención, no solamente aporta conocimiento sino que abre nuevos caminos de investigación. Las conclusiones alcanzadas y las lagunas reveladas constituyen una plataforma sólida sobre la que, sin duda, se erigirán trabajos posteriores.

Amadeo PETITBÒ

Director de la Fundación Rafael del Pino

AGRADECIMIENTOS

A través de las siguientes líneas quisiera expresar mi más profundo agradecimiento a todas aquellas personas e instituciones que han colaborado a la hora de realizar este libro.

En primer lugar quisiera expresar mi más profunda gratitud a la **Fundación Rafael del Pino** por hacer realidad este proyecto gracias a su financiación. Especialmente quisiera mencionar a su Director, Amadeo PETITBÒ, por su confianza y apoyo, y al Presidente Fundador, Rafael DEL PINO, por incentivar la investigación científica.

Del mismo modo quisiera resaltar la figura del Profesor Álvaro CUERVO GARCÍA, Catedrático de Organización de Empresas y persona a la que admiro profundamente. Él me ha enseñado gran parte de lo que sé sobre la empresa española y sin él este libro no habría sido posible.

Igualmente quisiera recordar a todos mis compañeros del Departamento de Organización de Empresas de la Universidad Complutense, quienes con su ejemplo han colaborado creando un entorno apropiado para el estudio y la investigación. Especialmente a la Dra. Ángeles MONTORO, cuyos consejos y recomendaciones han sido de gran ayuda para la mejora del libro.

A la Fundación Vitalia y a la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, artífices del Campus Excelencia 2005. El reconocimiento que supuso la elección del contenido de este libro para su presentación ante el Premio Nóbel William Sharpe ha sido una de las mayores satisfacciones de mi vida y sus aportaciones y recomendaciones han contribuido a mejorar la calidad del estudio.

A la Fundación SEPI, a la UNCTAD, al Banco de España, a Euro-money y a Sovereign Risk Insurance, ya que la colaboración de tales instituciones ha sido clave para la recopilación de los datos necesarios para contrastar esta investigación.

De forma especial, deseo expresar mi gratitud a las personas que me son más queridas y cercanas, ya que son las que más han sufrido la presión de mi trabajo. Por eso le dedico este libro a mi madre.

ABREVIATURAS

CNAE	Clasificación Nacional Actividades Económicas.
ECI	Empresa Conjunta Internacional.
ESSE	Encuesta sobre Estrategias Empresariales.
IDE	Inversión Directa en el Extranjero.
SEPI	Sociedad Estatal de Participaciones Industriales.
<i>QUEST</i>	<i>Quick, Unbiased, Efficient, Statistical Tree.</i>

INTRODUCCIÓN

En el entorno económico actual, caracterizado por la globalización, las organizaciones económicas tienen la necesidad de introducirse en nuevos mercados con el objetivo de ampliar sus ventajas competitivas. Por ello cobra una especial importancia la decisión sobre cómo introducirse en los mercados internacionales, es decir, qué modalidad de entrada¹ deben utilizar las empresas según su situación específica.

La decisión sobre qué modalidad escoger es una cuestión central en cuanto a su operatividad en los mercados internacionales (SCHÄEFER, 2002). Además, será el determinante crítico que condicionará la probabilidad de éxito de la inversión en el extranjero (DAVIDSON, 1982; HILL *et al.*, 1990; KILLING, 1982; ROOT, 1987).

Por ello surge la presente investigación, para dar respuesta a la pregunta «¿Qué factores son los que condicionan a las organizaciones para que elijan la empresa conjunta internacional como modalidad de entrada en los mercados exteriores?». La respuesta a esta pregunta es relevante desde un punto de vista teórico y práctico.

Desde un punto de vista teórico, muchas son las publicaciones centradas en explicar la disyuntiva entre los diferentes tipos de inversiones directas en el exterior (AGARWAL, 1994; CHAN, 1995; HENNART y REDDY, 1997; CHEN y HENNART, 2000, 2004; MAKINO y NEUPERT, 2000). Sin embargo, dichos trabajos se centran en el análisis de algunos factores, sin que se llegue a ofrecer un marco completo de análisis. Esto se debe al enfoque teórico seleccionado o al énfasis que deseen darle a ciertos elementos en sus estudios. Por ello, nosotros vamos a revisar las prin-

¹ Para una breve revisión de las diferentes modalidades de entrada ver el Anexo I.

cipales teorías sobre el campo de la internacionalización de la empresa para ofrecer un modelo de análisis que englobe la mayor cantidad de información posible.

En la revisión teórica podemos observar que hay ciertas lagunas aún no solventadas. Ejemplo de lo anterior es la falta de exploración de ciertos factores que se han tratado en otros tópicos, pero que no se han vinculado a las estrategias de entrada de las empresas, como es el caso de la *experiencia doméstica*. O la poca relevancia que se les ha prestado a otros, como puede ser el caso del *tamaño del proyecto en el exterior*.

Por otra parte, podemos ver cómo se han efectuado diversas contrastaciones empíricas utilizando bases de datos que permiten el acceso a un gran volumen de empresas. En dichas investigaciones la forma de medición de la empresa conjunta internacional está generalmente aceptada —porcentaje de participación en la filial extranjera— (FRANKO, 1971; STOPFORD y WELLS, 1972; GOMES-CASSERES, 1989, 1990; HENNART y REDDY, 1997; HENNART, 1991; CHEN y HENNART, 2002, 2004). Sin embargo, todos estos estudios se han realizado con respecto al territorio americano y hasta el año 2000 no se contaba con información equivalente para aplicarlo al territorio español. Por ello, nosotros hemos procedido a utilizar la Encuesta Sobre Estrategias Empresariales para poder realizar dicho análisis y, gracias a la forma de esta medida de la empresa conjunta, podemos discriminar entre diferentes intervalos para observar el comportamiento de dichas empresas de acuerdo a si son mayoritarias o minoritarias. Dicha forma de medición y contrastación no se había realizado hasta el momento para las empresas españolas.

Además, los estudios realizados sobre empresas españolas adolecen de otro inconveniente, el pequeño tamaño de las muestras utilizadas. Esto hace inviable el uso de ciertas técnicas estadísticas que requieren de un amplio número de datos para poder arrojar resultados consistentes. Tal es el caso de las regresiones logísticas ordinales y multinomiales. Así pues, nuestro trabajo cuenta con una muestra lo suficientemente grande como para poder analizar los datos bajo tales técnicas, con la riqueza de conclusiones que proporcionan.

Desde un punto de vista práctico, la presente investigación crea una herramienta de análisis que puede resultar de gran utilidad para las empresas. Esto es así debido a la racionalidad limitada de los agentes decisores, quienes sólo pueden manejar un volumen de información limitado. Por lo que será de gran utilidad la construcción de un modelo capaz de predecir el comportamiento más probable de la competencia, o la modalidad que más le convenga a la organización, de acuerdo a unos parámetros ya establecidos. Así, el empresario dispondrá de una herramienta

capaz de agilizar la toma de decisiones, ya que simplificará la recogida de información necesaria al tiempo que conseguirá una predicción razonable del futuro más inmediato.

Por tanto, vamos a centrarnos en el estudio de la IDE realizada por las empresas manufactureras españolas por el gran auge que están experimentando en los últimos años. Dentro de la IDE, los argumentos van a defenderse desde la perspectiva de la Empresa Conjunta Internacional (a partir de ahora: ECI), concretamente sobre los factores explicativos que van a condicionar que las empresas opten por esta alternativa.

El presente trabajo se caracteriza por: (1) centrar su atención en un fenómeno de plena actualidad y de gran relevancia como es la IDE; (2) la utilización de un marco teórico de gran importancia en el área de las actividades internacionales; (3) el estudio de un conjunto de factores capaces de explicar la elección de la ECI; y (4) la aplicación de técnicas estadísticas que, complementándose entre sí, consiguen profundizar en el análisis que nos ocupa.

La investigación se ha estructurado en cinco capítulos. En el primer capítulo se procede a la revisión de las principales teorías que tratan de explicar la internacionalización de las empresas, así como a la concreción del marco general de estudio de la ECI. En cuanto a la revisión teórica se procede a su exposición en dos bloques diferenciados: *a)* en el primer bloque se tratan las teorías que estudian las actividades internacionales de la empresa desde un punto de vista estático —teoría de las operaciones internacionales, la teoría de la apropiabilidad, la teoría de la internalización, la teoría de las capacidades organizativas y el paradigma ecléctico—; *b)* en el segundo bloque se tratarán las teorías que explican dicho fenómeno desde un enfoque dinámico —la teoría del ciclo de vida del producto y la teoría gradualista o de Uppsala—. A continuación se procede a la revisión de los factores detectados por las anteriores teorías, así como a la identificación de los autores que han seguido las diferentes corrientes teóricas en sus trabajos.

En el segundo capítulo, se procede al análisis de los factores detectados en el anterior capítulo para tratar de averiguar bajo qué condiciones las empresas optarán por la ECI. De esta manera se elaboran las hipótesis, se revisan los autores que han analizado dichos factores previamente y, finalmente, se formula el modelo objeto de estudio.

En el tercer capítulo se expone el diseño de la investigación. En un primer momento trataremos los aspectos relacionados con la población, así como el tipo de fuente de información utilizada —Encuesta Sobre Estrategias Empresariales— y, finalmente, se explicará el muestreo uti-

lizado para seleccionar las empresas. En un segundo momento explicaremos la forma en la que hemos construido la variable dependiente así como las variables que recogerán el efecto de los factores explicativos. Y en tercer lugar, presentaremos una breve explicación del funcionamiento de las diferentes técnicas estadísticas utilizadas para la contrastación de las hipótesis.

En el cuarto capítulo se realiza el análisis empírico de la influencia que tienen los factores identificados previamente. Para ello contamos con tres bloques: *a)* en un primer momento analizaremos la elección de la ECI *versus* la filial de plena propiedad a través de técnicas que trabajan con elecciones binarias —árboles de decisión «QUEST» y regresión logística binomial—; *b)* en un segundo momento realizaremos el mismo estudio pero añadiendo más categorías a la variable dependiente, de forma que trabajaremos con la regresión logística multinomial y la regresión logística ordinal; y *c)* estudiaremos cómo modificaciones en la forma de medir la variable dependiente afectan a los resultados y, con ello, a la contrastación de las hipótesis. Para ello replicaremos las técnicas multinomiales y ordinales bajo mediciones alternativas de la variable dependiente.

En el quinto y último capítulo, procederemos a la exposición de las principales conclusiones que se derivan de nuestro trabajo, así como a las limitaciones y futuras líneas de investigación.

CAPÍTULO 1

BASE TEÓRICA DEL ESTUDIO

Una vez delimitado el objeto de estudio, en el presente capítulo vamos a proceder a la revisión de las principales teorías que abordan el tema de la internacionalización de la empresa. Con ello pretendemos detectar cuáles son los factores que, según estas teorías, condicionan la elección de la IDE. El objetivo final, desarrollado en el siguiente capítulo, será tratar de precisar bajo qué condiciones los factores identificados condicionan que la empresa elija la ECI *versus* la filial de plena propiedad, como tipo de IDE desarrollada.

Por tanto, vamos a revisar las corrientes teóricas que, de alguna forma, identifican factores que serán decisivos para la elección de la IDE. Para ello, las hemos clasificado en dos grandes grupos: *a)* aquellas que explican la actividad internacional de la empresa desde un enfoque estático; y *b)* aquellas que lo hacen desde un enfoque dinámico o de proceso.

En el primer bloque —enfoque estático— trataremos la teoría de las operaciones internacionales, la teoría de la apropiabilidad, la teoría de la internalización, la teoría de las capacidades organizativas y el paradigma ecléctico. En el segundo bloque —enfoque dinámico— revisaremos la teoría del ciclo de vida del producto y la teoría gradualista o de Uppsala. A continuación haremos una revisión de los principales estudios que han abordado las modalidades de entrada bajo las teorías citadas. Finalmente, expondremos los factores que serán analizados en la presente investigación.

1.1. ENFOQUES TEÓRICOS DE CARÁCTER ESTÁTICO

En este apartado vamos a revisar aquellas teorías que tratan de explicar la existencia de las empresas multinacionales a partir de una racionalidad económica en la toma de decisiones. Estos argumentos se centran en las condiciones que hacen que una empresa, en un momento determinado del tiempo, opte por la IDE en lugar de otro tipo de modalidad de entrada en los mercados internacionales. Por tanto, estamos ante teorías de carácter estático.

1.1.1. Teoría de las operaciones internacionales

La tesis doctoral de HYMER¹ (1976) es el trabajo seminal de la teoría de las operaciones internacionales. En esta investigación se trata de responder a la pregunta de *¿por qué existen las empresas multinacionales?* y, con ello, la existencia de la IDE.

HYMER (1976) hace un análisis sobre los motivos que pueden generar que las empresas elijan realizar una IDE en lugar de optar por otra modalidad de entrada que suponga menor compromiso. Para ello identificó dos tipos de costes² en los que incurren las empresas que operan en el extranjero y que buscarán minimizar: (1) fijos y no repetitivos —idioma diferente, falta de conocimientos sobre las leyes, instituciones políticas y economía de los países extranjeros—; y (2) costes repetitivos —discriminación del gobierno del país de destino, poder de negociación de clientes y/o proveedores, el riesgo del tipo de cambio—. Dependiendo de la existencia de estos costes HYMER establece bajo qué circunstancias las empresas van a demandar un mayor grado de control sobre sus filiales: *a)* posesión de ventajas específicas; *b)* eliminación de conflictos³; y *c)* diversificación.

Con respecto a la *posesión de ventajas específicas*, se demostró que la IDE existe como respuesta al deseo de las empresas multinacionales de controlar sus operaciones internacionales en mercados imperfectos. La empresa que decide introducirse en los mercados internacionales lo hace basándose en unas ventajas específicas —tenencia de patentes y secretos industriales sobre productos tecnológicamente complejos (KINDLEBERGER, 1969: 17-18); costes relativamente bajos en producción

¹ La tesis doctoral de HYMER fue realizada en 1960, sin embargo, su publicación no se llevó a cabo hasta el 1976.

² HYMER (1976: 34) también se refiere a estos costes como «barreras para las operaciones internacionales».

³ Según señala YAMIN (1991: 64), los argumentos de «eliminación de conflictos» y de «diversificación» han sido ignorados por la literatura, a pesar de su relevancia.

(HYMER, 1976: 41); diferenciación de sus productos (KINDLEBERGER, 1969: 14); superioridad en las habilidades de dirección (KINDLEBERGER, 1969: 16),...⁴— y el control de la misma se hace necesario para poder *apropiarse*⁵ de los rendimientos que se derivan de estas ventajas (HYMER, 1976: 41-46).

Con respecto a la *eliminación de conflictos*, HYMER (1976: 37-39) señala que las empresas se interrelacionan entre sí por diversos motivos —por situarse en el mismo mercado, por venderse productos o servicios entre sí—. Así, cuando existen estas interrelaciones y hay pocos agentes en el mercado puede ser beneficioso llegar a acuerdos de colusión (fusiones o modalidades de cooperación).

Finalmente, en cuanto a la *diversificación* (HYMER, 1976: 40-41), es un caso concreto del anterior. Se basa en el supuesto de que, algunas veces, los beneficios de una línea de actividad están correlacionados de manera negativa con otras líneas. Por ello, a la empresa le puede resultar beneficioso diversificarse (integrarse verticalmente) a través de la incorporación a su cadena de valor de la actividad cuyo beneficio reduce el propio. Así pues, los acuerdos de colusión se realizarán con los proveedores o clientes en lugar de los competidores.

Por todo ello, podemos observar cómo esta teoría alude a una serie de factores que condicionarán que la empresa opte por una IDE.

Cuando HYMER nos habla de los costes en los que incurren las empresas en los mercados internacionales, podemos identificar la *Distancia Cultural* como coste fijo y no repetitivo, ya que se originan por las diferencias idiomáticas y la falta de conocimiento sobre la forma de hacer negocios; y el *Riesgo País* como coste repetitivo, ya que éste alude al riesgo político y del riesgo del tipo de cambio.

Cuando hablamos de las ventajas específicas de la empresa, podemos identificar tres factores condicionantes de la IDE: la *Intensidad Investigadora de la Empresa* —que caracterizaremos de acuerdo al grado de inversión en I+D que realice—, las *Estrategias de Negocio* —ya que se refieren a la superioridad en costes y a la tenencia de productos diferenciados— y, finalmente, la *Experiencia de la Empresa*, ya que señalan la importancia del grado de experiencia de los directivos.

⁴ Una enumeración más completa sobre la tipología de las ventajas específicas puede encontrarse en estudios como: KINDLEBERGER (1969), JOHNSON (1970), CAVES (1971, 1974, 1982), HIRSCH (1976) y LALL (1980).

⁵ HYMER fue el primero en señalar la apropiación de los rendimientos derivados de las ventajas específicas de la empresa como motivación de la IDE (COHEN *et al.*, 1982: 16-17).

Finalmente, cuando se explica la eliminación de conflictos y la diversificación como condicionantes de la IDE, HYMER se centra en un factor, el *Grado de Concentración en el Mercado de Destino*, ya que la existencia de oligopolios potenciará la preferencia por los acuerdos de colusión.

1.1.2. Teoría de la apropiabilidad

La teoría de la apropiabilidad nos propone una visión sobre la generación de ventajas competitivas a través de la apropiación⁶ de las rentas de las tecnologías⁷ concebidas por la empresa multinacional, para lo cual la mejor vía es la IDE.

Por ello, MAGEE (1977a, 1980: 30-31) nos explica cómo las multinacionales que llevan a cabo actividades de innovación deben hacer frente a la posible pérdida de su tecnología en manos de sus rivales e imitadores. El problema que aquí se plantea es que la tecnología está compuesta por conocimiento e, inicialmente, éste ha sido considerado un bien público. Sin embargo, si este conocimiento ha sido desarrollado por una empresa privada para su explotación, su uso ilegítimo sí que erosiona su valor ya que disminuyen los resultados obtenidos por la empresa generadora. Este es el «problema de la apropiabilidad» (ARROW, 1962) ya que la venta de tecnologías «robadas» beneficia a la sociedad en el corto plazo (debido a su menor precio) pero disuade de realizar inversiones en el largo plazo para la generación de nuevas tecnologías.

MAGEE (1977a: 300-304) profundiza en este concepto de tecnología que la empresa creadora debe proteger a través del análisis de las fases del producto. Aquí señala cómo deben producirse inversiones para: *a*) descubrimiento de nuevos productos; *b*) desarrollo de nuevos productos (i.e. investigación aplicada, especificaciones del producto, plantas piloto y prototipos); *c*) creación o «desarrollo» de sus funciones; *d*) creación de su mercado; y *e*) asegurar la apropiación de las rentas que genere. Así pues, la empresa tratará de invertir sus recursos en aquellas tecnologías en las que pueda proteger la apropiación de las rentas que genere. Por tanto, la empresa tratará de desarrollar tecnologías complejas, en detrimento de las simples, ya que éstas son más difíciles de imitar por los competidores y para protegerlas incurrirán en los costes legales oportunos.

⁶ En MAGEE (1977b) se entiende por apropiabilidad a la capacidad que tienen los creadores de captar para ellos mismos el valor que generan sus ideas en la sociedad.

⁷ En MAGEE (1977a) se entiende por tecnología aquellos conocimientos e informaciones que tienen aplicaciones comerciales en el mercado.

Así pues, podemos observar cómo la propiedad de la tecnología es la base para la obtención de rentas, de ahí la importancia de su protección frente a terceros que traten de imitarla. MAGEE (1977a, 1977b, 1980) señala cómo las empresas multinacionales deben proteger su tecnología evitando el mecanismo del mercado y potenciando los canales internos de la organización para su generación y transmisión.

Por todo esto, podemos identificar un factor central que condicionará si la empresa opta por una IDE: la *Intensidad Investigadora de la Empresa*. De esta forma introducimos en el análisis la dificultad para la apropiación de las innovaciones unidas a los productos que fabrica la empresa.

1.1.3. Teoría de la internalización

La teoría de la internalización tiene sus raíces en la teoría de los costes de transacción. La aportación que supone con respecto a su antecesora es que se centra en la problemática de la actividad internacional de la empresa, ya que los costes de transacción que estudia son los producidos en la interacción con los mercados internacionales⁸.

De esta forma, BUCKLEY y CASSON (1976)⁹ tomaron como punto de partida el trabajo seminal de COASE (1937), así como otros¹⁰, y lo modificaron para identificar los diferentes tipos de fallos de mercado en los entornos internacionales. Tratan de explicar los motivos por los que una organización opta por modalidades de entrada que entrañan una inversión directa, en lugar de modalidades contractuales o de exportación (BUCKLEY y CASSON, 1976: 36-45). Por ello, esta teoría puede ser utilizada para explicar la elección del modo de entrada que más le conviene a la empresa para minimizar los costes derivados de operar en mercados internacionales (CAVES, 1982; ANDERSON y GATIGNON, 1986; ANDERSON y COUGHLAN, 1987; GATIGNON y ANDERSON, 1988; KLEIN *et al.*, 1990; HENNART, 1991; HENNART y PARK, 1993; BUCKLEY y CASSON, 1998; HENNART y LARIMO, 1998; MAKINO y NEUPERT, 2000; PAN y TSE, 2000; LU, 2002).

⁸ RUGMAN (1986) denomina a la teoría de la «Internalización» como la teoría de los «Costes de Transacción de la Empresa Multinacional» y en su trabajo utiliza ambos términos de manera indiferenciada. HILL y KIM (1988) también aluden a este hecho. Por tanto, ambas teorías serán consideradas equivalentes.

⁹ Para una visión más actual y nítida del estudio de BUCKLEY y CASSON (1976): DUNNING (2003); HENISZ (2003); RUGMAN y VERBEKE (2003).

¹⁰ KALDOR (1934), PENROSE (1959), VERNON (1966, 1971), JOHNSON (1970), WELLS (1971), DUNNING (1973), DUNNING y PEARCE (1975) y HIRSCH (1976).

No obstante, la internalización¹¹ sólo se producirá cuando esta alternativa disminuya los costes para la organización. Estos costes de transacción deberán compararse con los que llaman *costes de comunicación* [RUGMAN y VERBEKE (2003: 127) a partir de BUCKLEY y CASSON, 1976]: *a)* los costes asociados con la necesidad de aumentar la cantidad de información sobre las funciones de contabilidad y control en el mercado exterior; *b)* el aumento de los costes generales, sobre todo si cada mercado interno desarrollado por la empresa multinacional necesita su propio sistema de comunicaciones; y *c)* los costes relacionados con la necesidad de comprobar la exactitud de la información proveniente de las filiales locales (incluyendo los traslados de supervisión).

Ante la internalización deben tenerse en cuenta los siguientes parámetros que incidirán en mayor o menor medida sobre los *costes de comunicación* (BUCKLEY y CASSON, 1976: 33-34): *a)* factores específicos de la industria (relacionados con la naturaleza del producto y la estructura del mercado exterior); *b)* factores específicos de la región (relacionado con las características sociales y geográficas de la región); *c)* factores específicos del país (incluyendo las políticas gubernamentales y fiscales que hay entre países); y *d)* factores específicos de la empresa (capacidad de la dirección para organizar este mercado interno alternativo al mercado externo del país de destino).

Por todo ello, vemos cómo hay una serie de factores (a nivel de empresa, de sector y de país) que influyen en la decisión de internalizar, o lo que es lo mismo, en la elección de una modalidad que entrañe una IDE (con plena propiedad o propiedad compartida).

Según los *factores específicos de la industria*, podemos identificar dos factores. Por un lado la *Intensidad Investigadora de la Empresa*, ya que el mercado es imperfecto para los productos intensivos en I+D, por lo que la empresa optará por una IDE. También podemos identificar la relevancia de su *Estrategia de Negocio*, ya que BUCKLEY y CASSON (1976: 35) señalan la necesidad de internalizar en aquellos casos donde se requieran elevadas inversiones en *marketing* para diferenciar el producto.

De acuerdo con los *factores específicos de la región*, BUCKLEY y CASSON (1976: 34, 42-43) consideran la *Distancia Cultural* ya que se explicita que entre los motivos que fomentan el aumento de los «costes de comunicación» tenemos la distancia física —entre la región de origen y la de destino, así como las diferencias idiomáticas y sociales.

¹¹ Entendida como la creación de un mercado dentro de la propia empresa para eliminar los costes de transacción asociados a las imperfecciones del mercado, cuando se desea intercambiar un activo intangible (BUCKLEY y CASSON, 1976).

Con respecto a los *factores específicos del país*, podemos identificar el *Riesgo País*. BUCKLEY y CASSON (1976) no desarrollan este concepto en profundidad, pero dejan constancia de que las organizaciones, a la hora de decidir cómo introducirse en un mercado internacional, deben tener en cuenta los riesgos derivados de las políticas de los gobiernos extranjeros (p. 106). En el trabajo de HENISZ (2003) se analiza este aspecto y se dice que BUCKLEY y CASSON (1976) no llegaron a recoger todo el impacto que esta dimensión podía tener sobre las organizaciones. Así pues, se señala que a la hora de estudiar el entorno institucional al que nos dirigimos debemos tener en cuenta múltiples aspectos tales como: las leyes y regulaciones que afectan a las adquisiciones o las licencias (DJANKIOV *et al.*, 2000), el pago de impuestos (GRUBERT y MUTTI, 1991; HINES, 1998), los posibles convenios con el gobierno, la corrupción (WEI, 2000)... Como se ve estamos hablando de los diferentes componentes del riesgo país.

Finalmente encontramos los *factores específicos de la empresa y*, entre ellos, podemos señalar la importancia de la *Experiencia Internacional*. Esto es así porque los conocimientos que posee la dirección en los procesos de internacionalización son fundamentales a la hora de gestionar la modalidad de entrada.

1.1.4. Teoría de las capacidades organizativas

La teoría de las capacidades organizativas (KOGUT y ZANDER, 1993; MADHOK, 1997) tiene sus raíces en la teoría de recursos (PENROSE, 1959; BARNEY, 1991; GRANT, 1991; PETERAF, 1993; AMIT y SCHOEMAKER, 1993), la teoría del comportamiento organizativo (CYERT y MARCH, 1963) y la teoría evolutiva (NELSON y WINTER, 1982). La aportación que supone, con respecto a sus antecesoras, es que se centra en la problemática de la transmisión de conocimientos entre empresas localizadas en diferentes países, así como en la modalidad de entrada que debe utilizar para potenciar sus capacidades y, con ello, generar valor.

Según MADHOK (1997: 42), esta perspectiva se basa en los supuestos de racionalidad limitada e incrementalismo y dota a las rutinas organizativas de un papel central para determinar el comportamiento de la empresa (CYERT y MARCH, 1963; NELSON y WINTER, 1982; WINTER, 1987). Considera que la empresa es un conjunto de recursos transferibles y relativamente estáticos que son transformados en capacidades a través de procesos dinámicos e interactivos específicos de la empresa (AMIT y SCHOEMAKER, 1993).

Al estudiar esta teoría debemos tener en cuenta que la minimización de los costes de transacción deja de ser el eje central de la toma de deci-

siones, ahora la clave del razonamiento va a estar en el hecho de expandir las capacidades de la empresa (KOGUT y ZANDER, 1992, 1993) para desarrollar y desplegar sus conocimientos y, de esta forma, generar valor. [Lo esencial es el ajuste entre la base de conocimientos existente y el necesario en el mercado exterior para elegir la modalidad de entrada más adecuada (MADHOK, 1997: 42)].

Por todo ello, la empresa debe fijarse en los tipos de conocimientos que dan lugar a las capacidades organizativas que quieren implantar en el extranjero, ya que el modo de entrada dependerá de sus atributos (KOGUT y ZANDER, 1993: 517).

En resumen, vemos cómo hay una serie de factores que intervienen en la decisión de la modalidad de entrada. Tal es el caso de la *Distancia Cultural* que, según KOGUT y ZANDER (1993: 518-519), cuando transferimos conocimientos debemos tener en cuenta las personas responsables de su decodificación en el país de destino, de modo que cuanto más diferencias haya entre ambos países a nivel idiomático y social, mayores serán las probabilidades de que la transmisión no se realice de manera exitosa. Al mismo tiempo, MADHOK (1997: 43, 47, 49) argumenta que la aplicabilidad de las capacidades organizativas en países con una distancia cultural elevada, se ve erosionada por la falta de conocimientos específicos del mercado al que se dirigen, de manera que para solventar esta desventaja se aconsejan modalidades que supongan la colaboración con una empresa foránea (ECI).

Por otra parte, debe tenerse en cuenta el grado de similitud que hay entre las necesidades a cubrir entre el mercado de origen y el de destino. Esto es así porque influirá en el grado de aplicabilidad de las capacidades originales de la empresa y, por tanto, en su necesidad de nutrirse de conocimientos específicos que complementen sus conocimientos originales. De manera que deberemos tener en cuenta la *Estrategia de Internacionalización* que esté desarrollando la empresa (GOMES-CASSERES, 1989; MADHOK, 1997).

1.1.5. Paradigma ecléctico

Finalmente vamos a hablar del paradigma ecléctico (DUNNING, 1977, 1979, 1980, 1981, 1988a, 1988b). Trata de fundir las principales corrientes teóricas en un marco uniforme y, de esta forma, nos da una visión amplia, general e integradora de todos aquellos factores que influyen en la decisión de la modalidad de entrada de las empresas.

Este paradigma establece que las teorías anteriores ofrecen una visión parcial sobre los argumentos que originan las diferentes modalidades de

entrada. Por ello procede a integrarlos en lo que se denomina modelo PIL (*Propiedad/Internalización/Localización*). El modelo PIL establece que hay tres condiciones que determinarán si las empresas preferirán la IDE como modalidad de entrada (DUNNING, 1979: 275; 1981: 46):

En primer lugar, para que una empresa decida internacionalizarse deberá tener ventajas competitivas¹² fundamentadas en sus activos, normalmente intangibles —tecnología, marca comercial, *know-how*...— así como ventajas por controlar una red de activos de manera conjunta —tamaño, diversificación, experiencia... Esto da lugar a lo que se denominan Ventajas de Propiedad.

En segundo lugar, y suponiendo que se satisface lo anterior, para la empresa debe resultar beneficioso internalizar las actividades de su ciclo productivo, en lugar de cederlas a otras empresas localizadas en el país de destino. Los motivos por los que se preferirá la internalización se derivan de la reducción de los costes de transacción —costes de búsqueda, de negociación, de garantizar la calidad del propio producto, evitar políticas gubernamentales desfavorables...—. Las ventajas que se obtienen por utilizar ella misma los activos anteriores dan lugar a las Ventajas de Internalización.

Finalmente, y suponiendo que se satisfacen las dos condiciones anteriores, la empresa debe encontrar ventajoso localizar sus actividades en el país de destino por circunstancias tales como la calidad o coste de las materias primas, costes de transporte, infraestructuras... El atractivo que le suponga a la empresa localizar parte de sus actividades en el exterior da lugar a las Ventajas de Localización.

De esta forma, su análisis nos permitirá conocer la dirección de la modalidad de entrada (hacia las inversiones indirectas o directas) ya que, según DUNNING (1979: 275; 1981: 46), cuanto mayor sea la ventaja de propiedad, mayor será el incentivo que tendrá la empresa de internalizar su explotación y mayor interés tendrá en localizar parte de sus actividades en el exterior. Cuando se den estas tres circunstancias habrá mayor probabilidad de que la empresa opte por la IDE para explotar sus ventajas competitivas en el exterior.

Por todo esto, somos capaces de observar cuáles son los factores que la empresa tendrá que tener en cuenta a la hora de elegir la modalidad de entrada.

Según las ventajas de propiedad, la empresa deberá analizar la *Intensidad Investigadora de la Empresa* —la intensidad en I+D que incor-

¹² DUNNING (1995: 24) identifica el concepto de «ventajas de propiedad» con el de «ventajas competitivas».

pore el producto que pretenda vender en el exterior— así como la *Estrategia de Negocio* que esté desarrollando —si se fundamenta en la explotación de su marca comercial— ya que éstas podrían ser la base de la ventaja competitiva de la empresa. También deberá prestar atención al *Tamaño* de su organización, a la *Experiencia* de sus directivos, así como al tipo de *Estrategia de Crecimiento* que esté ejecutando. Esto se debe a que las empresas de gran tamaño, las empresas diversificadas¹³ y/o las que poseen un alto grado de experiencia acumulada, poseen ventajas comparativas con respecto a las organizaciones nuevas.

Según las ventajas de internalizar, podemos descubrir un nuevo factor que influirá en el modo de entrada, el *Riesgo País*, ya que las empresas sopesarán el riesgo de intervencionismo gubernamental para elegir la alternativa que consiga minimizar el impacto de estas acciones en la organización.

Finalmente, y según las ventajas de localización, percibimos de manera indirecta la importancia de estudiar la *Distancia Cultural*, ya que nos habla de la importancia de la distancia física y psíquica entre los países implicados.

1.2. ENFOQUES TEÓRICOS DE CARÁCTER DINÁMICO

En el presente apartado se abordará el fenómeno internacional desde una perspectiva dinámica o de flujo. Esto es así debido a que se analiza el cómo y el porqué de la evolución de una empresa, desde su creación en el mercado doméstico hasta su implantación en los mercados internacionales.

1.2.1. Teoría del ciclo de vida del producto

La teoría del ciclo de vida del producto¹⁴ tiene su origen en el trabajo de VERNON (1966). En él nos presenta un estudio en el que relaciona las decisiones de localización con las etapas del ciclo de vida del producto que desarrolla la empresa. De esta manera podremos identificar la localización de las actividades productivas según la etapa del ciclo de vida que esté atravesando su producto, o lo que es lo mismo, a partir de qué momento la organización preferirá localizarse en el exterior (IDE)

¹³ Esta afirmación ha sido objeto de debate por la falta de su contrastación.

¹⁴ Según PLA BARBER *et al.* (1999: 21) esta teoría está dotada de mayor realismo que sus predecesoras ya que introduce aspectos tales como la innovación de producto, los efectos de las economías de escala y la incertidumbre de producto que tienen repercusión en las decisiones que se toman en el ámbito internacional.

en lugar de permanecer únicamente en el mercado doméstico (inversiones indirectas).

De esta manera, se identifican tres etapas: *a)* etapa de introducción de nuevos productos; *b)* etapa de madurez; y *c)* etapa final o de estandarización del producto.

En la etapa de *introducción de nuevos productos* (VERNON, 1966: 195-196) nos encontramos con productos innovadores que están faltos de estandarización alguna. Esta naturaleza conlleva ciertas implicaciones de localización: (i) la empresa está muy condicionada por el tipo de materias primas que utiliza precisando de una gran flexibilidad para introducir los cambios que estime oportunos; (ii) la elasticidad del precio de la demanda de los productos ofertados por la empresa es baja¹⁵, esto hace que las pequeñas diferencias en los costes se tengan menos en cuenta que en etapas posteriores; y (iii) gran necesidad de tener una buena comunicación con los clientes, proveedores e incluso competidores. Por todo esto, la empresa tenderá a localizar las actividades productivas en el mercado doméstico donde se está desarrollando la innovación.

En la etapa de madurez (VERNON, 1966: 196-202) vemos cómo, según va aumentando la demanda del producto se va produciendo un cierto grado de estandarización del mismo, pero sin dejar de lado un fuerte esfuerzo en lo tocante a su diferenciación. Estas nuevas características conllevan ciertas implicaciones de localización: (i) disminuye la necesidad de flexibilidad, por lo que se trata de obtener ciertas economías de escala; (ii) la preocupación por los costes de producción empieza a cobrar mayor importancia ya que la elasticidad del precio de la demanda aumenta; y (iii) la demanda aumenta y el mercado se expande. Este aumento de la demanda se cubrirá, inicialmente, con exportaciones, siempre y cuando los costes de producir en el país de origen de la innovación más los costes de transporte sean inferiores a los de producir en el país de destino. Por ello, la empresa comenzará a embarcarse en una IDE cuando estos costes cambien de sentido y salga más rentable dejar de suministrar el producto final desde el país de origen.

En la etapa final, o de estandarización del producto (VERNON, 1966: 202-207), vemos cómo la localización de la producción en los países menos desarrollados puede ofrecer ventajas competitivas debidas, principalmente, al menor coste de su mano de obra. Este hecho es de vital

¹⁵ Esto es debido a la alta diferenciación del producto o a la posible existencia de un monopolio en estos momentos iniciales (VERNON, 1966: 195).

importancia debido a la fuerte intrusión de competidores que ofertan el mismo tipo de producto, reduciendo el potencial de mercado en la lucha de precios, por lo que la reducción de los costes es crucial para la supervivencia de la empresa.

Posteriormente, VERNON (1979) revisa la teoría que enunció en 1966 matizando ciertos aspectos. Tal es el caso de la naturaleza miope de las empresas, que sólo son capaces de identificar las necesidades de los mercados más cercanos, es decir, de su mercado nacional. Éste será el lugar preferido para desarrollar su actividad innovadora por el acceso y control que se puede tener de mano de obra cualificada y por la interacción que se puede mantener con los clientes (VERNON, 1979: 256). De manera que la empresa sólo se decantará por localizar en el extranjero su actividad productiva cuando identifique o crea identificar la oportunidad de conseguir ventajas monopolísticas (VERNON, 1979: 255).

Finalmente, VERNON (1979: 265-267) se retracta de su modelo original y señala el decrecimiento en las diferencias en los costes entre países y las condiciones de mercado, señalando que su modelo sólo seguirá siendo vigente en los siguientes casos: *a*) en empresas de pequeña dimensión que se vean incapacitadas a la hora de realizar exploraciones globales del entorno extranjero a través de filiales localizadas allí; y *b*) en países menos desarrollados que, por una parte estén todavía en el proceso de absorción de otras innovaciones o, por otra, que se estén preparando para iniciar su propio ciclo dirigiéndose hacia países menos desarrollados.

Por todo ello, vemos cómo hay una serie de factores que influyen en la decisión de llevar a cabo la localización de la empresa en el exterior; o lo que es lo mismo, en la elección de una modalidad de entrada que entrañe una IDE ¹⁶.

Así pues, podemos identificar el factor *Estrategia de Negocio*, ya que VERNON (1966, 1979) se centra en la comparativa de costes a la hora de indicar si la empresa multinacional va a optar por una IDE e indica cuándo cobra mayor relevancia este aspecto. Por tanto, cuando el producto sea estandarizado y cuando la competencia se centre en competir en precios —estrategia de liderazgo en costes— necesitará localizar parte de su actividad productiva en aquellos países en los que pueda acceder a unos *inputs* más baratos para reducir sus costes.

¹⁶ A la hora de llevar a cabo la identificación de los mismos, tendremos en cuenta las modificaciones introducidas por el propio VERNON (1979) en su teoría. Éste será el motivo por el que no identifiquemos el «Ciclo de Vida del Producto» como condicionante de la modalidad de entrada, ya que este factor quedó invalidado como tal.

Por otra parte, observamos la presencia del *Riesgo País* ya que VERNON (1966: 200) nos habla, aunque no se centra en analizar sus implicaciones, de cómo las empresas deberán tener en cuenta las políticas que lleven a cabo los gobiernos locales. Es decir, puede haber países cuyos gobiernos traten de llevar a cabo políticas conducentes a reducir la tasa de importaciones, lo que hará que se vean afectadas las exportaciones de la empresa a ese país. Por lo que deberá introducirse en ese mercado para suministrarle los productos a través de una IDE.

1.2.2. Teoría gradualista

La teoría gradualista o modelo de Uppsala tiene su origen en los trabajos de JOHANSON y VALHNE (1977) y JOHANSON y WIEDERSCHEIM-PAUL (1975).

Se trata de explicar la evolución internacional de las empresas a través del conocimiento. Esto es, según se vaya acumulando experiencia en los mercados internacionales se irá incrementando de manera progresiva y secuencial el compromiso de recursos en dichos mercados. De esta forma, se establece que las fases que sigue la empresa en su desarrollo internacional son las siguientes (JOHANSON y WIEDERSCHEIM-PAUL, 1975): (1) Exportaciones no regulares; (2) Exportaciones vía representantes o agentes independientes; (3) Filiales de ventas; y (4) Plantas de producción y fabricación.

Además, los investigadores del Colegio de Uppsala señalan que las exportaciones comienzan en los países «psicológicamente cercanos» y se van introduciendo en países «psicológicamente distantes» según van ganando experiencia (JOHANSON y WIEDERSCHEIM-PAUL, 1975; WIEDERSCHEIM-PAUL *et al.*, 1978).

Por todo ello, podemos observar cómo cada etapa supone un mayor grado de compromiso de recursos en los mercados internacionales ya que, según la empresa va pasando de una etapa a otra, va aumentando su nivel de experiencia acumulada. Por ello, podemos observar cómo cada etapa representa un modo de entrada diferente (JOHANSON y WIEDERSCHEIM-PAUL, 1975) y su tipología vendrá condicionada por el factor *Experiencia Internacional*. Finalmente y, de manera secundaria, se habla de la relevancia de la *Distancia Cultural* que hay entre los países implicados, ya que influirá en la localización de la inversión.

1.3. REVISIÓN DE LOS AUTORES QUE SIGUEN LAS DIFERENTES CORRIENTES TEÓRICAS Y LOS FACTORES QUE ANALIZAN

Como hemos podido observar, varios son los enfoques desde los cuales poder analizar la IDE. No todos han tenido la misma profusión en la literatura pudiendo observar, a través de los diferentes trabajos realizados sobre el tema que nos ocupa, cómo hay teorías que son mayoritariamente elegidas para explicar el comportamiento empresarial y otras que carecen de tal trascendencia.

Así pues, en el cuadro 1.1 presentamos un esquema de las diferentes tendencias teóricas seguidas por los autores. En el mismo podemos observar cómo la teoría de la internalización¹⁷ es la más utilizada para dar explicación al fenómeno de internacionalización de las empresas. Junto a ella encontramos la teoría ecléctica como la segunda más seguida ya que, por tener un enfoque integrador, ha sido ampliamente aceptada entre los investigadores. Sin embargo, la teoría de la apropiabilidad es la que menos profusión ha tenido, probablemente por ser base de teorías más amplias que engloban sus bases teóricas (entre las que contamos con la propia teoría ecléctica).

Asimismo, los diferentes autores han identificado los factores que creen influir en la modalidad de entrada de acuerdo a la tendencia teórica seguida. De esta manera, y como podemos observar en el cuadro 1.3, en el presente estudio recogemos la mayor parte de los factores identificados previamente, como son: *a*) el tamaño de la empresa (AGARWAL y RAMASWAMI, 1992; ERRAMILI y RAO, 1993; CHEN *et al.*, 2004); *b*) el tamaño del proyecto en el extranjero (GATIGNON y ANDERSON, 1988; PADMANABHAN y CHO, 1996; PHATAK *et al.*, 1996); *c*) la intensidad investigadora de la empresa (SHETTY, 1979; GOMES-CASSERES, 1989, 1990; ZHAO *et al.*, 2004); *d*) la experiencia internacional de la empresa (DAVIDSON, 1982; CONTRACTOR y KUNDU, 1998; TSAI y CHEN, 2004); *e*) la estrategia internacional que desarrolla (HENNART, 1991; DOMKEDAMONTE, 2000; CHEN y HENNART, 2004), así como la estrategia de crecimiento (STOPFORD y WELLS, 1972; BALAKRISHNAN y KOZA, 1993; CHAN, 1995) y la de negocio (TEECE, 1976; HENNART y REDDY, 1997; ZHAO *et al.*, 2004); y, finalmente *f*) la distancia cultural (EKELEDO y SIVAKUMAR, 1998; PAN y TSE, 2000; TSAI y CHENG, 2004) así como el riesgo país (MASCARENHAS, 1982; PAN y TSE, 1996; PLA BARBER y LEÓN DARDER, 2001).

¹⁷ Ver nota 8 de este capítulo.

CUADRO 1.1
 REVISIÓN DE LOS ENFOQUES TEÓRICOS SEGUIDOS EN LA LITERATURA

Autores		
Teorías estáticas	<i>Operaciones internacionales</i>	AGARWAL (1994); CONTRACTOR (1984, 1990); HEDLUNG y KVERNELAND (1985); KIM y LYN (1987); KOGUT y CHANG (1991); PHATAK <i>et al.</i> (1996)
	<i>Apropiabilidad</i>	CALVET (1981); CONTRACTOR (1984, 1990)
	<i>Internalización</i>	CASSON (1979); CALVET (1981); RUGMAN (1981, 1983, 1985); TEECE (1981, 1983, 1985); CAVES (1982); HENNART (1982, 1988, 1991); STUCKEY (1983); WELLS (1983); BEAMISH (1984); ANDERSON y GATIGNON (1986); ANDERSON y COUGHLAN (1987); BEAMISH y BANKS (1987); GATIGNON y ANDERSON (1988); HILL y KIM (1988); KOGUT y SINGH (1988); GOMES-CASSERES (1989, 1990); KLEIN (1989); CONTRACTOR (1990); KLEIN <i>et al.</i> (1990); ERRAMILI (1991); SHAN (1991); MORCK y YEUNG (1992); RUGMAN y VERBEKE (1992); ERRAMILI y RAO (1993); KWON y KONOPA (1993); AGARWAL (1994); HENNART y PARK (1994); SHANE (1994); NAKAMURA <i>et al.</i> (1995); CHO (1996); PHATAK <i>et al.</i> (1996); LÓPEZ DUARTE (1997); CONTRACTOR y KUNDU (1998); LÓPEZ DUARTE y GARCÍA CANAL (1998); MAKINO y NEUPERT (2000); PAN y TSE (2000); PLA BARBER y LEÓN DARDER (2001); MALHOTRA <i>et al.</i> (2003); PAK y PARK (2004); REUS y RITCHIE (2004); TSAI y CHEN (2004); WEI <i>et al.</i> (2004); ZHAO <i>et al.</i> (2004)
	<i>Capacidades organizativas</i>	CONTRACTOR y KUNDU (1998); PLA BARBER y LEÓN DARDER (2001); ERRAMILI <i>et al.</i> (2002); ZHAO <i>et al.</i> (2004); REUS y RITCHIE (2004)
Teorías dinámicas	<i>Ecléctica</i>	CALVET (1981); CAVES (1982); LECRAW (1984); DAVIDSON y McFETRIDGE (1985); CAVUSGIL y NAOR (1987); KOGUT y SINGH (1988); SABI (1988); TERPSTRA y YU (1988); YU e ITO (1988); KIMURA (1989); HILL <i>et al.</i> (1990); ITAKI (1991); AGARWAL y RAMASWAMI (1992); KIM y HWANG (1992); RYNNING y ANDERSEN (1994); WOODCOCK <i>et al.</i> (1994); CALOF y BEAMISH (1995); CHO (1996); PAN y TSE (1996, 2000); EKELEDO y SIVAKUMAR (1998); DOMKE-DAMONTE (2000); HARZING (2002); CHEN <i>et al.</i> (2004)
	<i>Ciclo de vida del producto</i>	DAVIDSON (1980, 1984); WILSON (1980); HEDLUNG y KVERNELAND (1985); KOGUT y CHANG (1991); KIM y LYN (1987); BARKEMA <i>et al.</i> (1996)
	<i>Uppsala</i>	LUOSTARINEN (1979); HEDLUNG y KVERNELAND (1985); AYAL y RABEN (1987); TURNBULL (1987); MILLINGTON y BAYLISS (1990); ERRAMILI (1991); KWON y HU (1995); BARKEMA <i>et al.</i> (1996); O'GRADY y LANE (1996); PAN y TSE (2000); SHENKAR (2001); GUILLÉN (2003); ZHAO <i>et al.</i> (2004)

Fuente: Elaboración propia.

No obstante debemos alegar que, en los diferentes artículos, podemos encontrar estos factores pero identificados bajo diferentes formas.

Así pues, entre los factores más señalados encontramos el *conocimiento*. Sin embargo, si prestamos atención a la explicación de su contenido así como a la forma de estar aproximado en su contrastación empírica, podemos observar que se está refiriendo a lo que nosotros identificamos como «experiencia internacional» [véanse a título de ejemplo: ERRAMILLI y RAO (1990) y CHEN *et al.* (2002)] o bien que está aludiendo a lo que clasificamos como «intensidad investigadora de la empresa» [véanse a título de ejemplo: HENNART (1991); KIM y HWANG (1992); MORK y YEUNG (1992); HENNART y PARK (1994); LÓPEZ DUARTE (1997); CONTRACTOR y KUNDU (1998) y ZHAO *et al.* (2004)].

De igual forma encontramos identificado el factor de las *capacidades comerciales o de marketing*. En su desarrollo teórico está vinculado a la imagen de marca y su medición se efectúa con los gastos de publicidad sobre las ventas, por lo que estos argumentos se localizan en lo que nosotros venimos llamando «estrategia de negocio» o, más concretamente, estrategia de diferenciación de producto [véanse a título de ejemplo: HARRIS y RAVENSRAFT (1991); MORK y YEUNG (1992) y CHEN y HENNART (2004)].

También podemos encontrar artículos donde nos hablan de las *competencias distintivas* (LÓPEZ DUARTE y GARCÍA CANAL, 1999) o de la *especificidad de los activos* (CONTRACTOR, 1984, 1990; ERRAMILLI y RAO, 1993; TSAI y CHENG, 2004), pero vemos que su medición se hace con respecto a sus inversiones en I+D y en publicidad, por lo que estaría recogido en nuestros factores de «intensidad investigadora de la empresa» y «estrategias de negocio», respectivamente.

Finalmente, nos encontramos con factores que, por la limitación de la que adolece la encuesta con la que trabajamos, no incluimos en nuestro modelo. Estos factores son los referidos a las características propias del mercado de destino. Tales factores no serán tratados ya que, debido a la gran diversidad de países destinatarios de inversiones y la multiplicidad de segmentos para cada uno de los subsectores manufactureros españoles, no se tiene la información oportuna. Por ello se hace inviable su análisis empírico con los datos contenidos en la Encuesta Sobre Estrategias Empresariales.

Entre los factores que no incluimos tenemos: *a) el acceso a los canales de distribución* (HENNART, 1988; CHEN y HENNART, 2002;

CHEN *et al.* 2002, 2004); *b*) el *acceso a las materias primas* (HENNART, 1988, 1991; GOMES-CASSERES, 1989, 1990; EKELEDO y SIVAKUMAR, 1998; HENNART y LARIMO, 1998; CHEN y HENNART, 2002; CHEN *et al.*, 2002, 2004); *c*) la *concentración del mercado de destino* (FAGRE y WELLS, 1982; HEDLUNG y KVERNELAND, 1985; KIM y LYN, 1987; GOMES-CASSERES, 1990; HENNART, 1991; KOGUT y CHANG, 1991; KIM y HWANG, 1992; HENNART y PARK, 1994; PAN y TSE, 1996; PHATAK *et al.*, 1996; EKELEDO y SIVAKUMAR, 1998; HENNART y LARIMO, 1998; MALHOTRA *et al.*, 2003; CHEN y HENNART, 2004); *d*) el *potencial del mercado de destino* (MACLAYTON *et al.*, 1980; TERPSTRA y YU, 1988; AGARWAL y RAMASWAMI, 1992; KIM y HWANG, 1992; AGARWAL, 1994; PHATAK *et al.*, 1996; EKELEDO y SIVAKUMAR, 1998); y *e*) otras características, tales como el *dinamismo del mercado* (KIM y HWANG, 1992), la *volatilidad de la competencia* (HILL *et al.*, 1990) o el *tamaño del mercado de destino* (GOMES-CASSERES, 1989; KWON y KONOPA, 1993).

Por todo esto podemos concluir señalando cuáles serán los factores que trataremos en nuestro estudio según las diferentes teorías. De manera más clara podemos verlo en el cuadro 1.2.

Así pues, vemos cómo los diferentes factores han sido tratados por las principales teorías de la internacionalización y han sido analizados de forma empírica por los diferentes autores. No obstante podemos observar cómo hay un factor, el tamaño del proyecto en el exterior, que no es tratado por las teorías —ya que éstas explican el porqué la empresa sale al exterior— pero que sí es analizado por algún autor para distinguir entre el tipo de inversión directa. Lo creemos relevante ya que cuando la empresa haya optado por emprender una IDE, el tamaño de la inversión en el mercado extranjero podrá explicar la elección de la ECI frente a la filial propia. Por tanto, a pesar de no poder ser atribuido el origen de este factor a ninguna de las teorías propuestas, creemos de interés su introducción en el análisis, ya que así lo han hecho otros autores como puede comprobarse en el cuadro 1.3.

Por tanto, los diferentes factores planteados han sido tratados en los estudios sobre las diferentes modalidades de entrada —tanto en inversiones indirectas como directas— como se muestra en el cuadro 1.3.

CUADRO 1.2
RESUMEN DE LOS FACTORES CONDICIONANTES DE LA IDE SEGÚN LAS DIFERENTES TEORÍAS

Factores condicionantes de la IDE	Teorías							Uppsala
	Operaciones internacionales	Apropiabilidad	Internalización	Capacidades organizativas	Ecléctica	Ciclo de vida del producto		
Tamaño de la empresa					X			
Tamaño del proyecto en el exterior								
Intensidad investigadora de la empresa	X	X	X		X			
Experiencia doméstica	X				X			
Experiencia internacional	X		X		X			X
Estrategias de internacionalización					X			
Estrategias de crecimiento					X			
Estrategias de negocio			X		X	X		
Distancia cultural	X		X		X			X
Riesgo país	X		X		X	X		

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 1.3

RECOPIACIÓN DE LOS TRABAJOS QUE TRATAN DE ANALIZAR LOS DISTINTOS FACTORES CON RESPECTO A LA MODALIDAD DE ENTRADA

Factores	Autores
<i>Tamaño de la empresa</i>	STOPFORD y WELLS (1972); WEINSTEIN (1977); NEWBOULD <i>et al.</i> (1978); BALL y TSCHOEGL (1982); GOMES-CASSERES (1985); FRANKO (1987); GATIGNON y ANDERSON (1988); KOGUT y SINGH (1988a, 1988b); TERPSTRA y YU (1988); GOMES-CASSERES (1989); GOMES-CASSERES (1990); ZEIAN (1990); ERRAMILI (1991); SANNA RANDACCIO (1991); AGARWAL y RAMASWAMI (1992); LARIMO (1992); LI y GUISENGER (1992); ERRAMILI y RAO (1993); LARIMO (1993); AGARWAL (1994); ERRAMILI y D'SOUZA (1995); PHATAK <i>et al.</i> (1996); CONTRACTOR y KUNDU (1998); MUTINELLI y PISCITELLO (1998); ROBERTS (1999); BURGEL y MURRAY (2000); DOMKE-DAMONTE (2000); PLA BARBER (2001); PLA BARBER y LEON DARDER (2001); TAN <i>et al.</i> (2001); CHEN, CHEN y KU (2004); MERINO (2004); PAK y PARK (2004); TSAI y CHENG (2004)
<i>Tamaño del proyecto en el exterior</i>	FAGRE y WELLS (1982); GATIGNON y ANDERSON (1988); KOGUT y SINGH (1988); SINGH y KOGUT (1989); GOMES-CASSERES (1990); HENNART (1991); SHAN (1991); PADMANABHAN y CHO (1996); PHATAK <i>et al.</i> (1996); WEI <i>et al.</i> (2004)
<i>Intensidad investigadora de la empresa</i>	STOPFORD y WELLS (1972); SHETTY (1979); FAGRE y WELLS (1982); COUGHLAN y FLAHERTY (1983); DAVIDSON y McFETRIDGE (1985); ANDERSON y COUGHLAN (1986); ANDERSON y GATIGNON (1986); GATIGNON y ANDERSON (1988); HILL y KIM (1988); GOMES-CASSERES (1989); GOMES-CASSERES (1990); HENNART (1991); HILL <i>et al.</i> (1990); HENNART y PARK (1993); AGARWAL (1994); BELL (1995); CHAN (1995); PADMANABHAN y CHO (1996); HENNART y LARIMO (1998); BROUTHERS y BROUTHERS (2000); MAKINO y NEUPERT (2000); LÓPEZ DUARTE y GARCÍA CANAL (2001); TAN <i>et al.</i> (2001); CHEN y HENNART (2002); MALHOTRA <i>et al.</i> (2003); CHEN y HENNART (2004); PAK y PARK (2004); ZHAO <i>et al.</i> (2004)
<i>Experiencia internacional</i>	STOPFORD y WELLS (1972); WEINSTEIN (1977); SHETTY (1979); DAVIDSON (1980); BALL y TSCHOEGL (1982); DAVIDSON (1982); GOMES-CASSERES (1985); ANDERSON y GATIGNON (1986); CAVES y MEHRA (1986); SHARMA y JOHANSON (1987); GATIGNON y ANDERSON (1988); KOGUT y SINGH (1988); TERPSTRA y YU (1988); FRANKO (1989); GOMES-CASSERES (1989); ZEIAN (1990); BLOMSTRÖM y ZEIAN (1991); ERRAMILI (1991); HENNART (1991); AGARWAL y RAMASWAMI (1992); AGARWAL (1994); FLADMÖE-LINDQUIST y JAQUE (1995); BANERJI y SAMBHARYA (1996); DANIELS <i>et al.</i> (1976); PADMANABHAN y CHO (1996); TAN y VERTINSKY (1996); CONTRACTOR y KUNDU (1998); LÓPEZ DUARTE y GARCÍA CANAL (1998); MADHOK (1998); MUTINELLI y PISCITELLO (1998); PENDER-HAHN (1998); AZOFRA y MARTINEZ BOBILLO (1999); DELIOS y HENISZ (2000); DOMKE-DAMONTE (2000); CHANG y ROSENZWEIG (2001); LÓPEZ-DUARTE y GARCÍA-CANAL (2001); PLA BARBER (2001); PLA BARBER y LEON DARDER (2001); HERRMANN y DATTA (2002); GUILLÉN (2003); CHEN y HENNART (2004); PAK y PARK (2004); TSAI y CHENG (2004)

CUADRO 1.3 (Cont.)

Factores	Autores
<i>Experiencia doméstica</i>	***
<i>Estrategia de internacionalización</i>	HILL <i>et al.</i> (1990); KIM y HWANG (1992); CONTRACTOR y KUNDU (1998); PLA BARBER (1999); DOMKE-DAMONTE (2000); LUO (2001); PLA BARBER (2001); HARZING (2002); MALHOTRA <i>et al.</i> (2003)
<i>Estrategia de crecimiento</i>	STOPFORD y WELLS (1972); STOPFORD y HABERICH (1978); BERG <i>et al.</i> (1982); SHAN (1986); HENNART (1988); KOGUT y SINGH (1988a, 1988b); GOMES-CASSERES (1989a); HENNART (1991b); BALAKRISHNAN y KOZA (1993); PADMANABHAN y CHO (1996); HENNART y LARIMO (1998); PLA BARBER (1999); PAK y PARK (2004)
<i>Estrategia de negocio</i>	STOPFORD y WELLS (1972); TEECE (1976); LALL (1978); HELLEINER y LAVERGNE (1979); CAVES (1981); CAVES (1982); FAGRE y WELLS (1982); COUGHLAN y FLAHERTY (1983); COUGHLAN (1985); DAVIDSON y McFETRIDGE (1985); ANDERSON y GATIGNON (1986); ANDERSON y COUGHLAN (1987); GATIGNON y ANDERSON (1988); HENNART (1988); HILL y KIM (1988); GOMES-CASSERES (1989); HENNART (1991); AGARWAL y RAMASWAMI (1992); HENNART y PARK (1993); FLADMOE-LINDQUIST y JAQUE (1995); HENNART y REDDY (1997); MADHOK (1997); LOPEZ DUARTE y GARCÍA CANAL (1998); LOPEZ DUARTE y GARCÍA CANAL (2001); TAN <i>et al.</i> (2001); CHEN y HU (2002); CHEN y HENNART (2004); ZHAO <i>et al.</i> (2004)
<i>Distancia cultural</i>	BIVENS y LOVELL (1966); GOODNOW y HANSZ (1972); ANDERSON y GATIGNON (1986); GATIGNON y ANDERSON (1988); KOGUT y SINGH (1988); GOMES-CASSERES (1989); BOYACIGILLER (1990); HILL <i>et al.</i> (1990); ERRAMILI y RAO (1990); SHAN (1991); BENITO y GRIPSRUD (1992); KIM y HWANG (1992); LI y GUISINGER (1992); ERRAMILI y RAO (1993); AGARWAL (1994); SHANE (1994); BARKEMA <i>et al.</i> (1996); BUCKLEY y CASSON (1996); ERRAMILI y D'SOUZA (1995); PADMANABHAN y CHO (1996); PAN y TSE (1996, 2000); PHATAK <i>et al.</i> (1996); ANAND y DELIOS (1997); MADHOK (1997); CONTRACTOR y KUNDU (1998); EKELEDO y SWAKUMAR (1998); LOPEZ DUARTE y GARCÍA CANAL (1998); MADHOK (1998); MUTINELLI y PISCITELLO (1998); BROUTHERS y BROUTHERS (2001); PLA BARBER y LEÓN DARDER (2001); CHEN y HU (2002); ERRAMILI <i>et al.</i> (2002); SCHÄFER (2002); PAK y PARK (2004); TSALY y CHENG (2004); WEI <i>et al.</i> (2004)
<i>Riesgo país</i>	GOODNOW y HANS (1972); STOPFORD y WELLS (1972); MASCARENHAS (1982); NIGHT <i>et al.</i> (1986); GATIGNON y ANDERSON (1988); HILL <i>et al.</i> (1990); AGARWAL y RAMASWAMI (1992); ERRAMILI (1992); KIM y HWANG (1992); LI y GUISINGER (1992); ERRAMILI y RAO (1993); MADHOK (1994); REARDON <i>et al.</i> (1996); FLADMOE-LINDQUIST y JAQUE (1995); BUCKLEY y CASSON (1996); PAN y TSE (1996, 2000); PHATAK <i>et al.</i> (1996); CONTRACTOR y KUNDU (1998); MUTINELLI y PISCITELLO (1998); AZOFRA y MARTÍNEZ-BOBILLO (1999); DELIOS y BEAMISH (1999); SHRADER <i>et al.</i> (2000); TAYLOR <i>et al.</i> (2000); BROUTHERS (2002); LUO (2001); PLA BARBER y LEÓN DARDER (2001); PAK y PARK (2004); GÜLER y GUILLÉN (2005)

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO 2

FACTORES EXPLICATIVOS DE LA EMPRESA CONJUNTA INTERNACIONAL

Cuando una empresa decide salir al exterior para competir en los mercados internacionales puede hacerlo a través de las modalidades de inversiones directas e indirectas. En el capítulo anterior hemos procedido a identificar aquellos factores que condicionan el comportamiento de las empresas a favor de la IDE. En este capítulo vamos a proceder al análisis de cada uno de los factores identificados para poder estudiar el sentido de las inversiones, es decir, vamos a estudiar la relación existente entre los factores condicionantes de la IDE con la elección de las empresas conjuntas internacionales. Esto nos servirá para formalizar un modelo específico que explique el comportamiento de las empresas manufactureras españolas al operar bajo ciertos parámetros.

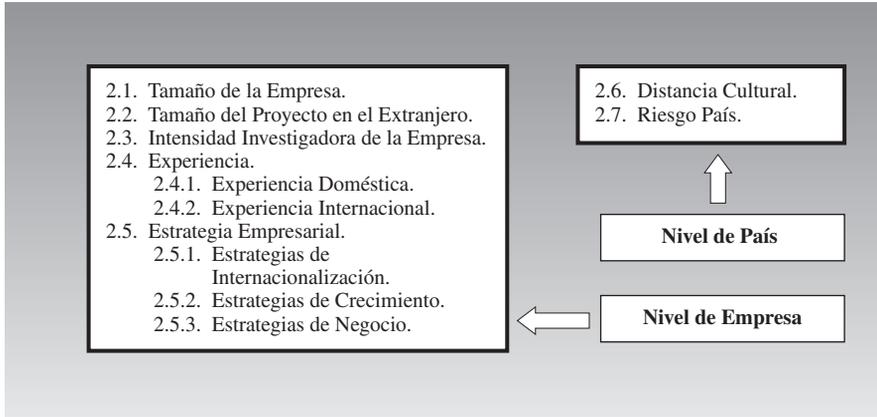
La relación de factores a tratar será la que se muestra en la figura 2.1:

2.1. TAMAÑO DE LA EMPRESA Y LA ECI

En este apartado vamos a analizar el papel que desarrolla el tamaño de la empresa como condicionante de la modalidad de entrada elegida, en concreto de la ECI.

Desde un punto de vista empresarial, el tamaño de la empresa es una medida de la capacidad de gestión y de recursos de una organización y, como tal, puede influir en la elección de la modalidad de entrada,

FIGURA 2.1
 CLASIFICACIÓN SEGÚN NIVELES DE LOS FACTORES
 CONDICIONANTES DE LA IDE



Fuente: Elaboración propia.

en particular, entre la ECI y la filial de plena propiedad (HEDLUND y KVERNELAND, 1985: 54; AGARWAL y RAMASWAMI, 1992: 4; PHATAK *et al.*, 1996: 39).

Una empresa que trata de salir al exterior a través de una IDE necesitará una cantidad relativamente elevada de recursos, tanto financieros como humanos (EKELEDO y SIVAKUMAR, 1998: 285). Estos recursos serán necesarios para dotar a la «filial» de la infraestructura necesaria de manera que consiga ser operativa en el mercado internacional. Por ello, el tamaño de la empresa nos indicará la capacidad que tendrá dicha empresa de poder asumir los costes en solitario (modalidad de plena propiedad) o si, por el contrario, no dispone de los recursos necesarios para acometer individualmente dicha acción y requiere de la colaboración de una empresa local (ECI).

Las empresas que deciden introducirse en un mercado extranjero deberán tener en cuenta sus fortalezas y debilidades a la hora de elegir la modalidad de entrada que mejor se ajuste a sus necesidades. Así, la gran cantidad de recursos que supone una IDE hará que la empresa deba tener la capacidad suficiente para llevar a cabo tal inversión. Por tanto, el tamaño pequeño de las empresas se perfilará como una debilidad que deberá compensar a través de acuerdos de colaboración con empresas locales para poder acceder a los recursos de los que carece (ERRAMILI y RAO, 1993: 25, 32), es decir, a través de una ECI.

Dando apoyo a lo anterior encontramos diferentes estudios que analizan los motivos por los que una empresa de pequeña dimensión se encuentra en una situación de desventaja, destacando tres hechos: *a)* El mercado de crédito es especialmente imperfecto para las empresas pequeñas (HENNART, 1988: 368-369; CAMPA y GUILLÉN, 1999; PLA BARBER y LEÓN DARDER, 2001: 9) que no suelen tener capacidad para garantizar su solvencia. Por ello, el tipo de interés que tendrán que soportar será superior al de mercado, con lo que el riesgo de la inversión en el exterior será superior al inicial y el coste de su aceptación podría poner en peligro la supervivencia de la empresa; *b)* las actividades internacionales requieren de un cierto potencial humano, es decir, del talento de los directivos para saber cómo operar en el mercado local, y éste es un recurso que las empresas pequeñas no siempre tienen a su alcance (PLA BARBER y LEÓN DARDER, 2001: 9); y *c)* en general, por la necesidad que tienen de establecer con un bajo coste contactos con las redes locales —para tener acceso a los canales de distribución, acceso a las materias primas...— para lo cual se utilizarán la ECI como vínculo de unión (GOMES-CASSERES, 1989: 15-17; HENNART y LARIMO, 1998: 523-525; CHEN *et al.*, 2004: 324, 331).

De esta manera vemos cómo las empresas pequeñas necesitan de la ayuda y de la colaboración de empresas locales que cuenten con los activos necesarios, es decir, las pequeñas empresas necesitarán entrar en los mercados internacionales a través de una ECI.

Sin embargo, si la empresa es de gran dimensión se decantará por la plena propiedad, ya que las grandes empresas tienden a poseer mayores reservas y capacidad que las pequeñas y son capaces de comprometer sustanciales recursos (PADMANABHAN y CHO, 1996: 47) con el propósito de explorar y desarrollar capacidades (MADHOK, 1997: 55-56). Estos recursos serán los que capaciten a la organización para poder absorber costes¹.

Por todo esto somos capaces de observar la relación negativa que habrá entre una empresa grande y la ECI. El razonamiento es que el tamaño grande de una empresa se convierte en una fortaleza para operar en los mercados internacionales, por ejemplo, LECRAW (1984) afirma que las empresas que son relativamente grandes tienen mayor poder de negociación para conseguir mayores niveles de control en países con políticas de inversión restrictivas; además CONTRACTOR y KUNDU (1998: 340-341) afirman que las firmas de mayor tamaño son más propensas a preferir mayores niveles de propiedad.

¹ El tamaño de la empresa se utiliza normalmente como indicador de la capacidad de la empresa para absorber costes (BUCKLEY y CASSON, 1976; KUMAR, 1984; TERPSTRA y YU, 1988; YU e ITO, 1988; EKELEDO y SIVAKUMAR, 1998).

Por tanto:

Hipótesis 1: Existe mayor probabilidad de que las empresas pequeñas opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.

2.2. TAMAÑO DEL PROYECTO EN EL EXTERIOR Y LA ECI

Las empresas que tratan de introducirse en los mercados internacionales deberán tener en cuenta una serie de factores para decidir cuál va a ser su política de inversión, es decir, si van a optar por una inversión indirecta en el exterior o por una inversión directa; en este punto, si la empresa ha optado por la IDE como modalidad de entrada deberá considerar un factor específico, el tamaño de la inversión directa que va a realizar.

En este apartado vamos a estudiar las particularidades concretas del proyecto que la empresa ha decidido ejecutar, es decir, el tamaño de la inversión en el extranjero, ya que la entrada en el nuevo mercado deberá ajustarse lo mejor posible a sus características específicas.

Las empresas que deciden invertir en el exterior deberán considerar el tamaño del proyecto que desean desarrollar para sopesar los riesgos que involucra, por lo que las empresas cuyos proyectos sean de gran tamaño optarán por la ECI como modalidad de entrada en el mercado de destino.

Sobre esta afirmación encontramos una corriente mayoritaria de estudios que señalan cómo las grandes inversiones incrementan el riesgo de exposición de las empresas en los entornos internacionales. Por ello, las empresas consideran poco adecuado un elevado compromiso de recursos cuando se trata de proyectos de elevada cuantía y preferirán entrar en el nuevo mercado a través de una ECI. De esta forma, podrán compartir el riesgo de la inversión con el socio local (GATIGNON y ANDERSON, 1988: 312; KOGUT y SINGH, 1988: 420; SHAN, 1991: 562; PADMA-NABHAN y CHO, 1996: 47; PHATAK *et al.*, 1996: 42).

No obstante, la literatura no está libre de contradicciones. Tenemos estudios como los de FAGRE y WELLS (1982: 15) y WEI *et al.* (2004: 5-6) que afirman que la empresa matriz deseará ostentar mayor control sobre la nueva filial cuanto mayor sea el volumen de la inversión. De hecho, si la empresa no lo hace será por exigencias del gobierno del país de destino que, para fomentar el mercado nacional, exigirá desarrollar el proyecto a través de una ECI (FAGRE y WELLS, 1982: 15).

En resumen, tenemos dos posturas sobre el efecto que causa el tamaño del proyecto en la elección de la ECI, de manera que nosotros optaremos por la que tiene mayor soporte empírico.

Por tanto:

Hipótesis 2: Existe mayor probabilidad de que las empresas que acometan una elevada inversión opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.

2.3. INTENSIDAD INVESTIGADORA DE LA EMPRESA Y LA ECI

En este apartado vamos a estudiar la repercusión que tiene la intensidad investigadora de la empresa en la elección de la modalidad de entrada en el mercado extranjero.

La intensidad investigadora de la empresa tiene relevancia debido a que cuando una organización posee un producto con una tecnología específica, buscará explotar esta ventaja en los mercados extranjeros (CONTRACTOR, 1984: 167), de manera que deberá escoger la modalidad de entrada que mejor se adecue al mismo.

Una vez que la empresa haya decidido salir al exterior a través de una IDE deberá estudiar la modalidad de entrada que mejor se ajuste a sus necesidades, es decir, deberá analizar su inversión en I+D para estimar cuál será la opción más apropiada: la ECI *versus* la filial de plena propiedad.

Las empresas caracterizadas por destinar pocos recursos a la I+D preferirán la ECI como opción de entrada. Los motivos que conducen a las empresas a operar de esta forma pueden ser de dos tipos: *a*) por una parte, las empresas con una baja inversión en I+D podrán utilizar modalidades que entrañen un bajo control ya que el riesgo de diseminación es bajo; *b*) por otra parte, porque la empresa quiera hacerse con conocimientos tecnológicos más complejos para introducirlos en sus productos y, cuando las empresas son demandantes de alta tecnología preferirán la ECI, para beneficiarse de las capacidades tecnológicas de su socio (KOGUT y SINGH, 1988: 420-421, 426; GOMES-CASSERES, 1989: 5, 17, 19-21; KOGUT y CHANG, 1991: 410-411; HENNART y LARIMO, 1998: 522- 523; CHEN y HENNART, 2002: 2) al mismo tiempo que disminuyen el riesgo de la inversión en I+D en ese mercado (CHAN, 1995: 39).

Sin embargo, si la empresa se caracteriza por una fuerte intensidad investigadora preferirá modalidades que supongan pleno control —filiales de plena propiedad— (COUGHLAN y FLAHERTY, 1983; ANDERSON y GATIGNON, 1986: 10-11; GATIGNON y ANDERSON, 1988: 307-308; PADMANABHAN y CHO, 1996: 48, 60). Esto lo hará para salvaguardar su cono-

cimiento de comportamientos oportunistas, ya que son fuente de ventajas competitivas que pueden verse erosionadas por su transmisión a terceros (GOMES-CASSERES, 1989: 6).

Esto se debe a que las empresas que realizan un fuerte esfuerzo en I+D son reacias a establecer acuerdos de cooperación con empresas locales en los mercados internacionales debido a que prefieren los canales internos a los contratos cuando tienen que transferir capacidades tecnológicas (VERNON y DAVIDSON, 1979; CAVES, 1982; RUGMAN, 1981; DUNNING, 1983; GATIGNON y ANDERSON, 1988; GOMES-CASSERES, 1989: 17, GOMES-CASSERES, 1990: 5, 14; MAKINO y NEUPERT, 2000: 710) para evitar el riesgo de diseminación de la tecnología (HILL y KIM, 1988: 94; HILL *et al.*, 1990: 119, 124-125; MALHOTRA *et al.*, 2003: 19; PAK y PARK, 2004: 6-7).

Esto podría apoyarse en diversos estudiosos que afirman que una elevada intensidad en I+D denota mayores ventajas específicas para las empresas, las cuales tratarán de internalizarlas (CONTRACTOR, 1990). Así pues, podemos decir que el esfuerzo en I+D suele conducir al desarrollo de capacidades esenciales que, si son compartidas con socios externos, se correría el riesgo de que se comportaran de forma oportunista con lo que perderíamos dicha ventaja y crearíamos un nuevo rival (HENNART y LARIMO, 1998: 523). Por ello, con la propiedad total podríamos mejorar la protección de la tecnología desarrollada a través del esfuerzo en I+D y protegernos contra el abuso en el que podrían incurrir empresas locales rivales (DAVIDSON y MCFETRIDGE, 1985: 7-8; ANDERSON y GATIGNON, 1986: 10-11; CHEN y HENNART, 2002: 2-3, 7; CHEN y HENNART, 2004: 1128; ZHAO *et al.*, 2004: 526, 528).

Por tanto:

Hipótesis 3: Existe mayor probabilidad de que las empresas con una baja intensidad investigadora opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.

2.4. LA EXPERIENCIA DE LA EMPRESA Y LA ECI

En este apartado vamos a analizar el papel que desempeña la experiencia acumulada por una empresa como explicación de la modalidad de entrada elegida. Para ello vamos a analizar dos tipos de experiencia: en el primer apartado trataremos la experiencia doméstica y en el segundo apartado analizaremos la experiencia internacional, con el objetivo de identificar bajo qué circunstancias las empresas se decantarán por la opción de la ECI frente a la de plena propiedad.

2.4.1. Experiencia doméstica

En este subapartado vamos a analizar el papel que desarrolla la experiencia doméstica de la empresa como condicionante de la modalidad de entrada elegida, en concreto de la ECI.

Para ello debemos establecer qué es lo que vamos a entender por este concepto. Llamaremos experiencia doméstica al conocimiento tácito acumulado por la empresa en el mercado de origen. Es decir, vamos a considerar el *know-how* que ha desarrollado la empresa en su actividad productiva en el mercado nacional, sin tener en cuenta actividad internacional alguna.

Estudios referidos a otros campos de investigación nos hablan de la experiencia doméstica. Es el caso de MERINO y RODRÍGUEZ (1997: 737), que al tratar los motivos que llevan a las empresas a diversificarse citan la «edad» como condicionante de tal evento. Según explican, el conocimiento acumulado de una organización se relaciona con la antigüedad de la misma en su campo de actividad y, cuanto mayor sea su grado de conocimiento doméstico, mayor incentivo tendrá en explotar sus capacidades en nuevos campos.

El anterior razonamiento nos ha llevado a considerar la posibilidad de que la experiencia doméstica no sólo explique el hecho de introducirse en nuevos mercados (internacionales) sino que puede que, de alguna forma, condicione el tipo de IDE que elegirá la empresa.

No obstante, no hemos encontrado evidencia empírica sobre este fenómeno en los trabajos que tratan de analizar la IDE, por lo que trataremos de averiguar su influencia a través de su contrastación. Para ello enunciaremos una hipótesis general que establezca la relación entre este factor y la ECI y, a continuación, enunciaremos dos subhipótesis que recojan las dos posibles situaciones que podrán llevar a las empresas a elegir la ECI para tratar de estudiar su influencia en el fenómeno que nos ocupa.

Hipótesis 4.1: La experiencia doméstica de las empresas que han decidido introducirse en un mercado extranjero a través de una IDE condicionará la elección de la ECI.

Hipótesis 4.1a: Existe mayor probabilidad de que las empresas con un *bajo nivel de experiencia doméstica* opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.

Hipótesis 4.1b: Existe mayor probabilidad de que las empresas con un *alto nivel de experiencia doméstica* opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.

2.4.2. Experiencia internacional

En este subapartado vamos a analizar el papel que desarrolla la experiencia internacional de la empresa como desencadenante de la modalidad de entrada elegida, en concreto de la ECI.

Entenderemos por experiencia internacional al conocimiento tácito acumulado por la empresa en los mercados internacionales. Este concepto estará estrechamente vinculado con las habilidades de los directivos en el desarrollo de operaciones internacionales o, dicho de otra manera, a la experiencia acumulada por la empresa en el desarrollo y consecución de actividades internacionales en un sentido general. Nos estamos refiriendo a un tipo de experiencia general que puede ser aplicada con un relativo grado de éxito en los diferentes mercados internacionales.

Diversos estudios confirman que las inversiones previas en otros países tienen un impacto positivo en la consecución de más inversiones internacionales (AHARONI, 1966; DAVIDSON, 1980) por lo que, *a priori*, se puede observar que la experiencia en operaciones internacionales se relaciona con el desarrollo internacional de las empresas (TERPSTRA y YU, 1988).

Pero, una vez que la empresa ya ha decidido introducirse en nuevos mercados internacionales, la pregunta es: ¿bajo qué modalidad lo hace? La influencia de la experiencia en el comportamiento de entrada en los mercados extranjeros ha sido ampliamente tratada en la literatura (ERRAMILLI, 1991: 479) y puede afirmarse que tiene un impacto directo en la elección de la modalidad de entrada.

Las empresas que deciden introducirse en un nuevo mercado internacional deberán hacer frente a todo tipo de gestiones para poder implantarse de manera exitosa. Por ello, las empresas que carecen de la experiencia internacional que les permita acometer tales acciones optarán por la ECI.

Sobre esta afirmación AGARWAL y RAMASWAMI (1992: 4-5) afirman que dichas empresas son propensas a tener mayores problemas en la gestión de las operaciones extranjeras. Por ello, una empresa con una experiencia internacional limitada que entra en un mercado extranjero será partidaria de elegir una modalidad que no entrañe un elevado grado de compromiso de recursos (EKELEDO y SIVAKUMAR, 1998: 286), de modo que se estará enfrentando a un elevado grado de incertidumbre que ocasionará que el coste percibido del proceso de internacionalización sea mayor (ERIKSSON *et al.*, 1997; ZHAO *et al.*, 2004: 526). Por ello, la ECI será la opción elegida ya que permite un menor grado de compromiso de

recursos al tiempo que reduce la incertidumbre, ya que, según GUILLÉN (2003: 186) la empresa se beneficiará de los conocimientos de la empresa local con la que establece la ECI. De hecho, TEECE (1976: 46) puntualiza que las empresas que carezcan de experiencia internacional y opten por alternativas de pleno control en industrias competitivas cometerán graves errores que podrán ocasionar disminuciones en su nivel de eficiencia.

Sin embargo, si la empresa tiene un elevado nivel de experiencia internacional se decantará por la modalidad de entrada de plena propiedad (DAVIDSON, 1982; ANDERSON y GATIGNON, 1986: 16; KOGUT y SINGH, 1988: 420; LÓPEZ DUARTE y GARCÍA CANAL, 1998: 28). Por tanto, cuanto más experiencia internacional tenga la empresa mayor será su capacidad de adaptación a los nuevos entornos internacionales (WILSON, 1980: 63), menor necesidad tendrá de ser ayudada por una empresa local del país de destino y, por ello, tendrá menor inclinación a tener socios (GOMES-CASSERES, 1990: 9, 21; HENNART, 1991: 485; ERRAMILLI y RAO, 1993: 137-139; PADMANABHAN y CHO, 1996: 48; CONTRACTOR y KUNDU, 1998: 341, 351; PAK y PARK, 2004).

Esto se explica porque el aumento de la experiencia multinacional supone el descenso de la incertidumbre a la que nos enfrentamos y, de esta manera, podremos hacer una valoración más ajustada del riesgo y conoceremos las pautas de actuación que debemos seguir, ya que la empresa se siente más segura en la estimación de costes y de los ingresos (DAVIDSON, 1980b, 1982; PHATAK *et al.*, 1996: 39). Se podría decir que este factor nos da una guía de comportamiento que hace que sea redundante la colaboración de terceras personas, ya que su aportación no es decisiva y, sin embargo, el riesgo potencial de comportamientos oportunistas se incrementa considerablemente (el riesgo potencial es mayor que el beneficio potencial).

Por tanto:

Hipótesis 4.2: Existe mayor probabilidad de que las empresas con un bajo nivel de experiencia internacional opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.

No obstante, podemos encontrar algunos trabajos cuyos argumentos contradicen la anterior relación. Es el caso de SHETTY (1979: 42), que analiza las diferentes propensiones de las empresas americanas y las europeas a la hora de suscribir acuerdos de propiedad compartida (ECI). Uno de sus alegatos justifica que las empresas europeas suscriben más ECIs debido a que tienen una mayor experiencia internacional histórica respecto a las americanas, por lo que serán menos temerosas de este tipo de contratos. Por otra parte tenemos el trabajo de GATIGNON y ANDERSON

(1988: 310), donde establecen que las empresas con un bajo nivel de experiencia internacional se enfrentarán a un elevado nivel de incertidumbre interna, de manera que serán menos capaces de estimar y medir los posibles resultados de las operaciones internacionales. Por ello, las empresas optarán por supervisar las entradas del proceso y requerirán un elevado grado de control, es decir, se decantarán por la plena propiedad.

Finalmente, publicaciones como la de ERRAMILI (1991: 483-485) y la de PLA BARBER y LEÓN DARDER (2001: 10, 18) solucionan la anterior disyuntiva a través de una postura integradora, afirmando que el comportamiento de la experiencia internacional adopta la forma de «U». Alegando que en las primeras fases del proceso de internacionalización, cuando la experiencia internacional es prácticamente nula, la empresa se decantará por la plena propiedad para controlar la totalidad de los riesgos; en una segunda etapa, cuando la empresa sea poseedora de un nivel moderado de experiencia internacional, se decantará por modalidades de colaboración (ECI); y, finalmente, cuando el grado de experiencia internacional sea muy elevado, la empresa se decantará por la plena propiedad nuevamente.

2.5. LAS ESTRATEGIAS EMPRESARIALES Y LA ECI

En este apartado vamos a analizar el papel que desempeña la estrategia² desarrollada por una empresa como desencadenante de la modalidad de entrada elegida, en concreto de la ECI. Para ello vamos a examinar diferentes tipologías de estrategias con el objetivo de poder ofrecer un marco explicativo de la ECI más completo.

La primera tipología analizada serán las estrategias de internacionalización, debido a que recogen las decisiones de la empresa respecto al grado de coordinación que quiere mantener en sus acciones, así como a la concentración que desea ostentar sobre las actividades de su cadena de valor cuando se localiza en mercados internacionales. Nosotros estudiaremos para qué tipo de estrategia internacional la ECI será la modalidad de entrada elegida, ya que la empresa deberá escoger aquella que encaje y potencie la estrategia de internacionalización desarrollada. Utilizaremos la clasificación de estrategias de PORTER (1986) ya que es la que más se ha utilizado en estudios similares (HILL *et al.*, 1990; PLA

² La importancia de las variables estratégicas en el análisis de la modalidad de entrada elegida ha sido analizado por autores tales como STOPFORD y WELLS (1972), GATIGNON y ANDERSON (1988), GOMES-CASSERES (1989), HILL *et al.*, (1990), HENNART (1991) y KIM y HWANG (1992), entre otros.

BARBER, 1999; DOMKE-DAMONTE, 2000; MALHOTRA *et al.*, 2003) donde la estrategia global recoge un mayor nivel de concentración y coordinación y la estrategia multipaís se decanta por una coordinación más baja y una configuración de actividades más dispersa.

La segunda tipología analizada serán las estrategias de crecimiento debido a su relevancia, ya que afectan a la empresa en su conjunto porque suponen un cambio de rumbo en su campo de actividad. En el primer nivel de análisis vamos a utilizar la clasificación de ANSOFF (1987), ya que es la más empleada por los autores (STOPFORD y HABERICH, 1978; BERG *et al.*, 1982; SHAN, 1986; BALAKRISHNAN y KOZA, 1993; PADMANABHAN y CHO, 1996; HENNART y LARIMO, 1998), y así averiguar bajo qué tipo de estrategia la ECI será la opción elegida. Diferenciaremos entre las estrategias de expansión, cuyo campo de actividad resultante mantiene cierta relación con el anterior, y las de diversificación, cuyo campo de actividad supone una ruptura con el pasado de la empresa. En el segundo nivel de análisis utilizaremos la tipología de RUMELT (1974) para matizar, desde un punto de vista teórico, la repercusión que tiene el grado de ruptura con la situación actual de la empresa en la elección de la ECI, para ello diferenciaremos entre las estrategias de diversificación relacionada y las de diversificación no relacionada.

Finalmente, la tercera tipología analizada serán las estrategias de negocio, ya que la forma a través de la cual la empresa trata de conseguir las ventajas competitivas en sus negocios incidirá en la modalidad de entrada elegida. Por ello vamos a estudiar para qué tipo de estrategia de negocio la ECI será la modalidad de entrada elegida. Nosotros vamos a utilizar la clasificación de PORTER (1986) ya que un elevado número de autores tratan la diferenciación de producto como un factor a tratar para tomar la decisión que nos ocupa (STOPFORD y WELLS, 1972; CAVES, 1981, 1982; COUGHLAN y FLAHERTY, 1983; COUGHLAN, 1985; ANDERSON y GATIGNON, 1986; HILL y KIM, 1988; GOMES-CASSERES, 1989; HENNART, 1991; CHEN y HENNART, 2004; ZHAO *et al.*, 2004). En ella tenemos la estrategia de liderazgo en costes, cuando la empresa se centra en tener unos costes inferiores a sus competidores para unos productos con una calidad semejante; y la estrategia de diferenciación de producto, cuando la empresa persigue que su producto sea percibido como único en el mercado.

2.5.1. Estrategias de internacionalización: multipaís *versus* global

Para estudiar la modalidad de entrada elegida por las empresas conviene analizar la estrategia corporativa internacional que desarrollan,

entendiendo por estrategias de internacionalización aquellas que recogen las pautas de actuación de las empresas que deciden competir en nuevos mercados localizados fuera de sus fronteras nacionales. Para nuestro estudio vamos a contemplar dos de las alternativas estratégicas propuestas por PORTER (1986), las estrategias multipaís y las estrategias globales, ya que son las que más profusión han tenido en la literatura por ser mutuamente excluyentes (HARZING, 2002: 212). Para su clasificación se utilizan dos dimensiones (PORTER, 1986: 23-25): el grado de concentración de las actividades de la cadena de valor según su localización y el grado de coordinación de las diferentes actividades según el grado de autonomía delegado. De esta manera podremos identificar las características propias de cada una de las estrategias.

En primer lugar, la empresa optará por una estrategia multipaís cuando el grado de concentración y de coordinación exigido sea bajo. Por tanto, su desarrollo se dará cuando la empresa se dirija a mercados nacionales que difieran entre ellos en cuanto a los gustos y preferencias de los consumidores, condiciones competitivas, condiciones operativas y estructuras políticas, legales y sociales (HILL *et al.*, 1990: 120). Este tipo de entorno condicionará a la organización para que adapte los productos que ofrece a cada uno de esos mercados, de manera que precisará de un alto grado de conocimientos locales para poder atender las diferentes demandas (ANDERSON y GATIGNON, 1986: 12). Debido a que la empresa necesita adaptar los productos a los diferentes mercados, deberá optar por estructuras flexibles con una elevada descentralización para que se permita la autonomía de las unidades locales, por lo que la coordinación y la concentración serán esencialmente bajas (HOUT *et al.*, 1982: 98-99, 103; PORTER, 1986: 18, 27; DOMKE-DAMONTE, 2000: 44, 47).

En segundo lugar, la empresa optará por una estrategia global cuando el grado de coordinación y de concentración exigidos sea alto. De esta manera, la empresa optará por ella cuando trate de operar a nivel internacional considerando los diferentes mercados como un único mercado homogéneo (HILL *et al.*, 1990: 121). Este tipo de entorno favorecerá que la empresa oferte productos estandarizados a nivel global, por lo que podrá explotar economías de experiencia (ya que la base de conocimientos es operativa en los diferentes mercados) y de localización (GUISADO TATO, 2003: 109). En este tipo de estrategias se ejerce un alto grado de control (ANDERSON y GATIGNON, 1986: 22) debido a que la empresa precisa de una elevada coordinación en sus actividades ya que deben operar de manera semejante, y la concentración geográfica también lo será para poder reducir costes aprovechando las ventajas de la estandarización (HOUT *et al.*, 1982: 98-99, 103; PORTER, 1986: 18, 29; GHOSHAL, 1987: 425-427; DOMKE-DAMONTE, 2000: 44, 47).

Las empresas que desarrollan una estrategia multipaís deben elegir una modalidad de entrada que se adapte a las características propias de dicha estrategia. Por ello, podemos observar que el principal obstáculo al que se enfrentan es la falta de conocimiento del mercado local al que deben adaptar sus productos, al mismo tiempo que precisan de una estructura flexible a los cambios en las tendencias, ya que las preferencias y los gustos de los consumidores varían notablemente entre los diferentes mercados (CHAN, 1995: 43).

La ECI se ajusta a tales requerimientos al mismo tiempo que minimiza el coste, ya que las empresas que se dirigen a un mercado para el que deben adaptar sus productos suelen carecer del conocimiento específico. Por ello, precisarán de una empresa local que ya disponga de tales conocimientos (LÓPEZ DUARTE y GARCÍA CANAL, 1998: 23-24). Además, debemos tener en cuenta que el grado de control requerido por este tipo de estrategia será relativamente bajo (HILL *et al.*, 1990; DOMKE-DAMONTE, 2000: 47) ya que no será necesaria una fuerte coordinación entre las diferentes filiales de los países porque cada una de ellas estará orientada a un mercado concreto. Así, la ECI permite dicha descentralización de actividades actuando directamente en el mercado de destino junto a la empresa local.

Por el contrario, se desaconsejarán las modalidades de plena propiedad (PLA BARBER, 1999: 87). Por una parte, si la empresa opta por la adquisición de una empresa local estará asumiendo el coste de activos innecesarios (HENNART y REDDY, 1997: 11) y si el volumen de tales activos es relativamente superior al volumen de los activos necesarios, la organización se verá forzada a entrar en una serie de campos no relacionados o a aumentar su tamaño, con los consiguientes problemas de gestión (HENNART, 1988: 372; BALAKRISHNAN y KOZA, 1993: 101-102) y de rigidez organizativa. Por otra parte, si opta por la creación de una nueva filial, para su generación interna, puede resultar un proceso demasiado lento y costoso (HENNART, 1991: 485; BALAKRISHNAN y KOZA, 1993: 101).

Podemos observar cómo, entre las diversas alternativas para entrar en un mercado internacional, la que más se ajusta a los requisitos de las empresas que adoptan estrategias multipaís es la ECI.

Sin embargo, se desaconseja su uso en las empresas que acometen estrategias globales ya que no permite ostentar un elevado nivel de control sobre las operaciones. Esto se debe a que el control es compartido con un socio local que puede no estar de acuerdo con nuestras condiciones. De hecho bajo estrategias globales, entre el socio local y la empresa multinacional, se produce un elevado conflicto de intereses

(GOMES-CASSERES, 1990: 7) por lo que se preferirá la plena propiedad (MALHOTRA *et al.*, 2003: 20).

Por tanto:

Hipótesis 5.1: Existe mayor probabilidad de que las empresas que desarrollen una estrategia multipaís opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.

2.5.2. Estrategias de crecimiento: expansión *versus* diversificación

En un segundo momento vamos a analizar las estrategias corporativas de crecimiento a través de las cuales las organizaciones pueden dirigirse a los mercados internacionales. La tipología que vamos a estudiar es la de ANSOFF (1987: 108-111) que distingue entre estrategias de expansión y estrategias de diversificación.

Por una parte, las estrategias de expansión son aquellas que se dirigen hacia el desarrollo de los productos y mercados tradicionales de la empresa. Dentro de esta estrategia tenemos varias variantes: 1) penetración en el mercado; 2) desarrollo de productos; y 3) desarrollo de mercados³. De las tres alternativas, para nuestro estudio sólo nos sirve la tercera opción a nivel geográfico, pues es la que se decanta por otros mercados que, para nosotros, serán mercados internacionales. De esta forma la empresa tratará de introducir, en el nuevo mercado internacional, productos tradicionales.

Por otra parte, las estrategias de diversificación son aquellas que consisten en añadir simultáneamente nuevos productos y nuevos mercados a los ya existentes. En nuestro caso hablaremos de una diversificación geográfica, donde la empresa trata de lanzar nuevos productos en los mercados internacionales. Esta dirección hace preciso que la empresa se provea de los recursos y capacidades necesarios para adaptarse y, por ello, precisará de nuevos conocimientos para desenvolverse en este nuevo ámbito.

Las empresas que desarrollan estrategias de crecimiento internacional deben optar por una modalidad de entrada que se ajuste a sus necesidades. Así pues, la ECI se ajustará más al perfil de las empresas que desarrollan estrategias de diversificación geográfica *vs.* la expansión geográfica debido a la mayor necesidad de conocimientos locales y de flexibilidad frente al mayor grado de incertidumbre que asumen.

³ JOHNSON y SCHOLES (2001: 290-291) señalan que la expansión de mercados puede entenderse de tres formas diferentes: nuevos mercados funcionales, nuevos grupos de clientes y nuevas áreas geográficas.

La anterior afirmación queda confirmada por estudios como el de STOPFORD y WELLS (1972: 126) que señala que las empresas diversificadas tienen un mayor porcentaje de ECIs que las empresas centradas en un sólo producto; así como HENNART (1991: 485, 495) que encontró que las empresas japonesas tendían a elegir la ECI sobre las filiales de plena propiedad cuando se llevaban a cabo estrategias de diversificación en una nueva industria; o bien PADMANABHAN y CHO (1996: 47,48), HENNART y LARIMO (1998: 522), PLA BARBER (1999: 81, 86, 89) y PAK y PARK (2004: 10) que afirman que las empresas que diversifican tienen mayor propensión a elegir la ECI como modalidad de entrada ya que precisan de los recursos complementarios de las empresas locales pertenecientes a la industria donde entran por primera vez. Otra posible explicación, por la que el número de ECIs entre empresas que se encuentran en industrias dispares es mayor, es por la menor probabilidad de conflictos entre ellas (BALAKRISHNAN y KOZA, 1993: 114) ya que no son competidoras entre sí.

La importancia de este factor para la elección de la ECI como modalidad de entrada en los mercados internacionales se verá reforzada si tenemos en cuenta el grado de novedad de la diversificación, ya que este aspecto determinará el nivel de nuevos recursos y capacidades que precisará la empresa. Según el grado de novedad, podemos distinguir entre la diversificación relacionada (donde la empresa intentará que los nuevos negocios incorporados a la empresa matriz tengan algún tipo de relación con la situación actual para poder aprovechar, entre otras cosas, el conocimiento); y la diversificación no relacionada o conglomerado (donde se produce una situación de ruptura, de forma que no tenemos una base previa de conocimientos que nos sirvan para el nuevo negocio a desarrollar) (RUMELT, 1974; 1982).

Así pues, observamos cómo la elección de la ECI tendrá mayor fuerza en el caso de que la organización hubiera optado por una estrategia de diversificación no relacionada en mercados internacionales. Se debe a que el grado de incertidumbre será muy elevado y, por ello, requerirá de la mayor cantidad posible de conocimientos que le permitan conocer el nuevo negocio y volverse competitivo de una manera relativamente rápida.

Reforzando lo anterior, CHEN y HENNART (2002: 7) afirman que una empresa que se introduce en industrias no relacionadas con su actividad principal deberá embarcarse en la formación de una ECI con empresas locales para tener acceso al conocimiento que precisa. Al igual que BALAKRISHNAN y KOZA (1991) que afirman que la ECI debería ser más frecuente entre empresas que se encuentran en industrias que no están rela-

cionadas entre ellas porque no tienen el conocimiento suficiente para ser operativas por sí mismas.

Por tanto:

Hipótesis 5.2: Existe mayor probabilidad de que las empresas que desarrollen una estrategia de diversificación opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.

2.5.3. Estrategias de negocio: liderazgo en costes *versus* diferenciación de producto

En tercer lugar vamos a analizar las estrategias de negocio a través de las cuales las empresas pueden conseguir su ventaja competitiva. La tipología que vamos a estudiar es la de PORTER (1986: 20) que distingue entre estrategias de liderazgo en costes y estrategias de diferenciación de producto.

En primer lugar definiremos la estrategia de liderazgo en costes como aquella mediante la cual la empresa trata de tener unos costes lo más reducidos posible ante un mismo o semejante nivel de valor añadido del producto con respecto a la competencia.

En segundo lugar consideraremos que la estrategia de diferenciación de producto es aquella mediante la cual la empresa mantiene un nivel de costes semejante al de sus competidores, pero trata de diferenciar su oferta ante los clientes a través de algún valor añadido que se traduzca en un mayor precio.

Las empresas que desean explotar su estrategia de negocio nacional en los mercados internacionales deberán elegir la modalidad de entrada que mejor se adapte a sus necesidades. Así pues, la ECI se ajustará más al perfil de las empresas que desarrollan estrategias de liderazgo en costes *vs.* la diferenciación de producto como señalan los argumentos que se desarrollan a continuación.

Una empresa que quiera ser competitiva en costes en el ámbito internacional necesita, como elemento clave, la obtención de economías de escala para poder reducir costes y así poder obtener una ventaja competitiva. Esta afirmación implica que debe aumentar el volumen de producción para conseguir que los incrementos de *inputs* utilizados en la producción traigan consigo incrementos más que proporcionales en el total de *outputs*. Por ello, pueden darse situaciones en las que el tamaño mínimo eficiente para producir aumente en base a conseguir esas economías de escala.

Sobre este aspecto encontramos varios estudios, entre ellos destaca HENNART (1988: 363) que afirma que incrementos en el tamaño mínimo eficiente de la producción llevan a las empresas a suscribir acuerdos de colaboración (ECI) —esto implica que la escala óptima de producción es mayor que lo que la empresa produce por separado, de tal forma que necesita unir sus fuerzas con otra empresa para alcanzar el volumen óptimo—. Por otra parte, HENNART y REDDY (1997: 11) y CONTRACTOR y KUNDU (1998: 342) argumentan que la ECI con empresas locales son un camino preferente para entrar en los mercados extranjeros cuando se pueden producir considerables economías de escala.

Sin embargo, la preferencia por la ECI desaparece cuando la empresa desarrolla una estrategia de diferenciación de producto basada en la creación y explotación de una marca comercial (GATIGNON y ANDERSON, 1988: 310; ZHAO *et al.*, 2004: 527).

Una empresa que trata de diferenciar su producto a través de la marca comercial debe tener especial cuidado en su conservación, ya que conlleva significados simbólicos que los clientes pueden utilizar para definir su propia imagen (WERNERFELT, 1990) y ésta será la que transmita la mayor parte de la información de su calidad al consumidor (NELSON, 1978; HILL y KIM, 1988: 95).

Teniendo en cuenta lo anterior, vemos que las empresas con una marca comercial valiosa pueden optar por una ECI o una filial de plena propiedad. Entre ambas alternativas las empresas preferirán el pleno control de sus filiales para proteger su marca comercial de la degradación que puedan causarles los oportunistas (CAVES, 1981; DAVIDSON, 1982) o para prevenir que las operaciones locales dañen su imagen por unas actuaciones inconsistentes (ANDERSON y GATIGNON, 1986: 20; GOMES-CASSERES, 1989: 4, 6, 17-18).

Por tanto, podemos afirmar lo siguiente:

Hipótesis 5.3: Existe mayor probabilidad de que las empresas que desarrollen una estrategia de liderazgo en costes opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.

2.6. LA DISTANCIA CULTURAL

En este apartado vamos a analizar la influencia que tiene la distancia cultural en la modalidad de entrada elegida por una empresa que trata de introducirse en los mercados internacionales.

Este factor es muy controvertido en cuanto a su delimitación, por lo que vamos a tratar de esclarecer tanto su definición como su naturaleza.

Para lo cual vamos a analizar las diferentes concepciones para concluir con una definición integradora; y vamos a estudiar su ámbito de aplicación, es decir, la naturaleza híbrida de la distancia cultural, ya que es un factor que recoge diferentes elementos, algunos propios de la empresa y otros relativos a su entorno.

Una vez que hayamos identificado sus propiedades, procederemos a su análisis para tratar de establecer la correspondencia existente entre la distancia cultural y la ECI.

a) *Delimitación del concepto de distancia cultural*

En la literatura hay una gran divergencia conceptual y, además, observamos otros conceptos análogos a este factor, como son la distancia *geográfica/geocultural* y la distancia *psíquica*.

Así pues, uno de los conceptos que se utiliza —de manera minoritaria en la literatura— para referirnos a las diferencias que dificultan las operaciones, entre el país de origen y el de destino, es la distancia *geográfica*⁴. Este elemento lo encontramos en trabajos como el de TERPSTRA y YU (1988: 34) donde aluden a la distancia física entre el país de origen y el de destino. Este concepto se considera análogo a la distancia cultural ya que presupone que según aumenta la cercanía entre países aumenta la posibilidad de que compartan la misma cultura. Por ello, algunos autores han tratado de completar este concepto añadiéndole más contenido, así encontramos el estudio de GOODNOW y HANSZ (1972: 49) donde hablan de la distancia geocultural y la definen como «las barreras creadas por la separación geográfica, disparidades culturales entre países y los problemas de comunicación resultantes de las diferencias en las perspectivas sociales, actitudes y el idioma».

Por otra parte, el segundo de los conceptos utilizados es el de distancia *psíquica*⁵. Lo encontramos en trabajos como el de O'GRADY y LANE (1996: 330) que lo definen como «el grado de incertidumbre que las empresas tienen en el mercado extranjero como consecuencia de las divergencias culturales y otras dificultades en los negocios, éstas constituyen barreras para el aprendizaje y la operatividad en el mercado»;

⁴ En lo concerniente a la distancia geográfica, en diversos artículos se sostiene que existe una fuerte correlación entre este concepto y lo que se denomina distancia *psíquica* (TERPSTRA y YU, 1988: 34).

⁵ Sobre este aspecto, somos capaces de afirmar que los términos distancia cultural y distancia *psíquica* se han utilizado como sinónimos (O'GRADY y LANE, 1996: 312) pero que no son equivalentes ya que en su definición no sólo se incluyen las diferencias culturales, sino también las estructurales —tales como sistemas legales o administrativos— (NORDSTRÖM y VAHLNE, 1992: 10).

así como en el de NORDSTRÖM y VAHLNE (1992: 3) que aluden a los «factores que impiden o alteran el aprendizaje y comprensión de la empresa con respecto al entorno foráneo».

Así pues, entre los dos conceptos señalados, el segundo de ellos ha tenido una mayor repercusión en la literatura aunque no ha logrado consolidarse.

Para finalizar abordamos el concepto que nos interesa, la distancia cultural. Una de las definiciones que más profusión ha tenido es la que adoptan autores como BARKEMA *et al.* (1997: 427-428); BROUTERS y BROUTERS (2001: 186) y SCHÄEFER (2002: 3) en la que afirman que la distancia cultural es «la suma de los factores que crean, por un lado, la necesidad de flujos de conocimiento y, por otro, fomenta flujos entre el país de origen y el de destino». También podemos resaltar la definición de HILL *et al.*, (1990: 122) que sostiene que la distancia cultural es «la distancia percibida entre el país de origen y el extranjero en términos de cultura, sistema económico y prácticas de negocios». Y, finalmente, podemos destacar el estudio de EKELEDO y SIVAKUMAR (1998: 282) en donde se señala que «la distancia cultural incluye las diferencias idiomáticas, de ética en el trabajo, estructura social, ideología, etc., entre el país de origen y el de destino».

Haciendo acopio de lo anterior, entenderemos que la distancia cultural es el factor que recoge las diferencias culturales relativas a la forma de hacer negocios y todas las contingencias propias del país de destino que dificultan el buen entendimiento y el desarrollo de las diferentes transacciones y acuerdos comerciales.

b) *Naturaleza de la distancia cultural*

Nuestra forma de definir la distancia cultural nos hace ver que es un constructo especialmente complejo debido a que engloba factores pertenecientes a diferentes ámbitos de la realidad de la empresa. Por ello podemos ver que su naturaleza es tanto «interna» como «externa».

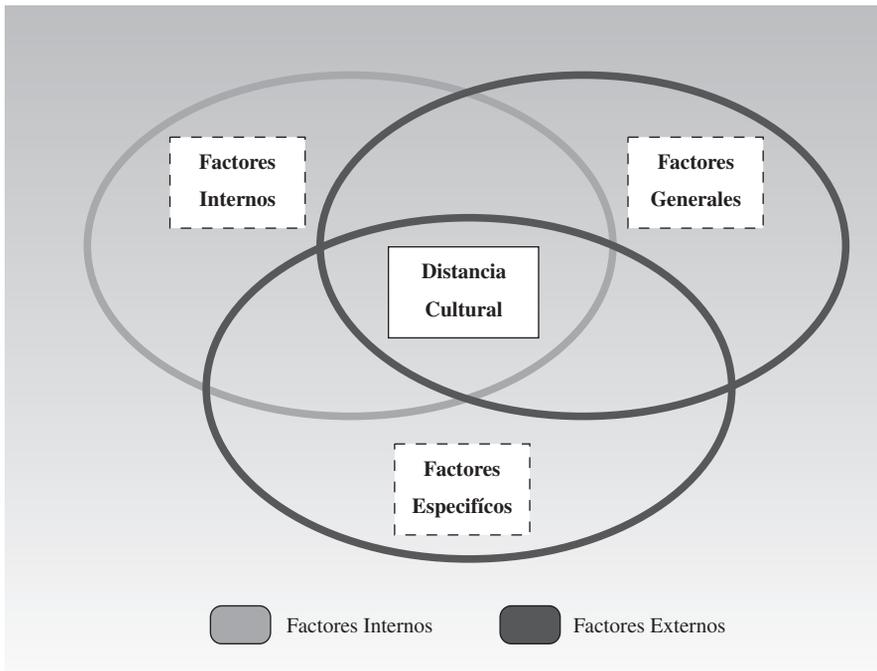
Con respecto a su naturaleza «interna» tenemos que la distancia cultural engloba el conocimiento previo que se tiene del país al que se va a dirigir la empresa matriz. Con esto nos referimos a que cuanto menor conocimiento previo se tenga de la cultura del país o de las empresas que se hallan en él, mayor será la distancia cultural a la que estaremos sujetos.

Por otra parte, también podemos apreciar su vertiente «externa», es decir, parte de los componentes que constituyen la distancia cultural

dependen, directamente, de factores exógenos localizados en su entorno: tanto general (las características propias del país al que nos estamos dirigiendo, ya sean culturales o económicas) como específico (las prácticas y normativas que sean habituales en ese sector de actividad en particular). Por tanto, cuanto más diverjan estos atributos, mayor será la distancia cultural a la que nos enfrentemos.

Por tanto, la naturaleza híbrida de la distancia cultural hace que la empresa se enfrente a dos tipos de elementos, los internos —conocidos y controlables por la organización— y los externos —cuya información puede ser insuficiente y no son controlables—, como puede verse en la figura 2.2.

FIGURA 2.2
NATURALEZA DE LA DISTANCIA CULTURAL



Fuente: Elaboración propia.

2.6.1. La distancia cultural y la ECI

Debido a la amplia profusión de estudios contradictorios sobre este factor, vamos a proceder a estructurarlo en tres partes. En un primer momento analizaremos aquellos que establecen una relación positiva con la ECI. En

un segundo lugar abordaremos aquellos análisis que sostienen una postura opuesta, sosteniendo una relación negativa entre ambas. Finalmente, trataremos de aunarlas a través de la inclusión de una variable moderadora —el riesgo país— para explicar la validez de las dos corrientes.

Una de las posturas que se adopta frente a la relación entre la distancia cultural y la ECI es aquella que supone una *correspondencia positiva entre ambas*.

En esta corriente se afirma que cuando los mercados son culturalmente distantes, la incertidumbre a la que se enfrentan las empresas es muy elevada y, por tanto, también el riesgo de la inversión. Por ello, las organizaciones tratarán de minimizar los recursos comprometidos en el país de destino a través de la ECI (ANDERSON y GATIGNON, 1986: 17; KIM y HWANG, 1992: 35-36) ya que las organizaciones serán reacias a comprometer sus recursos desde el momento en que este compromiso suponga una barrera de salida (HILL *et al.*, 1990: 119, 123).

Por todo ello, las empresas que realizan inversiones en países culturalmente distantes preferirán cooperar con una empresa local para agilizar el proceso de aprendizaje, incrementar el conocimiento local y reducir la incertidumbre (GATIGNON y ANDERSON, 1988: 311; ERRAMILLI y RAO, 1990: 138).

Podemos observar que los acuerdos de colaboración (ECI) son una gran herramienta capaz de fomentar el conocimiento en las áreas críticas donde es insuficiente y no puede ser desarrollado en las condiciones oportunas, por su elevado coste monetario o consumo de tiempo (MADHOK, 1997: 43) o por la pérdida de valor en su transferencia (ERRAMILLI *et al.*, 2002: 228-229). Por ello, la ECI proporciona el mecanismo estructural necesario para potenciar e intercambiar el flujo de conocimientos entre la empresa matriz y la empresa local (DAVIES, 1977; KILLING, 1983; KOGUT, 1988; MADHOK, 1997: 44) al tiempo que permite resolver el problema de la gestión de los trabajadores locales, relaciones con los proveedores, compradores y el gobierno a través de la delegación de competencias al socio local (HENNART, 1988: 372; KOGUT y SINGH, 1988: 414; HENNART y LARIMO, 1998: 534).

Así pues, según esta corriente de investigaciones, las empresas que se dirijan a países culturalmente distantes serán más propensas a elegir la ECI como modalidad de entrada.

Por tanto:

Hipótesis 6a: Existe mayor probabilidad de que las empresas que se dirijan a países caracterizados por una alta distancia cultural opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.

De manera tradicional, la correspondencia que ha imperado entre la distancia cultural y la ECI es positiva, como se ha defendido anteriormente. Sin embargo, diversos autores han señalado la posibilidad de *una relación negativa entre ambas* debido a los resultados contradictorios que presentaban los análisis empíricos.

Dando soporte a esta alternativa tenemos artículos como el de ANAND y DELIOS (1997)⁶ que defienden la adquisición total de una empresa local —plena propiedad— para poder nutrirse de todo su conocimiento, tanto explícito como tácito, ya que su carencia es una de las principales barreras a las que se enfrentan las empresas (pp. 591, 593-594). Debido a que el conocimiento es un bien para el cual el mercado funciona de manera ineficiente, el riesgo de oportunismo será muy elevado. Por ello, la empresa optará por internalizar el bien en concreto a través de la adquisición de la empresa extranjera, así la empresa conseguirá absorber la incertidumbre externa a través de la centralización de la toma de decisiones y se protegerá de comportamientos oportunistas (SUTCLIFFE y ZAHEER, 1998: 4; BROUHERS y BROUHERS, 2001: 179-180).

En la literatura referida al tema también encontramos otros argumentos que confirman esta alternativa, como es el caso de BIVENS y LOVELL (1966) que sugieren que las organizaciones reaccionan ante la distancia cultural demandando la propiedad de las mismas de forma que puedan implantar sus métodos operativos sin restricciones de ningún tipo. Dichas empresas no confían en la gestión local de los socios extranjeros y prefieren controlar ellas mismas todo el proceso para poder ejecutar las acciones según sus propias pautas. Esta postura es defendida en el trabajo de ERRAMILI *et al.* (2002: 228-229, 237) donde apuntan⁷ la posibilidad de que las empresas que se enfrentan a una elevada distancia cultural prefieran internalizar completamente las transferencias de sus recursos y capacidades, los motivos que apuntan son: *a)* la falta de ajuste entre las rutinas organizativas de la empresa entrante y la empresa local; y *b)* una baja capacidad de absorción por parte de la empresa local. En esta línea también encontramos el trabajo de BOYACIGILLER (1990: 363) donde afirma que según aumenta la distancia cultural entre los países, aumenta el número de malentendidos y desa-

⁶ En el estudio teórico del trabajo de ANAND y DELIOS (1997) sólo aluden a la necesidad de adquirir el conocimiento del que carecen a través de empresas locales, ya sean de propiedad parcial o total. Es en el estudio empírico donde se descarta la ECI a favor de las adquisiciones totales de las empresas locales.

⁷ En el trabajo de ERRAMILI *et al.* (2002) encontramos evidencia empírica que confirma la relación negativa entre la distancia cultural y la ECI aunque, en el desarrollo teórico, ellos apoyan la relación contraria.

cuerdos entre la empresa inversora y la empresa local, de manera que la plena propiedad se convierte en la opción elegida para evitar esta situación.

Finalmente, PADMANABHAN y CHO (1996: 49, 60) proponen y comprueban que según aumenta la distancia cultural aumenta la propensión a utilizar filiales de plena propiedad. Esto lo argumentan diciendo que este factor dificulta las operaciones que se realizan con los socios locales, ya que los costes y la incertidumbre del trabajo conjunto aumenta con la distancia cultural.

Según esta corriente, las empresas que se dirijan a países culturalmente distantes serán más propensas a elegir filiales de plena propiedad, o lo que es lo mismo, las empresas que se dirijan a países culturalmente cercanos serán más propensas a elegir la ECI como modalidad de entrada.

Por tanto:

Hipótesis 6b: Existe mayor probabilidad de que las empresas que se dirijan a países caracterizados por una baja distancia cultural opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.

Hasta ahora hemos visto dos posturas enfrentadas sobre cómo afecta la distancia cultural al comportamiento de las empresas. En este apartado vamos a revisar los enfoques que han tratado de aunar ambas corrientes en una única *postura integradora*.

Con este objetivo podemos encontrar en la literatura diversos estudios, por ejemplo tenemos la publicación de ANDERSON y GATIGNON (1986: 17-19) que, de manera teórica, afirman que ambas posturas son correctas. Según ellos, la dirección de la inversión dependerá de la importancia que tenga para la empresa la transferencia de sus procedimientos operativos. Si son muy relevantes y el país al que se dirige es culturalmente muy distante, la transferencia será muy costosa y podrá verse erosionada si se trabaja con un socio local, por lo que se preferirá la plena propiedad. Sin embargo, si no se da esta condición, la opción de la empresa será la ECI.

Intentando contrastar empíricamente esta postura ERRAMILLI y RAO (1993: 24-25, 32) establecen la relación positiva de la distancia cultural y la ECI. Además, afirman que la empresa optará por la plena propiedad en lugar de la ECI si dispone de un elevado nivel de especificidad en sus activos. No obstante, no consiguen demostrar esto último. Por otra parte tenemos el estudio de AGARWAL (1994) que estudia por qué siendo la ECI la elección más defendida por los investigadores ante una

distancia cultural elevada, hay empresas que optan por la plena propiedad (p. 64) y apunta que el motivo es la presencia de variables moderadoras⁸ que alteran el resultado de la inversión.

Posteriormente, encontramos el trabajo de BROUTERS y BROUTERS (2001: 180-181, 183) que da soporte empírico a lo que ya intentó AGARWAL (1994) demostrando que, a través de la interacción de la distancia cultural con la variable moderadora del riesgo de la inversión, las empresas que se enfrentan a una elevada distancia cultural optarán por la plena propiedad, mientras que en ausencia de esta restricción preferirán la ECI.

Por tanto, podemos observar cómo diversas publicaciones han tratado de explicar las contradicciones en la relación de la distancia cultural y la ECI incluyendo en el análisis variables moderadoras, eligiendo mayoritariamente aquellas que se relacionan con el riesgo de la inversión en el país extranjero, es decir, el *riesgo país*.

Por ello, vamos a seguir esta corriente y vamos a incluir el efecto que causaría el riesgo inherente al país de destino, para tratar de prever el comportamiento de las empresas según la distancia cultural.

La relevancia de estudiar este factor es que su análisis se apoya en la premisa de que los desajustes en los factores económicos, sociales y políticos incrementan el riesgo de la inversión haciendo peligrar sus resultados (MELDRUM, 1999: 2; MCGOWAN y MOELLER, 2003: 2).

Según MELDRUM (2000: 2-6) este riesgo adicional, normalmente llamado riesgo país, suele incluir diferentes elementos portadores de incertidumbre: *a) Riesgo Económico*, referido al riesgo asociado a la posibilidad de cambios que afecten al rendimiento esperado de la inversión —política fiscal, política monetaria, política internacional...—; *b) Riesgo de Transferencias*, relativo al riesgo asociado a la posibilidad de que el gobierno decida restringir el movimiento de capitales —prohibición en la repatriación de dividendos, beneficios o el propio capital—; *c) Riesgo del Tipo de Cambio*, asociado a la posibilidad de un cambio adverso en el tipo de cambio; *d) Riesgo de Localización o Cercanía*, es el riesgo derivado de contagiarse de los efectos adversos que sufre una región o país de similares características; *e) Riesgo Soberano*, riesgo referido a la posibilidad de que el gobierno se declare incapaz a la hora de hacer frente al pago de sus obligaciones; y *f) Riesgo Político*, riesgo relacio-

⁸ Las variables moderadoras que se analizan en AGARWAL (1994) son: la experiencia internacional (p. 65), la complejidad tecnológica (pp. 65-66), el tamaño de la empresa (p. 66), el riesgo país (pp. 66-67) y el potencial de mercado (pp. 67-68).

nado con la posibilidad de un cambio de gobierno y, con él, «un cambio en las reglas del juego» (BUTLER y JOAQUÍN, 1998: 599).

Por ello, cuando las empresas se dirigen a países caracterizados por un elevado riesgo país buscarán modalidades de entrada que les permitan, llegado el caso, poder abandonar el país sin sufrir pérdidas sustanciales (HILL *et al.*, 1990: 122; PLA BARBER y LEÓN DARDER, 2001: 7), es decir, buscarán un bajo compromiso de recursos (CONTRACTOR, 1984: 175; ANDERSON y GATIGNON, 1986: 14-15; AGARWAL y RAMASWAMI, 1992: 6; KIM y HWAN, 1992: 35; CONTRACTOR y KUNDU, 1998: 338; ZHAO *et al.*, 2004: 526-527, 530).

Por tanto, cuando las empresas se dirigen a países con un elevado riesgo país se decantarán por la ECI, ya que suponen un menor coste y aportan mayor flexibilidad en las operaciones (ERRAMILLI y RAO, 1996: 25) al tiempo que reducen los posibles problemas con el gobierno y disminuyen el riesgo de las expropiaciones (BRADLEY, 1977; GATIGNON y ANDERSON, 1988: 307-309; HILL *et al.*, 1990: 122).

Por tanto:

Hipótesis 6c: Existe mayor probabilidad de que las empresas que se dirijan a países caracterizados por una *alta distancia cultural* y un *elevado riesgo país* opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.

En resumen, tenemos tres posturas sobre el efecto que causa la distancia cultural en la elección de la ECI, como se muestra en el cuadro 2.1.

2.7. MODELO ESPECÍFICO DE ANÁLISIS

A lo largo de este capítulo hemos ido analizando cada uno de los factores identificados en la base teórica. De esta forma hemos revisado las investigaciones previas sobre los factores propios de la organización, como son su tamaño, el tamaño del proyecto en el extranjero, la intensidad investigadora de la empresa, su experiencia acumulada —tanto en el terreno doméstico como en el internacional—, así como las estrategias llevadas a cabo por la misma —ya sean de internacionalización, de crecimiento o de negocio—. También se ha tratado la distancia cultural como un factor que sitúa a la empresa con respecto al país al que se dirige, teniendo en cuenta la influencia que ejerce el riesgo implícito de dicho país.

CUADRO 2.1
DIFERENTES POSTURAS SOBRE LA RELACIÓN ENTRE
LA DISTANCIA CULTURAL Y LA ECI⁹

DISTANCIA CULTURAL			
CONDICIONANTE DE LA EMPRESA CONJUNTA		CONDICIONANTE DE LA ADQUISICIÓN	
<i>Teoría</i>	<i>Práctica</i>	<i>Teoría</i>	<i>Práctica</i>
GOODNOW y HANSZ (1972) GATIGNON y ANDERSON (1988) GOMES-CASSERES (1989) KIM y HWANG (1992) AGARWAL (1994) CONTRACTOR y KUNDU (1998) LÓPEZ DUARTE y GARCÍA CANAL (1998) BROUTERS y BROUTERS (2001) TSAI y CHENG (2004)			
ERRAMILI y RAO (1990) HILL <i>et al.</i> (1990) SHAN (1991) PHATAK <i>et al.</i> (1996) MADHOK (1997) EKELEDO y SIVAKUMAR (1998) PAN y TSE (2000) SCHÄEFER (2002)			
	KOGUT y SINGH (1988) ERRAMILI y RAO (1993)		
	BUCKLEY y CASSON (1996)	BUCKLEY y CASSON (1996)	
		BIVENS y LOVELL (1966)	
			BENITO y GRIPSRUD (1992) SHANE (1994)
PAN (1996) PLA BARBER y LEÓN DARDER (2001) ERRAMILI <i>et al.</i> (2002)			PAN (1996) PLA BARBER y LEÓN DARDER (2001) ERRAMILI <i>et al.</i> (2002)
ANAND y DELIOS (1997)		ANAND y DELIOS (1997)	
		BOYACIGILLER (1990) PADMANABHAN y CHO (1996)	
POSTURA INTEGRADORA			
ANDERSON y GATIGNON (1986) ERRAMILI y RAO (1993) AGARWAL (1994) BROUTERS y BROUTERS (2001)			

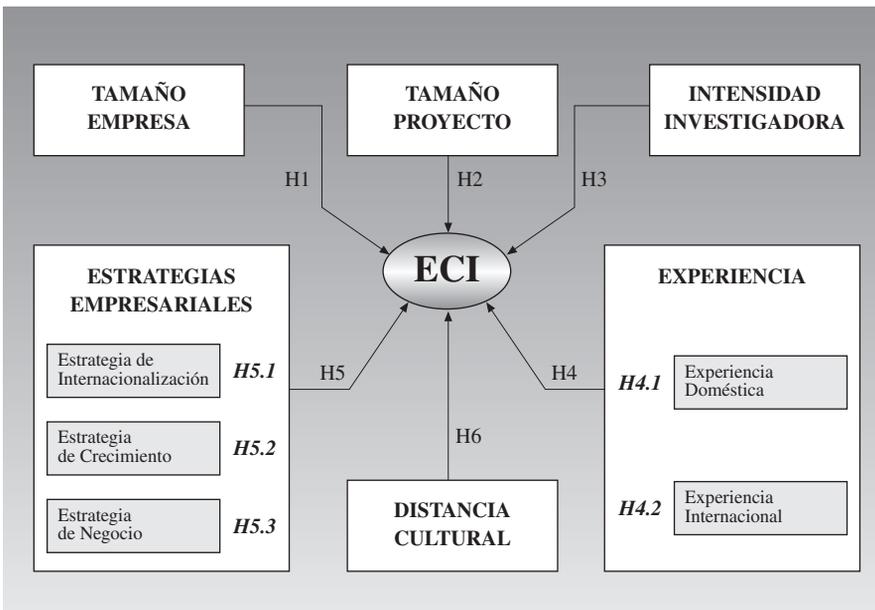
Fuente: Elaboración propia.

⁹ Por motivos explicativos, en esta figura vamos a realizar una desagregación en la clasificación de los trabajos. Así pues, vamos a distinguir entre la postura teórica que los autores han defendido y los resultados empíricos que han obtenido.

Así pues, podemos observar en el cuadro 2.2 cómo los anteriores factores han sido tomados en cuenta por diferentes autores para explicar la elección de la ECI o de la filial de plena propiedad (en el cuadro se explicita el tipo de IDE que se analiza en el estudio) aunque siempre de manera parcial, sin ofrecer ninguno de los trabajos un modelo que integre la totalidad de los mismos.

Una vez que hemos examinado los factores explicativos de la ECI como modalidad de entrada en el mercado de destino, se han formulado las hipótesis respectivas y se han recopilado los trabajos que los han analizado previamente, vamos a proceder a la representación de nuestro modelo específico de análisis a través de la figura 2.3.

FIGURA 2.3
MODELO ESPECÍFICO DE ANÁLISIS



CUADRO 2.2

RECOPIACIÓN DE LOS TRABAJOS QUE TRATAN DE ANALIZAR LOS DISTINTOS FACTORES CON RESPECTO
A LAS INVERSIONES DIRECTAS (ECI VERSUS FILIAL DE PLENA PROPIEDAD)

Factores		Autores	
Tamaño de la empresa	ECI	LARIMO (1992); LARIMO (1993)	
	Filial de plena propiedad	STOPFORD y WELLS (1972); GOMES-CASSERES (1985); FRANKO (1987); KOGUT y SINGH (1988a, 1988b); GOMES-CASSERES (1989); AGARWAL y RAMASWAMI (1992); ERRAMILLI y RAO (1993); AGARWAL (1994); PHATAK <i>et al.</i> (1996); CONTRACTOR y KUNDU (1998); DOMKE-DAMONTE (2000); PLA BARBER y LEON DARDER (2001); CHEN <i>et al.</i> (2004); MERINO (2004); TSAI y CHENG (2004)	
Tamaño del proyecto en el exterior	ECI	GATIGNON y ANDERSON (1988); KOGUT y SINGH (1988); SINGH y KOGUT (1989); GOMES-CASSERES (1990); HENNART (1991); SHAN (1991); PADMANABHAN y CHO (1996); PHATAK <i>et al.</i> (1996)	
	Filial de plena propiedad	FAGRE y WELLS (1982)	
Intensidad investigadora de la empresa	ECI	***	
	Filial de plena propiedad	SHETTY (1979); STOPFORD y WELLS (1972); COUGHLAN y FLAHERTY (1983); DAVIDSON y McFETRIDGE (1985); ANDERSON y COUGHLAN (1986); ANDERSON y GATIGNON (1986); GATIGNON y ANDERSON (1988); HILL y KIM (1988); GOMES-CASSERES (1989); GOMES-CASSERES (1990); HILL <i>et al.</i> (1990); AGARWAL (1994); CHAN (1995); PADMANABHAN y CHO (1996); HENNART y LARIMO (1998); MAKINO y NEUPERT (2000); CHEN y HENNART (2002); MALHOTRA <i>et al.</i> (2003); CHEN y HENNART (2004); ZHAO <i>et al.</i> (2004)	
Experiencia internacional	ECI	SHETTY (1979); GATIGNON y ANDERSON (1988)	
	Filial de plena propiedad	DAVIDSON (1982); GOMES-CASSERES (1985); ANDERSON y GATIGNON (1986); GATIGNON y ANDERSON (1988); KOGUT y SINGH (1988); GOMES-CASSERES (1989); GOMES-CASSERES (1990); HENNART (1991); AGARWAL y RAMASWAMI (1992); AGARWAL (1994); PADMANABHAN y CHO (1996); CONTRACTOR y KUNDU (1998); LÓPEZ DUARTE y GARCÍA CANAL (1998); DOMKE-DAMONTE (2000); GUILLÉN (2003); CHEN y HENNART (2004); TSAI y CHENG (2004)	
Experiencia doméstica	ECI	***	
	Filial de plena propiedad	***	
Estrategia internacional	ECI	CHAN (1995); ANDERSON y GATIGNON (1986); HILL <i>et al.</i> (1990); PLA BARBER (1999); DOMKE-DAMONTE (2000)	
	Filial de plena propiedad	DOMKE-DAMONTE (2000); MALHOTRA <i>et al.</i> (2003)	

Estrategia de crecimiento	ECI	STOPFORD y WELLS (1972); STOPFORD y HABERICH (1978); BERG <i>et al.</i> (1982); SHAN (1986); HENNART (1988); KOGUT y SINGH (1988a, 1988b); GOMES-CASSERES (1989a); HENNART (1991b); BALAKRISHNAN y KOZA (1993); CHAN (1995); PADMANABHAN y CHO (1996); HENNART y LARIMO (1998); PLA BARBER (1999)
	Filial de plena propiedad	***
Estrategia de negocio	ECI	TEECE (1976); DAVIDSON y McFETRIDGE (1985); HENNART (1988); HENNART y REDDY (1997); MADHOK (1997)
	Filial de plena propiedad	STOPFORD y WELLS (1972); CAVES (1981); CAVES (1982); FAGRE y WELLS (1982); COUGHLAN y FLAHERTY (1983); COUGHLAN (1985); ANDERSON y GATTIGNON (1986); ANDERSON y COUGHLAN (1987); GATTIGNON y ANDERSON (1988); HILL y KIM (1988); GOMES-CASSERES (1989); HENNART (1991); AGARWAL y RAMASWAMI (1992); LÓPEZ DUARTE y GARCÍA CANAL (1998); CHIEN y HENNART (2004); ZHAO <i>et al.</i> (2004)
Distancia cultural	ECI	GOODNOW y HANSZ (1972); GATTIGNON y ANDERSON (1988); KOGUT y SINGH (1988); GOMES-CASSERES (1989); ERRAMILI y RAO (1990); HILL <i>et al.</i> (1990); SHAN (1991); KIM y HWANG (1992); ERRAMILI y RAO (1993); AGARWAL (1994); BUCKLEY y CASSON (1996); PAN y TSE (1996, 2000); PHATAK <i>et al.</i> (1996); ANAND y DELIOS (1997); MADHOK (1997); CONTRACTOR y KUNDU (1998); EKELEDO y SIVAKUMAR (1998); LÓPEZ DUARTE y GARCÍA CANAL (1998); BROUTERS y BROUTERS (2001); PLA BARBER y LEÓN DARDER (2001); ERRAMILI <i>et al.</i> (2002); SCHÄFER (2002)
	Filial de plena propiedad	BIVENS y LOVELL (1966); BOYACIGILLER (1990); BENITO y GRIPSRUD (1992); SHANE (1994); BUCKLEY y CASSON (1996); PADMANABHAN y CHO (1996); PAN (1996); ANAND y DELIOS (1997); PLA BARBER y LEÓN DARDER (2001); ERRAMILI <i>et al.</i> (2002); TSAI y CHENG (2004)
Riesgo país	ECI	GOODNOW y HANZ (1972); MASCARENHAS (1982); GATTIGNON y ANDERSON (1988); HILL <i>et al.</i> (1990); KIM y HWANG (1992); ERRAMILI y RAO (1993); MADHOK (1994); BUCKLEY y CASSON (1996); PAN (1996); PHATAK <i>et al.</i> (1996); CONTRACTOR y KUNDU (1998); PLA BARBER y LEÓN DARDER (2001)
	Filial de plena propiedad	***

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO 3

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

En primer lugar tratamos los aspectos relacionados con la población, ya que este estudio pretende ser representativo de la totalidad de empresas manufactureras españolas. Para ello abordamos el tipo de fuente de información utilizada, dichos datos son elaborados por la Fundación SEPI (fundación tutelada por la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales) a través de la Encuesta Sobre Estrategias Empresariales —ESEE—. Explicamos el muestreo utilizado para seleccionar a las empresas cuyo comportamiento es extrapolado a la población y se presenta la ficha técnica.

En un segundo lugar se especifica la forma a través de la cual hemos construido las variables utilizadas en el estudio empírico. Para ello diferenciamos dos apartados: el primero se centra en explicar la definición de la variable dependiente y el segundo en las variables explicativas del modelo. Al final de cada uno de estos apartados se presenta un cuadro resumen con los campos de la ESEE utilizados, así como la relación de hipótesis atribuidas a cada variable.

Finalmente, se explican teóricamente cada una de las técnicas estadísticas utilizadas para la contrastación de las hipótesis formuladas en el anterior capítulo. Tal es el caso de los árboles de decisión, la regresión logística binomial, la regresión logística multinomial y la regresión logística ordinal.

3.1. METODOLOGÍA Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.1. Población y fuente de información

La población objeto de estudio son las empresas manufactureras españolas que realizan inversiones directas en el exterior. Para determinar si las empresas son o no susceptibles de su inclusión se siguió un doble criterio:

— Todas aquellas empresas pertenecientes a lo que se conoce como industria manufacturera que contasen con 10 o más trabajadores contratados.

— Todas aquellas empresas que cuentan con un porcentaje de participación entre el 5 por 100 y el 100 por 100 en, al menos, una empresa situada fuera del territorio nacional.

Con relación al primer aspecto, para determinar si la empresa pertenece al sector manufacturero español, utilizaremos el criterio aplicado por la Encuesta Sobre Estrategias Empresariales —ESEE— que se basa en los códigos de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas —CNAE— de la empresa para hacer sus propias agrupaciones. La relación de tales subsectores se presenta en el cuadro 3.1.

Con relación al segundo aspecto, se ha utilizado el criterio de acotar el margen de participación de las empresas entre el 5 por 100 y el 100 por 100 ya que es el empleado por la mayoría de los autores, como se describe detalladamente en el apartado 3.2.1 y se muestra en el cuadro 3.7.

La fuente de información utilizada para la contrastación de las hipótesis se ha obtenido a partir de un estudio descriptivo longitudinal que abarca el período 2000-2002 (ambos inclusive), en concreto hemos utilizado una encuesta de panel¹. Tanto el diseño del cuestionario como el trabajo de campo es realizado anualmente por la Fundación SEPI bajo el nombre de Encuesta Sobre Estrategias Empresariales —ESEE—, y toda la información está sometida a controles de validación y de consistencia lógica para certificar su calidad y consistencia temporal.

El período de investigación se ha fijado de acuerdo a la naturaleza de la encuesta que emplean, ya que es en el año 2000 cuando incorporan las preguntas relativas a las inversiones directas que realizan las

¹ El panel es una técnica cuantitativa caracterizada por la recogida de información externa primaria de manera periódica a partir de una muestra cuyo grueso es permanente (ESTEBAN *et al.*, 1997: 261).

CUADRO 3.1
CLASIFICACIÓN DE LA ESEE DE LAS EMPRESAS
MANUFACTURERAS ESPAÑOLAS A PARTIR DEL CNAE-93

Sector ESEE	Concepto	CNAE-93
1	Industria cárnica	151
2	Productos alimenticios y tabaco	152 a 158 + 160
3	Bebidas	159
4	Textiles y vestido	171 a 177 y 181 a 183
5	Cuero y calzado	191 a 193
6	Industria de la madera	201 a 205
7	Industria del papel	211 + 212
8	Edición y artes gráficas	221 a 223
9	Productos químicos	241 a 247
10	Productos de caucho y plástico	251 a 252
11	Productos minerales no metálicos	261 a 268
12	Metales férreos y no férreos	271 a 275
13	Productos metálicos	281 a 287
14	Máquinas agrícolas e industriales	291 a 297
15	Máquinas de oficina, proceso de datos, etc.	300 + (331 a 335)
16	Maquinaria y material eléctrico	311 a 316 y 321 a 323
17	Vehículos de motor	341 a 343
18	Otro material de transporte	351 a 355
19	Industria del mueble	361
20	Otras industrias manufactureras	362 a 366, 371 a 372

Fuente: Fundación SEPI.

empresas manufactureras españolas en el extranjero, de manera tal que se pueda vincular la IDE con las características propias de las empresas (MERINO y MUÑOZ, 2002: 13).

3.1.2. Diseño de la muestra

La determinación de la muestra ha sido realizada por la Fundación SEPI con un carácter mixto, en función del tamaño y del sector de actividad al que pertenece la empresa.

Por un lado, el criterio del tamaño distingue entre empresas de 200 o menos trabajadores —en las que se aplica un muestreo aleatorio estratificado— y las de más de 200 trabajadores —donde el criterio para la selección es censal—. Por otro lado, el criterio del sector se aplica utilizando básicamente el CNAE-93 a dos dígitos (MORENO y RODRÍGUEZ, 1998: 26-27). Al tratarse de una encuesta de panel, los esfuerzos se han encaminado a reducir el deterioro de la muestra inicial —evitando el decaimiento de la colaboración de las empresas— así como a la incorporación cada año de todas las empresas de nueva creación mayores de 200 trabajadores y una muestra seleccionada aleatoriamente que representa aproximadamente el 5 por 100 de las empresas nuevas entre 10 y 200 trabajadores.

La delimitación de la muestra que utilizaremos para el período 2000-2002 se muestra en el cuadro 3.2 y recoge cómo de las 10.355 observaciones iniciales contempladas en la ESEE, la muestra se concreta hasta seleccionar aquellas que efectivamente responden a la encuesta y, al mismo tiempo, se catalogan como inversoras directas en el exterior.

CUADRO 3.2
DELIMITACIÓN DE LA MUESTRA

Número de observaciones para el período 2000-2002
10.355 observaciones ² de empresas recogidas de manera global en la ESEE
5.302 observaciones de empresas en la muestra viva ³ de la ESEE
3.458 observaciones de empresas en la ESEE que realizan actividades internacionales
635 observaciones de empresas en la ESEE que realizan inversiones directas en el exterior

Fuente: Elaboración propia.

De manera más específica, la distribución de las observaciones queda representada a través de los cuadros 3.3, 3.4 y 3.5 donde se procede a la desagregación de los datos de la muestra viva.

² Téngase en cuenta que estamos hablando de *observaciones* y no de empresas, esto es debido a que estamos operando con un panel incompleto de datos.

³ Precisamos que la muestra a la que nos estamos refiriendo es la muestra *viva* para explicitar que estamos considerando a las empresas que realmente contestan el cuestionario. Esto se debe a que en los paneles desaparecen un cierto número de empresas cada año.

CUADRO 3.3
DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA SEGÚN SU ACTIVIDAD INTERNACIONAL

Actividad internacional	N.º de observaciones	Porcentajes
Nula	1.844	34,8%
Activa	3.458	65,2%
Total	5.302	100%

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 3.4
DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA SEGÚN EL TIPO DE MODALIDAD DE ENTRADA

Modalidad de entrada	N.º de observaciones	Porcentajes
Inversiones Indirectas en el Exterior ⁴	2.823	81,7%
Inversiones Directas en el Exterior	635	18,3%
Total	3.458	100%

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 3.5
DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA SEGÚN EL TIPO DE IDE EMPLEADA

Tipo de IDE	N.º de observaciones	Porcentajes
Empresa Conjunta Internacional	262	41,26%
Filial de Plena Propiedad	373	58,74%
Total	635	100%

Fuente: Elaboración propia.

Al analizar los cuadros anteriores podemos hacernos una idea general del tipo de implicación internacional que presentan las empresas manu-

⁴ El cálculo de las empresas que realizan actividades de inversión indirecta en el exterior se ha realizado a través del cálculo agregado de empresas cuya inversión en el capital de una empresa extranjera no alcanza el 5 por 100, así como las empresas que, careciendo de inversión alguna en el capital de empresas extranjeras, realizan actividades de exportación.

factureras españolas. Así pues, podemos ver cómo aproximadamente el 65 por 100 de las empresas⁵ presentan algún tipo de actividad internacional, mientras que sólo el 35 por 100 son totalmente inactivas en este campo.

Si nos centramos en ese 65 por 100 de empresas internacionales podemos observar el grado de compromiso que adquieren, de manera tal que tan sólo el 18 por 100 de las mismas emprenden una IDE. Por tanto, podemos deducir que, aunque el porcentaje de participación internacional es relativamente elevado, el grado de implicación que tienen es bajo, ya que aproximadamente el 82 por 100 de las empresas de las que disponemos no compromete sus recursos de manera significativa en los mercados internacionales.

Finalmente, dentro de ese 18 por 100 de empresas que sí realizan una IDE, obtenemos la distribución final de la muestra. Obtenemos que aproximadamente el 59 por 100 de las mismas se decantan por la plena propiedad de sus filiales y el 41 por 100 optan por la ECI. Estos porcentajes finales son consistentes con estudios anteriores, como por ejemplo el de HENNART (1991), de forma que el tipo de distribución que adoptan las empresas, según el tipo de IDE, suele oscilar en unos porcentajes que se aproximan al 60 por 100 para las filiales de plena propiedad y en un 40 por 100 para la ECI.

Finalmente, presentamos la ficha técnica de los datos en el cuadro 3.6.

3.2. MEDICIÓN DE LAS VARIABLES

3.2.1. Variable dependiente

En primer lugar, debemos recordar que este estudio trata de identificar los factores que explican la elección de la ECI como modalidad de entrada en los mercados internacionales. Por ello, en este apartado vamos a exponer la forma en la que ha sido definida la variable dependiente del modelo, es decir, la modalidad de entrada —MO_ENT y MO_ENT_95.

En la literatura se han realizado una gran cantidad de trabajos sobre la IDE, por lo que se ha procedido a la revisión de las diferentes formas de medida, excluyendo aquellas mediciones que son incompatibles⁶ con nuestro estudio. Por ello, nos hemos centrado en aquellos trabajos que tratan de definir la variable dependiente a través de una *proxy*, el porcentaje de participación accionarial en la «filial» extranjera.

⁵ Aunque el término correcto sea «observaciones de empresa» por tratarse de un *pooled*, a partir de aquí se prescindirá de tal precisión para facilitar la lectura y comprensión del trabajo.

⁶ Por «incompatibles» nos estamos refiriendo a aquellos estudios que utilizan una encuesta en la que se pregunta abiertamente por la modalidad de entrada que ha seguido la empresa encuestada, ya que la ESEE carece de tal información.

CUADRO 3.6
FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO

Universo:	Empresas manufactureras localizadas en España
Ámbito geográfico:	Todo el territorio nacional
Diseño del cuestionario:	Fundación SEPI
Unidad de análisis:	Empresa
Tamaño muestral:	635 observaciones de empresas manufactureras españolas que desarrollan una IDE
Error muestral:	$\pm 0,02$ ($p=q=50$)
Nivel de confianza:	95% ($K = 2$ sigma)
Diseño muestral:	Aleatorio estratificado y censal según tamaño de la empresa y sector de pertenencia
Trabajo de campo:	Fundación SEPI
Período de análisis:	Años 2000, 2001 y 2002
Tratamiento de la información:	Answer Tree 3.0 SPSS 12.0 para Windows
Técnicas de análisis:	Árboles de Decisión Regresión Logística Binomial Regresión Logística Multinomial Regresión Logística Ordinal

Fuente: Elaboración propia.

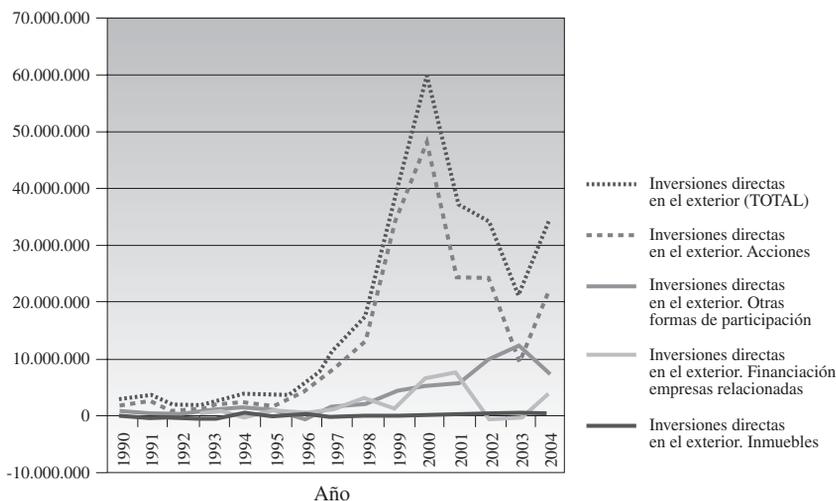
De hecho, en el gráfico 3.1 podemos observar cómo la participación accionarial en empresas extranjeras es la magnitud principal del monto total de la IDE, de forma que es la forma más representativa de aproximar esta variable.

De esta forma podemos observar en el cuadro 3.7 cómo la gran mayoría de los autores optan por unos márgenes comprendidos entre el 5 por 100 y el 95 por 100 para identificar la ECI, y un margen del 95 por 100 al 100 por 100 para las filiales de plena propiedad.

Por ello, nosotros vamos a optar por seguir esta corriente mayoritaria para definir la variable MO_ENT⁷.

⁷ No obstante, en el estudio empírico y análisis del modelo se ha procedido a su comparación con la corriente minoritaria que disminuía el margen de identificación de la ECI al 10 por 100-95 por 100, para comprobar si este cambio era relevante a la hora de obtener y analizar los resultados. Al hacerlo no se obtuvo ningún cambio significativo, por lo que se puede afirmar que el cambio de intervalo no supone ninguna alteración en nuestros resultados ni conclusiones.

GRÁFICO 3.1
EVOLUCIÓN DE LA IDE EN ESPAÑA
(1990-2004)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Banco de España.

CUADRO 3.7
RELACIÓN DE AUTORES Y LA FORMA DE MEDICIÓN DE LA IDE

Autores	Construcción de la modalidad de IDE	
	<i>Empresa conjunta internacional</i>	<i>Filial extranjera de plena propiedad</i>
FRANKO (1971)	(5%-95%)	(95%-100%)
STOPFORD y WELLS (1972)	(5%-95%)	(95%-100%)
GOMES-CASSERES (1989: 11)	(5%-95%)	(95%-100%)
GOMES-CASSERES (1990: 8)	(5%-95%)	(95%-100%)
HENNART (1991: 487-488)	(5%-95%)	(95%-100%)
HENNART y REDDY (1997)	(5%-95%)	(95%-100%)
MAKINO y NEWPERT (2000: 708-709)	(5%-95%)	[95%-100%]
CHEN y HENNART (2002: 8)	(5%-95%)	[95%-100%]
PAK y PARK (2004: 8-9)	[5%-95%)	[95%-100%]
CHOWDHURY (1992: 120)	(10%-95%)	[95%-100%]
CHAN (1995: 40)	(10%-95%)	[95%-100%]
HENNART y LARIMO (1998: 525)	(10%-95%)	[95%-100%]
CHEN y HENNART (2004: 1130)	(5%-80%)	(80%-100%)

Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, tenemos el estudio de STOPFORD y WELLS (1972) donde van más allá de esta distinción dicotómica, ya que discriminan entre las dos categorías básicas de la ECI —mayoritaria vs. minoritaria— y las filiales de plena propiedad —MO_ENT_95—. De tal forma que el umbral entre los diferentes tipos de ECI lo sitúan en el 50 por 100.

Por tanto, a partir de los datos de la ESEE, la creación de las dos variables dependientes alternativas queda de la siguiente manera:

CUADRO 3.8
PROPIEDADES DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

Variable dependiente	Campos	Definición
Empresa conjunta internacional	A27: «Indique, para la principal empresa participada, las siguientes características o rasgos»	MO_ENT: Variable dicotómica. Y=1 , si (A27_1 > 5 & A27_1 ≤ 95) → Empresa conjunta internacional. Y=0 , si (A27_1 > 95) → Filial de plena propiedad.
	A27_1: «Porcentaje de participación»	MO_ENT_95: Variable politómica. Y=1 , si (A27_1 > 5 & A27_1 ≤ 50) → ECI Minoritaria. Y=2 , si (A27_1 > 50 & A27_1 ≤ 95) → ECI Mayoritaria. Y=3 , si (A27_1 > 95) → Filial de plena propiedad.

Fuente: Elaboración propia.

3.2.2. Variables independientes

En este apartado, vamos a identificar los factores explicativos de la ECI para definir las variables correspondientes. Por ello, en un primer momento se procederá a la explicación de la creación de cada una de las variables independientes y, al finalizar, se presentará un cuadro resumen.

a) *Tamaño de la empresa inversora*

A lo largo de la literatura se han utilizado diversas formas de medición para aproximar este factor, por ejemplo el volumen de los activos

de la empresa (DUBIN, 1975; KOGUT y SINGH, 1988; YU e ITO, 1988; CHAN, 1995; PADMANABHAN y CHO, 1996; TAN y VERTINSKY, 1996), las ventas anuales en el mercado doméstico (KIMURA, 1989; DELIOS y HENISZ, 2000; DOMKE-DAMONTE, 2000; GUILLÉN, 2003: 191) y el número de empleados (NORBURN y BIRLEY, 1986; GATIGNON y ANDERSON, 1988; DELIOS y BEAMISH, 1999; PAK y PARK, 2004).

Los dos primeros indicadores han sido descartados en nuestro estudio ya que tanto los métodos contables como el tipo de moneda varían entre los países, de forma que podríamos estar introduciendo sesgos difíciles de aislar (BROUTHERS y BROUTHERS, 2001: 182), por lo que se recomienda el uso del número de empleados para aproximar dicha variable (GATIGNON y ANDERSON, 1988: 318; ERRAMILI, 1991: 487; ERRAMILI y RAO, 1993: 36; CONTRACTOR y KUNDU, 1998: 335; LUO, 2002: 13).

Para ello vamos a utilizar una variable dicotómica que distinga entre las dos modalidades que nos interesan: empresas pequeñas *versus* empresas grandes (MERINO y SALAS, 1998: 22; CHEN *et al.*, 2004).

Para medir esta variable —TAMAÑO—, se ha utilizado el campo de la ESEE que recoge el personal de la empresa y el punto de corte que se ha elegido es el de 200 trabajadores. De tal manera que consideraremos empresas pequeñas las que tengan 200 o menos empleados, y empresas grandes las que tengan más de 200.

El motivo por el que se ha elegido este punto de corte y no otro es la forma según la cual ha sido diseñada la ESEE. A la hora de seleccionar las empresas a encuestar, la ESEE optó por hacerlo, entre otros criterios, según su tamaño y eligió el valor de 200 trabajadores como frontera. Como nos encontramos ante una encuesta de panel, cada año se sustituyen las empresas que se dan de baja por otras que pertenezcan, entre otros criterios, a su mismo tramo de tamaño. Así se perpetúan en el tiempo los criterios de exhaustividad y de muestreo aleatorio.

Por ello, en esta investigación hemos optado por mantener los valores según los cuales está creada la ESEE, para mantener su representatividad muestral.

b) *Tamaño del proyecto en el extranjero*

Con respecto a la medición del tamaño del proyecto, en la literatura se han utilizado diferentes indicadores para aproximar este dato. Así pues encontramos mediciones absolutas como el volumen de activos totales de la filial (FAGRE y WELLS, 1982; GOMES-CASSERES, 1990), la cantidad invertida en la misma (WEI *et al.*, 2004), el número de empleados (GATIG-

NON y ANDERSON, 1988); así como mediciones relativas como el número de empleados de la filial entre el número de empleados de la empresa matriz (HARZING, 2002) o la inversión realizada entre los activos totales (PADMANABHAN y CHO, 1996).

Al igual que en el caso anterior, vamos a seguir el trabajo de GATIGNON y ANDERSON (1988: 308), donde recomiendan la utilización del número de empleados de la filial extranjera (el tamaño de la filial —T_FILIAL—) como aproximación de este factor.

La lógica que se ha aplicado para crear esta variable es la misma que en el caso anterior. El tamaño de la filial se va a calcular a través del número de empleados que estén trabajando en dicha filial y, para ser consistentes, el punto de corte vuelve a ser el de 200 trabajadores.

Se considerará que un proyecto requerirá una elevada inversión cuando el número de empleados en la filial extranjera sea de 200 trabajadores o más y, en caso contrario, requerirá de una pequeña inversión.

c) *Intensidad investigadora de la empresa*

Para la construcción de una variable que recoja el efecto que causa la intensidad investigadora de la empresa en la elección de la ECI, tendremos en cuenta el grado de inversión en I+D, ya que esta *proxy* está ampliamente aceptada en la literatura (ANDERSON, 1988; KOGUT y SINGH, 1988; PADMANABHAN y CHO, 1996; LUO, 1998; MUTINELLI y PISCITELLO, 1998; DELIOS y BEAMISH, 1999; LU, 2002; PAK y PARK, 2004; TSAI y CHENG, 2004).

Por ello vamos a crear una variable dicotómica —C_TECNO_SEC— que distinga entre las empresas que destinan muchos recursos a la I+D, de las que no lo hacen. Para ello vamos a crear, en primer lugar, una variable continua que recoja la intensidad tecnológica de la empresa —gastos en I+D normalizado sobre el total de las ventas— y, en segundo lugar, procederemos a establecer las dos categorías a través de su comparación con la media del sector. Por ello si la comparación con la media del sector es positiva para la empresa, presupondremos que se caracteriza por una elevada intensidad investigadora. Si es negativa presupondremos lo contrario.

d) *Experiencia doméstica*

Para su medición vamos a fijarnos en el análisis de MERINO y RODRÍGUEZ (1997: 737), que miden esta variable a través de la *proxy* de la edad de la empresa.

Así pues, para determinar su efecto vamos a definir una variable dicotómica —EXP_DOMES— que distinga entre las empresas que tienen un elevado nivel de experiencia doméstica de las que tienen un nivel bajo. Para ello vamos a seguir dos pasos: En primer lugar construiremos una variable continua que recoja la edad por exceso de la empresa (calculada como el año en el que se responde el cuestionario más uno⁸) y, a esta suma, le restaremos su fecha de constitución. En segundo lugar diferenciaremos dos categorías comparando la edad de la empresa y la edad media de su sector. Si la empresa tiene más edad que la media del sector presupondremos una elevada experiencia local, en caso contrario se supondrá una baja experiencia local.

e) *Experiencia internacional*

Para la medición de este factor se encuentran varias propuestas en los estudios realizados hasta el momento. Así se propone utilizar como *proxy* el porcentaje de ingresos atribuidos a las operaciones extranjeras (AGARWAL y RAMASWAMI, 1992), más utilizado es el número de países donde opera la empresa o donde tiene filiales (CHO, 1985; HEDLUNG y KVERNELAND, 1985; CAVES y MEHRA, 1986; KOGUT y SINGH, 1988; TSAI y CHENG, 2004) y, la *proxy* más utilizada es el número de años que la empresa lleva operando en los mercados internacionales (ERRAMILLI, 1991; HENNART, 1991; CONTRACTOR y KUNDU, 1998; DOMKE-DAMONTE, 2000, BROUThERS y BROUThERS, 2001; ERRAMILLI *et al.*, 2002; HARZING, 2002; CHEN y HENNART, 2004, TSAI y CHENG, 2004).

No obstante, por limitaciones de la encuesta que utilizamos, no podemos utilizar ninguna de las variables anteriores, ya que no contamos con tales datos.

Así pues, para la definición de la variable dicotómica que recoja su efecto —EXP_INTER— y distinga entre niveles altos y bajos de experiencia internacional, utilizaremos las preguntas de la ESEE, concretamente las que recogen los mecanismos a través de los cuales se está presente en el extranjero. Si la empresa afirma haber utilizado previamente mecanismos que supongan su participación directa en las operaciones internacionales, identificaremos a tal empresa con la característica de tener una elevada experiencia internacional; en caso contrario supondremos que tiene una baja experiencia internacional.

⁸ Procederemos de esta forma para evitar que empresas que se hayan constituido el mismo año en el que responden al cuestionario figuren con una edad igual a cero años. De manera que el cálculo de la edad será por exceso y, al construirse esta variable por comparación con la media del sector, no supondrá sesgo alguno esta operación.

f) *Estrategias de internacionalización*

Con respecto a este factor, el objetivo es crear una variable que recoja la tipología de las estrategias de internacionalización, es decir, crear una variable dicotómica —STRAT_INTER— cuyas categorías se relacionen con las estrategias multipaís y globales.

Por ello, estableceremos una correspondencia simple con una de las preguntas del cuestionario de la ESEE en la que se pregunta por el grado de estandarización de los productos que fabrica ya que, según HARZING (2002: 212-213), las empresas que adoptan una estrategia global se caracterizan por producir productos altamente estandarizados; mientras que las empresas con estrategias multipaís deben modificar sus productos para adecuarlos a las necesidades específicas del mercado de destino (HARZING, 2000: 110).

Por ello, como por estrategias multipaís entendemos aquéllas en las que se produce una adaptación del producto a los diferentes mercados y por estrategias globales a aquéllas cuyos productos son iguales para todos los destinos, podemos atribuir el valor de estrategia multipaís a las empresas que en el cuestionario respondan que sus productos se diseñan, en su mayoría, de manera específica para cada cliente; mientras que si responde que los productos son muy estandarizados y que, en su mayoría, son iguales para todos los clientes, presupondremos que se refiere a una estrategia global.

g) *Estrategias de crecimiento*

Para la creación de la variable que recoja el efecto que causan las estrategias de crecimiento en la elección de la ECI, hemos utilizado dos variables:

En primer lugar, para recoger la dirección del crecimiento de la empresa y distinguir entre las estrategias de expansión, de diversificación relacionada y de diversificación no relacionada, hemos utilizado una variable tricotómica —STRAT_CREC—, esta variable se corresponde íntegramente con el contenido proporcionado por la ESEE sobre el índice de diversificación de las empresas, creado explícitamente para medir este efecto.

En segundo lugar, hemos procedido a la transformación de la anterior variable en otra dicotómica⁹ —STRAT_CREC_2— de manera que en una

⁹ La utilidad de crear esta segunda variable para recoger el mismo efecto que su predecesora es para conseguir una mayor capacidad interpretativa del modelo de regresión logística, como se expondrá en el capítulo 4.

de las categorías tengamos a las empresas que realizan estrategias de expansión, mientras que en la otra categoría recojamos a aquellas que realicen actividades de diversificación (tanto relacionada como no relacionada).

h) *Estrategias de negocio*

El último tipo de estrategia que vamos a estudiar es el referido a las estrategias de negocio. En este caso, se utilizará como *proxy* para distinguir entre las estrategias de liderazgo en costes y la diferenciación de producto la intensidad publicitaria normalizada por las ventas totales del período —STRAT_NEGO—. Este ha sido el indicador seleccionado porque se ha querido resaltar el tipo de valor añadido que condiciona que las empresas prefieran un tipo de modalidad de entrada y no otra: la imagen de marca promovida por fuertes inversiones en publicidad (ANDERSON y GATIGNON, 1986) y por ser el más empleado en los estudios empíricos (KOGUT y SINGH, 1988; HENNART y PARK, 1993; MUTINELLI y PISCITELLO, 1998; DELIOS y BEAMISH, 1999; LU, 2002; TSAI y CHENG, 2004).

Así pues, el liderazgo en costes y la diferenciación de producto se han considerado como dos alternativas por las que puede optar la empresa, y el *continuum* que hay entre ellas se ve representado por el cociente anterior. Así, según aumenten las inversiones en campañas publicitarias se considerará que la empresa está tratando de diferenciar más su producto (CAVES, 1991: 210); mientras que según disminuye, se considerará una estrategia de liderazgo en costes.

i) *Distancia cultural*

Un factor controvertido a la hora de su medición es la distancia cultural. Hay varios autores que han tratado de crear medidas que recojan el efecto que este factor produce en las empresas que se dirigen al exterior, sin embargo, no están libres de controversia. Por ejemplo, podemos encontrar el índice de HOFSTEDE¹⁰ (1980, 2001) como uno de los más utilizados, pero la falta de actualización de los datos, la falta de información sobre ciertos países, así como los sesgos propios de la investigación hacen cada vez más aconsejable utilizar nuevos indicadores.

Por ello nosotros vamos a utilizar un doble criterio —el económico y el lingüístico— para medir la variable distancia cultural —DIS_CUL—. Se considerarán como países con una baja distancia cultural a aquellos

¹⁰ El razonamiento que justifica la exclusión de este indicador para la medición de la distancia cultural lo podemos encontrar en el anexo II.

que pertenezcan a la Unión Europea, ya que todos ellos han debido cumplir con unos criterios de convergencia fijados por Maastricht que, desde un punto de vista económico, hacen compatibles a todos los países miembros; y, por otra parte, consideraremos también países de baja distancia cultural a aquellos que compartan con España una distancia lingüística nula según el indicador de WEST y GRAHAM (2004: 249).

Por tanto, para aplicar este doble criterio, la ESEE nos proporciona tanto la lista desagregada de países donde la empresa tiene la filial participada más importante como el número exacto de filiales agrupadas según cuatro bloques de países —Unión Europea, Resto de la OCDE, Iberoamérica y Resto del Mundo—. De manera que nosotros utilizaremos esta última alternativa y procederemos de la siguiente manera: si la suma total de filiales extranjeras en la UE y en Iberoamérica es superior a la suma total de filiales extranjeras en el resto de la OCDE y el resto del mundo, consideraremos que, de manera general, la empresa se enfrenta a una baja distancia cultural; sin embargo, en caso contrario consideraremos que la empresa se enfrenta con una elevada distancia cultural.

j) *Riesgo País*

Para la medición del riesgo país de aquellos países a los que se dirige la empresa hemos utilizado la información facilitada por la empresa *Sovereign* sobre la clasificación de los países según su riesgo país.

Así, por una parte hemos utilizado una variable con cinco categorías —R_PAÍS— basada en el Índice del Riesgo País construido y facilitado por la empresa *Sovereign* en colaboración con *Euromoney*. De manera que cada uno de los valores de la variable se corresponden con las diferentes categorías de clasificación: riesgo país bajo, medio-bajo, medio, medio-alto y alto.

Por otra parte, hemos creado a partir de los datos anteriores una variable dicotómica¹¹ —R_PAÍS_2— para distinguir sólo dos tipos de países, los que consideraremos de riesgo bajo (aquellos que en la variable R_PAÍS obtienen una calificación de riesgo país bajo o medio-bajo) y los que consideraremos de alto riesgo (los que en la variable R_PAÍS tienen una calificación de riesgo medio, medio-alto o alto).

Así pues, en el cuadro 3.9 se presenta de manera esquemática la definición de cada variable, los campos de la ESEE utilizados para ello, así como la relación de hipótesis formuladas.

¹¹ Véase nota 9 de este capítulo.

CUADRO 3.9
RESUMEN DE LA CONSTRUCCIÓN DE LAS VARIABLES Y SUS HIPÓTESIS

Factor	Campos	Definición	Hipótesis
Tamaño de la empresa	<p>G1: «Personal ocupado en la empresa, al 31 de diciembre de 200X, según las modalidades que se indican»:</p> <p>G1_9: «Total del personal de la empresa»</p>	<p>TAMAÑO: Variable dicotómica:</p> <p>X=1, si $G1_9 \leq 200$ trabajadores → <i>Empresa pequeña</i>.</p> <p>X=0, si $G1_9 > 200$ trabajadores → <i>Empresa grande</i></p> <p>T_FILIAL: Variable dicotómica:</p> <p>X=1, si $A27_2 > 200$ trabajadores → <i>Elevado tamaño del proyecto en el extranjero</i>.</p> <p>X=0, si $A27_2 \leq 200$ trabajadores → <i>Bajo tamaño del proyecto en el extranjero</i>.</p>	<p>H1: Existe mayor probabilidad de que las pequeñas empresas opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.</p> <p>H2: Existe mayor probabilidad de que las empresas que acometan una elevada inversión opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.</p>
Intensidad investigadora de la empresa	<p>E2_1_2: «Gastos externos (I+D)»</p> <p>E2_2_2: «Gastos Internos (I+D)»</p> <p>HA1_9: «Total de ventas»</p> <p>A13_2_1: Sector</p>	<p>C_TECNO_SEC : Variable dicotómica.</p> <p>X = 1, si $\left[\frac{(E2_1_2 + E2_2_2)}{HA1_9} - Media_del_Sector \right] \leq 0$</p> <p>→ <i>Baja intensidad investigadora</i>.</p> <p>X = 0, si $\left[\frac{(E2_1_2 + E2_2_2)}{HA1_9} - Media_del_Sector \right] > 0$</p> <p>→ <i>Alta intensidad investigadora</i>.</p>	<p>H3: Existe mayor probabilidad de que las empresas con una baja intensidad investigadora opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.</p>

<p><i>Experiencia doméstica</i></p>	<p>A6: «Año de constitución de la empresa»</p>	<p>EXP_DOMES: Variable dicotómica. $X = 1$, si $\left[\frac{(200X + 1) - A6}{Medi\grave{a}_{del_Sector}} \right] \leq 0$ → <i>Bajo nivel de experiencia local.</i> $X = 0$, si $\left[\frac{(200X + 1) - A6}{Medi\grave{a}_{del_Sector}} \right] > 0$ → <i>Alto nivel de experiencia local.</i></p>	<p>H4.1: La experiencia doméstica de las empresas que han decidido introducirse en un mercado extranjero a través de una IDE condicionará la elección de la ECI.</p> <p>H4.1a: Existe mayor probabilidad de que las empresas con un <i>bajo nivel de experiencia doméstica</i> opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.</p> <p>H4.1b: Existe mayor probabilidad de que las empresas con un <i>alto nivel de experiencia doméstica</i> opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.</p>
<p><i>Experiencia internacional</i></p>	<p>F3_1: «Dispone de medios propios» F3_2: «Utiliza una empresa matriz instalada en el extranjero» F3_4: «Participa en alguna modalidad de acción colectiva hacia la exportación»</p>	<p>EXP_INTER: Variable dicotómica. $X=1$, si (F3_1 = NO & F3_2 = NO & F3_4 = NO) → <i>Baja experiencia internacional.</i> $X=0$, si (F3_1 = SÍ o F3_2 = SÍ o F3_4 = SÍ) → <i>Alta experiencia internacional.</i></p>	<p>H4.2: Existe mayor probabilidad de que las empresas con un bajo nivel de experiencia internacional opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.</p>
<p><i>Estrategias de internacionalización</i></p>	<p>A15: «Indique, si en su mayoría, los productos que fabrica son o no muy estandarizados»</p>	<p>STRAT_INTER: Variable dicotómica. $X=1$, si A15= «Los productos en su mayoría se diseñan específicamente para cada cliente» → <i>Estrategia Multipaís.</i> $X=0$, si A15= «Los productos son muy estandarizados» → <i>Estrategia Global.</i></p>	<p>H5.1: Existe mayor probabilidad de que las empresas que desarrollen una estrategia multipaís opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.</p>

CUADRO 3.9 (Cont.)

Factor	Campos	Definición	Hipótesis
<p><i>Estrategias de crecimiento</i></p>	<p>ÍNDICES DIVER/EXP: Elaboración a partir de los dígitos del CNAE.</p>	<p>STRAT_CREC: Variable tricotómica. X=0, si ÍNDICE = 0 → <i>Expansión</i>. X=1, si ÍNDICE = 1 → <i>Diversificación Relacionada</i>. X=2, si ÍNDICE = 2 → <i>Diver. NO Relacionada</i>. STRAT_CREC_2: Variable dicotómica.</p> <p>X=1, si ÍNDICE = (1 o 2) → <i>Diversificación</i>. X=0, si ÍNDICE = 0 → <i>Expansión</i>.</p>	<p>H5.2: Existe mayor probabilidad de que las empresas que desarrollen una estrategia de diversificación opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.</p>
<p><i>Estrategias de negocio</i></p>	<p>HA7_2_2: «Gastos de publicidad, propaganda y relaciones públicas» HA1_9: «Total de ventas»</p>	<p>STRAT_NEGO: Variable continua $\frac{HA7_2_2}{HA1_9}$</p>	<p>H5.3: Existe mayor probabilidad de que las empresas que desarrollen una estrategia de liderazgo en costes opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.</p>

<p><i>Distancia cultural</i></p>	<p>A26: «Indique la localización geográfica de las empresas participadas»:</p> <p>A26_1_2: «UE/número de empresas»</p> <p>A26_2_2: «Resto de la OCDE/número de empresas»</p> <p>A26_3_2: «Iberoamérica/número de empresas»</p> <p>A26_4_2: «Resto del mundo/número de empresas»</p>	<p>DIS_CUL: Variable dicotómica.</p> <p>$X=1, \text{ si } (A26_2_2+A26_4_2) \geq (A26_1_2+A26_3_2)$</p> <p>→ <i>Alta distancia cultural.</i></p> <p>$X=0, \text{ si } (A26_2_2+A26_4_2) < (A26_1_2+A26_3_2)$</p> <p>→ <i>Baja distancia cultural.</i></p>	<p>H6a: Existe mayor probabilidad de que las empresas que se dirijan a países caracterizados por una alta distancia cultural opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.</p> <p>H6b: Existe mayor probabilidad de que las empresas que se dirijan a países caracterizados por una baja distancia cultural opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.</p>
<p><i>Riesgo país</i></p>	<p>EUROMONEY: Índice del Riesgo País</p> <p>1: «Bajo riesgo»</p> <p>2: «Medio-Bajo riesgo»</p> <p>3: «Medio riesgo»</p> <p>4: «Medio-Alto riesgo»</p> <p>5: «Alto riesgo»</p>	<p>R_PAÍS: Variable ordinal con las cinco categorías.</p> <p>R_PAÍS_2: Variable dicotómica.</p> <p>$X=1, \text{ si } R_PAÍS \geq 3 \rightarrow \text{Elevado riesgo país.}$</p> <p>$X=0, R_PAÍS < 3 \rightarrow \text{Bajo riesgo país.}$</p>	<p>H6c: Existe mayor probabilidad de que las empresas que se dirijan a países caracterizados por una <i>alta distancia cultural</i> y un <i>elevado riesgo país</i> opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.</p>

Fuente: Elaboración propia.

3.3. TÉCNICAS ESTADÍSTICAS APLICADAS AL ESTUDIO

En este apartado vamos a tratar de explicar brevemente el funcionamiento de cada una de las técnicas estadísticas utilizadas para la contrastación de las hipótesis. En primer lugar trataremos el funcionamiento del árbol de decisiones, en segundo lugar explicaremos la regresión logística binomial, a continuación expondremos los principales argumentos de la regresión logística multinomial para, finalmente, concluir con la regresión logística ordinal.

3.3.1. Árboles de decisión

Como se explica en el trabajo de DÍAZ MARTÍNEZ *et al.* (2005: 6-7), los árboles de decisión son un modo de representación de la regularidad subyacente en los datos. Se presenta en forma de un conjunto de condiciones excluyentes y exhaustivas organizadas en una estructura jerárquica arborescente compuesta por nodos internos y externos conectados por ramas. Un nodo interno contiene una pregunta que es una unidad que evalúa una función de decisión para determinar cuál es el próximo nodo hijo a visitar. En contraste, un nodo externo, también llamado nodo hoja o nodo terminal, no tiene nodos hijos y se asocia con una etiqueta o valor que caracteriza a los datos que llegan al mismo. La estructura de condición y ramificación de un árbol de decisión es idónea para el problema que nos ocupa, el de clasificación. Debido al hecho de que la clasificación trata con clases o etiquetas disjuntas, es decir, una instancia es de una clase o de otra, pero no de varias clases a la vez, un árbol de decisión conducirá un ejemplo hasta una y sólo una hoja, asignándole, por tanto, una única clase.

En general, un árbol de decisión se emplea de la siguiente manera: en primer lugar, se presenta una instancia, un vector compuesto por varios atributos —en nuestro caso, una empresa caracterizada por un conjunto de ratios financieros—, al nodo inicial (o nodo raíz) del árbol de decisión. Dependiendo del resultado de la función de decisión usada por el nodo interno, el árbol nos conducirá hacia uno de los nodos hijos. Esto se repite hasta que se alcanza un nodo terminal y se asigna una etiqueta o valor a los datos de entrada. En cuanto al mecanismo de generación del árbol, existe una gran diversidad de ellos pero todos se basan en utilizar un conjunto de casos de entrenamiento sobre el que se van haciendo particiones recursivas (el conjunto se divide sucesivamente dotándole de una estructura ramificada) de acuerdo con ciertas reglas que se seleccionan de manera que se minimice una «función de impureza» que mida el grado en que los distintos subconjuntos generados son más o menos

puros, es decir, sus elementos son más o menos homogéneos (entendida la homogeneidad en el sentido de pertenencia a la misma clase).

3.3.2. Regresión logística binomial

3.3.2.1. Delimitación de la técnica estadística

La regresión logística binomial múltiple es una técnica de análisis multivariante en la que la variable explicada es dicotómica, toma los valores¹² 0 y 1, y las explicativas pueden ser tanto categóricas como continuas. De manera tal que se intenta predecir la probabilidad de pertenencia a un grupo a partir de las variables explicativas. La expresión de la probabilidad condicional de la ocurrencia del suceso se denota de la siguiente manera:

$$P(Y = 1|x) = \Lambda(\beta'X_i) = \pi(x)$$

La forma específica de la ecuación del modelo presenta la siguiente forma:

$$\pi(x) = \frac{e^{\beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_n x_n}}{1 + e^{\beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_n x_n}} = \frac{1}{1 + e^{-\beta_0 - \beta_1 x_1 - \beta_2 x_2 - \dots - \beta_n x_n}}$$

De esta manera el predictor lineal $g = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_n x_n$ no proporciona el grupo al que pertenece una determinada observación sino, de forma indirecta, la probabilidad de pertenencia a uno de los grupos [denominados aquí $\pi(x)$].

Si despejamos el predictor lineal en la ecuación anterior obtenemos:

$$g(x) = Ln \left[\frac{\pi(x)}{1 - \pi(x)} \right] = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_n x_n \quad \text{donde} \quad \left[\frac{\pi(x)}{1 - \pi(x)} \right]$$

recibe el nombre de *odds ratio*.

Si hubiéramos planteado una regresión usual de la forma $y = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_n x_n + \varepsilon$, con $y = \{0,1\}$, tendríamos una serie de problemas, como que el predictor lineal tomase valores entre $-\infty$ y $+\infty$; y que el término de error no se pueda distribuir de forma normal, como se admite de forma habitual (debido a que para unos valores dados de las variables

¹² Interpretéense los valores 0 y 1 como la ausencia o presencia de la característica objeto de estudio, en nuestro caso la elección por parte de la empresa de la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.

explicativas ε es dicotómica) y tampoco tendrá varianza constante [pues el error $\varepsilon = y - (\beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_n x_n)$ aumentará en valor absoluto cuando el predictor lineal aproxime sus valores a $-\infty$ o $+\infty$].

Para paliar estos inconvenientes es por lo que se realiza una transformación del predictor lineal: $g \rightarrow \frac{1}{1 + e^{-g}}$, utilizando una transformación logística, que mapea el intervalo $[-\infty, +\infty]$ —en el cual toma valores g —, en el intervalo $[0, 1]$, de modo que la variable transformada puede ser considerada una probabilidad $\pi(x) = \frac{1}{1 + e^{-g}}$.

a) *Estimación de los coeficientes*

El método utilizado para la estimación de los coeficientes es el de máxima verosimilitud, ya que proporciona valores que maximizan la probabilidad de obtener el conjunto de datos observados.

Para ello se construye la función de verosimilitud, que representa la probabilidad de aparición de los datos observados a partir de los parámetros desconocidos.

$$l(\beta) = \prod_{i=1}^n \pi(x_i)^{y_i} [1 - \pi(x_i)]^{1-y_i}$$

No obstante, es más fácil desde un punto de vista matemático operar con el logaritmo de la función anterior:

$$L(\beta) = \ln[l(\beta)] = \sum_{i=1}^n \left\{ y_i \ln[\pi(x_i)] + (1 - y_i) \ln[1 - \pi(x_i)] \right\}$$

Así pues, los estimadores de máxima verosimilitud serán aquellos que maximicen el valor de esta función.

b) *Significatividad de los coeficientes*

Para contrastar si los coeficientes individuales estimados en el modelo son o no significativos se utiliza el estadístico de Wald.

$$W_k = \frac{\widehat{\beta}_k^2}{\widehat{S}_{\beta_k}^2} = \left(\frac{\widehat{\beta}_k}{\widehat{S}_{\beta_k}} \right)^2$$

Lo que se trata de contrastar es si la variable independiente en cuestión no tiene ningún efecto en la predicción de la probabilidad de Y , es decir, la hipótesis nula contrasta si el coeficiente es igual a cero ($H_0: \beta_k = 0$), con un $\alpha = 0,05$.

c) *Interpretación de los coeficientes*

Para la interpretación de los coeficientes debemos tener en cuenta la forma a partir de la cual se han estimado los $\beta_0, \beta_1, \dots, \beta_n$. De modo que $\exp(\beta_i)$ se puede interpretar como el factor por el que se multiplica el *odds ratio* cuando aumenta en una unidad la variable x_j , *ceteris paribus*.

3.3.2.2. *Adecuación del modelo*

Una vez estimados los coeficientes de las variables independientes y contrastada su significatividad individual, se deben realizar una serie de comprobaciones. Por una parte debe estudiarse la bondad de ajuste global del mismo y, por otra, su capacidad predictiva.

a) *Bondad de ajuste del modelo global*

El primer aspecto a tratar es la comprobación del ajuste del modelo de regresión logística. Para ello vamos a proceder a comprobar el ajuste global del mismo a través de diferentes estadísticos.

- Pruebas ómnibus sobre los coeficientes del modelo

El estadístico utilizado es el χ^2 del modelo, con él se contrasta la hipótesis nula (H_0) de que todos los coeficientes del modelo, excepto la constante, son iguales a cero, frente a la hipótesis alternativa (H_1) que afirma lo contrario.

- R^2 para la regresión logística

En la regresión logística, una aproximación equivalente al R^2 de la regresión lineal, es el *Pseudo- R^2* y su forma de calcularlo es la siguiente:

$$\text{Pseudo-}R^2 = \frac{G}{G+N}$$

donde G es el estadístico χ^2 del modelo y N es el tamaño de la muestra. Su valor está comprendido entre $[0,1]$. Cuanto más se aproxime a 0 su valor significará que el ajuste del modelo es muy bajo; y cuando los valores se acerquen a 1 representará todo lo contrario.

Sin embargo, se suelen utilizar con mayor frecuencia dos estadísticos que no son más que una versión de esta idea básica: Pseudo- R^2 de Cox y Snell; y el Pseudo- R^2 de Nagelkerke —que es una modificación del anterior que resuelve su principal deficiencia, que no alcanza el valor máximo 1 ni siquiera ante un modelo perfecto—. Su cálculo se lleva a cabo según las siguientes expresiones:

$$Pseudo - R^2(Cox_y_Snell) = 1 - \left[\frac{-2LL0}{-2LL1} \right]^{2/n}$$

$$Pseudo - R^2(Nagelkerke) = \frac{1 - \left[\frac{-2LL0}{-2LL1} \right]^{2/n}}{1 - (-2LL0)^{2/n}}$$

- Prueba de HOSMER y LEMESHOW

HOSMER y LEMESHOW (1989: 140-145) proponen una variante del estadístico de Pearson para comprobar la bondad de ajuste del modelo. Lo que se plantea es subdividir la muestra en varios grupos de aproximadamente el mismo tamaño, normalmente 10 grupos. Posteriormente se procede a la imputación de los casos a los grupos en función de su probabilidad estimada de ocurrencia del evento que se analice. Finalmente se elabora una tabla de contingencia con las frecuencias observadas (fo) y esperadas (fe), donde el χ^2 se calcula a partir de la suma de estos valores (CEA D'ANCONA, 2002: 166):

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^I \sum_{j=1}^J \frac{(fo_{ij} - fe_{ij})^2}{fe_{ij}}$$

Con $g-2$ grados de libertad, siendo g el número de grupos, por lo que habitualmente serán 8 grados de libertad.

La H_0 es que no existan diferencias entre los valores observados y los pronosticados a partir del modelo de regresión logística, frente a la hipótesis alternativa (H_1) que afirma lo contrario. Por tanto, lo que realmente nos interesa es *no* rechazar la H_0 , por lo que su grado de significatividad nos interesaría que fuera superior al 5 por 100.

b) *Capacidad predictiva del modelo*

Otro aspecto relevante es el relativo a que la regresión logística es una técnica predictiva (CEA D'ANCONA, 2002: 171). Por ello, debemos evaluar la eficacia de las predicciones a través de la tabla de clasificación.

- **Tabla de clasificación**

En esta ocasión vamos a proceder a tratar de averiguar cuál es la capacidad predictiva del modelo. Para ello compararemos los valores reales de la variable dependiente con los valores estimados por el modelo. Así, al compararlos podremos ver cuál es el porcentaje de datos correctamente clasificados y cuál es el de incorrectos.

3.3.3. Regresión logística multinomial

3.3.3.1. *Delimitación de la técnica estadística*

La regresión logística multinomial múltiple es un tipo de técnica de análisis multivariante en la que la variable explicada tiene más de dos categorías, en nuestro caso tres —ECI Minoritaria, ECI Mayoritaria y Filial de Plena Propiedad—. Así pues, se trata de predecir la probabilidad de pertenencia a una de las tres categorías de la variable dependiente a partir de las variables explicativas, que pueden ser tanto categóricas como continuas.

La expresión de la probabilidad condicional de la ocurrencia del suceso se denota a través de dos funciones, ya que al ser una variable dependiente tricotómica una de sus categorías servirá de referencia ($Y=0$). Así obtendremos una función que compare el *logit* de $Y = 1$ versus $Y = 0$, y otra función que compare el *logit* de $Y = 2$ versus $Y = 0$. La comparación de los grupos $Y = 1$ versus $Y = 2$ se podrá obtener de la diferencia de las funciones anteriores.

$$g_1(x) = \text{Ln} \left[\frac{P(Y = 1|x)}{P(Y = 0|x)} \right] = \beta_{10} + \beta_{11}x_1 + \beta_{12}x_2 + \dots + \beta_{1p}x_p$$

y

$$g_2(x) = \text{Ln} \left[\frac{P(Y = 2|x)}{P(Y = 0|x)} \right] = \beta_{20} + \beta_{21}x_1 + \beta_{22}x_2 + \dots + \beta_{2p}x_p$$

La expresión de la probabilidad condicional de la ocurrencia del suceso se denotará de la siguiente manera:

$$P(Y = 0|x) = \frac{1}{1 + e^{g_1(x)} + e^{g_2(x)}} \quad P(Y = 1|x) = \frac{e^{g_1(x)}}{1 + e^{g_1(x)} + e^{g_2(x)}}$$

$$P(Y = 2|x) = \frac{e^{g_2(x)}}{1 + e^{g_1(x)} + e^{g_2(x)}}$$

Por lo que la expresión general para la probabilidad condicional de las tres categorías del modelo será la siguiente:

$$P(Y = j|x) = \frac{e^{g_j(x)}}{\sum_{k=0}^2 e^{g_k(x)}} \quad \text{donde } g_0(x) = 0$$

a) *Estimación de los coeficientes*

El método utilizado para la estimación de los coeficientes es el mismo que en la regresión logística binomial. HOSMER y LEMESHOW (1989: 218) recomiendan generar tres variables binarias codificadas como 0 y 1 para indicar el grupo de pertenencia de la observación. Su codificación será la siguiente:

$$\text{Si } Y = 0 \text{ entonces } \begin{cases} Y_{00} = 1 \\ Y_{01} = 0; \\ Y_{02} = 0 \end{cases} \text{ si } Y = 1 \begin{cases} Y_{10} = 0 \\ Y_{11} = 1; \\ Y_{12} = 0 \end{cases} \text{ y si } Y = 2 \begin{cases} Y_{20} = 1 \\ Y_{21} = 0 \\ Y_{22} = 1 \end{cases}$$

Así, la función de verosimilitud quedaría como se muestra a continuación:

$$l(\beta) = \prod_{i=1}^n [\pi_0(x_i)^{y_{0i}} \pi_1(x_i)^{y_{1i}} \pi_2(x_i)^{y_{2i}}]$$

Y si tomamos logaritmos y tenemos en cuenta que $\sum_j Y_{ij} = 1$, la función de log-verosimilitud será:

$$L(\beta) = \ln[l(\beta)] = \sum_{i=1}^n y_1 g_1(x_i) + y_2 g_2(x_i) - \ln(1 + e^{g_1(x_i)} + e^{g_2(x_i)})$$

Finalmente, y al igual que en la regresión logística binaria, los estimadores de máxima verosimilitud serán aquellos que maximicen el valor de esta función.

b) *Significatividad e interpretación de los coeficientes*

La forma de estimar si los coeficientes son significativos o no y la manera de interpretarlos es la misma que en el caso de la regresión logística binomial.

3.3.3.2. *Adecuación del modelo*

Al igual que se hizo en el modelo de regresión logística binomial, debe estudiarse la bondad de ajuste global del mismo y, por otra, su capacidad predictiva.

a) *Bondad de ajuste del modelo global*

El primer aspecto a tratar es la comprobación del ajuste de ambos modelos. Para ello vamos a proceder a comprobar el ajuste global del mismo a través de diferentes estadísticos.

- Razón de Verosimilitud: $-2LL$

Este estadístico ayuda a medir el efecto conjunto de las variables predictoras en la probabilidad de Y, y lo hace mediante la comparación de dos logaritmos $-2LL$ para un modelo con ninguna variable indepen-

diente ($L0$) y $-2LL$ para otro modelo con todas las variables explicativas ($L1$). De manera tal que:

$$-2LL = -2 \log\left(\frac{L0}{L1}\right) = \{-2 \log(0) - [-2 \log(1)]\} = -2LL0 - (-2LL1)$$

El motivo por el cual se utiliza $-2LL$ es porque la verosimilitud suele ser un valor inferior a 1, así conseguimos que se aproxime a la distribución χ_k^2 (donde k es el número de variables independientes) lo que facilita la comprobación de su significatividad.

El estadístico χ_k^2 contrasta la hipótesis nula (H_0) de que todos los coeficientes del modelo, excepto la constante, son iguales a cero, frente a la hipótesis alternativa (H_1) que afirma lo contrario.

- R_2 para la regresión logística

La explicación sobre estos estadísticos ya fue realizada en el modelo de regresión logística binaria.

b) *Capacidad predictiva del modelo*

Como ya señalamos anteriormente, debemos evaluar la eficacia de las predicciones a través de la tabla de clasificación o de confusión.

3.3.4. Regresión logística ordinal

3.3.4.1. *Delimitación de la técnica estadística*

La regresión logística ordinal se utiliza cuando la variable dependiente muestra más de dos categorías y, entre ellas, se presenta una relación jerárquica o de orden. Este análisis implica minimizar las diferencias de la suma de los cuadrados entre la dependiente y una combinación ponderada de las variables independientes. Los coeficientes estimados expresan cómo los cambios en las variables predictoras afectan a la variable explicada. Por tanto, su funcionamiento y la forma de ser interpretado son prácticamente iguales a la regresión logística multinomial, a excepción del tratamiento de la variable dependiente.

Así pues, el modelo de regresión latente es $y^* = \beta'x + \varepsilon$, donde y^* no se observa. La diferencia estriba en el comportamiento de lo que sí se observa donde: $y = 0$ si $y^* \leq 0$; $y = 1$ si $0 < y^* \leq \mu_1$; e $y = 2$ si $\mu_1 < y^* \leq \mu_2$.

Por tanto:

$$\begin{array}{l} P(y = 0|x) = \Lambda(-\beta'X_i) \\ P(y = 1|x) = \Lambda(\mu_1 - \beta'X_i) - \Lambda(-\beta'X_i) \\ P(y = 2|x) = \Lambda(\mu_2 - \beta'X_i) - \Lambda(\mu_1 - \beta'X_i) \end{array}$$

Para que todas las probabilidades sean positivas se debe cumplir que $0 < \mu_1 < \mu_2$, donde μ_i es un parámetro que representa el valor del umbral y se estima a la vez que β , y $\Lambda(\beta'X_i)$ representa la función de distribución logística.

a) *Estimación, significatividad e interpretación de los coeficientes*

La forma de estimar si los coeficientes son significativos o no y la manera de interpretarlos es la misma que en los anteriores modelos.

3.3.4.2. *Adecuación del modelo*

Tanto la bondad de ajuste del modelo como su capacidad predictiva siguen las mismas pautas que en el modelo de regresión logística multinomial.

CAPÍTULO 4

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En este capítulo se realiza el análisis empírico de la influencia que tienen los factores identificados previamente en la elección de la ECI como modalidad de entrada en los mercados internacionales. El estudio empírico se estructura en tres bloques:

I. En el primer bloque se analiza el impacto que tienen los factores explicativos sobre el tipo de modalidad de entrada elegida: empresa conjunta internacional (ECI) *versus* plena propiedad (variable dependiente dicotómica). En primer lugar se realiza un análisis exploratorio de los datos a través del método del árbol de decisiones, algoritmo QUEST, y como paquete informático para su procesamiento se utiliza el Answer Tree 3.0. En un segundo momento, procedemos a la contrastación del modelo a través de una regresión logística binomial múltiple utilizando como paquete estadístico el SPSS 12.0.1.

II. En un segundo bloque se realiza un análisis complementario, donde se estudiará el impacto de los factores explicativos en la modalidad de entrada pero, en esta ocasión, distinguiremos entre los dos tipos de ECI —mayoritarias *versus* minoritarias— y las filiales de plena propiedad. Por tanto, en este caso operaremos con una variable dependiente politómica de tres categorías. Para su contrastación hemos utilizado dos técnicas, la regresión logística multinomial (que trata las tres modalidades de la variable explicada de manera independiente) y, por otra parte, la regresión logística ordinal (donde incluimos la restricción de orden al modelo, es decir, consideramos que la ECI minoritaria presenta un menor compromiso de recursos que la ECI mayoritaria y ésta, a su vez, que la

filial de plena propiedad, por lo que la variable dependiente será tratada como ordinal). Ambas técnicas son aplicadas utilizando el paquete estadístico SPSS 12.0.1.

III. En el tercer y último bloque se estudiará el efecto que tendría un cambio en la medición de la variable dependiente sobre los resultados obtenidos. Para ello se replicará la regresión multinomial y ordinal para cada alternativa propuesta.

No obstante, el capítulo comienza con una serie de consideraciones que se deben tener en cuenta para el tratamiento de los datos.

4.1. CONSIDERACIONES PRELIMINARES

Un aspecto que debemos tener en cuenta para operar con las técnicas estadísticas es el referido a los datos de panel: panel completo o panel incompleto —*pooled*—. En nuestro caso, como ya se mencionó en el capítulo anterior, se ha optado por utilizar el panel incompleto de datos a través de un *pooled*.

Esta decisión se debe a que una parte de las empresas no se mantiene de forma permanente en la muestra y si creásemos un panel completo, el número de empresas se reduciría por debajo del mínimo recomendable para ejecutar la regresión logística. Además, MERINO y RODRÍGUEZ (1997: 735) señalan que éste ha sido el procedimiento habitual en el tratamiento de los datos de esta encuesta, la ESEE. Por tanto, se ha optado por utilizar un *pooled* en el que las empresas de diferentes años son consideradas como empresas diferentes. De esta forma ganamos en representatividad estadística aunque perdemos en temporalidad, ya que tratamos todos los datos de manera conjunta sin considerar el año en el que se recogen. Por ello, todas las interpretaciones deberán atribuirse al período 2000-2002 sin poder esclarecer las posibles perturbaciones según el año.

En segundo lugar, se debe tomar la decisión de cómo se van a tratar los valores perdidos. Estos pueden presentarse para la unidad completa, es decir, que la empresa no responda a la encuesta por lo que todos los registros están en blanco. También pueden presentarse valores perdidos sólo para algunas variables, es decir, que la empresa no responda a alguna pregunta.

El impacto de los valores perdidos es perjudicial por dos motivos, por los sesgos «escondidos» y por los efectos en el tamaño de la muestra disponible para el análisis. Por ello vemos cómo esta pérdida de

información reduce el tamaño muestral y afecta, por tanto, al proceso de estimación —compromete la precisión de las estimaciones y/o reduce la potencia del estudio (SILVA AYÇAGUER y BARROSO UTRA, 2004: 24-25).

En nuestro caso, el primer tipo de datos perdidos (los que se corresponden con empresas que no responden a ninguna pregunta), no ha supuesto ningún problema ya que la Fundación SEPI se encarga del seguimiento y sustitución de las empresas pertenecientes al panel. Sin embargo, el segundo tipo de datos perdidos sí ha tenido que ser tratado *a posteriori* con el objeto de no verse disminuida la muestra por todos los problemas que ello conlleva.

Por tanto, en nuestro archivo de datos se procedió a la imputación de los valores perdidos utilizando el método de la «tendencia lineal en el punto» en aquellos valores perdidos de las variables continuas originales¹. Además, el archivo se dispuso de manera tal que el cálculo de las regresiones de las series existentes contara con el sector y el año de pertenencia de la empresa para que, a la hora de proceder a la dicotomización, los valores no se vieran sesgados.

Finalmente, debemos tener en cuenta la distribución de los datos para asegurarnos de la equivalencia en el tamaño de cada una de las categorías de la variable dependiente. Esto es así porque si una de ellas posee un porcentaje sensiblemente mayor de datos, las técnicas de regresión tienden a sobreestimar esa categoría en detrimento del resto.

Así pues, en el caso de la definición de las variables MO_ENT y MO_ENT_95, los datos se reparten de la siguiente manera:

CUADRO 4.1
DISTRIBUCIÓN DE LOS DATOS EN LA VARIABLE MO_ENT

MO_ENT	ECI	Filial de Plena Propiedad	Total
N.º Observaciones	262	373	635
%	41,26%	58,74%	100%

Fuente: Elaboración propia.

¹ Debe tenerse en cuenta que las variables dicotómicas han sido definidas, en su mayoría, a partir de variables continuas.

CUADRO 4.2

DISTRIBUCIÓN DE LOS DATOS EN LA VARIABLE MO_ENT_95

MO_ENT_95	ECI Minoritaria	ECI Mayoritaria	Filial de Plena Propiedad	Total
N.º Observaciones	140	122	373	635
%	22,05%	19,21%	58,74%	100%

Fuente: Elaboración propia.

Así pues, podemos ver cómo en el cuadro 4.1 la variable MO_ENT tiene los datos distribuidos de una manera adecuada, ya que no es necesario que ambas categorías contengan el mismo porcentaje, basta con que sean semejantes. Sin embargo, en el cuadro 4.2 no sucede lo mismo, ya que la variable MO_ENT_95 está descompensada en la modalidad de «Filial de Plena Propiedad» y si utilizásemos esta variable sin modificar, estaríamos sesgando la estimación.

Por consiguiente, a la variable dependiente politómica se le ha realizado un muestreo aleatorio en los datos correspondientes a la tercera categoría para igualar los porcentajes. De tal forma que la muestra útil para realizar las estimaciones ha quedado de la siguiente forma:

CUADRO 4.3

DISTRIBUCIÓN MODIFICADA DE LOS DATOS EN LA VARIABLE MO_ENT_95

MO_ENT_95	ECI Minoritaria	ECI Mayoritaria	Filial de Plena Propiedad	Total
N.º Observaciones	140	122	145	407
%	34,4%	30%	35,6%	100%

Fuente: Elaboración propia.

En resumen, cuando estemos operando con técnicas estadísticas que utilicen la variable MO_ENT la muestra será de 635 observaciones de empresas. Mientras que cuando las técnicas operen con MO_ENT_95, el tamaño de la muestra se reducirá a 407 observaciones de empresas.

4.2. ANÁLISIS EXPLORATORIO DE LOS DATOS

4.2.1. Descripción del paquete estadístico

El paquete estadístico utilizado para la exploración inicial de los datos es el Answer Tree 3.0 que crea sistemas de clasificación y los muestra a través de árboles de decisión². Para realizar las clasificaciones y segmentaciones Answer Tree 3.0 proporciona cuatro algoritmos —CHAID; CHAID Exhaustivo; C&RT; QUEST— cada uno de ellos con unas particularidades específicas en el tratamiento de la variable criterio (dependiente) y las variables predictoras (independientes o explicativas).

En nuestro caso, y para una exploración preliminar de los datos, utilizamos el método QUEST (*Quick, Unbiased, Efficient, Statistical Tree*) que es un algoritmo binario desarrollado por LOH y SHIH (1997) y está diseñado específicamente para los casos en los que la variable criterio sea nominal y las variables predictivas sean dicotómicas.

4.2.2. Interpretación del árbol de decisiones

Al ejecutar el algoritmo QUEST de manera dirigida bajo los criterios del cuadro 4.4, obtenemos una posible agrupación de las observaciones de las empresas manufactureras españolas según se recoge en la figura 4.1.

CUADRO 4.4
TABLA RESUMEN DE LOS CRITERIOS APLICADOS
EN EL ANSWER TREE 3.0

Criterio de desarrollo del árbol	
Método de desarrollo:	QUEST
Especificaciones del algoritmo:	
Alfa usado para selección de variables	0,05
Reglas de parada:	
Profundidad máxima del árbol	11
N.º mínimo de casos para nodo parental	10
N.º mínimo de casos para nodos filiales	5
Poda:	
Selección de subárbol	Regla de error típico
Multiplicador de poda	1,0 errores típicos

² «Los árboles de decisiones son gráficos que ilustran las reglas de decisión. Parten de un nodo raíz que contiene todas las observaciones de la muestra. A medida que se desplaza por el árbol, los datos se ramifican en subconjuntos de datos que se excluyen mutuamente» (SPSS, 2001: 4).

CUADRO 4.4 (Cont.)

Modelo	
Variable criterio:	
Nombre MO_ENT	Nivel Nominal
Predictores:	
Nombre TAMAÑO T_FILIAL C_TECNO_SEC EXP_DOMES EXP_INTER STRAT_INTER STRAT_CREC STRAT_CREC_2 STRAT_NEGO DIS_CUL R_PAIS R_PAIS_2	Nivel Nominal Nominal Nominal Nominal Nominal Nominal Ordinal Nominal Continua Nominal Ordinal Nominal
Probabilidades a priori:	
EMPRESA CONJUNTA INTERNACIONAL Plena Propiedad	0,4126 0,5874
Árbol resultante	
Tamaño:	
Número total de nodos	45
Número total de niveles	6
Número total de nodos terminales	23

Fuente: Elaboración propia.

En la figura 4.1 apreciamos las diferentes ramas del árbol de decisiones y cómo, según se presenten unas interacciones de variables u otras, las observaciones de empresas se decantan por la ECI o por la plena propiedad (en el árbol se aprecia la modalidad de entrada con mayor peso ya que está sombreada en gris para resaltarla).

Sin embargo, por la gran envergadura del árbol resultante vamos a proceder a su estudio parcial a través de su división en ramas para poder observar, de manera aproximada, el comportamiento que siguen las variables en cuanto a la elección de la ECI.

En la figura 4.2 podemos observar cómo una de las principales variables que van a influir en la elección de la modalidad de entrada es R_PAIS, observando cómo según aumenta el riesgo país aumenta la probabilidad de que las empresas elijan la ECI y viceversa. En la figura anterior se recogen los comportamientos seguidos por las observaciones de empresas que se dirigen a países cuyo riesgo país es bajo por lo que, inicialmente, se decantan por las filiales de plena propiedad. La siguiente variable predictora que nos encontramos es T_FILIAL y vemos cómo su comportamiento sigue lo propuesto en la hipótesis H2, ya que las empresas que acometen proyectos internacionales de gran tamaño se decantan en mayor medida por la ECI, mientras que si la inversión es menor se vuelcan por la plena propiedad.

En el tercer nivel aparece como significativa la variable EXP_INTER y vemos cómo las empresas que se dirigen a países con un bajo riesgo país para acometer una inversión relativamente pequeña tienen en cuenta la experiencia internacional con la que cuentan para elegir la modalidad de entrada. El comportamiento de la variable se ajusta a la hipótesis H4.2 debido a que las empresas que tienen una experiencia internacional baja preferirán la ECI para entrar en el nuevo mercado internacional.

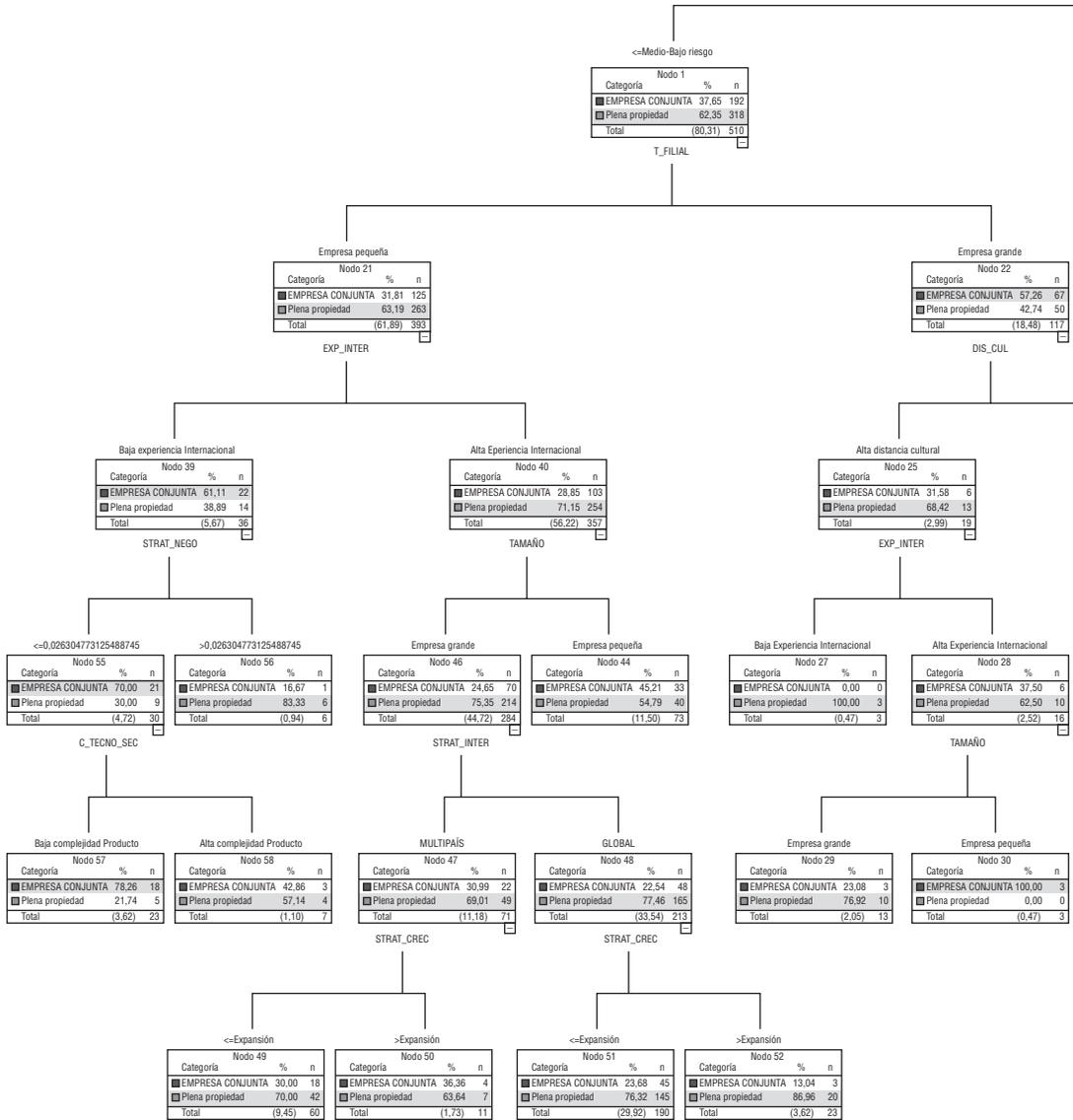
En el cuarto nivel, y para las empresas que han optado por países de bajo riesgo, por proyectos de pequeña envergadura y que carecen de experiencia internacional, observamos que aparece una nueva variable predictora capaz de afinar más el comportamiento empresarial, la variable STRAT_NEGO. Su comportamiento se ajusta a lo establecido en la hipótesis H5.3 ya que según las empresas diferencian menos su producto, es decir, apuestan por un liderazgo en costes, se decantan más por la ECI. Sin embargo, si la experiencia internacional de la empresa es elevada encontramos otra variable predictora capaz de influir en el comportamiento de la empresa, la variable TAMAÑO, que se ajusta al contenido de la hipótesis H1, ya que las empresas más pequeñas se decantan en mayor medida por la ECI.

En el quinto nivel de análisis aparece la variable C_TECNO_SEC como explicativa de la modalidad de entrada. Su comportamiento se ajusta a lo propuesto en la hipótesis H3, ya que el nivel de intensidad innovadora de la empresa influye en la modalidad de entrada, de manera que las empresas con baja intensidad investigadora prefieren la ECI.

En la figura 4.3 hay una serie de nuevas variables que entran en juego.

En el tercer nivel observamos que aparece la variable DIS_CUL, cuyo comportamiento es de especial relevancia ya que se posiciona a

FIGU
ÁRBOL DE DECISIONES



Fuente: Elaboración propia.

RA 4.1

COMPLETO SOBRE LA ECI

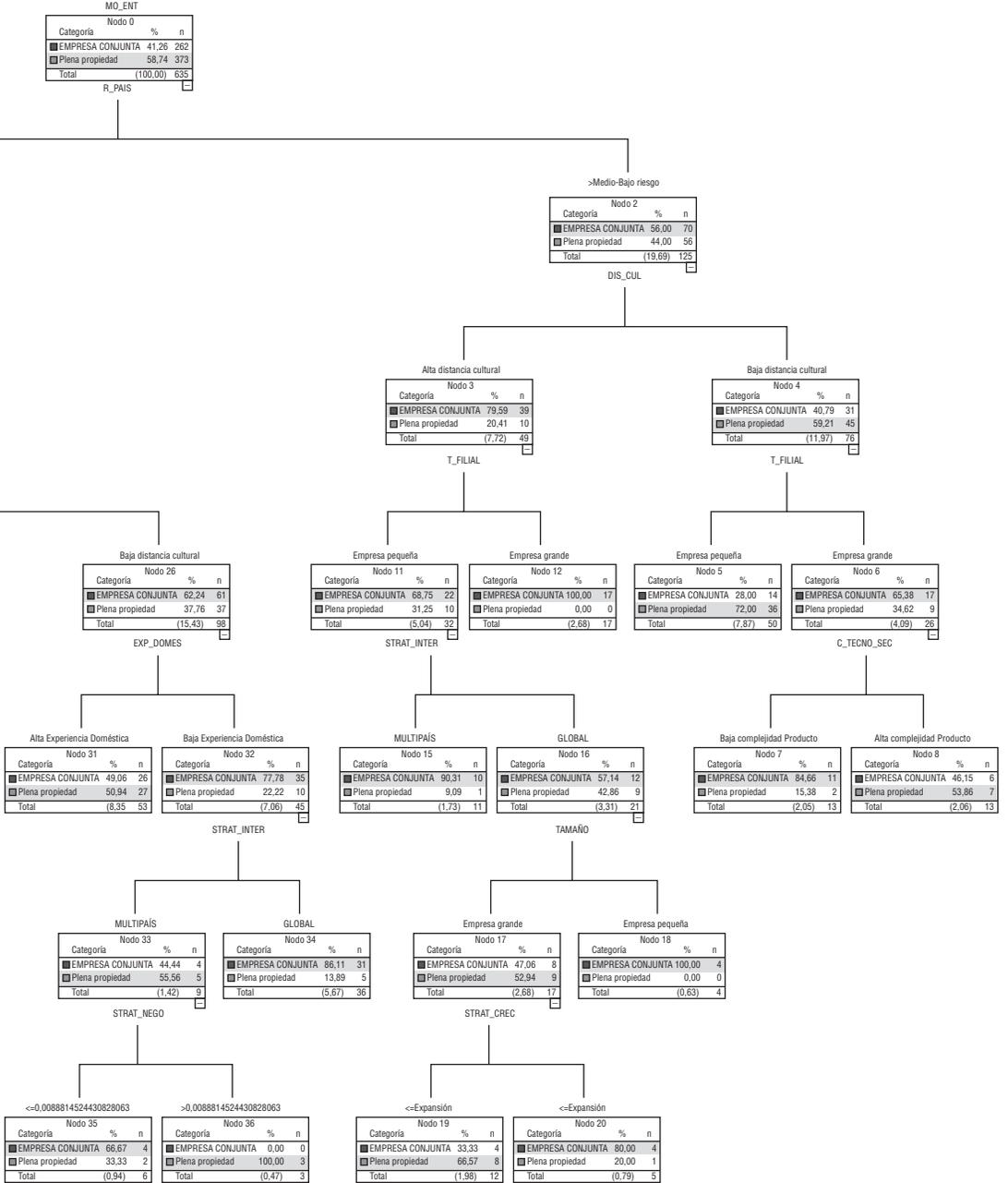
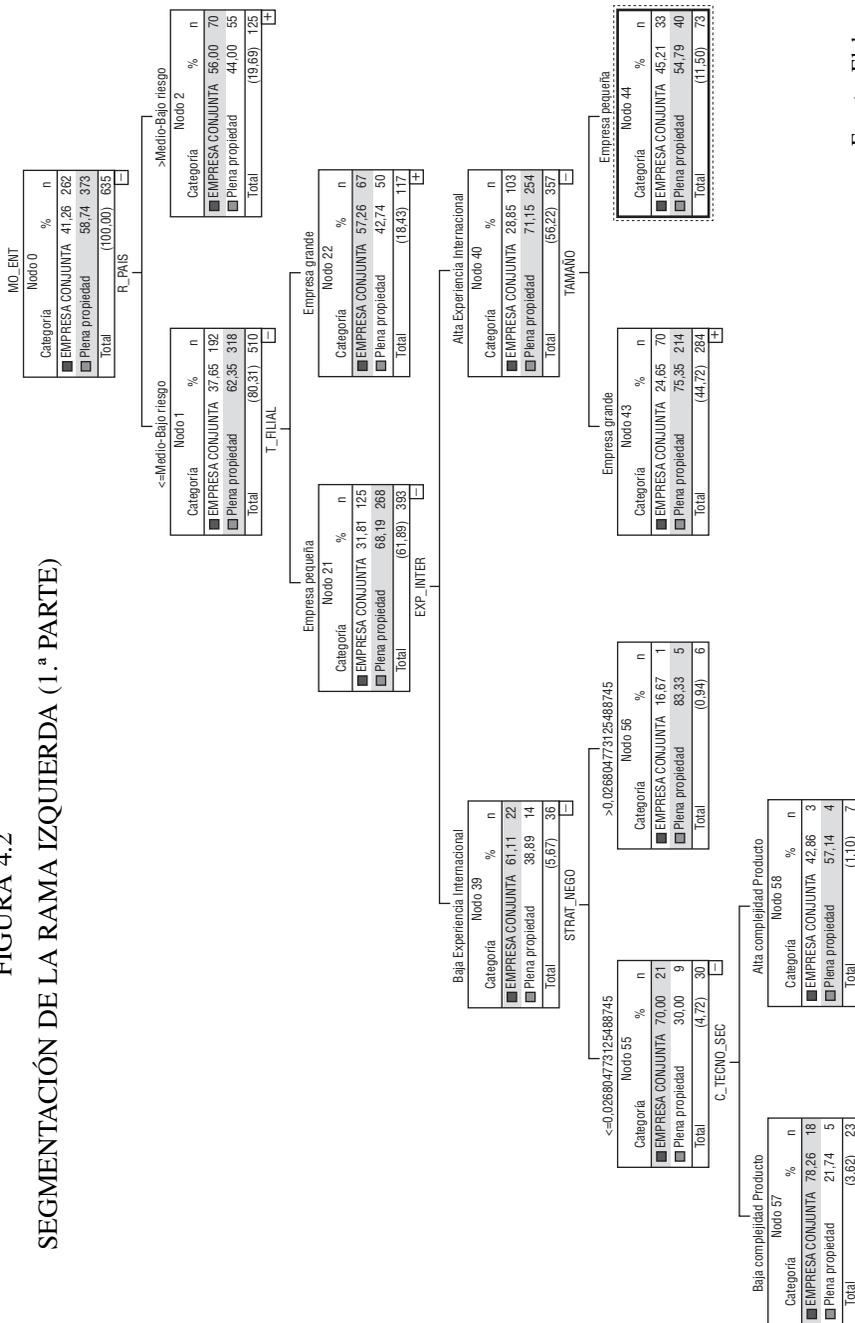
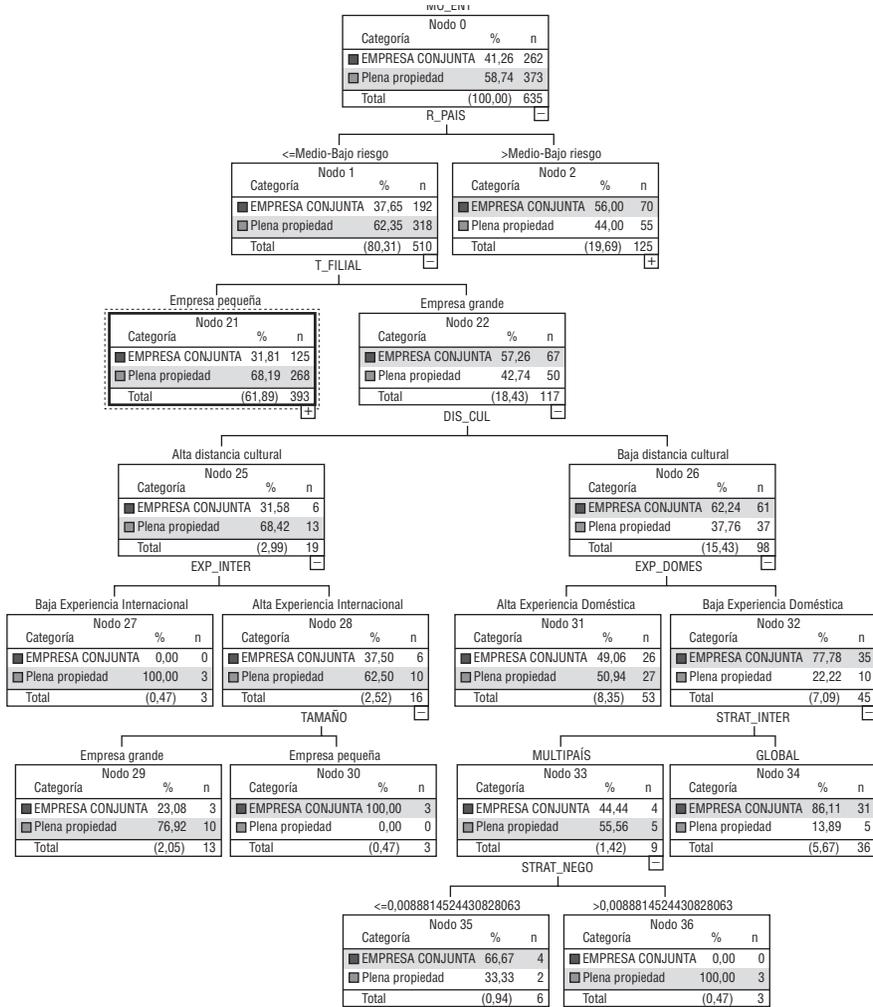


FIGURA 4.2
SEGMENTACIÓN DE LA RAMA IZQUIERDA (1.ª PARTE)



Fuente: Elaboración propia.

FIGURA 4.3
SEGMENTACIÓN DE LA RAMA IZQUIERDA (2.ª PARTE)



Fuente: Elaboración propia.

favor de la hipótesis H6b que apoya la postura minoritaria según la cual las empresas prefieren las filiales de plena propiedad en lugar de la ECI al aumentar la distancia cultural.

En el cuarto nivel aparece la variable EXP_DOMES cuyo comportamiento desconocíamos a priori por lo que se procedió a la formula-

ción de dos hipótesis alternativas. Así observamos que la hipótesis H4.1 se confirma ya que realmente esta variable influye en la elección de la modalidad de entrada. Entre las subhipótesis descubrimos que se contrasta la H4.1a, en la que se señala que las empresas que carecen de experiencia doméstica preferirán la ECI como modalidad de entrada en los mercados internacionales.

Finalmente, en el quinto nivel encontramos la variable STRAT_INTER donde nos explica el comportamiento que siguen las empresas según su estrategia internacional. Sin embargo, el árbol de decisiones muestra un comportamiento contrario al propuesto en la hipótesis H5.1 ya que las empresas que optan mayoritariamente por la ECI siguen estrategias globales y no multipaís.

El resto de variables que aparecen en el árbol —TAMAÑO; EXP_INTER y STRAT_NEGO— no hacen más que potenciar lo explicado anteriormente sobre su congruencia con las hipótesis H1, H4.2 y H5.3 respectivamente.

En la figura 4.4 encontramos nuevamente variables que condicionan el comportamiento de las empresas que se introducen en los mercados internacionales a través de una IDE.

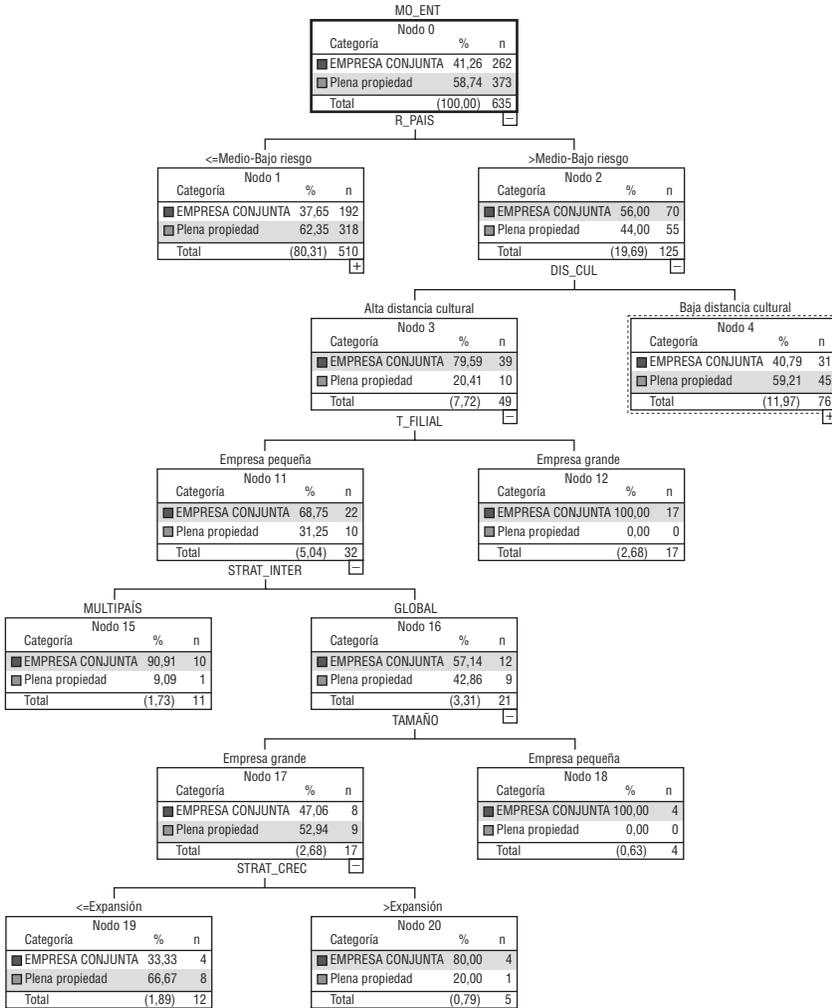
En el primer y segundo nivel encontramos una interacción de especial importancia ya que apoya la hipótesis H6c que trataba de integrar las diferentes posturas sobre la distancia cultural y la ECI a través de la inclusión de un factor moderador, el riesgo país. Eso es exactamente lo que se ve en esta rama del árbol. Así pues, observamos cómo las empresas que se dirigen a países con un elevado riesgo país —R_PAIS— invierten el sentido de su decisión ante la variable DIS_CUL. En la figura 4.3 veíamos cómo a mayor distancia cultural menor probabilidad de optar por una ECI. Sin embargo, en la figura 4.4 vemos cómo si el riesgo país es elevado, la distancia cultural mantendrá una relación positiva con la ECI, o lo que es lo mismo, a mayor distancia cultural mayor probabilidad de elegir una ECI.

En el sexto y último nivel observamos una nueva variable explicativa —STRAT_CREC— que decanta la decisión de elegir la ECI cuando la empresa desarrolla estrategias de diversificación³, relación que apoya la postura defendida en la hipótesis H5.2.

El resto de variables contenidas en la figura 4.4 no aportan más información que la ya recogida anteriormente. Así la variable STRAT_INTER

³ Fíjese cómo en la figura 4.4 aparece la expresión «> Expansión» que se corresponde con las categorías de diversificación relacionada y diversificación no relacionada, ya que esta variable se ha catalogado como una variable ordinal.

FIGURA 4.4
SEGMENTACIÓN DE LA RAMA DERECHA (1.ª PARTE)



Fuente: Elaboración propia.

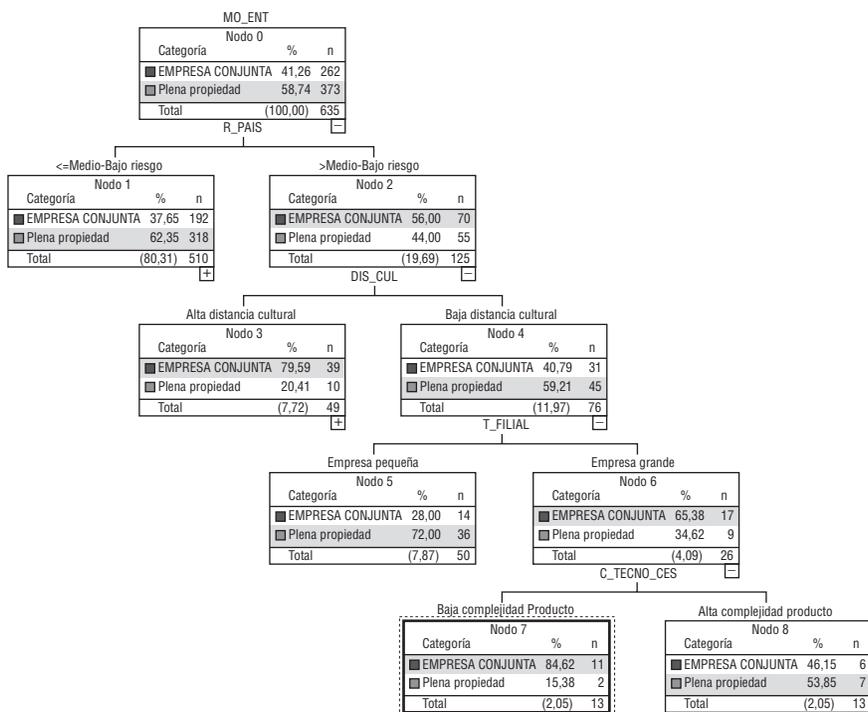
que localizamos en el cuarto nivel no afirma ni desmiente nada, ya que no sirve para desempatar los diferentes tipos de comportamientos ante la estrategia global y multipaís de las empresas manufactureras españolas. Y, finalmente, la variable TAMAÑO en el quinto nivel, no hace más que confirmar lo ya expuesto, y es su apoyo a la hipótesis H1.

Lo que sí se puede vislumbrar en la variable TAMAÑO es la fortaleza de su influencia en el comportamiento empresarial, ya que aparece en varias de las ramas bajo diferentes interacciones y, en todas ellas, mantiene su relación con la ECI.

En la figura 4.5 se muestra la última rama a analizar, donde aparecen dos variables ya analizadas anteriormente, la T_FILIAL en el tercer nivel y la C_TECNO_SEC en el cuarto nivel. Las dos variables vuelven a confirmar las hipótesis ya señaladas, H2 y H3 respectivamente, mostrando la fortaleza de su influjo ya que ante diferentes escenarios presentan la misma postura frente a la ECI.

Por todo lo anteriormente expuesto, podemos hacer una primera aproximación sobre el comportamiento de las empresas manufactureras españolas. Por ello, en el cuadro 4.5 se hace un resumen sobre la contrastación de las hipótesis según el algoritmo QUEST del Answer Tree 3.0.

FIGURA 4.5
SEGMENTACIÓN DE LA RAMA DERECHA (2.ª PARTE)



Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 4.5
CONTRASTACIÓN DE LAS HIPÓTESIS SEGÚN EL MÉTODO QUEST

Número	Hipótesis	QUEST
1	Existe mayor probabilidad de que las pequeñas empresas opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Confirmada
2	Existe mayor probabilidad de que las empresas que acometan una elevada inversión opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Confirmada
3	Existe mayor probabilidad de que las empresas con una baja intensidad investigadora opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Confirmada
4.1	La experiencia doméstica de las empresas que han decidido introducirse en un mercado extranjero a través de una IDE condicionará la elección de la ECI.	Confirmada
4.1a	Existe mayor probabilidad de que las empresas con un <i>bajo nivel de experiencia doméstica</i> opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Confirmada
4.1b	Existe mayor probabilidad de que las empresas con un <i>alto nivel de experiencia doméstica</i> opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Rechazada
4.2	Existe mayor probabilidad de que las empresas con un bajo nivel de experiencia internacional opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Confirmada
5.1	Existe mayor probabilidad de que las empresas que desarrollen una estrategia multipaís opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Rechazada
5.2	Existe mayor probabilidad de que las empresas que desarrollen una estrategia de diversificación opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Confirmada
5.3	Existe mayor probabilidad de que las empresas que desarrollen una estrategia de liderazgo en costes opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Confirmada
6a	Existe mayor probabilidad de que las empresas que se dirijan a países caracterizados por una alta distancia cultural opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Rechazada
6b	Existe mayor probabilidad de que las empresas que se dirijan a países caracterizados por una baja distancia cultural opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Confirmada
6c	Existe mayor probabilidad de que las empresas que se dirijan a países caracterizados por una <i>alta distancia cultural</i> y un <i>elevado riesgo país</i> opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Confirmada

Fuente: Elaboración propia.

Además, el Answer Tree 3.0 nos proporciona un cuadro resumen de riesgos. Esta estimación del riesgo revela la proporción de casos clasificados de manera incorrecta, por lo que podemos deducir la estimación global de casos bien clasificados.

CUADRO 4.6
ESTIMACIÓN DE RIESGOS

	Estadísticos de riesgo
Estimación del Riesgo	0,2771
ET de la Estimación de Riesgo	0,0177

Fuente: Elaboración propia.

Así pues, podemos ver que la capacidad de predicción del modelo es, aproximadamente, de un 72,3 por 100, ya que en el anterior cuadro podemos apreciar que el riesgo de clasificar mal los datos es del 0,2771.

No obstante, no debemos olvidar que estos datos son aproximados ya que el algoritmo QUEST cuenta con una serie de limitaciones, por ejemplo la imposibilidad de calcular tanto el peso específico de cada factor en la toma de decisiones, como la validación del modelo si se ha optado por un desarrollo guiado del árbol. Por ello se aconseja complementarlo con técnicas tradicionales de estimación.

4.3. CONTRASTACIÓN DEL MODELO TEÓRICO

4.3.1. Resultados de la regresión logística binomial múltiple

Para realizar el presente análisis, se procedió a la inclusión de todas las variables independientes explicadas en el capítulo anterior.

Por otra parte, como en la hipótesis 6c tratábamos de estimar el efecto que causaba la interacción de dos factores —el riesgo país y la distancia cultural en la elección de la ECI— se procedió a la inclusión en el modelo de todas las interacciones posibles de variables, es decir, en un segundo bloque introdujimos las interacciones de todas las variables tomadas de dos en dos y de tres en tres sin repetición. En este segundo bloque se utilizó la herramienta proporcionada por el SPSS 12.0.1 de selección de las interacciones que mejorasen el modelo. En concreto optamos por el método de inclusión secuencial de variables «hacia delante» según la razón de verosimilitud. El motivo fundamental era

mantener la objetividad y la imparcialidad para no condicionar la entrada de ciertas interacciones frente a otras. Por ello, en lo concerniente a las interacciones relevantes, se dejó a un lado el criterio del investigador para utilizar el criterio estadístico.

El modelo de estudio queda de la siguiente manera:

$$\begin{aligned}
 Y^* = & \beta_0 + \beta_1 * \text{TAMAÑO} + \beta_2 * \text{T_FILIAL} + \beta_3 \\
 & * \text{C_TECNO_SEC} + \beta_4 * \text{EXP_DOMES} + \beta_5 * \text{EXP_INTER} + \beta_6 \\
 & * \text{STRAT_INTER} + \beta_7 * \text{STRAT_CREC} + \beta_8 * \text{STRAT_NEGO} + \beta_9 \\
 & * \text{DIS_CUL} + \beta_{10} * \text{R_PAIS} + \beta_{11} * \text{EXP_DOMES} \\
 & * \text{STRAT_CREC_2} + \beta_{12} * \text{DIS_CUL} * \text{R_PAIS_2} + \beta_{13} \\
 & * \text{DIS_CUL} * \text{EXP_INTER} + \beta_{14} * \text{R_PAIS} \\
 & * \text{STRAT_INTER} + \beta_{15} * \text{STRAT_CREC_2} * \text{STRAT_INTER} + \varepsilon
 \end{aligned}$$

De manera que observamos cómo son cinco las interacciones que mejoran el modelo de regresión logística, de las cuales una de ellas es la propuesta en la hipótesis 6c: $\beta_{12} * \text{DIS_CUL} * \text{R_PAIS_2}$ ⁴. Todas ellas se tratarán más adelante.

Así pues, en el cuadro 4.7 se muestra el valor y signo de los coeficientes de la regresión logística binaria, así como sus errores típicos, el nivel de significación —tanto de los coeficientes como del modelo— y la cuantificación del peso de cada variable en la probabilidad de elección de la ECI.

A la vista de los resultados podemos identificar las variables que son relevantes para la estimación del comportamiento empresarial respecto a la ECI, así como el sentido y el peso de la influencia que ejercen.

- Variables independientes

El tamaño pequeño de la empresa localizada en el mercado doméstico —TAMAÑO— muestra un efecto positivo y significativo sobre la probabilidad de elegir una ECI. El *odds* ratio de elegir la ECI se multiplica por 3,4364 cuando la empresa es pequeña, frente a ser grande, cuando el resto de variables predictoras se mantienen constantes. Este resultado nos permite aceptar la hipótesis H1.

⁴ Nótese cómo en las interacciones se han sustituido las variables por sus transformaciones dicotomizadas de cara a facilitar su interpretación.

CUADRO 4.7
RESULTADOS DE LA ESTIMACIÓN DEL MODELO DE REGRESIÓN
LOGÍSTICA BINOMIAL MÚLTIPLE

Variables	β	WALD	Exp(β)
TAMAÑO(1)	1,234450*** (0,243)	25,880662	3,436488
T_FILIAL(1)	1,591499*** (0,228)	48,555613	4,911108
C_TECNO_SEC(1)	0,480476* (0,204)	5,540210	1,616845
EXP_DOMES(1)	0,120817 (0,209)	0,335262	1,128419
EXP_INTER(1)	1,140424*** (0,335)	11,580471	3,128095
STRAT_INTER(1)	0,163869 (0,254)	0,417490	1,178060
STRAT_CREC	0,127139 (0,318)	0,159491	1,135576
STRAT_NEGO	-6,07670* (2,547)	5,691268	0,002296
DIS_CUL(1)	-0,823196** (0,306)	7,221227	0,439026
R_PAIS	0,518481** (0,158)	10,720266	1,679475
EXP_DOMES(1) by STRAT_CREC_2(1)	1,27761* (0,559)	5,218683	3,588057
DIS_CUL(1) by R_PAIS_2(1)	3,749319*** (0,689)	29,618472	42,492142
DIS_CUL(1) by EXP_INTER(1)	-3,52463*** (0,894)	15,551557	0,029463
R_PAIS_2(1) by STRAT_INTER(0)	-1,721739*** (0,496)	12,068142	0,178755
STRAT_CREC_2(1) by STRAT_INTER(0)	-1,307595* (0,667)	3,848673	0,270470
Constante	-2,085817*** (0,401)	27,052553	0,124206
Estadísticos			
Prueba Omnibus	183,267716***		
Pseudo-R ² : Cox y Snell	0,251		
Pseudo-R ² : Nagelkerke	0,339		
Prueba de Hosmer y Lemeshow	6,676		
Clasificación GLOBAL ^a :	73,5%		
ECI	72,5%		
Plena Propiedad	74,3%		

*** p < 0,001; ** p < 0,01; * p < 0,05.

Errores típicos entre paréntesis.

^a El valor de corte es 0,390

Fuente: Elaboración propia.

Un tamaño grande de la inversión en el país de destino —T_FILIAL— presenta un efecto positivo y significativo sobre la probabilidad de elegir una ECI para introducirse en el nuevo mercado. Además, *ceteris paribus*, cuando la inversión en el extranjero es grande, frente a ser pequeña, el *odds* ratio de elegir la ECI se multiplica por 4,9111. Este comportamiento de la variable nos permite aceptar la hipótesis H2.

En lo referente a la intensidad innovadora de la empresa —C_TECNO_SEC— si es baja presenta un efecto positivo y significativo sobre la probabilidad de optar por la ECI frente la plena propiedad. De hecho, el *odds* ratio de que la empresa elija la ECI aumenta 1,6168 veces cuando el resto de variables explicativas se mantienen constantes. De esta manera comprobamos la veracidad de la hipótesis H3.

En cuanto a la experiencia, nos encontramos con dos efectos. Por una parte, la experiencia acumulada por la empresa en el mercado doméstico —EXP_DOMES— no resulta ser significativa en nuestro modelo. Por otra parte, la experiencia internacional acumulada por la organización —EXP_INTER— sí es significativa y presenta un efecto positivo sobre la probabilidad de elegir la ECI cuando la experiencia internacional es baja. De hecho, el *odds* ratio de elegir la ECI aumenta 1,17806 veces cuando la empresa tiene una baja experiencia internacional y el resto de variables se mantienen constantes. Así pues, no encontramos evidencia empírica para aceptar la hipótesis H4.1, pero sí para confirmar la hipótesis H4.2.

Con respecto a las estrategias desarrolladas por la organización, encontramos que ni la estrategia de internacionalización —STRAT_INTER— ni la de crecimiento —STRAT_CREC— son significativas desde un punto de vista estadístico. Sin embargo, la estrategia de negocio —STRAT_NEGO— sí que lo es y presenta un efecto negativo en la variable dependiente. *Ceteris paribus*, para cada incremento de una unidad en la variable STRAT_NEGO, el *odds* ratio de elegir la ECI disminuye, ya que se ve multiplicado por 0,0023. De acuerdo a los resultados, las hipótesis H5.1 y H5.2 no pueden ser confirmadas, mientras que la H5.3 sí lo es.

Finalmente, con respecto a las características propias del país de destino debemos analizar la distancia cultural —DIS_CUL— y el riesgo país —R_PAIS—. Ambas resultan ser significativas y encontramos que los países que presentan una elevada distancia cultural producen un efecto negativo en la probabilidad de elegir la ECI, disminuye la probabilidad ya que el *odds* ratio se ve multiplicado por 0,439, manteniendo el resto constante. Sin embargo, si el riesgo país es elevado, el efecto que causa en la variable dependiente es positivo, ya que el *odds* ratio de elegir la ECI aumenta 1,6794 veces, si el resto de variables predictoras mantienen su valor. Por tanto, la hipótesis H6.1 queda rechazada y la H6.2 aceptada.

- Interacciones de las Variables Independientes

Como ya se mencionó anteriormente, para mantener la objetividad del modelo ante el elevado número de posibles interacciones entre las variables, se procedió a la introducción de todas las posibles interacciones dobles y triples. A continuación se seleccionó la herramienta proporcionada por el SPSS 12.0.1 de inclusión secuencial de las interacciones «hacia delante», en concreto con el método RV —razón de verosimilitud—. Con él las interacciones van incorporándose al modelo una a una, en función de tres criterios: nivel de correlación, significatividad de la relación de la variable predictora con la dependiente, y según el test de razón de verosimilitud que mide la significatividad de las interacciones no incluidas en el modelo. De tal forma que cada interacción introducida mejore el modelo.

El resultado fue la introducción de cinco interacciones significativas para el modelo. La primera de ellas es la interacción que se produce cuando la empresa posee una escasa experiencia doméstica y, al mismo tiempo, desarrolla una estrategia de crecimiento de diversificación —EXP_DOMES (1) by STRAT_CREC_2 (1)—. Cuando sucede esto el *odds* ratio de elección de la ECI se multiplica por 3,588, manteniendo el resto de variables estables. Así pues, vemos cómo estas dos variables a nivel individual no son relevantes para el modelo, pero cuando se presentan juntas y toman los valores concretos de «baja experiencia doméstica» y «estrategia de diversificación» tienen un gran peso en la probabilidad de que se elija la ECI. Por lo que vemos cómo las hipótesis H4.1, H4.1a y H5.2 se confirman parcialmente⁵, ya que se comportan como indican las hipótesis pero sólo son significativas cuando se presentan juntas.

La segunda de las interacciones es la que representa a aquellas empresas que se dirigen a países con un elevado riesgo país y, al mismo tiempo, la distancia cultural entre el país de origen y el de destino es grande —DIS_CUL (1) by R_PAIS_2 (1)—. Cuando se produce esta situación concreta, el *odds* ratio de elegir la ECI aumenta 42,492 veces. Así pues, vemos cómo estas dos variables a nivel individual son significativas pero sin un gran peso sobre la decisión final, sin embargo, cuando se presentan juntas con las características «elevado riesgo país» y «distancia cultural grande» el peso que tienen en el *odds* ratio es enorme. Por tanto, esta interacción es la que se propuso en la hipótesis H6c, con lo que queda contrastada positivamente.

⁵ Con respecto a la contrastación de las hipótesis, las interacciones nos ayudan a ver si las variables utilizadas tienen algún efecto en la predicción de la ECI. De esta forma, si de manera individual la variable resulta no significativa pero, a través de la interacción, vemos que sí adquiere significatividad, consideraremos que la hipótesis se contrasta de manera «parcial». Utilizaremos este término ya que no se cumple la hipótesis en su sentido estricto pero, sin embargo, la variable tratada sí que influye en la elección de la ECI.

La tercera de las interacciones es la que alude a empresas que se dirijan a países con los que mantengan una gran distancia cultural y, al mismo tiempo, tengan una experiencia internacional baja —DIS_CUL (1) by EXP_INTER (1)—. Así, cuando esta interacción se produce, el *odds* ratio disminuye al multiplicarse por 0,0295, si mantenemos el resto de las variables constantes. Esta interacción nos ayuda a comprender la importancia que tiene el factor explicativo de la distancia cultural en la elección de la modalidad de entrada, aspecto que pasaba desapercibido en su análisis individual. Por tanto, observamos cómo pesa más el hecho de que la empresa se dirija a un país culturalmente distante (que a nivel individual condiciona una mayor probabilidad de elegir la plena propiedad) que el hecho de que la empresa tenga una escasa experiencia internacional (que de manera individual aumenta la probabilidad de elegir la ECI), ya que el efecto conjunto de las dos se decanta por disminuir la probabilidad de elegir la ECI.

Finalmente, la cuarta y quinta interacción tienen en común que se refieren a empresas que desarrollan una estrategia de internacionalización global. Por una parte, las empresas que desarrollan una estrategia global y se dirigen a un país con un elevado riesgo país —R_PAIS_2 (1) by STRAT_INTER (0)— vemos que se debilita la probabilidad de elegir la ECI como modalidad de entrada, concretamente el *odds* ratio se ve multiplicado por 0,1787. Por otra parte, las empresas que desarrollan una estrategia global y, al mismo tiempo, siguen una estrategia de diversificación —STRAT_CREC_2 (1) by STRAT_INTER (0)— vuelven a atenuar el uso de la ECI, más concretamente, la probabilidad de elegir esta modalidad de entrada disminuye (el *odds* ratio se multiplica por 0,2705). Por tanto, vemos cómo la variable STRAT_INTER sí que condiciona la modalidad de entrada elegida cuando se presenta junto con empresas que se dirigen a países con un alto riesgo país o que desarrollan una estrategia de diversificación. Por tanto, observamos cómo la hipótesis H5.1 se confirma de manera parcial, ya que la estrategia de internacionalización sí condiciona la modalidad de entrada pero sólo somos capaces de ver el peso que la estrategia global ejerce sobre la decisión de elegir la plena propiedad, pero no lo contrario.

Así pues, podemos ver cómo las interacciones que más peso tienen a la hora de condicionar la probabilidad de elegir la ECI son DIS_CUL (1) by EXP_INTER (1) y DIS_CUL (1) by R_PAIS_2 (1), poniendo de manifiesto la importancia de la variable DIS_CUL. Además, vemos cómo la inclusión de las interacciones no sólo nos ha permitido mejorar el modelo estadístico, sino que nos han permitido confirmar, de manera parcial o total, hipótesis que quedaban rechazadas.

Así pues, en el cuadro 4.8 presentamos una tabla resumen con las hipótesis planteadas y los resultados obtenidos en el análisis empírico.

CUADRO 4.8

CONTRASTACIÓN DE LAS HIPÓTESIS SEGÚN EL MODELO BINOMIAL

Número	Hipótesis	Binomial
1	Existe mayor probabilidad de que las pequeñas empresas opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Confirmación total
2	Existe mayor probabilidad de que las empresas que acometan una elevada inversión opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Confirmación total
3	Existe mayor probabilidad de que las empresas con una baja intensidad investigadora opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Confirmación total
4.1	La experiencia doméstica de las empresas que han decidido introducirse en un mercado extranjero a través de una IDE condicionará la elección de la ECI.	Confirmación parcial
4.1a	Existe mayor probabilidad de que las empresas con un <i>bajo nivel de experiencia doméstica</i> opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Confirmación parcial
4.1b	Existe mayor probabilidad de que las empresas con un <i>alto nivel de experiencia doméstica</i> opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Rechazada
4.2	Existe mayor probabilidad de que las empresas con un bajo nivel de experiencia internacional opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Confirmación total
5.1	Existe mayor probabilidad de que las empresas que desarrollen una estrategia multipaís opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Confirmación parcial
5.2	Existe mayor probabilidad de que las empresas que desarrollen una estrategia de diversificación opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Rechazada
5.3	Existe mayor probabilidad de que las empresas que desarrollen una estrategia de liderazgo en costes opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Confirmación total
6a	Existe mayor probabilidad de que las empresas que se dirijan a países caracterizados por una alta distancia cultural opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Rechazada
6b	Existe mayor probabilidad de que las empresas que se dirijan a países caracterizados por una baja distancia cultural opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Confirmación total
6c	Existe mayor probabilidad de que las empresas que se dirijan a países caracterizados por una <i>alta distancia cultural</i> y un <i>elevado riesgo país</i> opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Confirmación total

Fuente: Elaboración propia.

4.3.1.1. Adecuación del modelo

a) *Bondad de ajuste del modelo global*

Los resultados de la *prueba ómnibus* sobre los coeficientes del modelo se muestran en el cuadro 4.9.

CUADRO 4.9
PRUEBAS OMNIBUS SOBRE LOS COEFICIENTES DEL MODELO

		Chi-cuadrado	gl	Sig.
Paso 1	Paso	63,459	5	0,000
	Bloque	63,459	5	0,000
	Modelo	183,268	15	0,000

Fuente: Elaboración propia.

Se observa cómo el valor χ^2 del modelo pronosticado es de 183,268 con 15 grados de libertad, por lo que su significatividad es plena, 0,000. De manera que rechazamos la H_0 , por lo que podemos afirmar que las variables que integran el modelo ayudan en la predicción de la probabilidad de elegir la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.

Con respecto a la prueba R^2 para la *Regresión Logística* obtenemos los siguientes valores:

CUADRO 4.10
INFORMACIÓN SOBRE LA BONDAD DE AJUSTE DEL MODELO

	COX y SNELL	NAGELKERKE
Binomial	0,251	0,339

Fuente: Elaboración propia.

Así pues, estos valores han de tomarse como una aproximación de la medición de la eficacia predictiva del modelo. En nuestro caso resulta ser aceptable.

Finalmente, al realizar la *Prueba de Hosmer y Lemeshow* obtenemos los siguientes resultados:

CUADRO 4.11

TABLA DE CONTINGENCIAS PARA LA PRUEBA DE HOSMER
Y LEMESHOW

		Plena propiedad		Empresa conjunta		Total
		Observado	Esperado	Observado	Esperado	
Paso 1	1	55	57,863	8	5,137	63
	2	56	53,180	7	9,820	63
	3	47	49,389	16	13,611	63
	4	47	46,404	16	16,596	63
	5	43	43,875	20	19,125	63
	6	39	38,222	24	24,778	63
	7	38	31,491	25	31,509	63
	8	23	25,373	40	37,627	63
	9	17	18,562	46	44,438	63
	10	6	6,640	60	59,360	68

Fuente: Elaboración propia.

Aquí observamos los 10 grupos formados, de 63 casos en cada uno, salvo el décimo que reúne 68 casos. A título de ejemplo, en el primer caso tenemos 63 observaciones de empresas de las cuales 55 optan por la plena propiedad y ocho por la ECI, además se muestran las frecuencias esperadas, siendo 57,863 y 5,137 respectivamente. Ambas frecuencias se comparan ($f_o - f_e$) para comprobar el grado de coincidencia, y así se procede en el resto de los casos, de manera que a través del χ^2_8 anteriormente explicado podemos estimar la bondad de ajuste del modelo.

CUADRO 4.12

PRUEBA DE HOSMER Y LEMESHOW

Paso	Chi-cuadrado	gl	Sig.
1	6,676	8	0,572

Fuente: Elaboración propia.

En nuestro caso observamos que el valor es del 57,2 por 100, por lo que no rechazamos la H_0 . Así pues, podemos concluir diciendo que el modelo parece ajustar bien los datos al no encontrar diferencias significativas entre los valores observados y los esperados.

En resumen, podemos afirmar que la bondad de ajuste del modelo ha sido corroborada por diferentes contrastes de la χ^2 .

b) *Capacidad predictiva del modelo*

Al construir la *tabla de clasificación* obtenemos los siguientes datos:

CUADRO 4.13
TABLA DE CLASIFICACIÓN^a

Observado		Pronosticado		Porcentaje correcto
		MO_ENT		
		Plena propiedad	ECI	
MO_ENT	Plena propiedad	277	96	74,26
	ECI	72	190	72,51
Porcentaje correcto				73,54

^a El valor de corte es 0,390.
Fuente: Elaboración propia.

La forma de analizar si la capacidad predictiva del modelo es buena deberá hacerse con respecto a lo que se hubiera obtenido por defecto o azar. Según MORISON (1974) la forma de verlo es a través de la siguiente fórmula: $a^2 + (1 - a)^2$, donde «a» es el porcentaje de ECI en la muestra. En nuestro caso sería: $0,412^2 + (1 - 0,412)^2 = 0,515 = 51,5$ por 100. Así pues, en el cuadro 4.13 vemos cómo el porcentaje global de observaciones correctamente clasificadas es del 73,54 por 100, una tasa muy superior a lo que habríamos obtenido por el mero azar. Además, debe resaltarse cómo el porcentaje correcto de clasificación está igualmente distribuido entre la ECI y las filiales de plena propiedad, hecho que no suele conseguirse ya que las predicciones suelen estar volcadas a favor de una de las categorías y no de ambas⁶.

4.4. CONTRASTACIÓN COMPLEMENTARIA DEL MODELO TEÓRICO: RESULTADOS DE LAS REGRESIONES LOGÍSTICAS MULTINOMIALES Y ORDINALES

Para realizar este análisis, se procedió a la inclusión de todas las variables independientes explicadas en el capítulo anterior.

⁶ A título de ejemplo véase el trabajo de HENNART (1991).

Por otra parte, y al igual que se hizo en la regresión logística binomial, se procedió a la inclusión en el modelo de todas las interacciones posibles de variables. Para mantener la consistencia se volvió a optar por el método de inclusión secuencial de variables «hacia adelante» según la razón de verosimilitud.

Finalmente, el modelo de estudio quedaría de la siguiente manera:

$$Y^* = \beta_0 + \beta_1 * \text{TAMAÑO} + \beta_2 * \text{T_FILIAL} + \beta_3 * \text{C_TECNO_SEC} + \beta_4 * \text{EXP_DOMES} + \beta_5 * \text{EXP_INTER} + \beta_6 * \text{STRAT_INTER} + \beta_7 * \text{STRAT_CREC} + \beta_8 * \text{STRAT_NEGO} + \beta_9 * \text{DIS_CUL} + \beta_{10} * \text{R_PAIS} + \beta_{11} * \text{DIS_CUL} * \text{R_PAIS_2} + \beta_{12} * \text{DIS_CUL} * \text{EXP_INTER} + \varepsilon$$

De manera que vemos cómo son dos las interacciones que mejoran los modelos de regresión, de las cuales una de ellas es la propuesta en la hipótesis 6c: $\beta_{11} * \text{DIS_CUL} * \text{RIESGO_PAIS_2}$.

Así pues, en el cuadro 4.14 se muestra el valor y signo de los coeficientes de la regresión logística ordinal y multinomial, así como sus errores típicos, su nivel de significación —tanto de los coeficientes como del modelo— así como la cuantificación del peso de cada variable en el riesgo de elección de la ECI.

Según estos modelos complementarios para el análisis de la modalidad de entrada, podemos identificar las variables que son relevantes para la estimación del comportamiento empresarial respecto a la ECI, en un sentido más específico, ya que distinguimos entre minoritarias y mayoritarias.

- Variables Independientes

Las empresas cuyo tamaño relativo es pequeño —TAMAÑO (1)— presentan un comportamiento ajustado a lo propuesto en la hipótesis H1, ya que los resultados obtenidos indican que dicha variable es significativa y el sentido de su comportamiento es el esperado. Según la regresión logística ordinal, la probabilidad de elegir la ECI, cuando la empresa es pequeña, aumentará según lo indica el signo del parámetro⁷, *ceteris*

⁷ Al ser la variable dependiente ordinal y sus categorías estar en orden ascendente (ECI minoritaria < ECI mayoritaria < filial de plena propiedad) el signo debe interpretarse de la siguiente manera: si es negativo indicará que según aumenta el valor de la variable explicativa, la categoría de pertenencia tomará valores más bajos. En otras palabras, la probabilidad de que la empresa opte por la plena propiedad decrecerá.

CUADRO 4.14
RESULTADOS DE LA ESTIMACIÓN DE LOS MODELOS
DE REGRESIÓN LOGÍSTICA MULTINOMIAL Y ORDINAL

Variables	Ordinal		Multinomial (ECI minoritaria vs. Plena Propiedad)		Multinomial (ECI mayoritaria vs. Plena Propiedad)	
	β	Exp(β)	β	Exp(β)	β	Exp(β)
TAMAÑO (1)	-0,59418* (0,246)	0,552	0,8946* (0,357)	2,4464	1,1405** (0,358)	3,1284
T_FILIAL (1)	-1,13858*** (0,228)	0,3202	1,6580*** (0,341)	5,2491	1,5051*** (0,344)	4,5049
C_TECNO_SEC (1)	-0,83976*** (0,221)	0,4318	1,1794*** (0,319)	3,2525	0,0867 (0,298)	1,0905
EXP_DOMES (1)	-0,41627* (0,210)	0,6594	0,5736* (0,295)	1,7747	-0,0009 (0,298)	0,999
EXP_INTER (1)	-0,77303* (0,327)	0,4616	0,9991* (0,481)	2,716	0,5104 (0,517)	1,666
STRAT_INTER (1)	-0,56711* (0,227)	0,5671	0,6100+ (0,316)	1,8405	-0,1127 (0,336)	0,8933
STRAT_CREC (0)	0,0932 (0,360)	1,0976	0,1046 (0,487)	1,11	0,8002 (0,559)	2,226
STRAT_CREC (1)	0,29227 (0,574)	1,3394	-0,3148 (0,813)	0,7298	0,3325 (0,858)	1,3945
STRAT_NEGO	3,3928 (2,501)	29,7492	-9,4543* (4,343)	7,83E-05	7,2280* (3,150)	0,0007
DIS_CUL (1)	0,850** (0,327)	2,3402	-0,846+ (0,446)	0,4292	-0,770+ (0,445)	0,4629
R_PAIS (1)	-0,14841 (0,722)	0,862	0,2012 (1,125)	1,2229	-0,3212 (1,040)	0,7252
R_PAIS (2)	-0,86228 (0,755)	0,4221	1,2039 (1,179)	3,3332	1,2339 (1,084)	3,4345
R_PAIS (3)	0,16743 (0,730)	1,1822	-0,2793 (1,153)	0,7562	-1,0957 (1,076)	0,3342
R_PAIS (4)	0,14087 (0,787)	1,1512	0,2504 (1,339)	1,2845	1,1351 (1,209)	3,1115
DIS_CUL by R_PAIS_2 (1)	-2,15338*** (0,558)	0,116	4,4355*** (1,089)	84,4005	4,7416*** (1,088)	114,6268
DIS_CUL by EXP_INTER (1)	2,15550** (0,791)	8,6322	-3,6943** (1,390)	0,0248	-2,7418* (1,391)	0,0644
Estadísticos						
Chi-cuadrado	104,3665***		157,661***			
-2 log verosimilitud	784,13		730,886			
Pseudo-R ² : Cox y Snell	0,2261		0,321			
Pseudo-R ² : Nagelkerke	0,2546		0,3614			
Clasificación GLOBAL:	53,8%		60,20%			
ECI minoritaria	65%		62,90%			
ECI mayoritaria	16,4%		41,80%			
Plena Propiedad	74,5%		73,10%			

*** p < 0,001; ** p < 0,01; * p < 0,05; + p < 0,1.

Errores típicos entre paréntesis.

Función de vínculo: *Logit*.

Fuente: Elaboración propia.

paribus. Según la regresión multinomial, podemos diferenciar entre las dos tipologías estándar de ECI —minoritarias y mayoritarias—. Así, cuando la empresa sea pequeña el *odds* ratio de optar por la ECI minoritaria aumentará 2,4464 veces, mientras que el *odds* ratio de elegir la ECI mayoritaria se incrementará 3,1284 veces, manteniendo el valor del resto de variables fijo. Este dato nos permite observar cómo las empresas pequeñas que se dirigen a los mercados internacionales precisan de la colaboración de empresas locales, por lo que la modalidad de entrada será la ECI, sin embargo, tratarán de conseguir porcentajes mayoritarios de acciones para aumentar su poder en el acuerdo.

Con respecto al tamaño de la inversión en el mercado de destino —T_FILIAL— vemos que se confirma plenamente la hipótesis H2, que defiende que cuando el tamaño de la inversión es elevado aumentará la probabilidad de optar por la ECI. Este comportamiento, estadísticamente significativo, lo contrastan ambos modelos. En especial, la regresión logística multinomial, *ceteris paribus*, señala que el *odds* ratio con respecto a la ECI minoritaria se multiplicará por 5,2491 y el *odds* ratio de la mayoritaria aumentará 4,5059 veces. La mayor tendencia de las empresas de elegir la ECI minoritarias, cuando pretenden afrontar una elevada inversión en el país extranjero, se puede deber a que tratan de protegerse del elevado riesgo de la inversión a través de un menor compromiso de recursos.

En cuanto a la intensidad innovadora de la empresa —C_TECNO_SEC— comprobamos cómo, de manera general, se confirma la hipótesis H3 que alude a la relación existente entre la baja inversión de la empresa en I+D y la ECI. Sin embargo, no todos los resultados son estadísticamente significativos. Con respecto a la regresión ordinal, la variable estudiada es muy significativa y se comporta de acuerdo a lo propuesto ya que, *ceteris paribus*, cuando la empresa no es intensiva en I+D la probabilidad de optar por una ECI —ya sea minoritaria o mayoritaria— aumenta. Con respecto a los resultados ofrecidos por la regresión logística multinomial observamos cómo sólo es significativa la variable que distingue entre la ECI minoritaria y filial de plena propiedad, en donde el *odds* ratio de elegir la ECI minoritaria se multiplica por 3,2525 si mantenemos el resto de variables constantes. No obstante, la variable no distingue el comportamiento de las empresas cuando se trata de una ECI mayoritaria *vs.* filiales de plena propiedad. Esto puede ser debido, en gran medida, a la forma de medición que hemos elegido para identificar las tres categorías de la variable dependiente. Así pues, el punto de corte que distingue entre una ECI mayoritaria y una filial de plena propiedad es el 95 por 100 del capital invertido en la empresa extranjera, esta frontera es la que se ha venido utilizando en la literatura, pero no

deja de ser una debilidad en la medición que puede provocar sesgos en los resultados, ya que el modelo puede no ser capaz de diferenciar entre las categorías.

En cuanto a las variables que recogen la experiencia acumulada por la empresa, nos encontramos con diferentes resultados.

Por una parte, la experiencia acumulada por la empresa en el mercado doméstico —EXP_DOMES— sólo resulta ser significativa en el modelo ordinal, donde el comportamiento de la variable corrobora lo enunciado en las hipótesis H4.1 y H4.1a, ya que, *ceteris paribus*, la probabilidad de elegir la ECI (en cualquiera de sus modalidades) aumentará en un 34,06 por 100 si la empresa posee un bajo nivel de experiencia doméstica. Sin embargo, si atendemos a los resultados del modelo multinomial esta variable carece de significatividad, ya que en la distinción entre ECI minoritaria y filial de plena propiedad es débil ($p < 0,1$) y en el caso de una ECI mayoritaria vs. filial de plena propiedad no es nada significativa. Estos resultados son consistentes con los presentados en el modelo de regresión logística binaria. Por tanto, podemos presumir que la variable EXP_DOMES es significativa cuando consideramos un tratamiento ordenado de la variable, ya que estamos enriqueciendo el contenido de datos al incrementar la información que maneja el modelo y, al mismo tiempo, estamos considerando la relación incremental entre unas categorías y otras.

Por otra parte, la experiencia internacional acumulada por la organización —EXP_INTER— sí es significativa en términos globales y presenta un efecto positivo sobre la probabilidad de elegir la ECI como se propone en la hipótesis H4.2. Concretamente, en el modelo multinomial observamos la significatividad del coeficiente para las categorías ECI minoritaria vs. filial de plena propiedad, donde el *odds* ratio de elegir la ECI aumenta 2,716 veces, bajo las condiciones de la hipótesis H4.2. Sin embargo, cuando enfrentamos la ECI mayoritaria frente a la filial de plena propiedad, esta variable carece de importancia a la hora de elegir la modalidad de entrada, el motivo puede ser el que se comentó anteriormente, la forma en la que está definida la variable dependiente que impide que el modelo pueda distinguir entre las ECI mayoritarias y las filiales propias.

Con respecto a las estrategias emprendidas por la empresa, encontramos cómo la estrategia de crecimiento —STRAT_CREC— carece de significatividad en ambos modelos. Sin embargo, la estrategia de internacionalización —STRAT_INTER— y de negocio —STRAT_NEGO— sí lo son en alguna de sus modelizaciones de acuerdo a lo propuesto en las hipótesis H5.1 y H5.3, respectivamente.

Por una parte, según el modelo del *logit* ordenado, *ceteris paribus*, las empresas que siguen una estrategia multipaís —STRAT_INTER (1)— aumentan la probabilidad de elegir la ECI (en términos globales) de manera significativa y manteniendo el resto de los valores fijos. No obstante, si observamos los resultados del modelo multinomial esta variable carece de significatividad, ya que en la distinción entre ECI minoritaria y filial de plena propiedad es muy débil ($p < 0,1$) y en el caso de una ECI mayoritaria *vs.* filial de plena propiedad no es significativa. Estos resultados son consistentes con los mostrados en el modelo de regresión logística binaria. Así pues, podemos suponer que la variable STRAT_INTER es significativa cuando consideramos un tratamiento ordinal de la variable, ya que estamos mejorando el contenido de la información que maneja el modelo. Sin embargo, si consideramos las diversas opciones de modalidad de entrada como independientes, la variable no es capaz de diferenciar los patrones de comportamiento.

Por otra parte, de acuerdo a los resultados del modelo ordinal, la variable STRAT_NEGO carece de significatividad en el modelo, por lo que su presencia no condiciona, en términos estadísticos, la elección de la ECI. No obstante, el modelo multinomial no corrobora estos resultados, ya que aparece como significativa ($p < 0,01$) esta variable en sus dos vertientes. Así pues, *ceteris paribus*, para cada incremento de una unidad en la variable STRAT_NEGO, la probabilidad de elegir la ECI minoritaria disminuirá ya que su *odds* ratio se multiplica por 0,00008, y el de la ECI mayoritaria por 0,0007. Los resultados del modelo multinomial son consistentes con los obtenidos en la regresión logística binaria. Por tanto, vemos cómo la restricción de dependencia ordinal en la variable dependiente modifica la importancia de esta variable.

Finalmente, con respecto a las características propias del país de destino, debemos analizar la distancia cultural —DIS_CUL— y el riesgo país —R_PAIS.

La variable predictora DIS_CUL se comporta de acuerdo a lo expuesto en la hipótesis H6b en ambos modelos. En el modelo ordinal la variable es plenamente significativa y se comporta de acuerdo a lo esperado, de forma que la probabilidad de optar por la ECI —tanto ECI minoritaria como mayoritaria— aumenta cuando, *ceteris paribus*, la empresa se dirige a países con los que mantiene una baja distancia cultural. No obstante, según el modelo multinomial, la variable se comporta de la misma manera pero su significatividad es mucho más débil que en el caso anterior ($p < 0,1$), por lo que podemos intuir que, si hacemos una distinción entre las diferentes categorías de ECI con respecto a las filiales de plena propiedad y, las consideramos de manera independiente, su

significatividad decrece lo suficiente como para indicar que no tendrá peso suficiente en la elección de la modalidad de entrada. Este resultado puede deberse a la debilidad que introduce en el modelo el criterio elegido para definir la variable dependiente o, simplemente, porque el modelo ajustará la importancia de esta variable a través de sus interacciones, como se expondrá a continuación.

Con respecto a la variable R_PAIS observamos cómo no es significativa individualmente en el modelo. De esta forma se apoya la postura adoptada en la presente investigación en la que el riesgo del país de destino es considerado como un elemento perturbador en la decisión de la modalidad de entrada a elegir y no como un factor en sí mismo.

- Interacciones de las variables independientes

Como ya se hizo en el caso de la regresión logística binomial, para mantener la objetividad del modelo ante el elevado número de posibles interacciones, se procedió a su introducción secuencial, «entrada hacia delante». Ésta se lleva a cabo de forma idéntica a como se hacía en el caso anterior.

El resultado fue la introducción de dos interacciones significativas para el modelo, DIS_CUL (1) by R_PAIS_2 (1) y DIS_CUL (1) by EXP_INTER (1).

La primera de las interacciones es la que representa a aquellas empresas que se dirigen a países con un elevado riesgo país y, al mismo tiempo, la distancia cultural entre el país de origen y el de destino es grande —DIS_CUL (1) by R_PAIS_2 (1)—. Sobre esta interacción podemos ver la consistencia de los resultados en ambos modelos ya que todos ellos se comportan de acuerdo a la hipótesis H6c, donde aumentará la probabilidad de elegir una ECI cuando las empresas se dirijan a países caracterizados por una elevada distancia cultural y un elevado riesgo país. Así, según el modelo ordinal tal probabilidad aumentará, *ceteris paribus*. Mientras, en el modelo multinomial el *odds* ratio aumentará 84,4 veces a favor de la ECI minoritaria vs. la plena propiedad, y 114,6268 veces en pro de la ECI mayoritaria vs. la plena propiedad. Aquí podemos apreciar cómo las empresas que se dirigen a países con una elevada distancia cultural y un elevado riesgo país prefieren las ECI mayoritarias a las minoritarias, ya que —en ausencia de riesgo país— la elección sería de plena propiedad, por lo que este elemento perturbador las inclina hacia las modalidades de propiedad compartida para disminuir el riesgo de la inversión pero, al mismo tiempo, tratan de acumular un porcentaje tal de acciones que les permita ostentar un mayor control y poder sobre la ECI, en la medida de lo posible.

La segunda de las interacciones es la que recoge las empresas que se dirigen a países con los que se mantiene una gran distancia cultural y, al mismo tiempo, su experiencia internacional es baja —DIS_CUL (1) by EXP_INTER (1)—. Por tanto, cuando esta interacción se origina, y según el modelo ordinal, la probabilidad de elegir la ECI disminuirá, si mantenemos el resto de las variables constantes. Mientras que en el modelo multinomial, la probabilidad de optar por la ECI disminuirá al quedar el *odds* ratio multiplicado por 0,0248 cuando se trate de una ECI minoritaria *vs.* filiales propias, y por 0,0644 cuando se trate de una ECI mayoritaria *vs.* filiales de plena propiedad. Esta interacción nos ayuda a comprender la importancia que tiene el factor explicativo de la distancia cultural en la elección de la modalidad de entrada. Así pues, advertimos cómo pesa más el hecho de que la empresa se dirija a un país culturalmente distante que el hecho de que la empresa tenga una escasa experiencia internacional, ya que el efecto conjunto de las dos se decanta por disminuir la probabilidad de elegir la ECI —en cualquiera de sus alternativas.

Así pues, y como resultado de los análisis anteriores, en el cuadro 4.15 presentamos el resumen de la contrastación de las hipótesis planteadas.

CUADRO 4.15
CONTRASTACIÓN DE LAS HIPÓTESIS SEGÚN LOS MODELOS
ORDINAL Y MULTINOMIAL

Número	Hipótesis	Ordinal	Multinomial
1	Existe mayor probabilidad de que las pequeñas empresas opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Confirmación total	Confirmación total
2	Existe mayor probabilidad de que las empresas que acometan una elevada inversión opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Confirmación total	Confirmación total
3	Existe mayor probabilidad de que las empresas con una baja intensidad investigadora opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Confirmación total	Confirmación parcial
4.1	La experiencia doméstica de las empresas que han decidido introducirse en un mercado extranjero a través de una IDE condicionará la elección de la ECI.	Confirmación total	Rechazada

CUADRO 4.15 (Cont.)

Número	Hipótesis	Ordinal	Multinomial
4.1a	Existe mayor probabilidad de que las empresas con un <i>bajo nivel de experiencia doméstica</i> opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Confirmación total	Rechazada
4.1b	Existe mayor probabilidad de que las empresas con un <i>alto nivel de experiencia doméstica</i> opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Rechazada	Rechazada
4.2	Existe mayor probabilidad de que las empresas con un bajo nivel de experiencia internacional opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Confirmación total	Confirmación parcial
5.1	Existe mayor probabilidad de que las empresas que desarrollen una estrategia multipaís opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Confirmación total	Rechazada
5.2	Existe mayor probabilidad de que las empresas que desarrollen una estrategia de diversificación opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Rechazada	Rechazada
5.3	Existe mayor probabilidad de que las empresas que desarrollen una estrategia de liderazgo en costes opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Rechazada	Confirmación total
6a	Existe mayor probabilidad de que las empresas que se dirijan a países caracterizados por una alta distancia cultural opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Rechazada	Rechazada
6b	Existe mayor probabilidad de que las empresas que se dirijan a países caracterizados por una baja distancia cultural opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Confirmación total	Rechazada
6c	Existe mayor probabilidad de que las empresas que se dirijan a países caracterizados por una <i>alta distancia cultural</i> y un <i>elevado riesgo país</i> opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Confirmación total	Confirmación total

Fuente: Elaboración propia.

4.4.1. Adecuación del modelo

a) *Bondad de ajuste del modelo global*

Según el análisis de la *razón de verosimilitud*: $-2LL$ el estadístico χ^2_k (χ^2_{16} para el modelo ordinal y χ^2_{32} para el multinomial) toma los valores:

CUADRO 4.16
INFORMACIÓN DEL AJUSTE DEL MODELO

Modelo	-2 log verosimilitud	Chi-cuadrado	gl	Sig.
Ordinal	784,13	104,3665	16	0,0000
Multinomial	730,8857	157,6108	32	0,0000

Fuente: Elaboración propia.

Se observa cómo en ambos modelos su significatividad es plena, 0,0000. De manera que rechazamos la H_0 , por lo que podemos afirmar que las variables que integran el modelo ayudan en la predicción de la probabilidad de elegir la ECI —tanto minoritaria como mayoritaria— frente a la plena propiedad.

El R^2 para la *Regresión Logística* de los modelos construidos en esta investigación toma los valores siguientes:

CUADRO 4.17
INFORMACIÓN SOBRE LA BONDAD DE AJUSTE DEL MODELO

	COX y SNELL	NAGELKERKE
Ordinal	0,226	0,255
Multinomial	0,321	0,361

Fuente: Elaboración propia.

Así pues, estos valores han de tomarse como una aproximación del cálculo de su eficacia predictiva. En nuestro caso resulta ser aceptable y, además, podemos señalar que la versión multinomial tiene un mayor ajuste ya que ambos estadísticos arrojan unos valores superiores para este tipo de modelización.

b) *Capacidad predictiva del modelo*

Para evaluar la capacidad predictiva de los modelos complementarios propuestos utilizamos la *Tabla de Clasificación*, que recoge los datos observados y los pronosticados de las tres categorías de la variable MO_ENT_95.

CUADRO 4.18
TABLA DE CLASIFICACIÓN

OBSERVADO			Pronosticado			
			MO_ENT_95			Porcentaje correcto
			ECI Minoritaria	ECI Mayoritaria	Plena Propiedad	
Modelo ordinal	MO_ENT_95	ECI Minoritaria	88	19	33	62,90%
		ECI Mayoritaria	39	51	32	41,80%
		Plena propiedad	21	18	106	73,10%
	Porcentaje correcto					60,20%
Modelo multinomial	MO_ENT_95	ECI Minoritaria	91	16	33	65%
		ECI Mayoritaria	55	20	47	16,4%
		Plena propiedad	18	19	108	74,5%
	Porcentaje correcto					53,8%

Fuente: Elaboración propia.

Así pues, podemos observar cómo el porcentaje global de la clasificación es del 60,2 por 100 en el caso de la regresión multinomial y de un 53,8 por 100 en la ordinal. Sin embargo, debemos tener una medida de referencia para saber valorarlo. En la regresión logística binomial utilizamos el indicador utilizado por MORISON (1974) para variables dependientes dicotómicas, en esta ocasión vamos a adaptarlo a las tres categorías propuestas. Por tanto, el porcentaje de referencia se obtendrá a partir de la fórmula $a^2 + b^2 + c^2$, siendo «a» el porcentaje de datos que representa la ECI Minoritaria sobre el total de la muestra, «b» el porcentaje para la ECI Mayoritaria y «c» el porcentaje para las filiales de plena propiedad. Así pues, tendremos: $0,344^2 + 0,3^2 + 0,356^2 = 0,3350 = 33,5 \%$.

Por tanto, al ser el porcentaje de referencia el 33,5 por 100 podemos afirmar que la capacidad predictiva de ambos modelos es adecuada, ya que superan esta cifra que representa la probabilidad de acertar por el mero azar. Sin embargo, cuando comparamos ambos modelos, se observa que tiene una mayor eficacia predictiva el multinomial, en términos globales y parciales, frente al ordinal que carece de eficacia predictiva en la categoría intermedia —ECI Mayoritaria.

Además, la tabla de clasificación muestra un mayor número de aciertos en la categoría de filiales de plena propiedad, por lo que observamos que el modelo sobreestima esta modalidad de entrada frente a la ECI. Este hecho se debe a la forma de estar medida la variable MO_ENT_95, ya que nosotros pretendemos medir el control y, para ello, utilizamos la *proxy* de la propiedad —participación accionarial en la empresa extranjera—. Según HENNART (1991: 491) éste es el motivo crítico de la descompensación en las predicciones, ya que el control y la propiedad no son dos variables cuya correspondencia sea perfecta en todos sus tramos. Puede haber situaciones en las que la empresa obtenga un grado elevado de control sobre la empresa extranjera aunque no posea la plena propiedad de la misma. Sin embargo, carece de lógica que una empresa adquiera toda la propiedad si no persigue ejercer un control pleno. Por tanto, la propiedad y el control tendrán un mayor grado de equivalencia en el caso de la plena propiedad; mientras que se debilitará esta relación según disminuya la propiedad. Por tanto, existirán empresas que ejerzan un elevado control pero sean ECI, por lo que el modelo las clasificará de manera incorrecta a favor de las filiales de plena propiedad.

Esto explica que la categoría de ECI Mayoritaria sea la más compleja de predecir por la naturaleza de su definición, en la que se eligieron como valores fronterizos el 50 por 100 y el 95 por 100, ya que es el término intermedio entre las otras dos categorías y donde mayor conflicto podrá existir entre la correspondencia de control y propiedad.

4.5. RESULTADOS DE LAS REGRESIONES LOGÍSTICAS —ORDINAL Y MULTINOMIAL— BAJO MEDICIONES ALTERNATIVAS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

En este apartado vamos a estudiar las posibles divergencias en los resultados si modificamos la forma de medida de la variable MO_ENT_95. Por ello, vamos a replicar los análisis ordinales y multinomiales bajo las diferentes alternativas de medición. El margen a variar será el que diferencia entre la ECI Mayoritaria y las filiales de plena propiedad, ya que es donde mayor debilidad encontramos en el modelo.

CUADRO 4.19

MODELOS DE REGRESIÓN LOGÍSTICA MULTINOMIAL SEGÚN LA MEDICIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

Variables	MO_ENT_80						MO_ENT_85						MO_ENT_90						MO_ENT_95					
	1			2			1			2			1			2			1			2		
	β	Exp(β)	β	Exp(β)	β	Exp(β)	β	Exp(β)	β	Exp(β)	β	Exp(β)	β	Exp(β)	β	Exp(β)	β	Exp(β)	β	Exp(β)	β	Exp(β)		
TAMAÑO (1)	1.0281** (0.341)	2.7958	1.9204*** (0.396)	6.8237	0.9715** (0.344)	2.6421	1.4825*** (0.378)	4.4040	0.7846* (0.347)	2.1917	0.9337* (0.368)	2.5441	0.8946* (0.357)	2.4464	1.1405** (0.358)	3.1284								
T_FILIAL (1)	1.2228*** (0.298)	3.3960	1.1925** (0.367)	3.2956	1.2258*** (0.302)	3.4072	0.9796** (0.353)	2.6635	1.4140*** (0.321)	4.1126	1.1300** (0.349)	3.0958	1.6580*** (0.341)	5.2491	1.5051*** (0.344)	4.5049								
C_TECNO_SEC (1)	1.0952*** (0.301)	2.9898	-0.1081 (0.341)	0.8975	1.2196*** (0.303)	3.3860	0.2618 (0.325)	1.2994	1.2115*** (0.313)	3.3586	0.1924 (0.312)	1.2122	1.1794*** (0.319)	3.2526	0.0867 (0.298)	1.0906								
EXP_DOMES (1)	0.3391 (0.276)	1.4038	-0.6707* (0.342)	0.5113	0.4051 (0.279)	1.4994	-0.3796 (0.321)	0.6841	0.6551* (0.288)	1.9255	0.1994 (0.309)	1.2206	0.5736* (0.295)	1.7748	-0.0009 (0.298)	0.9991								
EXP_INTER (1)	1.0139 (0.438)	2.7564	0.5588 (0.556)	1.7486	1.1619* (0.460)	3.1960	0.9393* (0.535)	2.5582	1.1161* (0.476)	3.0530	0.7426 (0.538)	2.1015	0.9991* (0.481)	2.7161	0.5105 (0.517)	1.6661								
STRAT_INTER (1)	0.7611* (0.297)	2.1407	0.3093 (0.374)	1.3625	0.7520* (0.301)	2.1213	0.1337 (0.357)	1.1430	0.6382* (0.311)	1.8932	-0.1118 (0.349)	0.8942	0.6100* (0.316)	1.8405	-0.1128 (0.336)	0.8933								
STRAT_CREC (0)	0.2410 (0.445)	1.2726	1.960* (0.816)	7.1014	0.3078 (0.449)	1.3604	2.0539* (0.807)	7.7990	0.1984 (0.474)	1.2194	1.1201* (0.609)	3.0654	0.1047 (0.487)	1.1104	0.8002 (0.559)	2.2261								
STRAT_CREC (1)	-0.2802 (0.747)	0.7556	0.7379 (1.202)	2.0917	-0.3495 (0.760)	0.7051	0.5897 (1.181)	1.8034	-0.3149 (0.797)	0.7299	0.6006 (0.896)	1.8233	-0.3149 (0.813)	0.7299	0.3326 (0.858)	1.3946								
STRAT_NEGO	-9.8305* (4.425)	0.0001	-14.4593** (0.036)	0	-10.748* (4.543)	0	-15.5486** (5.130)	0	-13.2029** (4.801)	0	-18.3205*** (5.141)	0	-9.4544* (4.343)	0.0001	-7.2281* (3.150)	0.0007								
DIS_CUL (1)	-0.7885* (0.433)	0.4544	-0.8649 (0.526)	0.4211	-0.6308 (0.437)	0.5322	-0.2019 (0.458)	0.8172	-0.7806* (0.443)	0.4581	-0.5577 (0.445)	0.5725	-0.8457* (0.446)	0.4292	-0.7700* (0.445)	0.4630								
R_PAIS (1)	0.8912 (0.976)	2.4381	2.7317* (1.590)	15.3601	-0.0785 (1.043)	0.9245	-0.3676 (1.134)	0.6924	0.5095 (1.143)	1.6644	0.6955 (1.251)	2.0046	0.2013 (1.125)	1.2230	-0.3213 (1.040)	0.7252								
R_PAIS (2)	1.7684* (1.034)	5.8617	4.4874** (1.616)	88.8935	0.8105 (1.095)	2.2491	1.2764 (1.166)	3.5839	1.6545 (1.204)	5.2303	2.5436* (1.293)	12.7260	1.2039 (1.179)	3.3332	1.2339 (1.084)	3.4346								
R_PAIS (3)	0.3163 (0.987)	1.3721	0.1638 (1.442)	1.1781	-0.6226 (1.063)	0.5365	-2.0463* (1.141)	0.1292	0.0088 (1.177)	1.0089	-0.7484 (1.252)	0.4731	-0.2794 (1.153)	0.7563	-1.0958 (1.076)	0.3343								
R_PAIS (4)	-0.2999 (1.094)	0.7408	1.7382 (1.569)	5.6874	-1.3789 (1.157)	0.2518	-1.1745 (1.207)	0.3090	-1.1532 (1.262)	0.3156	-0.8397 (1.338)	0.4319	0.2504 (1.339)	1.2846	1.1351 (1.209)	3.1116								

CUADRO 4.19 (Cont.)

Variables	MO ENT. 80				MO ENT. 85				MO ENT. 90				MO ENT. 95			
	1		2		1		2		1		2		1		2	
	β	Exp (β)	β	Exp (β)	β	Exp (β)	β	Exp (β)	β	Exp (β)	β	Exp (β)	β	Exp (β)	β	Exp (β)
DIS_CUL by R_PAIS_2 (1)	3,0786*** (0,789)	21,7294	5,3826*** (1,102)	217,5924	3,0883*** (0,811)	21,9403	4,0448*** (0,940)	57,037	4,6157*** (1,023)	101,0604	5,7355*** (1,080)	309,6691	4,4355*** (1,089)	84,4005	4,7416*** (1,088)	114,6268
DIS_CUL by EXP_INTER (1)	-2,6768* (1,121)	0,0687	-1,7087 (1,235)	0,1811	-3,4333*** (1,142)	0,0323	-3,0484* (1,197)	0,0474	-3,7485*** (1,379)	0,0236	-3,0527* (1,386)	0,0472	-3,6943** (1,390)	0,0249	-2,7418* (1,391)	0,0644
Estadísticos																
Chi-cuadrado	167,879***		157,546***		157,546***		165,975***		157,661***		157,661***		157,661***		157,661***	
-2 log verosimilitud	669,550***		693,761***		693,761***		706,469***		706,469***		706,469***		706,469***		706,469***	
Pseudo-R2: Cox y Snell	0,338		0,321		0,321		0,335		0,321		0,335		0,321		0,321	
Pseudo-R2: Nagelkerke	0,387		0,366		0,366		0,379		0,3614		0,379		0,3614		0,3614	

*** p < 0,001; ** p < 0,01; * p < 0,05; + p < 0,1

1 = ECI Minoritaria versus Plena Propiedad.

2 = ECI Mayoritaria versus Plena Propiedad.

Errores típicos entre paréntesis.

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 4.20
 MODELOS DE REGRESIÓN LOGÍSTICA ORDINAL SEGÚN LA MEDICIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

Variables	MO_ENT_80		MO_ENT_85		MO_ENT_90		MO_ENT_95	
	β	Exp (β)						
TAMAÑO (1)	-0,6732** (0,255)	0,5101	-0,5737* (0,253)	0,5634	-0,4351+ (0,251)	0,6472	-0,5942* (0,246)	0,552
T_FILIAL (1)	-0,9979*** (0,234)	0,3687	-0,9257*** (0,232)	0,3963	-0,9549*** (0,231)	0,3849	-1,1386*** (0,228)	0,3203
C_TECNO_SEC (1)	-0,8725*** (0,234)	0,4179	-0,9718*** (0,231)	0,3784	-0,9055*** (0,227)	0,4045	-0,8398*** (0,221)	0,4318
EXP_DOMES (1)	-0,2902 (0,218)	0,7481	-0,3482 (0,216)	0,706	-0,5103* (0,215)	0,6003	-0,4163* (0,210)	0,6595
EXP_INTER (1)	-0,7422* (0,336)	0,476	-0,8285* (0,336)	0,4367	-0,8164* (0,335)	0,442	-0,773* (0,327)	0,4616
STRAT_INTER (1)	-0,6321** (0,235)	0,5315	-0,5778* (0,233)	0,5611	-0,5528* (0,230)	0,5753	-0,5671* (0,227)	0,5672
STRAT_CREC (0)	-0,1594 (0,372)	0,8527	-0,208 (0,370)	0,8122	0,0138 (0,365)	1,0139	0,0932 (0,360)	1,0977
STRAT_CREC (1)	0,2145 (0,610)	1,2392	0,2571 (0,608)	1,2932	0,1788 (0,585)	1,1958	0,2923 (0,574)	1,3395
STRAT_NEGO	7,0429* (3,239)	1144,725	7,5878* (3,251)	1974,014	7,7056* (3,163)	2220,747	3,3928 (2,501)	29,7493
DIS_CUL (1)	0,7814* (0,345)	2,1845	0,5638+ (0,332)	1,7573	0,7059* (0,329)	2,0256	0,8503** (0,327)	2,3402

CUADRO 4.20 (Cont.)

Variables	MO_ENT_80		MO_ENT_85		MO_ENT_90		MO_ENT_95	
	β	Exp (β)	β	Exp (β)	β	Exp (β)	β	Exp (β)
R_PAIS (1)	-1,0541 (0,811)	0,3485	-0,3459 (0,776)	0,7076	-0,6226 (0,774)	0,5365	-0,1484 (0,722)	0,8621
R_PAIS (2)	-1,7999* (0,844)	0,1653	-1,0617 (0,809)	0,3459	-1,3881* (0,807)	0,2495	-0,8623 (0,755)	0,4222
R_PAIS (3)	-0,4317 (0,808)	0,6494	0,1996 (0,781)	1,2209	-0,0325 (0,778)	0,9681	0,1674 (0,730)	1,1823
R_PAIS (4)	0,0873 (0,879)	1,0912	0,7932 (0,852)	2,2104	0,8082 (0,849)	2,2439	0,1409 (0,787)	1,1513
DIS_CUL by R_PAIS_2 (1)	-2,428*** (0,588)	0,0882	-2,1262*** (0,576)	0,1193	-2,5385*** (0,575)	0,079	-2,1534*** (0,558)	0,1161
DIS_CUL by EXP_INTER (1)	2,0143* (0,813)	7,4952	2,2309** (0,802)	9,308	2,1985** (0,803)	9,0114	2,1555** (0,791)	8,6322
Estadísticos								
Chi-cuadrado	104,692***		105,799***		113,171***		104,3665***	
-2 log verosimilitud	732,737***		745,508***		759,274***		784,13***	
Pseudo-R ² : Cox y Snell	0,227		0,229		0,243		0,226	
Pseudo-R ² : Nagelkerke	0,260		0,261		0,275		0,254	

*** p < 0,001; ** p < 0,01; * p < 0,05; + p < 0,1

Errores típicos entre paréntesis.

Función de vínculo: *Logit*.

Fuente: Elaboración propia.

Cuando aplicamos el cambio de márgenes en la medición de la variable dependiente y comparamos los resultados, somos capaces de apreciar un grupo de factores cuyo comportamiento no se ve afectado. Es el caso de T_FILIAL, C_TECNO_SEC, EXP_INTER y DIS_CUL*R_PAIS. Así pues, podemos observar la robustez de las variables predictoras T_FILIAL y DIS_CUL*R_PAIS ya que su capacidad discriminante es significativa al tiempo que no se ven alteradas por la forma de estar medida la modalidad de entrada. El único cambio notorio es el mayor peso que tiene la interacción DIS_CUL*R_PAIS cuando el margen lo situamos en el 90 por 100, ya que su peso aumenta de forma patente a la hora de estimar la probabilidad de la modalidad de entrada elegida por la empresa. Mientras, las variables C_TECNO_SEC y EXP_INTER no son capaces de diferenciar entre ECI Mayoritarias y filiales de plena propiedad en la regresión multinomial —la causa será la *proxy* utilizada (control vs. propiedad) y no la frontera de medición de la variable.

Un segundo bloque de variables sería el conformado por TAMAÑO, DIS_CUL y DIS_CUL*EXP_INTER. Estas variables presentan algún tipo de alteración pero sin ser demasiado relevante bajo nuestro criterio. Así, la variable TAMAÑO disminuye su significatividad ante un cambio de márgenes al 90 por 100 cuando la variable dependiente es tratada de forma ordinal. La variable DIS_CUL sigue sin ser significativa en su tratamiento multinomial, por lo que esta debilidad no podrá atribuirse a la forma de estar definida la modalidad de entrada, sino en su tratamiento, ya que cuando se incorpora el criterio de orden adquiere su peso en la estimación. Con respecto a la interacción DIS_CUL*EXP_INTER observamos que pierde su capacidad discriminante entre la ECI Mayoritaria y la filial de plena propiedad cuando el margen lo situamos en el 80 por 100.

En un tercer bloque encontramos a las variables EXP_DOMES, STRAT_INTER, STRAT_CREC y R_PAIS cuyas alteraciones son más relevantes. Con respecto a EXP_DOMES vemos que su significatividad depende de la forma de estar medida la modalidad de entrada ya que pierde relevancia cuando consideramos los márgenes del 80 por 100 y del 85 por 100, mientras que en el 90 por 100 y 95 por 100 adquiere significatividad. Con respecto a las variables estratégicas, STRAT_INTER y STRAT_NEGO carecen de significatividad únicamente en MO_ENT_95, pareciendo más adecuada cualquiera de las otras mediciones; y STRAT_CREC adquiere relevancia con los tramos del 80 por 100 y del 85 por 100. Finalmente, la predictora R_PAIS únicamente consigue tener algo de peso bajo MO_ENT_80.

En resumen, la forma en la que está definida la variable dependiente introduce ciertas alteraciones en el grado de significatividad de algunas

variables. Si atendemos a los criterios de bondad de ajuste para seleccionar la modalidad más adecuada, a nivel global, tendríamos que MO_ENT_80 sería la que mejor ajustaría los datos. Este resultado es consistente con el estudio de CHEN y HENNART (2004: 1130), donde utilizan esta nueva frontera para definir las diferentes categorías de la variable dependiente.

Así pues, si quisiéramos contrastar nuestro modelo bajo esta forma alternativa de medición se verían alteradas cuatro de nuestras hipótesis.

CUADRO 4.21
CONTRASTACIÓN ALTERNATIVA BAJO MO_ENT_80

Número	Hipótesis	Ordinal	Multinomial
4.1a	Existe mayor probabilidad de que las empresas con un <i>bajo nivel de experiencia doméstica</i> opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Rechazada	
5.1	Existe mayor probabilidad de que las empresas que desarrollen una estrategia multipaís opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.		Confirmación parcial
5.2	Existe mayor probabilidad de que las empresas que desarrollen una estrategia de diversificación opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.		Rechazo parcial
5.3	Existe mayor probabilidad de que las empresas que desarrollen una estrategia de liderazgo en costes opten por la ECI como modalidad de entrada en el país de destino.	Confirmación total	

Como podemos observar, en tres de las hipótesis (H4.1a, H5.1 y H5.3) conseguiríamos una mayor homogeneidad en cuanto a los resultados arrojados por ambas técnicas estadísticas. Sin embargo, en la hipótesis H5.2 observamos un cambio de sentido en la contrastación, ya que, *ceteris paribus*, las empresas que pasen de una estrategia de diversificación no relacionada a una de expansión verán incrementado 7,1014 veces el *odds* ratio de elegir una ECI Mayoritaria frente a una filial de plena propiedad, lo cual nos lleva a rechazar la hipótesis propuesta.

No obstante, los cambios en la medición de la modalidad de entrada no constituye, a nivel general, una fuente de contradicciones, por lo que la medición de la variable MO_ENT_95 podrá considerarse adecuada y los resultados conseguidos previamente podrán suponerse adecuados.

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

5.1. CONCLUSIONES Y LIMITACIONES

En la presente investigación se han tratado de identificar los factores que determinan el tipo de IDE que la empresa lleva a cabo —ya sea una empresa conjunta internacional o una filial de plena propiedad.

Así pues, en el primer capítulo se ha procedido a la revisión de las teorías que explican la relación entre la IDE y la empresa. De tal forma que hemos ido identificando los factores relevantes de cada una de ellas para, en el segundo capítulo, proponer un modelo específico que explique la elección de la ECI frente a la filial de plena propiedad.

Los factores que se han estudiado son, por un lado, los correspondientes al nivel de empresa: tamaño de la empresa, tamaño del proyecto en el extranjero, su intensidad innovadora, el tipo de estrategia de internacionalización que desarrolla (global/multipaís), su tipo de estrategia de crecimiento (expansión/diversificación), la estrategia de negocio que utiliza (liderazgo en costes/diferenciación de producto), su nivel de experiencia internacional así como su experiencia doméstica. Por otro lado estudiamos los factores correspondientes al nivel de país, donde la empresa puede considerarse como un agente pasivo: la distancia cultural y, conjuntamente, el riesgo país.

En los capítulos 3 y 4 se ha procedido a la contrastación de las hipótesis que dan lugar al modelo anterior. Para ello se ha utilizado la Encuesta Sobre Estrategias Empresariales (ESEE) para el período 2000-2002

(ambos inclusive). La ESEE es una encuesta de panel cuyo trabajo de campo lo realiza la Fundación SEPI, tiene carácter anual, la población que analiza son las empresas manufactureras españolas y la muestra oscila alrededor de 2.000 empresas por año.

Las técnicas estadísticas aplicadas son varias. En un primer bloque tratamos de diferenciar entre la decisión de ECI *versus* filial de plena propiedad (variable dicotómica) para lo cual realizamos un análisis exploratorio de los datos a través del algoritmo QUEST en un árbol de decisiones y, en un segundo momento, intentamos complementar los resultados anteriores a través de una regresión logística binomial múltiple. En un segundo bloque, tratamos de enriquecer el modelo aumentando el nivel de desagregación de la modalidad de entrada, es decir, distinguiremos entre ECI minoritarias, ECI mayoritarias y filiales de plena propiedad. Para ello, las técnicas anteriores no pueden utilizarse, por lo que aplicamos la regresión logística multinomial y la regresión logística ordinal. En el tercer y último bloque tratamos de averiguar hasta qué punto la forma de estar medida la variable dependiente —la modalidad de entrada— influye en la contrastación de las hipótesis propuestas, para lo cual se replicaron los modelos multinomiales y ordinales para diferentes mediciones de la citada variable.

Consideramos que esta investigación presenta como principal aportación la creación de un modelo específico sobre el comportamiento inversor de las empresas en el extranjero. Con ello se trata de proporcionar a la organización una herramienta de análisis capaz de indicar el comportamiento más probable de sus competidores en el ámbito de las modalidades de entrada, a través de la observación de los factores explicativos propuestos. Por ello, ofrecemos una visión general del modelo analizado, concluyendo con una revisión de las implicaciones de cada uno de los factores.

5.1.1. Conclusiones y limitaciones del estudio en su conjunto

En el terreno teórico observamos cómo, a pesar del elevado número de trabajos sobre la IDE, siguen quedando importantes lagunas. Tal es el caso del análisis de ciertos factores que no han captado la atención de los investigadores, como puede ser la experiencia doméstica. También encontramos otros factores que han sido poco tratados, como son el tamaño del proyecto en el extranjero o las estrategias de negocio (vertiente del liderazgo en costes). Finalmente, tenemos el resto de factores que han sido objeto de gran cantidad de estudios pero, en su mayoría, de manera parcial, ya que no se han propuesto modelos completos que

engloben todo lo anterior para dar una visión lo más completa posible sobre los factores que influyen en la elección de la ECI como modalidad de entrada.

En el terreno empírico, se utiliza una encuesta de panel incompleto elaborada por la Fundación SEPI, la Encuesta Sobre Estrategias Empresariales. Gracias a ella hemos podido analizar el impacto de los factores explicativos en las modalidades de entrada mencionadas. Al inferir los resultados a todo el sector manufacturero español podemos tener una idea aproximada de la influencia de los factores identificados en el comportamiento internacional de las empresas.

No obstante, el estudio no está libre de limitaciones. Tal es el caso del mismo hecho de utilizar la ESEE como fuente de información, ya que al ser un panel nosotros seleccionamos las preguntas que se ajusten a nuestro modelo, pero no tienen por qué adecuarse perfectamente a nuestro objetivo.

Así pues, podemos utilizar como ejemplo la medición de lo que consideramos ECI y lo que consideramos filial de plena propiedad. Su definición ha sido hecha a través de una *proxy*, lo cual es adecuado pero no exacto. En una encuesta particular hubiéramos podido identificar la modalidad de entrada de forma más certera, es decir, hubiéramos podido preguntar a la empresa cuál es la modalidad de entrada elegida y cuántos socios intervienen en la operación. Así, tendríamos la seguridad de si es una ECI y, de serlo, si es minoritaria o mayoritaria. En nuestro caso, por la imposibilidad del medio elegido, debemos asignar el tipo de IDE dependiendo del porcentaje de participación en la filial de destino sin saber cuántas empresas están participando en la misma.

A pesar de todo lo anterior, hemos considerado que las limitaciones de esta fuente de información son inferiores a sus ventajas. Ya que la modalidad de entrada ha sido aproximada de la misma forma en otros trabajos [a título de ejemplo véanse: STOPFORD y WELLS (1972); HENNART y REDDY (1997); MAKINO y NEWPERT (2000); CHEN y HENNART (2002)]. De igual manera se ha procedido con el resto de variables *proxys* utilizadas.

Por otra parte, para la medición de las variables independientes, en la práctica totalidad de ellas, hemos seguido el criterio de la dicotomización para discriminar claramente las categorías que eran de interés. Este hecho tiene el inconveniente de estar limitando la información con la que funciona el modelo por lo que se han observado algunos problemas de imprecisión, como el caso de las variables que no eran capaces de discriminar entre mayoritarias y las filiales de plena propiedad. No

obstante, aunque estamos empobreciendo el estudio estadístico, conseguimos enriquecer el análisis teórico, ya que al simplificar los atributos de los factores conseguimos comprender mejor los extremos del *continuum* al que se enfrenta la empresa; y éste es el paso previo para una comprensión más profunda del fenómeno que nos ocupa.

Finalmente, debemos señalar otra limitación de la parte empírica, el tratamiento de *pooled* de los datos. Con este procedimiento perdemos en temporalidad, eliminando todo indicio de evolución dinámica. No obstante, hemos considerado que ganamos en representatividad estadística y, al operar con un mayor volumen de datos, las estimaciones se consideran más precisas.

5.1.2. Conclusiones y limitaciones sobre los factores tratados

De manera más concreta vamos a analizar las conclusiones más relevantes sobre cada uno de los factores explicativos estudiados.

a) *Tamaño de la empresa*

Desde el punto de vista teórico, el tamaño de la empresa es un factor que ha sido ampliamente tratado. Sin embargo, la modalidad de entrada con respecto a la cual se ha estudiado el tamaño es la filial de plena propiedad. La mayor parte de las publicaciones que hay sobre este tema tratan de explicar por qué las empresas de gran tamaño optan por las filiales de plena propiedad [véanse a título de ejemplo: CASSERES (1985); FRANKO (1987); GOMES-CASSERES (1985); KOGUT y SINGH (1988a, 1988b); CHEN, CHEN y KU (2004); MERINO (2004)]. Sin embargo, son escasos los trabajos que tratan de explicar por qué las empresas pequeñas eligen la ECI como modalidad de entrada.

Por ello, la aportación de este factor es el estudio de las posibles debilidades que tienen las empresas pequeñas y cómo estas debilidades son las que van a hacer que la empresa elija la ECI en lugar de la filial de plena propiedad.

Desde el punto de vista del análisis empírico, observamos cómo el comportamiento de la variable que mide el tamaño de la empresa confirma nuestra hipótesis que relaciona las empresas pequeñas con la ECI. Los resultados se mantienen en los diferentes modelos propuestos, sufriendo una ligera alteración —bajo nuestro criterio nada significativa— al modificar la manera de medir la modalidad de entrada en una de las múltiples alternativas formuladas. Así pues, podemos observar

cómo, en el sector manufacturero español, el tamaño de las empresas es un factor explicativo de la modalidad de entrada que eligen. Este puede considerarse un factor de gran importancia ya que mantiene su relevancia y apoya la hipótesis H1 prácticamente en todas las alternativas de medición propuestas.

b) *Tamaño del proyecto en el extranjero*

Desde el punto de vista teórico, hemos enfrentado los argumentos de las dos corrientes que analizan este factor. En nuestro caso, se ha optado por elegir la corriente mayoritaria que, por motivos de exposición al riesgo, relaciona el gran tamaño del proyecto con la elección de la ECI.

Desde el punto de vista empírico, se aprecia cómo esta variable es de las que más peso e importancia tiene en la elección de la ECI. Esto lo vemos a través de las diferentes técnicas estadísticas aplicadas ya que, en todas ellas, es fuertemente significativa, tiene un gran peso a la hora de condicionar la probabilidad a favor de la ECI (cuando la variable que recoge su efecto señala que el proyecto es de gran envergadura) y no se ve afectada por la forma de estar medida la variable que identifica la modalidad de entrada elegida.

Por todo esto observamos cómo la hipótesis H2, posicionada a favor de elegir la ECI cuando el tamaño del proyecto en el extranjero es grande, se ratifica en todos los modelos propuestos. Por ello podemos afirmar que, en el sector manufacturero español, tiene mucha importancia este factor a la hora de elegir el tipo de IDE. Esto puede ser debido a que, en dicho sector, el coste total del proyecto tiene, como origen, una fuerte inversión en maquinaria que de forma habitual constituye una poderosa barrera de salida. Por lo que las empresas que deban acometer fuertes inversiones en el exterior preferirán compartir los costes con otra empresa local para disminuir las barreras de salida y, con ello, el riesgo de la inversión.

c) *Intensidad innovadora de la empresa*

Desde un punto de vista teórico, podemos observar que hay una laguna en las explicaciones que vinculan la baja intensidad innovadora de la empresa con la ECI, ya que la mayor parte de las investigaciones se han centrado en explicar por qué las empresas con productos intensivos en I+D suelen preferir las filiales de plena propiedad [a título de ejemplo véanse los artículos de: HILL *et al.* (1990); AGARWAL (1994);

CHAN (1995); MAKINO y NEUPERT (2000); MALHOTRA *et al.* (2003); CHEN y HENNART (2004); PADMANABHAN, ZHAO *et al.* (2004)]. La aportación de este factor es el estudio de las posibles circunstancias que hacen que las empresas que destinan pocos recursos a la I+D prefieran la ECI a las filiales de plena propiedad.

Desde un punto de vista empírico, el grado de intensidad innovadora es muy relevante, ya que condicionará el tipo de IDE que elegirá la empresa. Así, a través de las diversas formas de contrastar la hipótesis H.3 vemos cómo se corrobora en sentido general. Es decir, las empresas con bajo grado de actividad investigadora eligen mayoritariamente la ECI, pero cuando tratamos de diferenciar las minoritarias y las mayoritarias frente a las filiales de plena propiedad vemos que su capacidad de discriminación disminuye.

De esta forma podemos ver tanto su capacidad explicativa como sus limitaciones. Las empresas que destinan pocos recursos a la I+D prefieren la utilización de la ECI minoritaria, ya que no tienen apenas riesgo de diseminación porque su contenido en I+D es relativamente bajo, así que no requieren un elevado grado de control. Por otra parte, también podría darse el caso de que la empresa lo que persiga sea adquirir tecnología más compleja para sus productos, por lo que a través de la ECI minoritaria incurrirá en una inversión relativamente pequeña, al tiempo que tendrá acceso a la tecnología de la empresa local.

La limitación la encontramos en el tratamiento de una ECI mayoritaria *versus* filiales de plena propiedad. En este punto no tiene relevancia el grado de intensidad investigadora. Esto puede ser debido a la forma de estar medido el factor a través de una variable dicotómica, ya que perdemos parte de la información de la variable. Por tanto, el modelo ordinal nos explica que según aumenta la intensidad en I+D aumenta el grado de participación en la «filial» extranjera para ostentar mayor control. Sin embargo, al ser la variable dicotómica, no podemos precisar el punto a partir del cual preferimos una filial de plena propiedad en lugar de una ECI mayoritaria.

d) *Experiencia de la empresa*

Otro de los factores que identificamos como explicativos de la ECI es la experiencia de la empresa. Al hablar de este concepto se hizo necesario precisar al tipo concreto al que nos estábamos refiriendo, es decir, si la experiencia de la empresa se refería a su mercado doméstico o si lo hacía a los mercados internacionales. Así diferenciamos la experiencia doméstica de la experiencia internacional.

- Experiencia doméstica

Desde un punto de vista teórico y empírico, este factor ha pasado desapercibido en la literatura y no hay estudios ni análisis sobre su relación con la IDE. No obstante, en este trabajo se creyó oportuno introducirlo para comprobar si tal laguna se correspondía con una nueva línea de investigación o no.

Los resultados son positivos ya que podemos observar cómo, de manera general, este factor es importante a la hora de estudiar la modalidad de entrada directa en el exterior.

Así pues, en el árbol de decisiones podemos ver cómo las empresas con un nivel relativamente bajo de experiencia doméstica prefieren la ECI como modalidad de entrada. Esto puede deberse a la situación de desventaja inicial que soportan las organizaciones que llevan poco en el mercado y quieren entrar a competir en mercados internacionales. Por ello, este tipo de empresas tratarán de contrarrestar esta deficiencia a través de la contribución de un socio local.

En la regresión binomial obtenemos un dato adicional. Este tipo de factor toma mayor peso, a la hora de influir en la elección de la ECI, cuando denota escasez de experiencia doméstica y, al mismo tiempo, cuando la empresa está llevando a cabo una estrategia de diversificación. Esto puede deberse a que la necesidad de conocimientos aumenta al incrementarse el grado de cambio al que se enfrenta la organización. La empresa no sólo se está dirigiendo a mercados internacionales nuevos sino que, además, trata de introducir un nuevo tipo de producto. La falta de experiencia doméstica hará que la empresa perciba un mayor grado de riesgo en sus acciones, por lo que tratará de buscar un socio local con el que compartir el riesgo y, al mismo tiempo, pueda compensar su carencia.

Por otra parte, cuando tratamos de alcanzar un mayor grado de información sobre este factor (a través de introducir la distinción entre ECI minoritarias y mayoritarias) comprobamos que la forma en que medimos la variable que aproxima el tipo de modalidad de entrada influye considerablemente en los resultados.

Sólo la regresión logística ordinal nos aporta datos significativos. Podemos ver cómo según va disminuyendo el grado de experiencia doméstica (incremento limitado por ser una variable dicotómica) aumenta la probabilidad de que las empresas vayan eligiendo modalidades que entrañen un bajo grado de control, es decir, hay mayor tendencia hacia la elección de una ECI, y viceversa. No obstante, esto sólo puede mantenerse para modalidades de entrada donde la plena propiedad comience

a partir de la tenencia del 90 por 100 de las acciones —para porcentajes menores esta variable carece de relevancia.

En resumen, la aportación de este factor es su aplicación al campo de la IDE, ya que hemos comprobado que es un factor relevante a la hora de estudiar el fenómeno que nos ocupa.

- Experiencia internacional

Desde un punto de vista teórico se ha procedido a la revisión y exposición de las tres posturas sostenidas en la literatura: *a)* la ECI y el factor se relacionan de forma negativa; *b)* la ECI y el factor se relacionan de forma positiva; y *c)* la ECI y el factor se relacionan en forma de U.

Desde el punto de vista empírico, las limitaciones concernientes a la medición de la variable que recoge este efecto (dicotómica) han limitado la profundidad del estudio. Así pues, sólo se han podido contrastar las dos principales corrientes (donde la ECI y la experiencia internacional presentan una relación lineal). De esta forma hemos corroborado que la postura dominante (relación negativa entre la experiencia internacional y la elección de la ECI) es la que mejor se corresponde con el comportamiento de las empresas manufactureras españolas.

En resumen, las empresas manufactureras españolas que carecen de experiencia en los mercados internacionales, ya sea por ser la primera vez que abordan esta acción o porque anteriormente hayan realizado sus actividades exteriores a través de intermediarios externos, preferirán la ECI como forma de acceso al país de destino. Esto se puede deber a la falta de conocimientos específicos en el área internacional, problema que se puede ver solventado con la acción de un socio local que se encargue de las gestiones locales; al tiempo que la empresa minimiza su riesgo de exposición al no comprometer un elevado número de recursos.

e) *Estrategias empresariales*

Sobre este aspecto hemos pretendido analizar el efecto que tienen las estrategias desarrolladas por la organización en el tipo de IDE elegida. Para ello hemos procedido a analizar las aportaciones parciales existentes. Además, en los estudios realizados sobre los factores que influyen en la IDE, rara vez se estudian los diferentes tipos de estrategias que desarrollan las empresas de manera simultánea.

- Estrategias de internacionalización: multipaís *versus* globales

Desde el punto de vista teórico, una de las estrategias a la que más atención le han prestado los investigadores son las de internacionalización, siendo una postura ampliamente sostenida la que relaciona las estrategias multipaís con la ECI y las estrategias globales con las filiales de plena propiedad. Así pues, en este trabajo se han intentado recopilar los fundamentos de tales afirmaciones.

Desde un punto de vista empírico, su análisis no ha sido demasiado exitoso en un principio, ya que sólo en la regresión logística ordinal la variable se ha mostrado significativa y confirmatoria de la hipótesis H5.1.

Sin embargo, tanto en los modelos multinomiales como ordinales, la variable que recoge el efecto de las estrategias de internacionalización adquiere significatividad si variamos la forma en la que está medida la variable dependiente. Es más, cualquier otra medición de la misma hace que este factor adquiera una gran relevancia en el análisis.

Así pues, las empresas del sector manufacturero español que desempeñen estrategias multipaís preferirán la ECI como modalidad de entrada, pero sólo si ampliamos el intervalo que consideraremos de plena propiedad. Esto puede ser debido a la limitación que supone la forma de estar medida la variable dependiente ya que, al establecer categorías, estamos eliminando parte de la información en el modelo.

- Estrategias de crecimiento: expansión *versus* diversificación

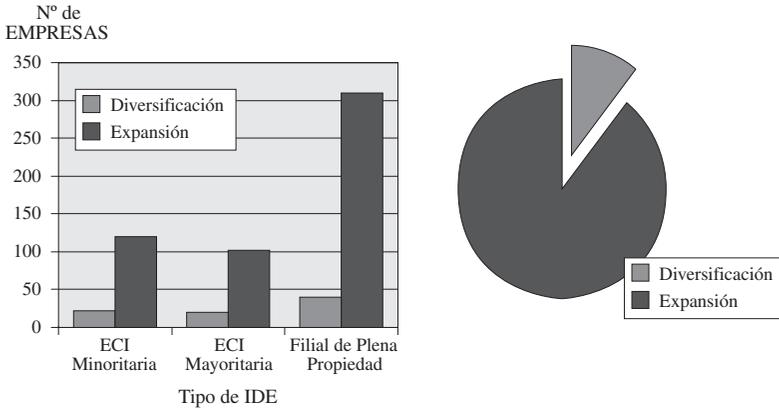
Desde un punto de vista teórico, hemos procedido a la revisión de las explicaciones que vinculan las estrategias de diversificación con la ECI.

Desde un punto de vista empírico, hemos podido analizar el impacto de las estrategias de expansión y de diversificación en las modalidades de entrada mencionadas, ya que la ESEE tiene a disposición de los investigadores unos índices contruidos para este fin.

Sin embargo, la estrategia de diversificación no ha resultado ser relevante en su conjunto. El motivo parece ser la gran tendencia hacia la estrategia de expansión por todo el sector manufacturero. Así pues, podemos ver cómo no hay una discriminación significativa entre la estrategia de crecimiento seguida y la modalidad de entrada. Este hecho se puede apreciar de forma aproximada en la figura 5.1.

FIGURA 5.1

RELACIÓN ENTRE LA ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO Y LA IDE



Fuente: Elaboración propia.

- Estrategias de negocio: liderazgo en costes *versus* diferenciación de producto

En el terreno teórico podemos observar cómo, a pesar del elevado número de publicaciones sobre la IDE, siguen quedando importantes lagunas. Tal es el caso de las estrategias de negocio, ya que no se han realizado estudios que vinculen las estrategias de liderazgo en costes con la ECI; centrándose los autores en la explicación que vincula la estrategia de diferenciación de producto con la filial de plena propiedad [ver: COUGHLAN y FLAHERTY (1983); COUGHLAN (1985); LÓPEZ DUARTE y GARCÍA CANAL (1998); CHEN y HENNART (2004); ZHAO *et al.* (2004)].

Por ello, este factor aporta la perspectiva opuesta a los trabajos desarrollados, tratando de dar una visión teórica de por qué las empresas que siguen estrategias de liderazgo en costes prefieren la ECI a las filiales de plena propiedad.

En el terreno empírico, podemos observar el gran peso que este factor tiene a la hora de condicionar que las empresas opten por un tipo de IDE en concreto. Así pues, según va disminuyendo la diferenciación de producto (y por ende, aumentando el liderazgo en costes) la preferencia por modalidades de participación compartida aumenta de forma muy pronunciada. De manera que, las empresas que persigan ser líderes en costes y se dirijan a los mercados internacionales, tendrán una fuerte inclinación a elegir la ECI. Esta estrategia se ve reforzada con este tipo de

modalidad de entrada ya que, por definición, la IDE es la que menor coste le supone a la organización.

No obstante, la medición de esta variable tiene una clara limitación, y es el haber medido el liderazgo en costes a través de los gastos en publicidad sobre ventas. De esta forma, la estrategia que estamos aproximando con mayor exactitud es la de diferenciación de producto y no lo contrario. Sin embargo, no es extraño suponer que uno de los gastos que recortan las empresas que persiguen disminuir sus costes son los gastos en publicidad. Según este supuesto, las dos estrategias serían los dos extremos de un *continuum*.

La principal aportación de este factor es el gran peso que supone en la decisión del tipo de IDE a elegir por las empresas manufactureras españolas, siendo, sin lugar a dudas, la estrategia que más influye.

f) *La distancia cultural y el riesgo país*

Son numerosas las publicaciones que abordan la problemática que nos ocupa. Sin embargo, no hay consenso en lo referente a su definición. Así pues, se ha procedido a la revisión de los conceptos más relevantes sobre la distancia cultural, así como sus definiciones análogas (distancia *geográfica/geocultural* y distancia *psíquica*). A partir de lo anterior, en este trabajo se propone una definición alternativa de distancia cultural.

Por otra parte, se ha hecho un estudio sobre las dimensiones que abarca este factor, ya que tiene una naturaleza híbrida, incorpora elementos tanto internos como externos a la organización.

Finalmente, se han encontrado diferentes posturas sobre la distancia cultural: *a)* la distancia cultural y la ECI mantienen una relación directa; *b)* la distancia cultural y la ECI mantienen una relación inversa; y *c)* postura integradora de las dos anteriores (incorporando una variable moderadora). Por lo que hemos procedido a la revisión de todas ellas para exponer los razonamientos de cada una. Además, con respecto a la postura integradora, hemos creído conveniente hacer nuestra propia aportación a través de la introducción del riesgo país como variable moderadora.

En el marco empírico, hemos conseguido corroborar nuestro supuesto de que la distancia cultural es un factor de naturaleza híbrida, además de haber contrastado las tres posturas existentes con el objetivo de averiguar cuál es el comportamiento que siguen las empresas manufactureras españolas.

Con respecto a la naturaleza de la distancia cultural: uno de los componentes que consideramos relacionados con ella en el ámbito interno es «el conocimiento previo que tenga del país al que se va a dirigir la empresa matriz», lo cual está relacionado con lo que identificamos como experiencia internacional de la empresa. Esta aportación se ve contrastada por la evidencia empírica del estudio, ya que vemos cómo, en todos los modelos propuestos, aparece la interacción entre estos dos factores como muy significativa y de gran peso. Por ello, podemos ver cómo la falta de experiencia internacional aumenta el efecto de la distancia cultural en la decisión de elegir la filial de plena propiedad. Por otra parte, otro de los componentes, esta vez del ámbito externo, que consideramos relacionado son «las características propias del país al que nos estamos dirigiendo, ya sean [...] económicas». Aquí podemos apreciar la importancia del riesgo económico del país de destino, que es un componente del riesgo país. Así pues, también podemos ver cómo en todas las interacciones seleccionadas de manera objetiva por el programa estadístico, la relación entre estos dos factores es altamente significativa. En resumen, vemos cómo la distancia cultural está fuertemente vinculada con la experiencia internacional —ámbito interno— como con el riesgo país —ámbito externo—. Por tanto, podemos confirmar la naturaleza híbrida de este factor.

Con respecto a las posturas que defienden el tipo de relación entre la distancia cultural y el tipo de IDE, hemos podido confirmar que las empresas del sector industrial español, enfrentadas a una elevada distancia cultural, prefieren las modalidades de plena propiedad. Esto se corresponde con la corriente minoritaria de la literatura. De esta forma vemos cómo, si las empresas se dirigen a países culturalmente distantes, prefieren ostentar el control total de las operaciones como medida de prevención ante comportamientos oportunistas.

En cuanto a la tercera postura, que ofrece una visión integradora, es la que más aporta. En los diferentes modelos estadísticos utilizamos las técnicas de inclusión por pasos hacia delante, es decir, no forzamos la entrada de la interacción entre la distancia cultural y el riesgo país. Sin embargo, tal interacción resultó ser seleccionada «objetivamente» en todos los modelos. Además, al igual que resultó ser muy significativa y de gran peso en todas las técnicas estadísticas, no sufre alteraciones relevantes ante cambios en la forma de medir la variable dependiente. Por tanto, podemos afirmar que, a la hora de estudiar el país de destino, es muy importante analizar la distancia cultural junto con el riesgo país, ya que son variables que deben ser consideradas conjuntamente debido al gran peso que poseen en la toma de decisiones sobre la modalidad de entrada.

Podemos observar cómo las empresas que se dirigen a países culturalmente distantes y con un riesgo país bajo, prefieren utilizar las filiales de plena propiedad —lo cual responde a la hipótesis H6b— por los motivos expuestos anteriormente. Sin embargo, si el país en cuestión está caracterizado por tener un elevado riesgo país, la situación cambia. Las empresas perciben la inversión de forma más arriesgada y, el coste de las posibles pérdidas lo estiman superior al coste de los posibles comportamientos oportunistas, por lo que tratarán de elegir la modalidad de entrada que minimice el riesgo de la inversión. Por ello, abandonarán la idea de elegir la filial de plena propiedad —que elimina los costes derivados de los posibles comportamientos oportunistas— y prefieren la opción de la ECI —que minimiza el riesgo y las posibles pérdidas de la inversión.

Finalmente debemos comentar que, en un primer momento, no consideramos el riesgo país como un posible factor explicativo de la ECI. Sin embargo, aunque no se mantiene esta suposición en todos los análisis, hemos encontrado indicios de que este factor, por sí mismo, puede tener cierto efecto en la decisión que nos ocupa, por lo que será interesante analizarlo detenidamente en futuras investigaciones.

5.2. FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Este estudio pretende ser el primer paso en una investigación más amplia sobre el proceso de internacionalización de las empresas.

Así pues, desde un punto de vista teórico se pretende ampliar el modelo explicativo de la toma de decisiones de las empresas al resto de modalidades de entrada. Por tanto, se profundizará más en los factores que determinan la modalidad de entrada de la organización, tanto en las inversiones indirectas como en las inversiones directas.

Así pues, el modelo final consistirá en la explicación completa del proceso de internacionalización de las empresas. Se proyecta detectar un conjunto de factores que explique el proceso completo en la internacionalización de forma que, a partir de ellos, seamos capaces de estimar cuál es el comportamiento más probable de las organizaciones.

En una segunda etapa, se intentará estudiar el grado de éxito de las empresas que, efectivamente, sigan los patrones más probables de comportamiento, con respecto a las que tomen decisiones impredecibles. Según los resultados, si las empresas que se ajusten al patrón previsto tienen mayores beneficios consideraremos que el modelo propuesto será una herramienta de análisis y de apoyo para la organización ya que, si

se ajustan al modelo, se presumirá que maximizarán sus beneficios. Sin embargo, si las empresas que siguen comportamientos imprevistos son las que mayores beneficios obtienen, trataremos de averiguar los motivos que ocasionan tal circunstancia y, por tanto, trataremos de investigar sobre las nuevas tendencias que propician el éxito empresarial.

Desde un punto de vista empírico, vamos a tratar de ahondar más en el comportamiento de las empresas manufactureras españolas. Esto podremos hacerlo a través de la aplicación de otras técnicas estadísticas —como puede ser el Tobit— para intentar conocer mejor las relaciones entre los factores explicativos y la IDE. Además, se procederá al análisis de los datos de la ESEE a través de técnicas de panel completo, en lugar de utilizar un *pooled*.

Por otra parte, se intentará construir un modelo predictivo del comportamiento empresarial. El objetivo será la construcción de una herramienta orientativa para que las empresas prevean cuál será el tipo de modalidad de entrada más probable que seguirán las empresas de la competencia. Debido a que, con los modelos propuestos, la capacidad predictiva no es óptima, utilizaremos las redes neuronales y las máquinas de vector soporte, con las que conseguiremos una elevada capacidad predictiva, aunque irá en detrimento del estudio de las interrelaciones que dan lugar al modelo.

La operatividad será la misma con respecto a los siguientes pasos propuestos anteriormente. Es decir, según vayamos construyendo el modelo completo iremos estudiando las diferentes interrelaciones con los modelos lineales, al tiempo que trataremos de construir modelos predictivos con las redes neuronales y las máquinas de vector soporte.

Finalmente, sería interesante replicar el modelo en el sector servicios, así como en otros países para hacer un análisis comparativo sobre las diferencias encontradas.

ANEXO I

MODALIDADES DE ENTRADA

De forma genérica la empresa podrá elegir entre inversiones indirectas —exportaciones y licencias— e inversiones directas en el exterior (IDE's) —empresas conjuntas internacionales y filiales propias.

De forma muy simple, la diferencia entre las modalidades¹ anteriores radica en el grado de compromiso y de control que la empresa nacional ejerce en el exterior. Las inversiones indirectas en el exterior son las que menos riesgo y esfuerzo suponen (YOUNG *et al.*, 1989). Así, las exportaciones son el método más «sencillo» (LÓPEZ RODRÍGUEZ, 2004: 63) ya que es el que requiere menor inversión y, por tanto, menor riesgo asociado. En esta opción la producción se realiza en el país de origen y, desde él, se abastecen los mercados internacionales. Dentro de esta estrategia de entrada, la empresa podrá elegir entre exportaciones directas —cuando la actividad exportadora la realiza la propia empresa—, exportaciones indirectas —cuando esta actividad se realiza a través de intermediarios— o exportaciones «canguro» o «*piggy-back*» —dos empresas, una con amplia experiencia exportadora y otra con poca experiencia, deciden exportar conjuntamente sus productos, que suelen ser complementarios.

Las licencias (PLA BARBER y LEÓN DARDER, 2004: 70) consisten en «la firma de un contrato entre el poseedor de un derecho transferible y otra empresa, por medio del cual se autoriza a esta última, bajo determinadas circunstancias, a hacer uso de dicho derecho a cambio de un

¹ Para una descripción más detallada sobre las modalidades de entrada ver: PLA BARBER y LEÓN DARDER (2004: 65-84).

pago fijo inicial y/o un pago periódico relacionado con la cifra de ventas». Así pues, no se produce una aportación de capital por parte de la empresa matriz, por lo que no tendrá que afrontar los costes y riesgos de apertura que supone la introducción en un mercado extranjero. Según se expone en la UNCTAD (2005) tendríamos una gran diversidad de tipos de licencias: franquicias, contratos de gestión, acuerdos de distribución, contratos de fabricación y cesión de patentes...

El otro tipo de modalidades de entrada son la IDE, a través de las cuales las empresas comprometen sus propios recursos en el exterior, por ello son la opción con más riesgo: empresa conjunta internacional y filial de plena propiedad.

Las empresas conjuntas internacionales son el resultado de la asociación entre dos o más empresas —de diferente nacionalidad— que aportan recursos y habilidades para desarrollar un negocio en el que se comparte el control, los beneficios y los riesgos. Dentro de lo que catalogamos como ECI tenemos diversas tipologías según el criterio aplicado, por ejemplo citaremos la ECI minoritaria, igualitaria y mayoritaria. Éstas son aquéllas donde el criterio utilizado para clasificarlas es el porcentaje de participación de cada una de las empresas participantes.

Las filiales de plena propiedad acontecen cuando la empresa localiza unidades productivas en el exterior ostentando un pleno control sobre las mismas. Ésta es la alternativa más costosa y la que más riesgo conlleva. Podemos encontrar dos tipos de filiales propias, las de nueva creación *versus* las adquisiciones. La diferencia entre ambas estriba en si la empresa crea toda la infraestructura de la filial o, si por el contrario, opta por comprar una empresa ya establecida y, simplemente, modifica y adecua su estructura.

ANEXO II

ÍNDICE DE HOFSTEDE

I. INTRODUCCIÓN

El modelo más utilizado para medir la distancia cultural es el planteado por HOFSTEDE (1980, 2001). Este modelo se construye a partir de 160.000 encuestas realizadas a trabajadores de la empresa IBM de más de 50 países. Con la información recopilada se definen cuatro dimensiones¹. Cada país se caracteriza por las puntuaciones alcanzadas, de esta manera, pueden ser ordenados de manera empírica en grupos similares.

Las dimensiones identificadas son: *a*) la «distancia jerárquica» (de pequeña a grande), donde se puntúa el tipo de concepción que se tiene sobre la desigualdad social y obtenemos las relaciones de dependencia en el país —de los subordinados con respecto a sus jefes—; *b*) el «individualismo» *versus* el «colectivismo», se trata de medir el papel del individuo y del grupo, es decir, si las personas tienen una cultura que hace que se preocupen sólo por sí mismos y de su familia más próxima, o si por el contrario las personas persiguen el bienestar del grupo al que pertenecen; *c*) «feminidad» *versus* «masculinidad», donde se mide el tipo de comportamiento y de prioridades siendo femenina la conducta que prioriza la calidad de vida (buenas relaciones laborales, seguridad en el trabajo, cooperación, vivir en un entorno agradable), frente a la masculina que refuerza la autoafirmación y la competencia (remuneración,

¹ Según HOFSTEDE (1999: 48), una dimensión es un aspecto de una cultura que puede medirse en relación con otras culturas.

reconocimiento, promoción, reto); y *d*) el «control de la incertidumbre» (de débil a fuerte) mide la tolerancia de la ambigüedad.

Posteriormente se identificó una quinta dimensión, la «orientación a largo plazo» en la vida frente a una «orientación a corto plazo», es lo que BOND (1987) denominó el «dinamismo de Confucio» y trata de medir la búsqueda de la virtud por parte de la sociedad.

II. CÁLCULO DEL ÍNDICE DE HOFSTEDE

Partiendo de las tablas elaboradas por HOFSTEDE (1980) debemos referenciar las puntuaciones con respecto a España, ya que será el país-base para interpretar las comparaciones. Para ello, KOGUT y SINGH (1988: 422) desarrollaron la siguiente fórmula que nos permite elegir el

país de referencia: $DC_j = \sum_{i=1}^4 \left\{ \left(I_{ij} - I_{iu} \right)^2 / V_i \right\} / 4$, donde I_{ij} se refiere a

la *i*-ésima dimensión cultural del *j*-ésimo país; V_i es la varianza del índice de la *i*-ésima dimensión; *u* indica el país de referencia (en nuestro caso España), y DC_j es la diferencia cultural del país *j*-ésimo con respecto a España.

De esta forma hemos elaborado el cuadro A.1, donde se recogen las puntuaciones de cada una de las cinco dimensiones y se aplica la citada fórmula para calcular la distancia cultural. Sin embargo, la quinta dimensión ha tenido que ser excluida ya que no contamos con el dato correspondiente a España.

CUADRO A.1
ÍNDICES DE DISTANCIA CULTURAL

País	PDI	IDV	MAS	UAI	LTO	DC
África Occidental*	77	20	46	54	16	1,0728
África Oriental*	64	27	41	52	25	0,7676
Alemania	35	67	66	65	31	0,9993
Argentina	49	46	56	86		0,1931
Australia	36	90	61	51	31	1,6702
Austria	11	55	79	70		2,3254
Bélgica	65	75	54	94		0,4056
Brasil	69	38	49	76	65	0,2293

CUADRO A.1 (Cont.)

País	PDI	IDV	MAS	UAI	LTO	DC
Canadá	39	80	52	48	23	1,2287
Chile	63	23	28	86		0,4855
China	80	20	66	40	118	2,0435
Colombia	67	13	64	80		1,0212
Corea del Sur	60	18	39	85	75	0,4541
Costa Rica	35	15	21	86		1,1268
Dinamarca	18	74	16	23		3,3064
Ecuador	78	8	63	67		1,4853
El Salvador	66	19	40	94		0,4916
España	57	51	42	86		0
Estados Unidos	40	91	62	46	29	1,8111
Filipinas	94	32	64	44	19	2,0443
Finlandia	33	63	26	59		0,8905
Francia	68	71	43	86		0,2304
Grecia	60	35	57	112		0,5738
Guatemala	95	6	37	101		1,7427
Hong Kong	68	25	57	29	96	1,9327
Hungría	46	55	88	82		1,6715
India	77	48	56	40	61	1,2996
Indonesia	78	14	46	48		1,4450
Irán	58	41	43	59		0,3609
Irlanda	28	70	68	35		2,2610
Israel	13	54	47	81		1,1109
Italia	50	76	70	75		0,9232
Jamaica	45	39	68	13		2,9789
Japón	54	46	95	92	80	2,1426
Malasia	104	26	50	36		2,6253
México	81	30	69	82		1,0546
Noruega	31	69	8	50	20	1,9439
Nueva Zelanda	22	79	58	49	30	1,7915
Países Árabes*	80	38	52	68		0,5799

CUADRO A.1 (Cont.)

País	PDI	IDV	MAS	UAI	LTO	DC
Países Bajos	38	80	14	53	44	1,6082
Pakistán	55	14	50	70	0	0,7179
Panamá	95	11	44	86		1,4560
Perú	64	16	42	87		0,5248
Polonia	68	60	64	93		0,4855
Portugal	63	27	31	104		0,4865
Reino Unido	35	89	66	35	25	2,4267
República Checa	57	58	57	74		0,2520
Singapur	74	20	48	8	48	3,2405
Sudáfrica	49	65	63	49		1,0458
Suecia	31	71	5	29	33	2,9896
Suiza	34	68	70	58		1,3442
Tailandia	64	20	34	64	56	0,6772
Taiwán	58	17	45	69	87	0,6029
Turquía	66	37	45	85		0,1318
Uruguay	61	36	38	100		0,1980
Venezuela	81	12	73	76		1,7040

PDI → «Distancia al poder»; IDV → «Individualismo»; MAS → «Masculinidad»; UAI → «Control de la incertidumbre»; LTO → «Orientación al largo plazo»; DC → «Distancia cultural».

* Valores estimados:

Países Árabes → Egipto, Irak, Kuwait, Líbano, Libia, Arabia Saudí, Emiratos Árabes Unidos; África Oriental → Etiopía, Kenia, Tanzania, Zambia; África Occidental → Ghana, Nigeria, Sierra Leona.

Fuente: Elaboración propia a partir de HOFSTEDE (2001).

III. APLICACIÓN A NUESTRO ESTUDIO

En el análisis que hemos realizado se ha optado por descartar el índice de HOFSTEDE debido a la falta de consistencia con nuestro estudio.

Así pues, podemos encontrar en la literatura ciertas críticas que sugieren cautela en su uso. Entre ellas tenemos la antigüedad del estudio, ya que se realizó en los años setenta y no ha sido actualizado desde enton-

ces. La falta de consideración de las diferencias culturales en el interior de cada país (DORFMAN y HOWELL, 1988; NICHOLSON, 1991; ROBERTS y BOYACIGILLER, 1984; ARMSTRONG, 1996). Otros investigadores han criticado la poca información obtenida de los ítems que miden cada dimensión (ROBINSON, 1983) así como la calificación de las dimensiones (JAEGER, 1986; TRIANDIS, 1982). Finalmente, el hecho de que todos los encuestados pertenecían a la misma empresa en los distintos países —IBM— (JAEGER, 1986), esto puede producir un sesgo en los resultados, ya que se puede estar midiendo la cultura organizacional de IBM en lugar de la cultura nacional.

Además, en nuestro caso, el índice adolece de otro inconveniente, y es la limitación del estudio a ciertos países. De esta forma, nuestra muestra de empresas manufactureras españolas se dirige a un total de 38 países diferentes, de los cuales nueve quedan sin catalogar en el índice de HOFSTEDE.

El tratamiento habitual para puntuar estos casos ha venido siendo el cálculo de la media aritmética de los países circundantes. Para ello el cálculo se debería hacer a partir de los siguientes datos:

CUADRO A.2
PAÍSES SIN IDENTIFICAR EN EL ÍNDICE DE HOFSTEDE

Países de la muestra	Datos necesarios para su cálculo
Bolivia	Perú, Chile, Argentina, Brasil, Paraguay
Bulgaria	Yugoslavia, Grecia, Turquía, Rumania, Macedonia
Cuba	—
Marruecos	Argelia, Sahara Occidental
Rumania	Bulgaria, Yugoslava, Hungría, Ucrania, Moldova
Rusia	Finlandia, China, Mongolia, Georgia, Azerbaiyán, Ucrania, Belarús, Letonia, Estonia
Rep. de Trinidad y Tobago	—
Túnez	Argelia, Libia
Ucrania	Rusia, Belarús, Polonia, Eslovaquia, Hungría, Rumania, Moldova

Fuente: Elaboración propia.

Como puede observarse, ninguno de los países puede ser aproximado ya que también se carece de la información necesaria para ello. En algu-

nos casos por tratarse de islas (Cuba, República de Trinidad y Tobago), en otros casos por carecer de parte de los datos (Bolivia, Bulgaria, Rumania) y en otros por faltar la práctica totalidad de los mismos (Marruecos, Rusia, Túnez, Ucrania).

De esta forma podemos ver cómo si incluyésemos este índice para el análisis empírico estaríamos utilizando aproximaciones imprecisas o inventadas. Así como el hecho de que los datos originales arrojan resultados no siempre certeros, como puede ser el hecho de que —según este índice— España mantiene una menor distancia cultural con Turquía que con Chile.

BIBLIOGRAFÍA

- AGARWAL, S. (1994), «Socio-Cultural Distance and the Choice of Joint Venture: A Contingency Perspective», *Journal of International Marketing*, vol. 2, núm. 2, pp. 63-80.
- AGARWAL, S. y S. N. RAMASWAMI (1992), «Choice of Foreign Market Entry Mode: Impact of Ownership, Location and Internalization Factors», *Journal of International Business Studies*, vol. 23, núm. 1, pp. 1-27.
- AHARONI, Y. (1966), *The Foreign Investment Decision Process*. Boston: Harvard University Press.
- AMIT, R. y P. J. H. SCHOEMAKER (1993), «Strategic Assets and Organizational Rent», *Strategic Management Journal*, vol. 14, núm. 1, pp. 33-46.
- ANAND, J. y A. DELIOS (1997), «Location Specificity and the Transferability of Downstream Assets to Foreign Subsidiaries», *Journal of International Business*, vol. 28, núm. 3, pp. 579-603.
- ANDERSON, E. y A. T. COUGHLAN (1987), «International Market Entry and Expansion Via Independent or Integrated Channels of Distribution», *Journal of Marketing*, vol. 51, núm. 1, pp. 71-82.
- ANDERSON, E. y H. GATIGNON (1986), «Modes of Foreign Entry: A Transaction Cost Analysis and Propositions», *Journal of International Business Studies*, vol. 17, núm. 3, pp. 1-26.
- ANSOFF, I. (1987), *Corporate Strategy* (re-edited). Harmondsworth: Penguin Books.
- ARMSTRONG, R. W. (1996), «The Relationship Between Culture and Perception of Ethical Problems in International Marketing», *Journal of Business Ethics*, vol. 15, núm. 11, pp. 1199-1208.
- ARROW, K. (1962), «The Economic Implications of Learning by Doing», *Review of Economic Studies*, vol. 29, núm. 2, pp. 155-173.
- AZOFRA, V. y A. MARTÍNEZ BOBILLO, (1999), «Transaction Costs and Bargaining Power: Entry Mode Choice in Foreign Markets», *Multinational Business Review*, vol. 7, núm. 1, pp. 62-75.
- BALAKRISHNAN, S. y M. KOZA (1991), «Organization Costs and a Theory of Joint Ventures» (sin publicar). Universidad de Minnesota.

- (1993), «Information Asymmetry, Adverse Selection and Joint-Ventures: Theory and Evidence», *Journal of Economic Behavior and Organization*, vol. 20, núm. 1, pp. 99-117.
- BALL, C. A. y A. E. TSCHOEGL (1982), «The Decision to Establish a Foreign Bank Branch or Subsidiary: An Application of Binary Classification Procedures», *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, vol. 17, núm. 3, pp. 411-425.
- BANERJI, K. y R. B. SAMBHARYA (1996), «Vertical Keiretsu and International Market Entry: The Case of The Japanese Automobile Ancillary Industry», *Journal of International Business Studies*, vol. 27, núm. 1, pp. 89-114.
- BARKEMA, H. G., J. H. BELL y J. M. PENNING (1996), «Foreign Entry, Cultural Barriers, and Learning», *Strategic Management Journal*, vol. 17, núm. 2, pp. 151-166.
- BARKEMA, H. G., O. SHENKAR, F. VERMEULEN y J. H. BELL (1997), «Working Abroad, Working With Others: How Firms Learn to Operate International Joint-Ventures», *Academy of Management Journal*, vol. 40, núm. 2, pp. 426-442.
- BARNEY, J. B. (1991), «Firm Resources and Sustained Competitive Advantage», *Journal of Management*, vol. 17, núm. 1, pp. 99-120.
- BEAMISH, P. W. (1984), *Joint Venture Performance In Developing Countries*. University of Western Ontario: Unpublished doctoral dissertation.
- BEAMISH, P. W. y J. C. BANKS (1987), «Equity Joint Venture and the Theory of the Multinational Enterprise», *Journal of International Business Studies*, vol. 18, núm. 2, pp. 1-16.
- BELL, J. (1995), «The Internationalization of Small Computer Software Firms. A Further Challenge to Stage Theories», *European Journal of Marketing*, vol. 29, núm. 8, pp. 60-75.
- BENITO, G. y GRIPSRUD, G. (1992), «The Expansion of Foreign Direct Investments: Discrete Rational Location Choices or a Cultural Learning Process?», *Journal of International Business Studies*, vol. 23, núm. 3, pp. 461-476.
- BERG, S., J. DUNCAN y P. FRIEDMAN (1982), *Joint Venture Strategic and Corporate Innovation*. Cambridge, MA: Oelgeschlager, Gunn and Hain.
- BIVENS, K. K. y E. B. LOVELL (1966), *Joint Ventures with Foreign Partners*. New York: National Industrial Conference Board.
- BLOMSTRÖM, M. y M. ZEJAN (1991), «Why Do Multinational Firms Seek Out Joint Ventures?», *Journal of International Development*, vol. 3, núm. 1, pp. 53-63.
- BOND, M. H. (1988), «Finding Universal Dimensions of Individual Variation in Multicultural Studies of Values: The Rokeach and Chinese Value Surveys», *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 55, núm. 6, pp. 1009-1015.
- BOYACIGILLER, N. (1990), «The Role of Expatriates in the Management of Independence, Complexity and Risk in Multinational Corporations», *Journal of International Business Studies*, vol. 21, núm. 3, pp. 357-381.
- BRADLEY, D. (1977), «Managing Against Expropriation», *Harvard Business Review*, vol. 55, núm. 4, pp. 75-83.
- BROUHERS, K. D. (2002), «Institutional, Cultural and Transaction Cost Influences on Entry Mode Choice and Performance», *Journal of International Business Studies*, vol. 33, núm. 2, pp. 203-221.

- BROUThERS, K. D. y L. E. BROUThERS (2001), «Explaining the National Cultural Distance Paradox», *Journal of International Business Studies*, vol. 32, núm. 1, pp. 177-189.
- BUCKLEY, P. J. y M. C. CASSON (1976), *The Future of Multinational Enterprise*. New York: Holmes and Meyer.
- (1998), «Analyzing Foreign Market Entry Strategies: Extending the Internalization Approach», *Journal of International Business Studies*, vol. 29, núm. 3, pp. 539-562.
- BURGEL, O. y G. C. MURRAY (2000), «The International Market Entry Choices of Start-up Companies in High-Technology Industries», *Journal of International Marketing*, vol. 8, núm. 2, pp. 33-62.
- BUTLER, K. C. y D. C. JOAQUIN (1998), «A Note On Political Risk And The Required Return Of Foreign Direct Investment», *Journal of International Business Studies*, vol. 29, núm. 3, pp. 599-608.
- CALOF, J. y P. BEAMISH (1995), «Adapting to Foreign Markets: Explaining Internationalization», *International Business Review*, vol. 4, núm. 2, pp. 115-131.
- CALVET, A. L. (1981), «A Synthesis of Foreign Direct Investment. Theories and Theories of the Multinational Firms», *Journal of International Business Studies*, vol. 12, núm. 1, pp. 43-59.
- CAMPA, J. M. y M. GUILLÉN (1999), «The Internalization of Exports: Firm —and Location— Specific Factors in a Middle-Income Country», *Management Science*, vol. 45, núm. 11, pp. 1463-1478.
- CASSON, M. (1979), *Alternatives to the Multinational Enterprise*. London: MacMillan.
- CAVES, R. E. (1981), «Intra-Industry Trade and Market Structure in the Industrial Countries», *Oxford Economic Papers*, vol. 33, núm. 2, pp. 203-223.
- (1982), *Multinational Enterprise and Technology Transfer*. Cambridge: Cambridge University Press.
- (1991), «Corporate Mergers in International Economic Integration», en A. GIOVANNINI y C. MAYER (eds.), *European Financial Integration*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 136-160.
- CAVUSGIL, S. T. y J. NAOR (1987), «Firm and Management Characteristics as Discriminators of Export Marketing Activity», *Journal of Business Research*, vol. 15, núm. 3, pp. 221-235.
- CEA D'ANCONA, M. A. (2002), *Análisis Multivariable: Teoría y Práctica en la Investigación Social*. Madrid: Síntesis.
- CHAN, P. S. (1995), «International Joint Ventures vs. Wholly Owned Subsidiaries», *Multinational Business Review*, vol. 3, núm. 1, pp. 37-44.
- CHANG, S. J. y P. M. ROSENZWEIG (2001), «The Choice of Entry Mode in Sequential Foreign Direct Investment», *Strategic Management Journal*, vol. 22, núm. 8, pp. 747-776.
- CHEN, H. y M. HU (2002), «An Analysis of Determinants of Entry Mode and its Impact on Performance», *International Business Review*, vol. 11, núm. 2, pp. 193-210.
- CHEN, S. F. S. y J. F. HENNART (2002), «Japanese Investors' Choice of Joint Ventures versus Wholly-Owned Subsidiaries in the US: The Role of Market Barriers and Firm Capabilities», *Journal of International Business Studies*, vol. 33, núm. 1, pp. 1-18.

- (2004), «A Hostage Theory of Joint Ventures: Why do Japanese Investors Choose Partial Over Full Acquisitions to Enter the United States?», *Journal of Business Research*, vol. 57, núm. 10, pp. 1126-1134.
- CHEN, T.-J., H. CHEN y Y.-H. KU (2004), «Foreign Direct Investment and Local Linkages», *Journal of International Business Studies*, vol. 35, núm. 4, pp. 320-333.
- CHOWDHURY, J. (1992), «Performance of International Joint Venture and Wholly Owners Foreign Subsidiaries: A Comparative Perspective», *Management International Journal*, vol. 32, núm. 2, pp. 115-133.
- COASE, R. (1937), «The Theory of the Firm», *Económica*, vol. 4, pp. 386-405.
- COHEN, R. B., N. FELTON, M. NKOSI y J. VAN LIERE (1982), «Introducción General», en S. H. HYMER (ed.) *La Compañía Multinacional: Un Enfoque Radical*. Madrid: H. Blume Ediciones, pp. 13-54.
- CONTRACTOR, F. J. (1984), «Choosing between Direct Investment and Licensing: Theoretical Considerations and Empirical Tests», *Journal of International Business Studies*, vol. 15, núm. 3, pp. 167-188.
- (1990), «Contractual and Cooperative Forms of International Business: Towards a Unified Theory of Modal Choice», *Management International Review*, vol. 30, núm. 1, pp. 31-54.
- CONTRACTOR, F. J. y S. K. KUNDU (1998), «Modal Choice in a World of Alliances: Analysing Organizational Forms in the International Hotel Sector», *Journal of International Business Review*, vol. 29, núm. 2, pp. 325-358.
- COUGHLAN, A. T. (1985), «Competition and Cooperation in Marketing Channel Choice: Theory and Application», *Marketing Science*, vol. 4, núm. 2, pp. 110-129.
- COUGHLAN, A. T. y T. FLAHERTY (1983), «Measuring the International Marketing Productivity of U.S. Semiconductor Companies», en D. GAUTSCHI (ed.), *Productivity and Efficiency in Distribution Systems*. Amsterdam: Elsevier Science Publishing, Amsterdam, pp. 123-149.
- CYER, R. M. y J. G. MARCH (1963), *A Behavioural Theory of the Firm*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- DANIELS, J. D., E. W. OGRAM y L. H. RADEBAUGH (1976), *International Business: Environments and Operations*. Reading, M.A.: Addison-Wesley.
- DAVIDSON, W. H. (1980a), «The Location of Foreign Direct Investment Activity: Country Characteristics and Experience Effects», *Journal of International Business Studies*, vol. 11, núm. 2, pp. 9-22.
- (1980b), *Experience Effects in International Transfer and Technology Transfer*. Ann Arbor: UMI Research Press.
- (1982), *Global Strategic Management*. New York: John Wiley.
- DAVIDSON, W. H. y D. G. McFETRIDGE (1985), «Key Characteristics in the Choice of International Technology Transfer», *Journal of International Business Studies*, vol. 16, núm. 2, pp. 5-22.
- DAVIES, H. (1977), «Technology Transfer Through Commercial Transactions», *The Journal of Industrial Economics*, vol. 26, núm. 2, pp. 161-175.
- DELIOS, A. y P. W. BEAMISH (1999), «Ownership Strategy of Japanese Firms: Transactional, Institutional, and Experience Influences», *Strategic Management Journal*, vol. 20, núm. 10, pp. 915-933.

- DELIOS, A. y W. J. HENISZ (2000), «Japanese Firms' Investment Strategies in Emerging Economies», *Academy of Management Journal*, vol. 43, núm. 3, pp. 305-323.
- DÍAZ MARTÍNEZ, Z., J. FERNÁNDEZ MENÉNDEZ y P. ALMODÓVAR MARTÍNEZ (2005), «Un enfoque de inteligencia artificial para la detección precoz de la insolvencia empresarial en el sector del seguro». Tenerife (25-27 septiembre): XV Congreso Nacional de ACEDE.
- DIANKOV, S., R. LA PORTA, F. LOPEZ DE SILANES y A. SHLEIFER (2000), «The Regulation of Entry», *NBER Working Paper*, 7892. Cambridge, Mass.
- DOMKE-DAMONTE, D. (2000), «Interactive Effects of International Strategy and Throughput Technology on Entry Mode for Service Firms», *Management International Review*, vol. 40, núm. 1, pp. 41-59.
- DORFMAN, P. W. y J. P. HOWELL (1988), «Dimensions of National Culture And Effective Leadership Patterns: Hofstede Revisited», en R. N. FARMER y E. G. MCGOUN (eds.) *Advances In International Comparative Management*. Greenwich, CT.: JAI Press, pp. 127-150.
- DUBIN, M. (1975), *Foreign Acquisitions and the Spread of the Multinational Firm*. Harvard Business School: Tesis Doctoral, Graduate School of Business Administration.
- DUNNING, J. H. (1973), «The Determinants of International Production», *Oxford Economic Papers*, vol. 25, núm. 3, pp. 289-335.
- (1977), «Trade Location of Economic Activity and the MNE: A Search for an Eclectic Approach», en O. OHLIN, P. HESSELBORN y M. WIJKMAN (eds.), *The International Allocation of Economic Activity*, London: Holmes and Meier, pp. 395-418.
- (1979), «Exploring Changing Patterns of International Production. In Defence of the Eclectic Theory», *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, vol. 41, núm. 4, pp. 269-295.
- (1980), «Towards an Eclectic Theory of International Production: Some Empirical Test», *Journal of International Business Studies*, vol. 11, núm. 1, pp. 9-31.
- (1981), *International Production and The Multinational Enterprise*. London: Allen and Unwin.
- (1983), «Changes in the Level and Structure of International Production: The Last One Hundred Years», en M. CASSON (ed.) *The Growth of International Business*. London: Allen and Unwin, pp. 84-139.
- (1988a), «The Eclectic Paradigm of International Production: The Restatement and some Possible Extensions», *Journal of International Business Studies*, vol. 19, núm. 1, pp. 1-31.
- (1988b), *Explaining International Production*. London: Allen and Unwin.
- (1993), *Multinational Enterprises and the Global Economy*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- (1995), «Reappraising the Eclectic Paradigm in an Age of Alliance Capitalism», *Journal of International Business Studies*, vol. 26, núm. 3, pp. 461-491.
- (2003), «Some Antecedents of Internalisation Theory», *Journal of International Business Studies*, vol. 4, núm. 2, pp. 108-115.
- DUNNING, J. H. y R. D. PEARCE (1975), *Profitability and Performance of the World's Largest Companies*. London: Financial Times Ltd.

- EKELEDO, I. y K. SIVAKUMAR (1998), «Foreign Market Entry Mode Choice of Service Firms: A Contingency Perspective», *Journal of the Academy of Marketing Science*, vol. 26, núm. 4, pp. 274-292.
- ERICSSON, K., A. JOHANSON, A. MAJKGARD y D. SHARMA (1997), «Experiential Knowledge and Cost in the Internationalization Process», *Journal of International Business Studies*, vol. 28, núm. 2, pp. 337-360.
- ERRAMILLI, M. K. (1991), «The Experience Factor in Foreign Market Entry Behavior of Service Firms», *Journal of International Business Studies*, vol. 22, núm. 3, pp. 479-501.
- (1992), «Influence of Some External and Internal Environmental Factors on Foreign Market Entry Mode Choice in Service Firms», *Journal of Business Research*, vol. 25, núm. 4, pp. 263-276.
- ERRAMILLI, M. K., S. AGARWAL y C. S. DEV (2002), «Choice between Non-Equity Entry Modes: An Organizational Capability Perspective», *Journal of International Business Studies*, vol. 33, núm. 2, pp. 223-242.
- ERRAMILLI, M. K. y D. E. D'SOUZA (1995), «Uncertainty and Foreign Direct Investment: The Role of Moderators», *International Marketing Review*, vol. 12, núm. 3, pp. 47-60.
- ERRAMILLI, M. K. y C. P. RAO (1990), «Choice of Foreign Market Entry Modes by Service Firms: Role of Market Knowledge», *Management International Review*, vol. 30, núm. 2, pp. 135-150.
- (1993), «Service Firms' International Entry-Mode Choice: A Modified Transaction-Cost Analysis Approach», *Journal of Marketing*, vol. 57, núm. 3, pp. 19-38.
- ESTEBAN TALAYA, A., J. GARCÍA DE MADARIAGA y M. J. NARROS GONZÁLEZ (1997), *Principios de Marketing*. Madrid: Esic.
- FAGRE, N. y L. T. JR. WELLS (1982), «Bargaining Power of Multinationals and Host Governments», *Journal of International Business Studies*, vol. 13, núm. 2, pp. 9-23.
- FLADMÖE-LINDQUIST, K. y L. L. JAQUE (1995), «Control Modes in International Service Operations: The Propensity to Franchise», *Management Science*, vol. 41, núm. 7, pp. 1238-1249.
- FRANKO, L. G. (1971), *Joint Venture Survival in Multinational Corporations*. New York: Praeger.
- GATIGNON, H. y E. ANDERSON (1988), «The Multinational Corporation Degree of Control over Subsidiaries: An Empirical Test of a Transaction Cost Explanation», *Journal of Law, Economics and Organization*, vol. 4, núm. 2, pp. 304-336.
- GHOSAL, S. (1987), «Global Strategy: An Organizing Framework», *Strategic Management Journal*, vol. 8, núm. 5, pp. 425-440.
- GOMES-CASSERES, B. (1985), *Multinational Ownership Strategies*. Michigan: UMI Press.
- (1989), «Ownership Structures of Foreign Subsidiaries», *Journal of Economic Behaviour and Organization*, vol. 11, núm. 1, pp. 1-25.
- (1990), «Firm Ownership Preferences and Host Governance Restrictions: An Integrated Approach», *Journal of International Business Review*, vol. 21, núm. 1, pp. 1-22.

- GOODNOW, J. D. y J. E. HANSZ (1972), «Environmental Determinants of Overseas Market Entry Strategies», *Journal of International Business Review*, vol. 3, núm. 1, pp. 33-50.
- GRANT, R. M. (1991), «The Resource-Based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation», *California Management Review*, núm. 33, pp. 114-135.
- GRUBERT, H. y J. MUTTI (1991), «Taxes, Tariffs, and Transfer Pricing in Multinational Corporate Decision Making», *Review of Economics and Statistics*, vol. 73, núm. 2, pp. 285-293.
- GUILLÉN, M. (2003), «Corporate Governance and Globalization. Is There a Convergence Across Countries?», *Advances in International Comparative Management*, vol. 13, pp. 175-204.
- GUISADO TATO, M. (2003), *Estrategias de Multinacionalización y Políticas de Empresa*. Madrid: Pirámide.
- GULER, I. e M. F. GUILLEN (2005), «Knowledge, Institutions, and Foreign Entry: The Internationalization of U.S. Venture Capital Firms», *Working Paper*, Pennsylvania: Wharton School.
- HARRIS, R. y D. RAVENSRAFT (1991), «The Role of Acquisitions in Foreign Direct Investment: Evidence from the U.S Stock Market», *Journal of Finance*, vol. 46, núm. 3, pp. 825-844.
- HARZING, A. W. (2000), «An Empirical Analysis and Extension of the Bartlett and Ghoshal Typology of Multinational Companies», *Journal of International Business Studies*, vol. 31, núm. 1, pp. 101-120.
- (2002), «Acquisitions versus Greenfield Investments: International Strategy and Management of Entry Modes», *Strategic Management Journal*, vol. 23, núm. 3, pp. 211-227.
- HEDLUND, G. y A. KVERNELAND (1985), «Are Strategies for Foreign Markets Changing? The Case of Swedish Investment in Japan», *International Studies of Management and Organization*, vol. 15, núm. 2, pp. 41-59.
- HELLEINER, G. y R. LAVERGNE (1979), «Intra-Firm Trade and Industrial Exports to the United States», *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, vol. 41, núm. 4, pp. 297-311.
- HENISZ, W. J. (2003), «The Power of the Buckley and Casson Thesis: The Ability to Manage Institutional Idiosyncrasies», *Journal of International Business Studies*, vol. 34, núm. 2, pp. 173-184.
- HENNART, J. F. (1982), *A Theory of Multinational Enterprise*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.
- (1988), «A Transaction Costs Theory of Equity Joint Venture», *Strategic Management Journal*, vol. 9, núm. 4, pp. 361-374.
- (1991), «The Transaction Cost Theory of the Multinational Enterprise», en C. PITELIS y R. SUGDEN (eds.), *The Nature of the Transnational Firm*. London: Routledge, pp. 81-116.
- HENNART, J. F. y J. LARIMO (1998), «The Impact of Culture on the Strategy of Multinational Enterprises: Does National Origin Affect Ownership Decisions?», *Journal of International Business Review*, vol. 29, núm. 3, pp. 515-538.
- HENNART, J. F. e Y. R. PARK (1993), «Greenfields vs. Acquisition: The Strategy of Japanese Investors in the United States», *Management Science*, vol. 39, núm. 9, pp. 1054-1070.

- HENNART, J. F. y S. REDDY (1997), «The Choice between Mergers/Acquisitions and Joint Ventures: The Case of Japanese Investors in the United States», *Strategic Management Journal*, vol. 18, núm. 1, pp. 1-12.
- HERRMANN, P. y D. K. DATTA (2002), «CEO Successor Characteristics and the Choice of Foreign Market Entry Mode: An Empirical Study», *Journal of International Business Studies*, vol. 33, núm. 3, pp. 551-569.
- HILL, C. W. L., P. HWANG y W. C. KIM (1990), «An Eclectic Theory of the Choice of International Entry Mode», *Strategic Management Journal*, vol. 11, núm. 2, pp. 117-128.
- HILL, C. W. L. y W. C. KIM (1988), «Searching for a Dynamic Theory of the Multinational Enterprise: A Transaction Cost Model», *Strategic Management Journal*, vol. 9 (Special Issue), pp. 93-104.
- HINES, J. R. Jr. (1998), «Tax Sparing' and Direct Investment in Developing Countries», *NBER Working Paper*, 6728, Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research.
- HIRSCH, S. (1976), «An International Trade and Investment Theory of the Firm», *Oxford Economic Papers*, vol. 28, núm. (July), pp. 258-270.
- HOFSTEDE, G. (1980), *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. Beverly Hills: Sage Publications.
- (2001), *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations*. USA, CA: Sage Publications.
- HOSMER, D. W. y S. LEMESHOW (1989), *Applied Logistic Regression*. New York: Wiley.
- HOUT, T., M. PORTER y E. RUDDEN (1982), «How Global Companies Win Out», *Harvard Business Review*, vol. 60, núm. 5, pp. 98-108.
- HYMER, S. (1976), *The International Operations of National Firms*. Cambridge, MA: MIT Press.
- ITAKI, M. (1991), «A Critical Assessment of the Eclectic Theory of the Multinational Enterprise», *Journal of International Business Studies*, vol. 22, núm. 3, pp. 445-460.
- JAEGER, A. M. (1986), «Organization Development and National Culture: Where's The Fit?», *Academy of Management Review*, vol. 11, núm. 1, pp. 178-190.
- JOHANSON, J. y P. WIEDERSHEIN (1975), «The Internationalisation of the Firm: Four Swedish Cases», *Journal of Management Studies*, vol. 3, núm. 3, pp. 305-322.
- JOHANSON, J. y J. E. VANHLE (1990), «The Mechanism of Internationalization», *International Marketing Review*, vol. 7, núm. 4, pp. 1-24.
- JOHNSON, G. y K. SCHOLES (2001), *Exploring Public Sector Strategy*. Harlow: Financial Times Prentice Hall.
- JOHNSON, H. (1970), «The Efficiency and Welfare Implications of the Multinational Corporation», en C. P. KINDLEBERGER (eds.) *The International Corporation: A Symposium*. Cambridge, Mass.: MIT Press, pp. 35-56.
- KALDOR, N. (1934), «The Equilibrium of the Firm», *The Economic Journal*, vol. 44, núm. 173, pp. 60-76.
- KILLING, J. P. (1982), «How to Make a Global Joint Venture Work», *Harvard Business Review*, vol. 60, núm. 3, pp. 120-127.
- (1983), *Strategies for Joint Venture Success*. New York: Praeger Publishers.

- KIM, W. C. y P. HWANG (1992), «Global Strategy and Multinationals' Entry Mode Choice», *Journal of International Business Studies*, vol. 23, núm. 1, pp. 29-53.
- KIM, W. S. y E. O. LYN (1987), «Foreign Direct Investment Theories, Entry Barriers, and Reverse Investments in U.S. Manufacturing Industries», *Journal of International Business Studies*, vol. 18, núm. 2, pp. 53-66.
- KIMURA, Y. (1989), «Firm Specific Strategic Advantages and Foreign Direct Investment Behavior of Firms: The Case of Japanese Semi-Conductor Firms», *Journal of International Business Studies*, vol. 20, núm. 2, pp. 296-314.
- KINDLEBERGER, C. P. (1969), *American Business Abroad*. New Haven, London: Yale University Press.
- KLEIN, S. (1989), «A Transaction Cost Explanation of Vertical Control in International Markets», *Academy of Marketing Science*, vol. 17, núm. 3, pp. 253-262.
- KLEIN, S., G. L. FRAZIER y V. J. ROTH (1990), «A Transaction Cost Analysis Model of Channel Integration in International Markets», *Journal of Marketing Research*, vol. 27 (mayo), pp. 196-208.
- KOGUT, B. (1988), «Joint Ventures: Theoretical and Empirical Perspectives», *Strategic Management of Journal*, vol. 9, núm. 4, pp. 319-332.
- KOGUT, B. y S. J. CHANG (1991), «Technological Capabilities and Japanese Foreign Direct Investment in the United States», *Review of Economics and Statistics*, vol. 73, núm. 3, pp. 401-413.
- KOGUT, B. y H. SINGH (1988), «The Effect of National Culture on the Choice of Entry Mode», *Journal of International Business Studies*, vol. 19, núm. 3, pp. 411-432.
- KOGUT, B. y U. ZANDER (1992), «Knowledge of the Firm, Combinative Capabilities, and the Replication of Technology», *Organizational Science*, vol. 3, núm. 3, pp. 383-397.
- (1993), «Knowledge of the Firm and the Evolutionary Theory of the Multinational Corporation», *Journal of International Business Studies*, vol. 24, núm. 4, pp. 625-646.
- KUMAR, M. (1984), *Growth, Acquisition and Investment: An Analysis of the Growth of Industrial Firms and their Overseas Activities*. Cambridge: Cambridge University Press.
- KWON, Y. e L. KONOPA (1993), «Impact of Host Country Market Characteristics on the Choice of Foreign Market Entry Mode», *International Marketing Review*, vol. 10, núm. 2, pp. 60-76.
- KWON, Y. C. y M. Y. HU (1995), «Comparative Analysis of Export-Oriented and Foreign Product Oriented Firm's Market Entry Decisions», *Management Review*, vol. 35, núm. 4, pp. 325-336.
- LALL, S. (1978), «The Pattern of Intra-Firm Exports by U.S. Multinationals», *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, vol. 40, pp. 209-222.
- (1980), «Monopolistic Advantages and Foreign Investment by US Manufacturing Industry», *Oxford Economic Papers*, vol. 32, núm. (March), pp. 102-122.
- LECRAW, D. J. (1984), «Bargaining Power, Ownership, and Profitability of Subsidiaries of Transnational Corporations in Developing Countries», *Journal of International Business*, vol. 15, núm. 1, pp. 27-44.

- LI, J. y S. GUISENGER (1992), «The Globalization of Service Multinationals in the Triad Regions: Japan, Western Europe and North America», *Journal of International Business Studies*, vol. 23, núm. 4, pp. 675-696.
- LOH, W. Y. e Y. S. SHIH (1997), «Split Selection Methods for Classification Trees», *Statistica Sinica*, vol. 7, pp. 815-840.
- LÓPEZ DUARTE, C. y E. GARCÍA CANAL (1998), «La Estructura de Propiedad de la Inversión Directa en el Exterior», *Investigaciones Económicas*, vol. XXII, núm. 1, pp. 19-44.
- (1999), *Acceso a Capacidades Externas en el Proceso de Inversión Exterior: La Elección entre Empresas Conjuntas y Adquisiciones*. Burgos: IX Congreso Nacional de ACEDE.
- LÓPEZ RODRÍGUEZ, J. (2004), *Análisis de la Actividad Exportadora de la Empresa: Una Aproximación Desde la Teoría de Recursos y Capacidades*. Universidad de A Coruña: Tesis Doctoral.
- LU, J. W. (2002), «Intra —and Inter— Organisational Imitative Behaviour: Institutional Influences on Japanese Firms Entry Mode Choice», *Journal of International Business Studies*, vol. 33, núm. 1, pp. 19-37.
- LUO, Y. (2002), «Stimulating Exchange in International Joint Ventures: An Based View», *Journal of International Business Studies*, vol. 33, núm. 1, pp. 169-181.
- LUOSTARINEN, R. (1979), *The Internationalization of the Firm*. Helsinki: Acta Academic Oeconomicae Helsingiensis.
- MACLAYTON, D., M. SMITH y J. HAIR (1980), «Determinants of Foreign Market Entry: A Multivariate Analysis of Corporate Behavior», *Management International Review*, vol. 20, núm. 3, pp. 40-52.
- MADHOK, A. (1994), *Mode of Market Entry: An Empirical Investigation of Transaction Costs and Organizational Capability Perspectives*. USA: University of Utah.
- (1997), «Cost, Value and Foreign Market Entry Mode: The Transaction and the Firm», *Strategic Management Journal*, vol. 18, núm. 1, pp. 39-61.
- (1998), «The Nature of Multinational Firm Boundaries: Transaction Costs, Firm Capabilities and Foreign Market Entry Mode», *International Business Review*, vol. 7, núm. 3, pp. 259-290.
- MAGEE, S. P. (1977a), «Multinational Corporations, the Industry Technology Cycle and Development», *Journal of World Trade Law*, vol. 11, núm. 4, pp. 297-321.
- (1977b), «Information and the multinational corporation: and appropriately theory of foreign direct investment», en J. N. BHAGWATI (eds.), *The New International Economic Order: The North-South Debate*. Cambridge: MIT Press, pp. 125-135.
- (1980), *International Trade*. Reading, MA: Addison Wesley.
- MAKINO, S. y K. E. NEUPERT (2000), «National Culture, Transaction Costs, and the Choice Between Joint Venture and Wholly Owned Subsidiary», *Journal of International Business Studies*, vol. 3, núm. 4, pp. 705-713.
- MALHOTRA, N. K., J. AGARWAL y F. M. ULGADO (2003), «Internationalization and Entry Modes: A Multitheoretical Framework and Research Propositions», *Journal of International Marketing*, vol. 11, núm. 4, pp. 1-31.
- MASCARENHAS, B. (1982), «Coping With Uncertainty in International Business», *Journal of International Business Studies*, vol. 13, pp. 87-98.

- McGOWAN, C. B. y S. E. MOELLER (2003), «Using Logistic Regression of Political and Economic Risk for Country Risk Analysis». Denver: Presentado en el congreso *Financial Management Association Annual Meeting*.
- MELDRUM, D. H. (1999), «Country Risk and a Quick Look At Latin America», *Business Economics*, vol. 34, núm. 3, pp. 30-38.
- (2000), «Country Risk and Foreign Direct Investment», *Business Economics*, vol. 35, núm. 1, pp. 33-40.
- MERINO DE LUCAS, F. y M. MUÑOZ GUARASA (2002), «Fuentes Estadísticas para el Estudio de la Inversión Directa Española en el Exterior», *Boletín Económico de ICE*, núm. 2751, pp. 5-15.
- MERINO DE LUCAS, F. y D. R. RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ (1997), «A Consistent Analysis of Diversification Decisions with Non-Observable Firm Effects», *Strategic Management Journal*, vol. 18, núm. 9, pp. 733-743.
- MERINO DE LUCAS, F. y V. SALAS FUMÁS (1998), «The Internalization of Export Channels and the Export Activity of Spanish Manufacturers», *Economics Working Paper Archive at WUSTL*.
- MILLINGTON, A. I. y B. T. BAYLISS, (1990), «The Process of Internationalisation: UK Companies in the EC», *Management International Review*, vol. 30, núm. 2, pp. 151-161.
- MORISON, D. (1974), «Discriminant Analysis», en R. FERVER (eds.) *Handbook of Marketing Research*, New York: Wiley, pp. 2442-2457.
- MORK, R. y B. YEUNG (1992), «Internationalization: An Event Study», *Journal of International Economics*, vol. 33, pp. 41-56.
- MUTINELLI, M. y L. PISCITELLO, (1998), «The Entry Mode Choice of MNEs: An Evolutionary Approach», *Research Policy*, vol. 27, núm. 5, pp. 491-506.
- NELSON, P. (1978), «Advertising as Information Once More», en D. G. TUERCK (eds.), *Issues in Advertising: The Economics of Persuasion*, Washington American Enterprise Institute, pp. 133-160.
- NELSON, R. y S. G. WINTER (1982), *An Evolutionary Theory of Economic Change*, Cambridge: Belknap Press.
- NEWBOULD, G. D., P. J. BUCKLEY y J. THURWELL (1978), *Going International: The Experience of Smaller Companies Overseas*, London: Associated Business Press.
- NICHOLSON, J. D. (1991), «The Relationship between Cultural Values, Work Belief, and Attitudes towards Socio-Economics Issues: A Cross-Cultural Study», Doctoral dissertation, Florida State University.
- NIGHT, D., K. R. CHO y S. KRISHNAN (1986), «The Role of Location-Related Factors in U.S. Banking Involvement Abroad: An Empirical Examination», *Journal of International Business Studies*, vol. 17, núm. 3, pp. 59-72.
- NORBURN, D. y S. BIRLEY (1988), «The Top Management Team and Corporate Performance», *Strategic Management Journal*, vol. 9, pp. 225-237.
- NORDSTRÖM, K. A. y J. E. VAHLNE (1992), *Is the Globe Shrinking? Psychic Distance and the Establishment of Swedish Sales Subsidiaries during the Last 100 Years*, Laredo: International Trade and Finance Association's Annual Conference.
- O'GRADY, S. y H. W. LANE (1996), «The Psychic Distance Paradox», *Journal of International Business Studies*, vol. 27, núm. 2, pp. 309-333.

- PADMANABHAN, P. y K. R. CHO (1996), «Ownership Strategy for a Foreign Affiliate: An Empirical Investigation of Japanese Firms», *Management International Review*, vol. 36, núm. 1, pp. 45-66.
- PAK, Y. S. y Y. PARK (2004), «Global Ownership Strategy of Japanese Multinational Enterprises: A Test of Internalization Theory», *Management International Review*, vol. 44, núm. 1, pp. 3-21.
- PAN, Y. y D. K. TSE (1996), «Cooperative Strategies between Foreign Firms in an Overseas Country», *Journal of International Business Studies*, vol. 27, núm. 5, pp. 929-947.
- (2000), «The Hierarchical Model of Market Entry Modes», *Journal of International Business Studies*, vol. 31, núm. 4, pp. 535-554.
- PENROSE, E. T. (1959), *The Theory of the Growth of the Firm*, Oxford: Basil Blackwell.
- PETERAF, M. A. (1993), «The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource-Based View», *Strategic Management Journal*, vol. 14, núm. 3, pp. 179-191.
- PHATAK, A. V., R. MURALIDHARAN y C. RAJAN (1996), «A Study of The Impact of Location Specific and Moderating Factors on the Choice of Entry Mode in Thailand, Malaysia, and Indonesia», *Journal of Euro-Marketing*, vol. 4, núms. 3, 4, pp. 37-53.
- PLA BARBER, J. (1999), *La Internacionalización de la Empresa Española. Nueva Evidencia Empírica*, Tesis Doctoral, Universidad de Valencia.
- PLA BARBER, J. y F. LEÓN DARDER (2001), «Modos de Entrada en la Internacionalización de la Industria Hotelera Española. Una Aproximación Empírica», XII Congreso Nacional de ACEDE, Palma de Mallorca (15-17 de septiembre).
- (2004), *Dirección de Empresas Internacionales*, Madrid: Pearson Educación.
- PORTER, M. E. (1986), *Competition in Global Industries*, Boston: Harvard Business School Press.
- (1986), *Estrategia Competitiva*, México: CECOSA.
- REARDON, J., M. K. ERRAMILLI y D. D'SOUZA (1996), «International Expansion of Service Firms: Problems and Strategies», *Journal of Professional Services Marketing*, vol. 15, núm. 1, pp. 31-46.
- REUS, T. H. y W. J. III RITCHIE (2004), «Interpartner, Parent, and Environmental Factors Influencing the Operation of International Joint Ventures: 15 Years of Research», *Management International Review*, vol. 44, núm. 4, pp. 369-395.
- ROBERTS, J. (1999), «The Internationalisation of Business Service Firms: A Stages Approach», *The Service Industries Journal*, vol. 19, núm. 4, pp. 68-88.
- ROBERTS, K. y N. BOYACIGILLER (1984), «Cross-National Organizational Research: The Grasp of the Blind Men», *Research in Organizational Behavior*, vol. 6, pp. 423-475.
- ROOT, F. R. (1987), *Entry Strategies for International Markets*, Lexington, D. C.: Heath & Co.
- RUGMAN, A. M. (1981), *Inside the Multinationals: The Economics of Internal Markets*, New York: Columbia University Press.
- (1982), *New Theories of the Multinational Enterprise*, London: Croom Helm.

- (1986), «New Theories of the Multinational Enterprise: An assessment of Internalization Theory», *Bulletin of Economic Research*, vol. 38, núm. 2, pp. 101-118.
- RUGMAN, A. M. y A. VERBEKE (2003), «Extending the Theory of the Multinational Enterprise: Internalization and Strategic Management Perspectives», *Journal of International Business Studies*, vol. 34, núm. 2, pp. 125-137.
- RUMELT, R. P. (1974), *Strategy, Structure, and Economic Performance*, Boston: Harvard Business School Press.
- (1982), «Diversification Strategy and Profitability», *Strategic Management Journal*, vol. 3, núm. 4, pp. 359-369.
- RYNNING, M. R. y A. ANDERSEN (1994), «Structural and Behavioral Predictors of Export Adoption: A Norwegian Study», *Journal of International Marketing*, vol. 2, núm. 1, pp. 73-89.
- SABI, M. (1988), «An Application of the Theory of Foreign Direct Investment to Multinational Banking in LDCs», *Journal of International Business Studies*, vol. 19, núm. 4, pp. 433-448.
- SANNA RANDACCIO, F. (1991), «Ownership Patterns of Italian Venture Abroad: Country, Industry and Firm Specific Determinants». Revised version published with the title «Italian Joint Ventures Abroad: Country, Industry and Firm Specific Determinants», en I. RIMA (eds.) (1993), *The Political Economy of Global Restructuring*, Edward Elgar, Cheltenham, Glos.
- SCHÄEFER, A. O. (2002), «Market Entry and Organizational Form». Seminal Work for the Seminar *Theories and Concepts of Internationalisation and FDI*, Department of Economics, Universidad de Paderborn.
- SHAN, W. (1991), «Environmental Risks and Joint Venture Sharing Arrangements», *Journal of International Business Studies*, vol. 22, núm. 4, pp. 555-578.
- SHANE, S. (1994), «The Effect of National Culture on the Choice Between Licensing and Direct Foreign Investment», *Strategic Management Journal*, vol. 15, núm. 8, pp. 627-642.
- SHARMA, D. y J. JOHANSON (1987), «Technical Consultancy in Internationalization», *International Marketing Review*, vol. 4, núm. 4, pp. 21-29.
- SHETTY, Y. K. (1979), «Managing the Multinational Corporation: European and American Styles», *Management International Review*, vol. 19, núm. 3, pp. 39-49.
- SHRADER, R. C., B. M. OVIATT y P. P. MCDUGALL (2000), «How New Ventures Exploit Trade-Offs Among International Risk Factors: Lessons for the Accelerated Internationalization of the 21st Century», *Academy of Management Journal*, vol. 43, núm. 6, pp. 1227-1247.
- SILVA AYÇAGUER, L. C. e I. BARROSO UTRA (2004), *Regresión Logística. Cuadernos de Estadística: 27*, Madrid: La Muralla.
- SINGH, H. y B. KOGUT (1989), «Industry Effects on the Choice of Entry Mode», *Best Papers and Proceedings of the Academy of Management*, pp. 116-121.
- SPSS (2001), *Guía del Usuario de Answer Tree 3.0*, Ireland: SPSS Inc.
- STOPFORD, J. y K. HABERICH (1978), «Ownership and Control of Foreign Operations», en M. GHERTMAN y J. LEONTIDES (eds.) *European Research in International Business*, Amsterdam: North Holland, pp. 141-167.
- STOPFORD, J. y L. T. JR. WELLS (1972), *Managing the MNE: Organisation of the Firm and Ownership of the Subsidiaries*, New York: Basic Books.

- STUCKEY, J. A. (1983), *Vertical Integration and Joint Ventures in the Aluminium Industry*, Cambridge, Mass., Harvard University Press.
- SUTCLIFFE, K. M. y A. ZAHEER (1998), «Uncertainty in the Transaction Environment: An Empirical Test», *Strategic Management Journal*, vol. 19, núm. 1, pp. 1-23.
- TAN, B., K. ERRAMILI y T. W. LIANG (2001), «The Influence of Dissemination Risks, Strategic Control and Global Management Skills on Firms' Modal Decision in Host Countries», *International Business Review*, vol. 10, núm. 3, pp. 323-340.
- TAN, B. e I. VERTINSKY (1996), «Foreign Direct Investment by Japanese Electronics Firms in the United States and Canada: Modelling the Timing of Entry», *Journal of International Business Studies*, vol. 27, núm. 4, pp. 655-681.
- TAYLOR, C. R., S. ZOU y G. E. OSLAND (2000), «Foreign Market Entry Strategies of Japanese MNCs», *International Marketing Review*, vol. 17, núm. 2, pp. 146-163.
- TEECE, D. J. (1976), *The Multinational Corporation and the Resource Cost of International Technology Transfer*, Cambridge: Ballinger.
- (1981), «The Multinational Enterprise: Market Failure and Market Power Considerations», *Sloan Management Review*, vol. 22, núm. 3, pp. 3-17.
- (1983), «Technological and Organizational Factors in the Theory of the Multinational Enterprises», en M. CASSON (eds.) *The Growth of International Business*, New York: Allen and Irwin, pp. 51-62.
- (1985), «Applying Concepts of Economic Analysis to Strategic Management», en J. M. PENNINGNS *et al.* (eds.) *Organizational Strategy and Change*, San Francisco, CA: Jossey-Bass, pp. 35-63.
- TERPSTRA, V. y C. M. YU (1988), «Determinants of Foreign Investment of US Advertising Agencies», *Journal of International Business Review*, vol. 19, núm. 1, pp. 33-46.
- TRIANDIS, H. C. (1982), «Review Of Culture's Consequences: International Differences In Work-Related Values», *Human Organization*, vol. 41, núm. 1, pp. 86-90.
- TSAI, M. e Y. CHENG (2004), «Asset Specificity, Culture, Experience, Firm Size and Entry Mode Strategy: Taiwanese Manufacturing Firms in China, South-East Asia and Western Europe», *International Journal of Commerce & Management*, vol. 14, núm. 3/4, pp. 1-27.
- TURNBULL, P. W. (1987), «A Challenge to the Stages Theory of the Internationalization Process», en P. J. ROSSON y S. D. REID (eds.), *Managing Export Entry and Expansion: Concepts and Practice*, New York: Praeger.
- UNCTAD (2005), «World Investment Report 2005», United Nations.
- VERNON, R. (1966), «International Investment and International Trade in Product Cycle», *Quarterly Journal of Economics*, vol. 80, núm. 1, pp. 190-207.
- (1971), *Sovereignty at Bay: The Multinational Spread of US Enterprises*, New York: Basic Books.
- (1979), «The Product Cycle Hypothesis in a New International Environment», *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, vol. 41, núm. 4, pp. 255-267.
- VERNON, R. y W. H. DAVIDSON (1979), «Foreign Production of Technology Intensive Products by US Multinationals», *Working Paper*, núm. 79-5, Graduate School of Business Administration, Harvard University.

- WEI, S. J. (2000), «How Taxing is Corruption on International Investors», *Review of Economics and Statistics*, vol. 82, núm. 1, pp. 1-11.
- WEI, Y., X. LIU y B. LIU (2004), «Entry Modes of Foreign Direct Investment in China: A Multinomial Logic Approach», *Working Paper*, núm. 2004/001, Lancaster University Management School, UK.
- WEINSTEIN, A. K. (1977), «Foreign Investments by Service Firms: the Case of Multinational Advertising Agencies», *Journal of International Business Studies*, vol. 8, núm. 1, pp. 8-25.
- WELLS Jr., L. T. (1971), «The Multinational Enterprise: What Kind of International Organisation?», *International Organization*, vol. 25, núm. 3, pp. 447-464.
- (1983), *Third World Multinationals*, London: MIT Press.
- WERNERFELT, B. (1990), «Advertising Content when Brand Choice is a Signal», *Journal of Business*, vol. 63, núm. 1, pp. 91-98.
- WEST, J. y J. L. GRAHAM (2004), «A Linguistic-based Measure of Cultural Distance and Its Relationship to Managerial Values», *Management International Review*, vol. 44, núm. 3, pp. 239-261.
- WIEDERSCHEIM-PAUL, F., H. C. OLSON y L. S. WELCH (1978), «Pre-export Activity: The First Step in Internationalization», *Journal of International Business Studies*, vol. 8, núm. 1, pp. 47-58.
- WILLIAMSON, O. E. (1985), *The Economic Institutions of Capitalism*, New York: Free Press.
- (1986), *Economic Organization: Firms, Markets and Policy Control*, New York: New York University Press.
- WILSON, B. (1980), «The Propensity of Multinational Companies to Expand through Acquisitions», *Journal of International Business Studies*, vol. 11, núm. 1, pp. 59-65.
- WINTER, S. (1987), «Knowledge and Competence as Strategic Assts», en D. J. TEECE (eds.), *The Competitive Challenge: Strategies for industrial Innovation and Renewal*, Cambridge: Ballinger, pp. 159-184.
- WOODCOCK, C. P., P. W. BEAMISH y S. MAKINO (1994), «Ownership-based Entry Mode Strategies and International Performance», *Journal of International Business Studies*, vol. 25, núm. 2, pp. 253-273.
- YAMIN, M. (1999), «A Critical Re-Evaluation of Hymer's Contribution to the Theory of the Multinational Corporation», *Working Paper*, UK.
- YOUNG, S., J. HAMILL, C. WHEELER y J. R. DAVIES (1989), *International Market Entry and Development: Strategies and Management*, Hertfordshire: Harvester Wheatsheaf.
- YU, C. M. y K. ITO (1988), «Oligopolistic Reaction and Foreign Direct Investment: The Case of the US. Tire and Textile Industries», *Journal of International Business Studies*, vol. 19, núm. 3, pp. 449-460.
- ZEJAN, M. C. (1990), «New Ventures of Acquisitions. The Choice of Swedish Multinational Enterprises», *The Journal of Industrial Economics*, vol. 38, núm. 3, pp. 349-355.
- ZHAO, H., Y. LUO y T. SUH (2004), «Transaction Cost Determinants and Ownership-Based Entry Mode Choice: A Meta-Analytical Review», *Journal of International Business Studies*, vol. 35, núm. 6, pp. 524-544.