

autores (Bilkey y Tesar, 1977), se les puede aplicar mejor un patrón semejante en el desarrollo de sus actividades exportadoras. Aunque algunos estudios han tratado de determinar la influencia del tamaño de la empresa a lo largo del proceso, los criterios de clasificación utilizados para medir la dimensión (número de empleados, cifra anual de ventas totales, etc.) varían excesivamente de unos estudios a otros, lo cual complica de nuevo la comparación de los resultados.

La información parece preferir obtenerse -cuando este dato aparece disponible- de la alta dirección y, en particular, del directivo responsable más directamente de las operaciones exportadoras de la empresa. De hecho, casi todos los modelos asumen la preponderancia de un único individuo, a menudo el propietario o gerente, en las decisiones tomadas con respecto a las actividades exteriores en las pymes (Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975; Reid, 1980, 1981). Pocas veces, pues, se considera la participación de numerosas personas en las decisiones relevantes sobre la actuación internacional, lo cual parece reservarse para las empresas de mayor tamaño. De aquí que apenas se compare entre dos o más fuentes informadoras para una misma empresa. En general, el recurso a los mecanismos de entrevista personal para la recogida de los datos tiende a proporcionar una mayor fiabilidad de los mismos frente a los obtenibles mediante cuestionarios postales enviados a un número muy elevado de empresas, dado el bajo índice de respuestas obtenido habitualmente.

Los métodos utilizados para la explotación de los datos han sido mayoritariamente estadísticos, atendiendo al carácter cuantitativo de la información recogida (análisis de regresión múltiple, análisis de varianza, análisis discriminante, análisis de la Chi-cuadrado, etc.). Se detecta, muy a menudo, la utilización técnicas exclusivamente

univariantes que ignoran el efecto conjunto de las variables independientes, así como la ausencia de otros instrumentos y técnicas de investigación más cualitativos y/o longitudinales. En particular, son pocos los estudios basados en la elaboración de estudios de casos e información secundaria, los cuales podrían adecuarse al carácter inherente dinámico y multivariante del desarrollo de las operaciones de exportación y, en general, de la internacionalización de la empresa. Así, la mayoría de las validaciones empíricas proporcionan un perfil del comportamiento exportador de la empresa en un momento dado del tiempo a pesar del carácter mutable de variables tales como las capacidades y/o recursos empresariales, las características directivas, los estímulos e impedimentos percibidos para el desarrollo de la actividad exportadora, el diseño y el alcance de los argumentos estratégicos, etc. De aquí, seguramente, la dificultad de la mayoría de estos modelos en explicar cómo tiene lugar la progresión de la empresa entre las distintas etapas consideradas (Bilkey, 1978).

Sin embargo, y a pesar de las numerosas diferencias existentes entre los distintos modelos en relación al número, la naturaleza y el contenido de las distintas etapas propuestas, parece concluirse que el proceso de desarrollo exportador podría subdividirse, como mínimo, en tres amplias fases: 1. *pre-involucración*, 2. *involucración inicial o experimental* y 3. *involucración avanzada o comprometida* (Leonidou y Katsikeas, 1996). La primera incluiría, de hecho, distintos tipos de empresas: aquéllas que venden sus productos sólo en el mercado doméstico y no están interesadas en exportar; aquéllas envueltas en el mercado doméstico pero que consideran seriamente la actividad exportadora; y aquéllas que solían exportar en el pasado pero que ya no lo hacen actualmente. Durante la fase inicial, la empresa se

involucra en una actividad exportadora más bien esporádica, donde las empresas pueden clasificarse entre aquéllas con un cierto potencial para acrecentar su implicación en el exterior en el futuro y aquéllas que parecen incapaces de ajustarse a las demandas que surgen de la actividad exportadora, llevándolas a una actividad exportadora marginal o, incluso, a su futura renuncia como compañía exportadora. Por último, en la fase avanzada las empresas son exportadores regulares con una extensa experiencia internacional, lo que les lleva con frecuencia a considerar fórmulas aún más comprometidas de proyección internacional.

1.2.2. Valoración crítica de la hipótesis de las fases de desarrollo

La hipótesis de las fases de desarrollo constituye una de las principales contribuciones existentes en el análisis de las actividades internacionales de la empresa y, sin duda, la más importante desde el enfoque del comportamiento exportador. Los diversos modelos desarrollados en este marco y, particularmente el U-Model como el más representativo en esta aproximación conductista, conceptualizan la internacionalización de la empresa como un patrón de desarrollo evolutivo, lento y gradual en el tiempo. Ésta no se contempla, por tanto, como una secuencia planeada deliberadamente en base al ejercicio de un análisis económico-racional, sino que se le confiere una especial trascendencia a la naturaleza incremental del aprendizaje a través del trancurso -aparentemente obligado- por una serie de etapas sucesivas.

El aspecto central del enfoque evolutivo-gradualista radica en asumir que una gran parte de las capacidades requeridas por las empresas para internacionalizar sus actividades se adquieren a través de un proceso de aprendizaje de carácter secuencial y/o acumulativo en forma de una serie de estadios que reflejan un compromiso creciente con los

mercados exteriores (Miesenböck, 1988; Melin, 1992). La dimensión temporal del proceso pasa a tener, pues, una importancia extraordinaria (Alonso, 1994a). Una aportación adicional se basa en enfatizar la importancia de la percepción de oportunidades y riesgos por parte de los directivos de la empresa y, por tanto, de las capacidades y actitudes del equipo directivo ante la toma de decisiones de carácter internacional.

Aunque otras conceptualizaciones, en particular las aproximaciones teóricas a la inversión directa en el extranjero (IDE), también explicaban el alcance de las operaciones internacionales desempeñadas por la empresa, tales interpretaciones tendían a ser relevantes sólo durante las fases más avanzadas del proceso de internacionalización. La hipótesis de las fases del desarrollo, en cambio, al inspirarse en otros tipos de supuestos sobre el comportamiento del agente-decisor durante el proceso internacionalizador, disfruta de una mayor vigencia a la hora de explicar los acontecimientos ocurridos a lo largo de las primeras etapas del mismo. En este sentido, autores como Cavusgil y Godiwalla (1982) o Andersen (1993) destacan la naturaleza más bien innovadora asociada con dichas fases iniciales, considerándolo un argumento lo suficientemente importante como para asumir una cierta lógica incremental en el mecanismo de toma de decisiones, tal y como propugnan los distintos modelos por etapas expuestos.

Aunque no exenta de numerosas limitaciones, tal y como se ha visto en el apartado anterior, esta concepción del proceso de internacionalización como una sucesión de etapas con niveles crecientes de compromiso internacional se ha revelado especialmente útil para referir la experiencia en el exterior de las pequeñas y medianas empresas

exportadoras y, en general, de todas aquéllas que se encuentran todavía en las etapas iniciales de su internacionalización³⁸. El hecho de que este enfoque cuente con unas mayores posibilidades de contrastación empírica entre las pymes situadas en las primeras fases de su proceso de internacionalización y, más concretamente, en aquellos estadios que reflejan su creciente compromiso exportador (Forsgren, 1989; Johanson y Valhne, 1990), confirma la importancia de la acumulación secuencial de experiencia para explicar el comportamiento internacional de la empresa exportadora.

Sin embargo, el carácter manifiestamente descriptivo de esta propuesta no acierta a explicar la dinámica decisional que lleva a la empresa a desplazarse de un estadio a otro de compromiso internacional. Los distintos modelos propuestos describen la senda usualmente seguida por la empresa a lo largo de su trayectoria exportadora, pero se muestran muy débiles a la hora de explicar las verdaderas causas de la progresión de la empresa entre las distintas etapas consideradas. Además, su consideración "dinámica" del proceso, mediante una visión integrada y/o complementaria de ciertas fórmulas de actuación internacional (básicamente la exportación y, eventualmente, la inversión directa), no llega a reflejar la creciente proliferación de fórmulas mixtas de naturaleza contractual (licencias o franquicias) u otros mecanismos alternativos para la proyección internacional de la empresa (empresas mixtas).

Incluso en el propio ámbito de la actividad exportadora, autores como Reid (1983, 1984a) señalan que las estructuras adoptadas son altamente específicas dependiendo críticamente de la heterogeneidad de las transacciones. El arreglo estructural elegido

³⁸ Como afirma Alonso (1994a, p. 131): "es más fácil que la gran empresa o la altamente internacionalizada prescinda del gradualismo sugerido, pero no sucede lo mismo con aquella empresa que carece de experiencia internacional o dispone de limitados recursos".

para organizar esta actividad constituye una elección altamente estratégica que representaría la decisión que los directivos perciben como más ajustada. Reid, por tanto, contempla la expansión exportadora como una elección estratégica que contribuye a reconocer la diversidad del comportamiento exportador de la empresa, lamentándose de su infravaloración entre los determinantes del desempeño exportador³⁹. Estos argumentos señalan claramente la importancia de concebir el comportamiento de la empresa como una reacción y adaptación a su entorno, integrando la perspectiva conductista del desarrollo exportador (basada, fundamentalmente, en las características de la empresa y/o de sus directivos) en un marco más amplio que también contemple la relación entre la empresa y sus mercados (Thomas y Araujo, 1986).

Se ponen así de manifiesto las limitaciones que todavía arrastra la hipótesis de las fases de desarrollo, demostrándose que precisa de una mayor concreción operativa y, sobre todo, de la imperante necesidad de liberarse de su visión excesivamente lineal, esquemática y determinista del proceso de internacionalización empresarial: una mera transición a través de una secuencia, aparentemente obligada y jerarquizada, de fórmulas institucionales sucesivas (Alonso, 1993b, 1994a). Así, la propuesta parece un tanto reacia a aceptar que la empresa también puede aprender del comportamiento de otras organizaciones y/o mediante mecanismos no basados, exclusivamente, en la propia adquisición de experiencia en el mercado⁴⁰. Ello permitirá acortar, quizás, las etapas de compromiso internacional, facilitando el surgimiento de fórmulas más flexibles e

³⁹ “En general, la literatura sobre exportación posee poco contenido estratégico porque se ha preocupado fundamentalmente de las características de la empresa y de los directivos sin enfocarse, de hecho, en cómo éstas afectan el comportamiento exportador y cómo quedan implicadas en la elección de arreglos administrativos para el manejo de las exportaciones.” (Reid, 1983, p. 53).

⁴⁰ En este sentido cabe recoger aquí la potencial contribución del novedoso enfoque de redes “networks” (Thorelli, 1986), que autores como Johanson y Mattson (1988), Forsgren (1989), Johanson y Vahlne (1990), Alonso (1993b) o Albaum et al. (1994) tratan de extender al ámbito del marketing internacional.

inmediatas de presencia en los mercados exteriores (Welch y Loustarinen, 1988; Forsgren, 1989; Andersen, 1993; Alonso, 1993a, 1993b, 1994a).

De aquí que, si se logra abandonar el carácter aparentemente obligado y escasamente estratégico de las etapas propuestas, flexibilizando el acopio de experiencia previo a cada nuevo nivel de compromiso adoptado por la empresa, la citada hipótesis puede mantener todavía una notable capacidad interpretativa. Nos proponemos, a continuación, dar un nuevo paso en el análisis del fenómeno de la internacionalización empresarial que lleve a integrar los aspectos más destacables de esta hipótesis secuencial-evolutiva en el ámbito de la exportación con las aportaciones realizadas por un nuevo enfoque teórico, apoyado firmemente en el análisis de los costes de transacción, el cual parece gozar de una mayor capacidad explicativa de la progresión experimentada por de la empresa a lo largo de su evolución internacional: el enfoque de los modos de entrada al exterior.

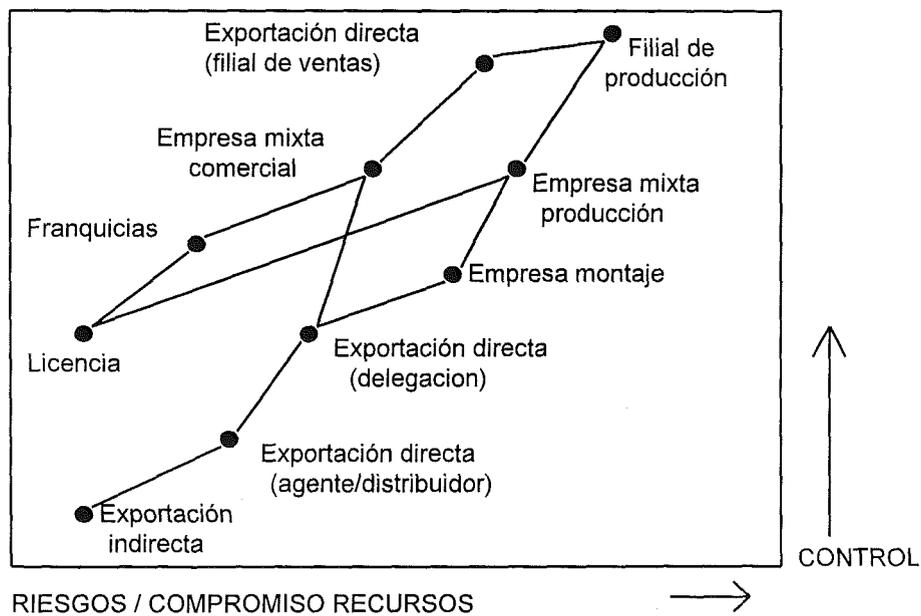
1.3. LA LITERATURA SOBRE LA ELECCIÓN DE LOS MODOS DE ENTRADA AL MERCADO EXTERIOR

1.3.1. Las vías genéricas de internacionalización

Se vislumbra, en efecto, una amplia variedad de opciones estratégicas genéricas entre las que puede optar una empresa que intente rentabilizar sus ventajas específicas más allá de su mercado nacional: en primer lugar, puede rentabilizar esas ventajas desde el mercado de origen, sirviendo a los mercados exteriores mediante la exportación (un tipo de actividad susceptible de ser internalizada en mayor o menor grado). Alternativamente, podría intentar rentabilizarlas en los mercados de destino (en el caso

particular de que determinados factores, tales como las ventajas de localización, las barreras comerciales y/o los elevados costes de transporte, favorezcan dicha explotación local) desplazando, por sí misma, capacidades productivas al exterior mediante la creación de filiales propias (IDE), o bien co-invirtiéndose con otras empresas (empresas conjuntas o mixtas). Cabe, por último, la posibilidad de ceder o contratar la explotación de esta ventaja a una entidad extranjera mediante el establecimiento de acuerdos contractuales internacionales entre empresas (licencias, franquicias, etc.).

Figura 2. Evolución en la decisión del modo de entrada al exterior.



Fuente: Rialp y Rialp (1996).

Estas vías genéricas pueden incluso llegar a solaparse en una misma empresa admitiendo, a su vez, una gradación de fórmulas institucionales diversas según el nivel de compromiso que la empresa desee adquirir; de forma que cada una de ellas representa un *continuum* de crecientes compromisos internacionales. Las opciones y los niveles que estas vías integran pueden verse en la **Figura 2**, donde también se observa la

existencia de un cierto compromiso entre el grado de control deseado de las operaciones en el exterior y el volumen de recursos comprometidos por la empresa en cada momento. En general, desplazarse hacia estadios crecientes de internacionalización comporta la obtención de un mayor nivel de conocimientos y experiencias a escala internacional, fruto del aprendizaje acumulativo realizado por la empresa a lo largo del proceso (Root, 1994; Alonso y Donoso, 1994; Rialp y Rialp, 1996).

Esta concepción ampliada del fenómeno de la internacionalización de la empresa dibuja un proceso de creciente implicación y proyección internacional que admite no solo una, sino una amplia variedad de fórmulas institucionales o vías de penetración. Éstas reflejan, a su vez, distintos grados de compromiso y, por lo tanto, diferentes niveles de control y/o de riesgo operativo para la empresa. Además, el proceso es *per se* dinámico en el sentido de que dichas formas de actuación son susceptibles de variar en el tiempo, a medida que ésta aumente y consolide su presencia en el ámbito internacional.

Con esta intuición se ha desarrollado recientemente toda una tradición de literatura relacionada con la selección entre los distintos modos de entrada al exterior (Alonso 1993b, 1994a; Albaum et al., 1994; Root, 1994; Bradley, 1995), que trata de identificar las opciones a las que se va a enfrentar una empresa en el intento de explotar sus ventajas específicas más allá de sus fronteras nacionales. Este marco se ha reforzado con toda una aportación teórica y empírica que utiliza la explicación de los costes de transacción (TCT) para tratar la elección entre los distintos modos disponibles. Dichos costes emergen, fundamentalmente, por las dificultades aparecidas en el proceso de intercambio debido a la presencia de factores tales como: la racionalidad limitada del ser humano para procesar información, el oportunismo, la incertidumbre y complejidad que

caracteriza el mundo real, el número de agentes realizando transacciones, la distribución asimétrica de la información entre las partes que interaccionan y la especificidad de los activos presentes en una determinada relación de intercambio⁴¹.

1.3.2. Marcos teóricos de elección del modo de entrada al exterior

Desde esta órbita, han ido surgiendo recientemente numerosos trabajos que establecen marcos de elección entre modos de entrada basándose, total o parcialmente, en la teoría de costes de transacción. Dicha teoría puede ayudar en la formulación de la estrategia internacional, en la medida que proporciona un marco analítico donde explorar las ventajas relativas en el coste de las diferentes formas de organización bajo distintas condiciones ambientales⁴². Entre otras aportaciones, cabe destacar en este punto los trabajos siguientes:

Anderson y Gatignon (1986) desarrollan un primer modelo de elección del modo de entrada al exterior basándose en el análisis de costes de transacción. El principal objetivo del modelo es el de explicar la elección entre las joint-ventures y las subsidiarias propias de producción. Para ello determinan la estructura de propiedad asociada al control de cada modo de entrada, con la exportación como mecanismo de menor control y la subsidiaria propia como mecanismo sobre el que se puede ejercer un

⁴¹ La teoría de los costes de transacción (TCT) introducida por Coase (1937) y desarrollada, fundamentalmente, por Williamson (1975, 1979) postula que los costes de transacción en el mercado (el valor de los recursos consumidos en redactar los contratos, vigilar el cumplimiento y compensar a las partes por el incumplimiento si éste llega a producirse) pueden ser tan elevados que resulta más eficiente para las empresas crear y utilizar un mercado interno (jerarquía). Los mercados y las jerarquías pueden contemplarse, de esta forma, como mecanismos alternativos de organizar las transacciones. Dado que el objetivo de cualquier actividad económica es, en parte, reducir sus costes de transacción (Williamson, 1979), la elección entre mercados y jerarquías depende de cuál de las dos suponga menores costes.

⁴² En particular, la empresa preferiría internalizar las transacciones internacionales, con fórmulas que implicasen su presencia directa en los mercados de destino, cuanto mayores fueran los costes de transacción implicados en la provisión de tales mercados (Anderson y Gatignon, 1986; Reid, 1983; Hennart, 1989; Alonso, 1993a).

mayor control. Los factores que tienden a incrementar los costes de transacción (básicamente, la especificidad de los activos, la incertidumbre externa e interna y el oportunismo) tendería a estar positivamente asociados con el grado de control conseguido sobre el modo de entrada.

Por su parte, Nicholas (1986) realiza otro intento orientado hacia la elaboración de un modelo dinámico de la elección del modo de entrada al exterior. Partiendo de la “estructura” o formas alternativas (exportación vía agencia, oficinas comerciales propias, subsidiarias de producción en el exterior, etc.), entendidas como mecanismos que facilitan la realización de las transacciones a nivel internacional, así como del “proceso” o posibles cambios entre estas formas organizativas, intenta explicar la transición entre dichos modos alternativos de transacción en términos de los costes que generan. La variable frecuencia de la transacción es considerada como el principal factor determinante del coste de las distintas alternativas; si bien también adquieren importancia la naturaleza del producto, sobre todo en el caso de que requiera de la realización de inversiones específicas, y la presencia de economías de escala. En particular, el cambio de un agente de ventas por una oficina comercial propia implica el reemplazo de un mecanismo de contratación en el mercado por la jerarquía organizativa; mientras que el cambio desde este último mecanismo hacia la disponibilidad de producción en el exterior constituye una decisión de inversión en múltiples plantas.

Hennart (1989) también utiliza la teoría de los costes de transacción para explicar los rasgos más destacables de los distintos tipos de arreglos contractuales que no implican propiedad (“formas nuevas”) frente a la realización de inversiones directas en el exterior (“formas tradicionales”), en un intento de valorar su eficiencia y predecir su desarrollo

en el futuro. Este autor llega a la conclusión de que, si bien las nuevas formas contractuales pueden ser eficientes a la hora de organizar algunos intercambios, se muestran altamente ineficientes en otros, por lo que no siempre pueden replicar los incentivos ofrecidos por la IDE; Esto resulta especialmente cierto en la adquisición de determinados tipos de conocimientos tecnológicos y/o de acceso al mercado.

Otros autores, como Hill et al. (1990), proponen un marco aún más ecléctico de la elección del modo de entrada al exterior. En este nuevo modelo los distintos modos difieren con respecto al compromiso de recursos, el nivel de control inherente a cada uno de ellos y el riesgo de que las ventajas específicas de la empresa (en particular sus conocimientos) corran el riesgo de diseminarse o ser expropiados en el mercado exterior. La interacción entre variables estratégicas, ambientales y de transacción con estas tres características de los modos de entrada determinan, según el modelo, la elección. Así, las variables del entorno, tales como el riesgo del país y el tamaño del mercado, determinan los requerimientos de recursos del modo elegido; las variables estratégicas, tales como el alcance de las economías de escala o la estrategia global de la empresa, determinan el nivel de control del modo de entrada; y, por último, el valor de los conocimientos de la empresa o su naturaleza (variables de transacción) condicionan el riesgo de su diseminación según el modo de entrada elegido.

Alonso (1993b, 1994a) también realiza un esfuerzo muy interesante por entender el proceso de selección de las formas de proyección de la empresa sobre los mercados internacionales, aplicando una versión dinámica de los costes de transacción. Desde esta óptica, éstos se ven sometidos a una dinámica evolutiva, cambiando su percepción a partir de la experiencia acumulada anteriormente. El resultado de este ejercicio denota el

carácter parcialmente indeterminado de las diversas fuerzas concurrentes en esta propuesta, reconociéndose la necesidad de proceder a un análisis concreto tanto de la empresa como de su entorno. Se entiende, a su vez, que los costes de transacción sólo son uno de los componentes en el proceso de selección de las vías de penetración en los mercados exteriores, a los que habría que adjuntar también los de producción y/o transporte (costes de localización), así como la estrategia internacional seguida por la empresa y las condiciones o clima de competencia en el mercado en el que opera.

Root (1994) establece un marco, en forma de listas de variables, para ayudar a los directivos a tomar sus decisiones sobre los modos de entrada al exterior. Este autor identifica, en concreto, siete factores críticos para la elección del modo de entrada al exterior: los factores de mercado, ambientales y de producción en el país objetivo; los factores en el propio país de origen; los factores relacionados con el producto de la empresa; los recursos y el compromiso de la compañía.

Por último, Driscoll (1995) también discute la elección del arreglo institucional o modo de entrada apropiado al exterior como una decisión enormemente crítica por su impacto en el éxito o fracaso de las operaciones internacionales de la empresa, sobre todo en las fases iniciales de su internacionalización. Tras definir, caracterizar y relacionar los distintos métodos de entrada al mercado exterior (básicamente, la inversión directa en facilidades productivas en el exterior; los modos contractuales, tipo licencias o franquicias; y los diversos mecanismos de la exportación) en términos del grado de control, riesgo, compromiso de recursos, flexibilidad estratégica y nivel de propiedad que comportan cada uno de ellos, trata de determinar, en un nuevo modelo, el impacto teóricamente esperado de las numerosas variables que moderan la relación entre los

niveles deseado y actual u observado de las distintas características relativas a cada modo de entrada.

1.3.3. Variables que influyen en la selección del modo de entrada al exterior

En resumen, la investigación centrada en este campo ha explorado, en general, el conjunto de factores internos y externos a la empresa que tienden a correlacionarse con sus modos de entrada al exterior. A modo de resumen, el tipo de variables que se supone pueden influir en la elección sobre el modo de entrada se exponen en la **tabla 4**.

Tabla 4. Variables que influyen en la selección del modo de entrada al exterior.

Dimensión / variable	Autor/es
<i>Características internas de la empresa</i>	
Experiencia	Johanson y Vahlne (1977), Davidson y McFetridge (1985), Anderson y Gatignon (1986), Alonso (1993b, 1994a), Driscoll (1995)
Tamaño	Kogut y Singh (1988), Driscoll (1995)
Costes de estructura / administrativos	Nicholas (1986), Alonso (1993a, 1993b, 1994a)
Costes de producción	Root (1994), Dunning (1988)
Activos intangibles	Contractor (1984), Davidson y McFetridge (1985), Hennart (1989), Alonso (1993a, 1993b, 1994a)
Tecnología	Contractor (1984), Davidson y McFetridge (1985), Root (1994), Hill et al. (1990)
Intensidad de servicio	Anderson y Couhglan (1987), Root (1994)
Naturaleza del producto	Nicholas (1986), Root (1994), Driscoll (1995)
Diversificación de productos	Kogut y Singh (1988)
<i>Actitudes directivas</i>	
Incertidumbre/Percepción de riesgos y beneficios	Johanson y Vahlne (1977, 1990), Burton y Schlegelmilch (1987), Welch y Loustarinen (1988)
Compromiso directivo	Bilkey y Tesar (1977)
Objetivos estratégicos	Hill et al. (1990), Root (1994), Driscoll (1995)
Orientación internacional	Agarwal y Ramaswami (1992), Calof (1991)
<i>Entorno</i>	
Política gubernamental	Davidson y McFetridge (1985), Kogut y Singh (1988), Driscoll (1995)
Tamaño / condiciones del mercado	Hill et al. (1990), Root (1994), Driscoll (1995)
Riesgo-país	Contractor (1984), Hill et al. (1990), Driscoll, (1995)
Distancia socio-cultural	Johanson y Vahlne (1977, 1990), Anderson y Gatignon (1986), Kogut y Singh (1988), Driscoll (1995)
Costes locales de producción	Dunning (1988)
Costes de transacción	Reid (1983), Davidson y McFetridge (1985), Anderson y Gatignon (1986), Nicholas (1986), Anderson y Couhglan (1987), Hill y Kim (1988), Hennart (1989), Hill et al. (1990), Klein et al. (1990), Agarwal y Ramaswami (1992), Erramilli (1991), Erramilli y Rao (1993), Alonso (1993a, 1993b, 1994a), Campa y Guillén (1995), Driscoll (1995)
Desarrollo económico	Root (1994)

Fuente: elaboración propia.

1.4. CONCLUSIONES: UN MARCO TEÓRICO INTEGRADO DEL FENÓMENO DE LA INTERNACIONALIZACIÓN EMPRESARIAL

La recopilación y comparación sistemática de la principal literatura existente sobre la temática de la internacionalización permite concebir un marco general de referencia que recoge, a modo de síntesis, las aportaciones más relevantes realizadas por toda esta amplia variedad de enfoques y/o aproximaciones posibles -todos ellos parciales- propuestos hasta la fecha. Dichas aportaciones son, a nuestro entender, las siguientes:

1. La acción de la empresa no sólo vendrá condicionada por las capacidades de carácter genérico o localizacional atribuibles al país-sector donde radica su actividad, sino que también tienen una gran influencia sus propias capacidades, ventajas competitivas específicas y estrategias. De aquí la necesaria orientación hacia los distintos enfoques micro-organizativos de la internacionalización. En este marco, son fundamentalmente tres las perspectivas a considerar: 1. las teorías de la inversión directa al exterior; 2. la hipótesis de las fases de desarrollo, centrada en el comportamiento exportador de las pymes; y 3. la literatura sobre los modos de entrada al exterior.
2. Las distintas interpretaciones de la IDE parten, justamente, del supuesto de la posesión por parte de la empresa de algún tipo de activo y/o ventaja específica, generalmente de carácter intangible (asociado, normalmente, con unos conocimientos superiores en tecnología, producción y/o marketing) que compensa el mayor conocimiento del mercado que tienen las empresas locales para quienes dicha ventaja resulta inaccesible. Esto le permite explotarla, al menos temporalmente, en mercados distintos al de origen. Sin embargo, las únicas explicaciones que integran los costes

de transacción asociados con dicha movilización de activos intangibles -la teoría de la internalización y el enfoque ecléctico- son propuestas demasiado estáticas y con una remota aplicación a las pymes, al considerar básicamente las decisiones de integración vertical de las operaciones productivas de la empresa multinacional en forma de inversiones directas en el extranjero (internalización), sin explicar cómo se desarrolla todo este proceso a lo largo del tiempo.

3. Según la llamada *hipótesis de las fases de desarrollo*, no basta sólo con determinar las condiciones que posibilitan la internacionalización de la empresa (la existencia de ventajas cuasi-monopolísticas susceptibles de ser rentabilizadas en mercados distintos al nacional), ya que dicha ventaja no explica el carácter mismo del proceso. Es necesario conocer también su dinámica en el tiempo, así como las formas que adopta a lo largo de esta secuencia temporal. De aquí que los numerosos modelos por etapas del comportamiento exportador enfatizan la naturaleza incremental del proceso, destacando la importancia de la adquisición gradual de conocimientos específicos en los mercados exteriores a través de la experiencia, lo cual reduce las condiciones de incertidumbre en que se adoptan las decisiones ligadas con el compromiso de recursos en el extranjero.
4. Tratando de destacar la dinámica temporal del proceso de internacionalización de la empresa, esta hipótesis contempla una sucesión precisa de formas de penetración en los mercados exteriores elegidos secuencialmente: el desarrollo de la trayectoria exportadora y, eventualmente, de la inversión directa en capacidad productiva en el exterior. Proporciona, asimismo, una notable relevancia a las capacidades y actitudes del equipo directivo, siendo su percepción de oportunidades y riesgos en el entorno

tan importante como las características y capacidades de la propia empresa. La propuesta se muestra especialmente útil para referir la experiencia internacional de aquellas empresas situadas en las fases iniciales de su internacionalización, especialmente en el desarrollo de su actividad exportadora, ya que difícilmente pueden prescindir del gradualismo sugerido en el modelo. De aquí su amplísima repercusión en la literatura empírica sobre el comportamiento exportador de las pymes.

5. Si bien sólo cabe aceptar la dinámica manifiestamente evolutiva y/o acumulativa sugerida por la hipótesis de las fases de desarrollo⁴³, ésta no consigue liberarse de su visión excesivamente lineal y determinista del proceso de internacionalización de la empresa. Este proceso, sin embargo, presenta rasgos altamente específicos ligados con las características propias de la empresa y/o de sus directivos, así como con las estrategias que éstas permiten trazar o el clima competitivo de los mercados con los que interactúa. Se pone así de manifiesto una cierta insatisfacción en torno al enfoque más relacionado con el análisis de las primeras etapas de la internacionalización, detectándose la necesidad de flexibilizar sus principales supuestos dado el carácter indeterminado y eminentemente selectivo de las opciones estratégicas de la empresa en el ámbito internacional.
6. En este sentido, la literatura de los modos de entrada al exterior recoge una amplia gama de vías de penetración o formas institucionales, entendidas como posibles trayectorias de internacionalización empresarial (entre las que se incluyen, básicamente, la exportación, la inversión directa en el extranjero y las fórmulas

⁴³ En el sentido de que, parece más fácil alcanzar niveles más altos de compromiso internacional cuando se parte de estadios superiores de internacionalización (Alonso, 1993a).

contractuales de cooperación), así como los distintos niveles intermedios que se integran en cada una de ellas. Entre las principales aportaciones de este enfoque figuran los criterios de selección entre las distintas formas y grados de compromiso internacional que facilitan una presencia más o menos directa de la empresa en el exterior, los cuales estarían basados principal -aunque no exclusivamente- en las prescripciones de la teoría de los costes de transacción.

7. Se llega de esta forma a una visión más compleja del proceso de internacionalización que liga el gradualismo basado en el aprendizaje, fundamental en las fases iniciales, con una visión más dinámica de los costes de transacción y modos de entrada al exterior. Dicho proceso se revela, a priori, como un camino abierto y flexible ante la gama amplia de formas institucionales y vías de compromiso que se abren a la empresa en cada momento a lo largo de su proyección internacional, si bien condicionado por el volumen de experiencia adquirido en base a la trayectoria escogida previamente (Alonso, 1994a). La elección entre todas estas formas posibles dependerá, en definitiva, tanto de los niveles ya adquiridos de compromiso, como del volumen y/o calidad de los activos que la empresa esté dispuesta a desplazar a los mercados de destino.

1.5. PROPÓSITO DE LA TESIS Y DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Una vez establecido el marco teórico de partida en el que sustenta este trabajo se desarrolla, en este último apartado, una exhaustiva descripción del mismo. Para ello, se identifica, en primer lugar, el campo temático y los objetivos generales que delimitan

nuestra investigación, así como el carácter de las distintas pruebas empíricas a realizar a lo largo de la tesis y la metodología a aplicar en cada caso. Finalmente, se recogen algunas características generales de la principal fuente de procedencia de los datos -la encuesta ICEX-92- y sus limitaciones más importantes, que afectan, en mayor o menor grado, el cumplimiento de los objetivos citados.

1.5.1. Campo temático de la investigación

El campo temático referido a la internacionalización está caracterizado por su vasta amplitud y por su naturaleza multidisciplinar. Aunque tendría sus raíces en la Economía Internacional, donde se incluirían las distintas teorías explicativas del comercio internacional⁴⁴, el contexto en el que se enmarca propiamente este trabajo viene configurado por otras líneas de investigación abiertas en torno al concepto de la *empresa internacional* desde finales de los años 60.

Dichas líneas han contribuido a generar la rica parcela temática del *marketing internacional*, a la que Cateora y Hess, en Santesmases (1992, p. 750), se refieren como "el resultado de las actividades empresariales que dirigen el flujo de las mercancías y servicios de una compañía a consumidores o usuarios en más de una nación". En este marco destaca toda una variedad de interpretaciones del fenómeno internacionalizador caracterizadas por otorgar un cierto margen de protagonismo y holgura estratégica a la empresa. Nos referimos, principalmente, a las distintas explicaciones de la IDE, así

⁴⁴ Dichas teorías, así como el modelo de Porter (1991) sobre la competitividad de las naciones son revisadas en el Anexo I. Sin embargo, tales enfoques no constituyen el principal marco de referencia para nuestra investigación en la medida que centran en el país-sector su unidad de análisis, descuidando la importancia de la propia capacidad competitiva de la empresa a la hora de determinar su éxito a escala internacional.

como a los restantes enfoques que tienden a destacar el carácter evolutivo del proceso de internacionalización en cualquiera de las facetas en las que éste se pueda presentar.

Aunque tradicionalmente el estudio las operaciones internacionales de la empresa haya girado en torno a las actividades de las multinacionales, esta tesis se adhiere al creciente interés existente por la temática de la internacionalización de las PYMES⁴⁵. Las razones fundamentales para orientar nuestra investigación, de manera preferente, hacia este colectivo empresarial obedecen a distintos aspectos: en primer lugar, a la escasa existencia en la economía española en general -y catalana en particular- de multinacionales propias, frente la enorme trascendencia que tiene en nuestro tejido industrial la presencia de un elevado número de empresas de pequeña dimensión. En segundo lugar, al hecho de que todavía no pueda considerarse éste un colectivo altamente "internacionalizado"⁴⁶; y, por último, a la mayor probabilidad de que, entre este tipo de empresas, las decisiones relativas al ejercicio de la actividad internacional vengán afectadas por la influencia de un determinado órgano directivo representado, generalmente, por la figura del gerente y/o propietario individual.

1.5.2. Objetivos de la investigación

1.5.2.1. Identificación del problema

El proceso de internacionalización de las pymes ha estado sujeto a una amplia investigación centrada, sobre todo, alrededor de la decisión de exportar y/o su

⁴⁵ De hecho, en la tesis se van a manejar distintas medidas aproximativas del tamaño empresarial; aunque como clasificación fundamental se utiliza la de la Comisión de las Comunidades Europeas (1990) que atiende al número de empleados: microempresa: <10 empleados; empresa pequeña: 10-99 empleados; empresa mediana: 100-500 empleados; empresa grande: >500 empleados.

⁴⁶ Un rápido indicador así parece señalarlo: según datos de la Dirección General de Promoción Comercial de la Generalitat, de las cerca de 62.000 empresas manufactureras catalanas, sólo una cuarta parte estarían realizando actualmente tareas de exportación (El Periódico de Catalunya, 25/26-12-93, p. 30).

comportamiento exportador. Debido, en gran parte, a su enorme volumen, toda esta literatura está muy dispersa, es difícil de obtener y está muy fragmentada. Además, las constantes contradicciones que reflejan los resultados empíricos (Bilkey, 1978; Miesenböck, 1988; Andersen, 1993) ponen de manifiesto la falta de un modelo comúnmente aceptado que recoja, de manera amplia, los hallazgos surgidos sobre esta materia.

Tal y como se ha visto anteriormente, el conjunto de modelos más utilizados para estudiar las etapas de la internacionalización de las pymes toman la decisión de exportar como el modo de actividad primordial entre este tipo de empresas, si bien acaban ofreciendo explicaciones bastante limitadas: ni abordan, propiamente, el motivo o las razones por las cuales una empresa decide internacionalizar su actividad, ni establecen las razones para progresar de una etapa a otra en este proceso de creciente compromiso internacional. Además, los esfuerzos por hacer explícitos otros modos de implicación internacional distintos al de la exportación han sido muy escasos.

Por otra parte, el cuerpo de literatura que se ha ido desarrollando se localiza principalmente en el mundo anglosajón, y en especial, en la literatura norteamericana. Es sintomático el número relativamente bajo de estudios publicados sobre la empresa exportadora en España. Igualmente, el carácter marcadamente actual de los mismos atestigua el creciente interés que también ha despertado esta temática en la literatura empresarial de nuestro país⁴⁷. Aún más esporádicas son las referencias o investigaciones

⁴⁷ Como publicaciones conceptuales destacan las de Jarillo y Martínez (1991), Velasco (1992), Canals (1993), Alonso (1993b, 1994a) y también Fernández y Vázquez (1994). Con una referencia ya más concreta a la actividad exportadora de la empresa industrial española, encontramos los interesantes trabajos de Alonso (1991/2, 1993a 1994b), Donoso (1992), Alonso y Donoso (1989a, 1989b, 1993, 1994, 1995), Calvo (1993), Campa y Guillén (1995), Fariñas (1993), Merino y Moreno (1996) o Moreno y Rodríguez (1997). Por último, un elaborado análisis global de la internacionalización de la empresa industrial española se recoge en Myro y Yagüe (1991).

que tengan una vinculación expresa con la empresa industrial catalana (Trigo et al., 1991; Rovira, 1992; DGPC, 1995).

Se identifica, pues, la posibilidad de realizar nuevos trabajos que aglutinen, de una manera amplia y sistemática, los distintos enfoques expuestos, así como la principal evidencia empírica surgida sobre el tema. Asimismo, aunque tales estudios contemplen la actividad exportadora como el modo básico y/o principal de internacionalización, también deberían abarcar otras formas de actuar en los mercados exteriores, como pueden ser las decisiones de invertir en el extranjero y/o el recurso a los distintos tipos de acuerdos de cooperación o alianzas internacionales.

1.5.2.2. Objetivos y pruebas empíricas a realizar

Esta tesis se propone cubrir, en la medida de lo posible, la escasez de estudios de esta naturaleza referidos específicamente a las empresas manufactureras catalanas. Dada la situación en la que se encuentra regularmente este colectivo, el trabajo se contextualiza en las primeras etapas de sus respectivos procesos de internacionalización, tratando de esclarecer el alcance que tiene el mismo. Se postula, en este marco, la conveniencia de abordar y desarrollar la proyección internacional como un aspecto cada vez más esencial de la estrategia empresarial. Así, como *hipótesis central* del estudio se intenta demostrar que las empresas -en especial las PYMES- que exhiben mejores condiciones en términos de sus capacidades y recursos, grado de compromiso, motivación y preparación por parte de sus directivos y/o nivel de sofisticación de sus políticas de marketing-mix a escala internacional, tienden a desarrollar con mayor éxito no sólo su actividad exportadora, sino también las restantes dimensiones que recogen su

internacionalización, como son los modos de operar utilizados y/o el grado de complejidad organizativa alcanzado.

La consecución de este objetivo presupone la realización, a lo largo de los capítulos que configuran esta investigación, de una serie de *tests* o pruebas empíricas. Éstas deben permitir identificar, por un lado, de qué depende la decisión de iniciar el proceso de internacionalización y, por otro, los principales determinantes del éxito y/o de la progresión de la empresa durante las fases iniciales de su internacionalización. Las pruebas empíricas permitirán, pues, realizar una contrastación empírica de algunas de los modos recogidos en la síntesis conceptual de partida, en especial los que hacen referencia a la exportación. En concreto, los objetivos parciales y/o ejercicios empíricos más relevantes son:

- Contribuir, como ya se ha propuesto este primer capítulo, al establecimiento de una visión más concluyente del proceso de internacionalización de la empresa que aglutine, a modo de síntesis, las diferentes aportaciones parcialmente realizadas por los distintos modelos teóricos de referencia propuestos hasta la fecha. Se intenta a partir de aquí verificar, a distintos niveles, dicha concepción general en base a la información disponible⁴⁸.

⁴⁸ La práctica imposibilidad de poder realizar una contrastación única y global de esta visión sintética del fenómeno internacionalizador, como también señalan Mugler y Miesenböck (1989), motiva que el análisis empírico se deba desarrollar, como mínimo, a dos niveles: 1. un primer nivel, restringido básicamente al desempeño de la actividad exportadora, entendido como un mecanismo capaz de otorgar, durante las fases iniciales de la internacionalización, unas mayores posibilidades de aprendizaje al constituir -en sí mismo- una secuencia o proceso de desarrollo con diversos niveles de compromiso; y 2. un segundo nivel que contemple la posibilidad de extender la actividad y el compromiso internacional de la empresa, compatibilizando el desempeño de la exportación con la utilización de otras fórmulas estratégicas diversas (la inversión directa en el exterior y/o el establecimiento de alianzas estratégicas internacionales).

- Tratar de determinar, en el capítulo 2, hasta qué punto el tamaño o dimensión de la empresa constituye el motivo por el cual algunas empresas deciden internacionalizar su actividad y otras no (en términos de su distinta probabilidad de exportar); así como del nivel de éxito obtenido en este proceso de compromiso exportador (en términos de su intensidad exportadora).
- Describir y aprovechar la información recogida en la base de datos disponible para identificar, mediante técnicas analítico-descriptivas, el perfil que caracteriza a los exportadores catalanes, tanto en términos de sus competencias distintivas (capítulo 3) como de su dimensión competitiva (capítulo 4). Se intenta, pues, estimar su perfil exportador comprobando hasta qué punto se ajusta con los resultados ya obtenidos por la abundante investigación empírica existente en relación al comportamiento exportador de la empresa⁴⁹.
- Verificar en el capítulo 5, mediante un análisis discriminante y técnicas de regresión, un modelo explicativo del comportamiento exportador de las empresas industriales catalanas establecido a partir de la descripción de las variables realizada en los dos capítulos anteriores. Dicha estimación permite identificar los factores que determinan el desempeño y el desarrollo más exitoso de este mecanismo básico de actividad internacional por parte de la empresa, en términos de su mayor o menor nivel de compromiso -intensidad exportadora absoluta y relativa a la media del sector- y/o dinamismo exportador. Se intenta, por tanto, esclarecer la existencia de algún tipo de relación entre el grado de eficacia e implicación conseguido en el ejercicio de la

⁴⁹ En este sentido, los trabajos que sirven como principal término de comparación viene constituido por la exploración exhaustiva de la *Competitividad de la empresa exportadora española* realizada por Alonso y Donoso (1994) y los ejercicios de revisión de la literatura empírica internacional realizados por Bilkey (1978), Miesenböck (1988) o Aaby y Slater (1989).

actividad exportadora con otras variables de índole organizativa, motivacional o de estrategia internacional; así como identificar la existencia de diferencias significativas en tales variables atendiendo a un nivel gradualmente distinto de desarrollo exportador por parte de la empresa.

- En el capítulo 6 se identifican, comparativamente, las causas determinantes de la transición hacia niveles crecientes de compromiso internacional por parte del exportador industrial, tanto catalán como del resto de España, en la búsqueda de aquellos factores que influyen más decisivamente en la selección de las formas que tienen ambos de proyectarse internacionalmente. Para ello, se recurre a las explicaciones del análisis económico de costes de transacción, así como a otras implicaciones subyacentes en la literatura sobre los modos de entrada al exterior, con el fin de verificar, mediante un análisis de regresión logística, la relación existente entre el mayor o menor grado de integración (internalización) de sus exportaciones respectivas -mediante la inversión directa en redes propias de distribución en el extranjero y/o el establecimiento de alianzas estratégicas- con la presencia de otras variables diversas tales como: posibles fallos del mercado en la transacción de determinados activos (intangibles), nivel de especificidad de estos activos, disponibilidades de recursos, percepción de barreras e incertidumbre en el entorno, desconocimiento del mercado exterior, etc. Se busca, por tanto, establecer la combinación realizada del mecanismo exportador con otro/s modo/s de entrada al exterior como forma de medir dicha progresión; determinando, a su vez, los factores que son relevantes a la hora de elegir entre los distintos modos de operar.

- A partir de la exploración realizada se intenta extraer, en el último capítulo de la tesis, conclusiones relevantes que permitan, por un lado, definir las pautas de actuación futura para asegurar el fortalecimiento de la competitividad exterior de una parte importante de nuestro tejido empresarial y, por otro, afinar aún más el papel que deben jugar tanto los empresarios como las distintas administraciones involucradas en el desarrollo óptimo de los procesos de internacionalización de nuestras empresas.

Así pues, a modo de esquema final, cuatro serían las preguntas que nos proponemos contestar a lo largo de los capítulos de esta tesis doctoral:

- 1. ¿Hasta qué punto el tamaño de la empresa determina la probabilidad y el éxito obtenido en la fase inicial (exportadora) del proceso de internacionalización (capítulo 2)?*
- 2. ¿Cuáles son las características más relevantes de la empresa exportadora industrial catalana en relación a otros colectivos exportadores (capítulos 3 y 4)?*
- 3. ¿Qué determina que el exportador industrial catalán tenga más o menos éxito en la realización de este proceso (capítulo 5)?*
- 4. ¿Qué determina que la empresa industrial catalana, versus la no catalana, decida comprometerse de manera creciente en el mismo (capítulo 6)?*

1.5.3. Metodología del trabajo empírico

Para la realización de las distintas pruebas empíricas será necesario recabar una notable cantidad de información referida a la actividad internacional, fundamentalmente exportadora, de la empresa industrial catalana. La metodología básica para la elaboración de dicha información se apoya en determinadas técnicas de investigación cuantitativas. En concreto, se aplican distintas técnicas de análisis estadístico que

permitan realizar una explotación parcial, si bien exhaustiva, de la información recogida en una muestra formada -a nuestros efectos- por 428 empresas exportadoras catalanas, mayoritariamente PYMES y de distintos sectores manufactureros. En el anexo 2 de este primer capítulo se describen algunas de las características básicas de las empresas que configuran dicha muestra (básicamente, sector de actividad, tamaño, grado de penetración del capital extranjero y % de ventas exportadas respecto al total de las ventas), si bien una descripción más completa de las mismas se realiza a lo largo de los capítulos 3 y 4 que investigan su perfil exportador.

El colectivo exportador analizado constituye, en realidad, una submuestra seleccionada a partir de una muestra representativa del colectivo exportador español en su conjunto, el cual fue investigado durante el año 1992 por encargo del ICEX (Instituto de Comercio Exterior). Los resultados de esta investigación a nivel nacional pueden verse ampliamente recogidos en Alonso y Donoso (1993, 1994).

1.5.3.1. La base de datos ICEX-92⁵⁰

Tal y como señalan sus autores (Alonso y Donoso, 1994; Alonso, 1994b), la base empírica en la que se basa el estudio procede de un sondeo realizado a empresas transformadoras -agrícolas e industriales- que habían mantenido actividades de exportación durante 1991. Partiendo de la información que ofrecía la base de datos OFERES del ICEX, que aquel año recogía un total de 49.191 exportadores, se clasificaron dichas unidades en 24 sectores según la adscripción arancelaria de sus principales productos de exportación. Cada colectivo sectorial fue segmentado en

⁵⁰ El autor desea hacer constar, en este punto, su agradecimiento expreso a los profesores de la Universidad Complutense de Madrid Dr. J. A. Alonso y Dr. V. Donoso, así como a su colaborador el profesor M. Carrera, por la gentil y desinteresada cesión de los datos para la realización de este estudio.

estratos, en función del volumen de exportación de las empresas. A continuación, se eligieron las empresas en cada uno de los segmentos, de acuerdo con el peso de éstos en la exportación sectorial, hasta obtener el número requerido para garantizar la representatividad deseada. Ésta se fijó para un intervalo de confianza del 95,5% y un error del 2,1% para el conjunto de la muestra, y del 10% para los sectores; objetivo conseguido en casi todos ellos.

Al objeto de seleccionar las unidades concretas a analizar, se procedió mediante un muestreo aleatorio. Al número total requerido se le aplicó un coeficiente de rechazos del 75% para tener garantizado el colectivo de partida. Dado que la composición sectorial de la muestra no coincidía con la del universo, debido al número de empresas requerido en cada caso para obtener la representatividad, se reequilibraron posteriormente los resultados, según el peso proporcional de los sectores en el conjunto de la exportación española⁵¹.

El total de la muestra quedó establecido en 2.264 empresas, procedentes de todo el territorio nacional español, de las cuales 428 eran catalanas⁵². A este conjunto de empresas se les pasó un amplio cuestionario, entre octubre del 1991 y febrero de 1992, en el marco de entrevistas personales con los responsables de las exportaciones de las empresas o con algún alto directivo relacionado. La encuesta proveía información en torno al tamaño de la empresa, a su sistema productivo y tecnológico, a su estructura

⁵¹ Este criterio de reequilibrado es, según los autores, discutible. De hecho, al estar basado en los volúmenes de exportación, el carácter marcadamente ocasional que tiene la exportación entre la población empresarial española aparece poco representado en la muestra. Ésta, en cambio, sí que es reflejo de un comportamiento más regularmente exportador, siendo conscientes de que se puede haber favorecido una mayor presencia en la muestra de los rasgos característicos de los sectores más predominantemente exportadores (Alonso y Donoso, 1994, p. XV y 8; Alonso, 1994b, p. 14).

⁵² Si bien no se puede garantizar la representatividad estadística de los 428 empresas exportadoras catalanas en la que se apoya fundamentalmente nuestro estudio, la representatividad de toda la muestra a nivel nacional transmite una cierta fiabilidad en cuanto a la submuestra de exportadores en Cataluña.

organizativa, a los principales elementos de su estrategia comercial en los mercados exteriores y a los resultados obtenidos por la empresa a nivel de su actividad internacional.

Dicha base, por lo tanto, facilita una gran cantidad de información relacionada con las variables necesarias para la realización de nuestro estudio. En particular, permite identificar las ventajas y capacidades competitivas de la empresa exportadora (tamaño, configuración/solidez organizativa, sistemas productivos y capacidades tecnológicas, apoyos logísticos a la actividad exportadora, actitudes, percepciones y aptitudes directivas), su ámbito de competencia (gama de productos, mercados de exportación y formas de penetración o de compromiso internacional), las políticas de marketing-mix internacional (de producto, de precios, de comunicación y de control del canal de distribución), la presencia o no de capital extranjero, así como de determinados indicadores del rendimiento exportador (compromiso y dinamismo exportador, rentabilidad exportadora, etc.).

1.5.4. Limitaciones de la investigación

Las principales limitaciones que se detectan al trabajo de investigación que hemos iniciado con este capítulo hacen referencia, por una lado, a la fuente de los datos disponible para la elaboración del estudio; y, por otro, a la metodología utilizada.

Así, por lo que se refiere al primer aspecto, varias son las cuestiones a comentar. En primer lugar, la amplia información contenida en la base de datos permite, efectivamente, realizar la mayor parte de los contrastes empíricos señalados en el apartado anterior, con la excepción del análisis de la mayor probabilidad que tienen

algunas empresas de internacionalizar su actividad frente a otras. En la medida que todas las empresas que configuran la muestra de estudio son exportadoras, no tiene sentido discutir esta probabilidad en términos del tamaño de la empresa, por lo que se ha tenido que recurrir a fuentes de datos alternativas y/o la comparación de investigaciones previas para realizar dicho contraste, con las claras limitaciones que esto supone.

En segundo lugar, hay ciertas dudas con la fiabilidad de algunos datos y/o variables, detectándose un carácter excesivamente ordinal y/o de rango en la medición de numerosas variables. Esto dificulta, a veces, el manejo estadístico de los datos y/o la utilización de algunas técnicas estadísticas. Debemos señalar, también, la limitación que puede suponer disponer sólo de los datos referidos al único año de realización de la encuesta (1992), y que fuerzan la realización de un análisis de corte transversal.

Por último, preocupa en cierta manera la posible falta de representatividad sectorial y/o por tamaños que puede tener la submuestra de empresas catalanas utilizada. Sin embargo, y aunque no está garantizada del todo dicha representatividad, dicha submuestra proviene directamente de una muestra más amplia elaborada a partir de criterios de representatividad válidos para toda España, por lo que se desprende una cierta fiabilidad estadística de la submuestra elegida. Además, el número de exportadores catalanes recogidos en nuestra base de datos, 428, supera con creces el número aproximado de empresas que se suelen investigar en una gran mayoría de estudios empíricos realizados, tanto a nivel nacional como internacional.

Por otro lado, se entiende como otra limitación la ausencia a lo largo de la tesis del recurso a otras técnicas de estudio de naturaleza inductiva y longitudinal, como el análisis en profundidad de casos, que investiguen las experiencias sufridas por algunas

empresas a lo largo de sus procesos de internacionalización. De hecho, es cada vez más notoria en la literatura (Welch y Loustarinen, 1988; Melin, 1992; Canals, 1992/1993; Andersen, 1993; Chetty, 1996; Chetty y Hamilton, 1996) la conveniencia de elaborar nuevos trabajos que se aproximen a la temática de la internacionalización desde una perspectiva más longitudinal y cualitativa, a la vez que transversal y cuantitativa, combinando las ventajas e inconvenientes que ambas metodologías tienen por separado.

En particular, el recurso a las técnicas inductivo-cualitativas puede proporcionar un marco más amplio en el que valorar la creciente implicación internacional de la empresa en cuanto a sus modos de operar (exportación, alianzas estratégicas y fórmulas de inversión directa en el extranjero), mercados-objetivo, productos, estructuras organizativas, fuentes de financiación, etc. (Welch y Loustarinen, 1988), pudiendo otorgar más luz a la vigencia actual o no del patrón de creación gradual de compromisos en el extranjero. Sin embargo, estas otras técnicas también tienen sus contrapartidas: no permite realizar inferencia estadística -aunque sí inductiva- y depositan en el propio investigador una gran responsabilidad a la hora de elegir, de manera opinática, la empresa/s a investigar y al elaborar cualquier tipo de reflexión y/o conclusión del fenómeno estudiado (Yin, 1984; Eisenhardt, 1989; Pérez, 1994)⁵³.

⁵³ En este sentido, cabe señalar que, si bien aún no se han podido elaborar estudios de casos, el doctorando viene manteniendo desde mayo del presente año una serie de entrevistas con 3 directivos de conocidas empresas exportadoras catalanas (Freixenet, S.A., Gorina, S.A. y Torcidos Ibéricos, S.A.) de cara a la elaboración en el futuro inmediato de sendos estudios comparativos, siguiendo la metodología propuesta en Yin (1984), cuyos resultados podrán ser utilizados tanto a nivel investigador como docente.

CAPÍTULO 2. LA RELACIÓN ENTRE EL TAMAÑO Y EL COMPORTAMIENTO EXPORTADOR: EL CASO DE LA EMPRESA INDUSTRIAL CATALANA

INTRODUCCIÓN

Tal y como proponíamos al formular los objetivos de este estudio, se inicia con este segundo capítulo un primer intento de contrastar algunas de las preguntas de investigación allí recogidas. En concreto, se intenta responder: 1. ¿por qué algunas empresas empiezan a exportar y otras no? y 2. ¿por qué algunas tienen más éxito que otras en esta actividad? analizando en profundidad el impacto que tiene el tamaño empresarial, como variable explicativa, sobre el comportamiento exportador de la empresa.

La posible relación existente entre el tamaño de la empresa y su comportamiento exportador ha constituido, sin duda alguna, una de las cuestiones que más interés ha suscitado y que más veces se ha analizado en el ámbito de la literatura internacional sobre la empresa exportadora (Mugler y Miesenböck, 1986; Bonaccorsi, 1992; Calof, 1994). Así, al margen de los argumentos eminentemente teóricos que pudieran existir al respecto, la relativa facilidad en la disponibilidad de este dato pero, sobre todo, el carácter marcadamente *sintético* atribuido al tamaño como un factor que resume una amplia variedad de aspectos relacionados con las posibilidades técnicas, productivas, organizativas, económicas e incluso gerenciales de la empresa -las cuales, a priori, parecen favorecer a las de mayor dimensión- contribuyen a explicar la profusión de

estudios empíricos en este campo que han recogido, como variable independiente, alguna medida relacionada con el tamaño empresarial.

De este modo, en numerosas ocasiones se ha utilizado la dimensión como una "proxy" de los recursos disponibles por la empresa, entendiendo que dichos recursos deberían afectar de alguna forma su comportamiento exportador. Igualmente, el tamaño ha sido elegido a menudo como un criterio relativamente sencillo para agrupar empresas cuyas posibilidades estratégicas fuesen más o menos parecidas y, más concretamente, para establecer grupos de empresas que, por su dimensión, deberían exhibir un comportamiento exportador bastante similar. Así pues, no cabe sino destacar el gran interés existente en la literatura sobre exportación por esclarecer la relación que vincula al tamaño con la actividad exportadora de la empresa¹.

Además de proponer las explicaciones teóricas pertinentes, se desarrolla una aplicación específica de esta relación al caso del exportador catalán a partir -aunque no exclusivamente- de los datos obtenidos de la encuesta ICEX-92. Los datos que, según la investigación realizada por Alonso y Donoso (1994), muestran una cierta relación con la dimensión de la empresa exportadora española servirán como base para establecer una comparación con los resultados obtenidos para las empresas catalanas, aunque también se revisará su concordancia con los hallazgos recogidos en otros estudios empíricos llevados a cabo en distintos países.

¹ Como parece indicar el continuo interés en responder a preguntas tales como: "¿la gran empresa está en mejores condiciones para acceder a los mercados exteriores?, ¿es necesario alcanzar un umbral mínimo de tamaño para que la empresa opere, con posibilidades de éxito, en los mercados internacionales?, ¿la intensidad exportadora de la empresa crece en relación directa con su tamaño?; en definitiva, ¿es el tamaño un factor condicionante del éxito exportador?" (Alonso y Donoso, 1994, p. 1).

2.1. EL IMPACTO DEL TAMAÑO SOBRE EL COMPORTAMIENTO EXPORTADOR DE LA EMPRESA

El supuesto que habitualmente se apunta con respecto a la relación existente entre el comportamiento exportador y el tamaño de la organización expresa la convicción de que las empresas más grandes deberían disponer de ventajas ligadas al tamaño que les permitiesen implicarse en una actividad de exportación más efectiva (Aaby y Slater, 1989). En realidad, la proposición según la cual el tamaño estaría *positivamente* relacionado con el comportamiento exportador se ha tomado a menudo como dada; de ahí el énfasis puesto, tanto a nivel académico como institucional, en la necesidad de encontrar nuevas fórmulas para mejorar las actividades exportadoras de aquellos agentes que parecen contar con unas mayores barreras a priori, es decir, las pequeñas y medianas empresas (pymes).

Esta relación de signo positivo que tiende a suponerse entre el tamaño de la empresa y su actividad exportadora se atribuye, en general, al hecho de que la gran empresa parece contar con la ventaja de una acción comercial más amplia e intensa (Alonso y Donoso, 1989b). De esta forma, se considera que la proporción de empresas que exportan debería aumentar con su tamaño; y también que, a medida que crezca la dimensión de la empresa, crecerá más que proporcionalmente la exportación que éstas realicen. Se presupone, en definitiva, que la ventaja de la gran empresa le debe permitir no sólo *vincularse* más fácilmente con los mercados exteriores, sino también mantener una superior *intensidad exportadora*. Sin embargo, se detecta en este punto una cierta indefinición teórica de la relación investigada que pueden dar lugar a la aparición de algunos problemas metodológicos (Bonaccorsi, 1992; Alonso y Donoso, 1994).

Así, por un lado, encontramos la tendencia a considerar que el tamaño de la empresa condiciona significativamente el nivel de actividad exportadora que ésta tenga -y, por tanto su comportamiento exportador-, en el sentido de que la empresa de mayor tamaño aprovecha esta ventaja para exportar más activamente. Tal proposición asume, en definitiva, que la dirección causal tiende a establecerse desde el lado del tamaño de la empresa hacia el comportamiento exportador. Sin embargo, desde un punto de vista conceptual, no habría razones para pensar que la relación inversa no pudiera también producirse: exportar y desarrollar esta actividad podría conducir a un aumento del tamaño que, quizás, no fuera posible restringiendo la actividad comercial al mercado doméstico. Dicho de otra manera, el tamaño de la empresa también podría incrementarse a través de la exportación; aprovechándose así las oportunidades que ofrecen los mercados internacionales para el crecimiento empresarial. Además, tanto el tamaño de la empresa como algunas de las medidas del comportamiento exportador más utilizadas habitualmente pueden estar sujetas a patrones temporales distintos que no permitirían asumir, como prueba irrefutable de una relación causal entre ellas, la existencia de una correlación estadística en un momento dado del tiempo.

Un segundo bloque de problemas, fruto de dicha indefinición teórica, hace referencia al conjunto de construcciones y variables que se han introducido en los modelos explicativos de la relación existente entre el tamaño empresarial y la actividad exportadora. Así, en muchos trabajos se ha aceptado, de entrada, que el tamaño afecta directa y positivamente a todas y cada una de las distintas variables del comportamiento exportador consideradas. Ante esto cabe decir que, si bien es cierto que todas ellas permiten expresar el compromiso y la capacidad exportadora que tiene una empresa, no

es menos cierto que tienen una naturaleza claramente distinta y se originan en base a decisiones también diferentes².

Sin embargo es justo señalar que, aunque algunas previsiones teóricas se hayan reflejado con muy distinta suerte a nivel empírico -en buena parte debido a los problemas de delimitación teórica que acabamos de comentar-, varias de estas relaciones han recibido un respaldo cuanto menos parcial y merecen, por tanto, ser consideradas como las principales proposiciones existentes en el marco de la literatura especializada sobre la relación entre el tamaño y el comportamiento exportador (Bonaccorsi, 1992; Alonso y Donoso, 1994):

- P1. *la probabilidad exportadora de una empresa* o probabilidad de que empiece a exportar, medida a través de la proporción de empresas exportadoras dentro de un colectivo empresarial determinado, *aumenta con su tamaño*;
- P2. *la intensidad o propensión exportadora de la empresa* (% de ventas exportadas sobre las ventas totales) está correlacionada positivamente con el tamaño de la misma, es decir, *crece a medida que aumenta el tamaño empresarial*.

Se recogen, a continuación, distintos argumentos favorables al sentido de las dos proposiciones expuestas; para ver, en un siguiente apartado, hasta qué punto han venido refrendados por el análisis empírico.

² Como señalan Alonso y Donoso (1994) se presume que la ventaja de la gran empresa le permite vincularse más fácilmente con los mercados exteriores y mantener una superior intensidad exportadora; cuando una cosa tiene que ver con la decisión de si una empresa exporta o no (variable categórica) y otra con la decisión de cuánto o con qué intensidad hacerlo (una variable continua expresada en términos relativos -intensidad o propensión exportadora- o absolutos -volumen promedio de exportación-; y de forma estática -en un momento dado del tiempo- o dinámica -tasas de crecimiento en el tiempo-). Por su parte, Bonaccorsi (1992) destaca la existencia de posibles "mecanismos compensatorios" que afectan a estas variables y que no han sido tratados normalmente en la literatura, sobre todo por lo que respecta a la variable intensidad exportadora.

2.1.1. Argumentos teóricos en favor del impacto positivo del tamaño sobre el comportamiento exportador

Ciertamente, se pueden recoger toda una variedad de argumentos que, a nivel teórico, justificarían concebir una influencia positiva y significativa del tamaño de la empresa en el grado de implicación internacional de la misma y, más concretamente, en su comportamiento exportador. Habitualmente, las razones que facilitan plantear las hipótesis citadas y que, como hemos visto, tienden a atribuir a las pequeñas empresas una menor probabilidad de exportar y/o la tendencia a exportar una porción inferior de sus ventas totales (es decir, una menor intensidad exportadora), hacen referencia a una variedad de factores propios de la empresa o de sus órganos directivos; si bien, a veces, han tenido que complementarse con supuestos adicionales sobre la estructura de los mercados en los que operaba la empresa y su estrategia empresarial. En concreto, las razones que permitirían anticipar teóricamente un impacto positivo del tamaño empresarial sobre el nivel de compromiso internacional de la empresa y, más concretamente sobre su comportamiento exportador, hacen referencia a los factores siguientes (Bonaccorsi, 1992; Calof, 1994):

1. Las limitaciones de recursos.
2. La presencia de economías de escala en producción y, de manera muy particular, en las operaciones comerciales de exportación.
3. Las actitudes directivas hacia la actividad internacional en las pymes versus las grandes empresas.
4. El crecimiento y expansión de la empresa en su mercado doméstico.

2.1.1.1. Las limitaciones de recursos

El primero de estos factores, la existencia de recursos escasos, constituye un argumento utilizado frecuentemente para justificar la renuncia de numerosas empresas de pequeña dimensión a internacionalizar su actividad y, también, para destacar la posición relativamente débil en la que suelen encontrarse en los mercados internacionales.

Según dicho argumento, la internacionalización de la empresa, entendida como la adopción de una creciente implicación internacional, requeriría contar en todo momento con los recursos apropiados (técnicos, financieros, humanos, en marketing, en I+D, etc.). Parece obvio admitir que la evolución en el compromiso exportador de la empresa podría verse restringida si se careciese en algún momento del nivel adecuado en la mayoría de estos recursos. Normalmente se considera que las empresas pequeñas presentan con mayor regularidad este tipo de limitaciones, hallándose, por tanto, en cierta desventaja frente a las grandes³. Dicha escasez en los recursos limita su habilidad para alcanzar estadios más avanzados de internacionalización, poniéndose en cuestión la posibilidad de lograr niveles altos y sostenidos de implicación internacional.

2.1.1.2. Las economías de escala

El segundo motivo, la existencia de economías de escala en la producción y/o en otras áreas o facetas de la actividad de la empresa como son la venta, la distribución, la

³ En concreto, las pequeñas empresas suelen disponer de menos recursos monetarios para el desarrollo de nuevos productos y/o de la capacidad de producción. Tampoco cuentan normalmente con un personal directivo capacitado y experimentado que pueda dedicar su atención a los mercados exteriores y las operaciones internacionales; o bien carecen de la capacidad necesaria para la investigación y planificación óptima de los nuevos mercados y/o el procesamiento de la documentación necesaria. Todo ello repercute en la menor habilidad que tienen las empresas más pequeñas para explorar las oportunidades en el extranjero en comparación con las más grandes (Jarillo y Martínez, 1991; Bradley, 1995).

publicidad, etc., suele ser también un argumento bastante común a la hora de establecer las ventajas con las que parecen contar la gran empresa⁴. Asimismo, las posibles economías obtenidas específicamente en la gestión de las operaciones de venta en los mercados exteriores, y atribuibles igualmente a los efectos de la escala, parecen beneficiar más a las grandes empresas en detrimento de las pequeñas, las cuales encuentran de esta forma mayores dificultades en su expansión exportadora.

En general, la presencia de economías de escala lleva a la empresa a intentar desplazarse hacia los tramos de tamaño donde se minimizan los costes unitarios, aumentando su eficiencia respecto a aquellas otras empresas cuya dimensión aún no coincide con la óptima. En el caso particular de la empresa exportadora existen, como mínimo, dos ámbitos distintos donde pueden manifestarse las economías de escala, dando origen a distintas ventajas competitivas que tienden a favorecer casi siempre a la gran empresa (Bonaccorsi, 1992; Alonso y Donoso, 1994):

Un primer ámbito sería el de la presencia de economías de escala en la actividad productiva. De esta forma, si en una industria existen economías de escala y el *tamaño mínimo eficiente de planta* -escala de producción óptima en la que se minimizan los costes unitarios- es elevado en comparación con el mercado doméstico, la gran empresa podrá aprovechar las ventajas que le ofrecen las economías de escala proyectándose hacia los mercados exteriores. Éstos ofrecen la posibilidad de relajar la limitación que supone la dimensión del mercado interior en la optimización del nivel operativo de la planta de producción de la empresa, beneficiándose por lo tanto de los efectos de unos

⁴ Nos referimos concretamente a las economías de escala internas, las cuales describen la disminución de los costes unitarios a medida que aumenta el volumen de producción en un período determinado. Es en este sentido como debemos entender que dichas economías pueden condicionar el tamaño óptimo empresarial.

costes unitarios inferiores en comparación con los de otras empresas más pequeñas. Así pues, la relación esperada entre el tamaño de la empresa y la actividad exportadora en este caso es positiva; en particular, la empresa cuya planta tenga un tamaño eficiente lo suficientemente grande estará en mejores condiciones para exportar o, si se quiere, exportará con mayor probabilidad que las pequeñas, es decir, aquéllas cuyo tamaño de planta sea sub-óptimo. Éstas, a su vez, sólo tratarían de exportar si el mercado doméstico sufriera una recesión importante.

Un segundo ámbito hace más bien referencia a la actividad comercial. Como sucede a menudo con el proceso productivo, el de la comercialización y el marketing suele tener también asociadas ciertas indivisibilidades o costes fijos elevados que dan lugar a la aparición de economías de escala. En nuestro caso, éstas podrían manifestarse en la propia gestión de la actividad exportadora o en las operaciones de venta en los mercados exteriores. Dichas economías en los costes pueden proporcionar importantes dificultades en la expansión exportadora de las pequeñas empresas frente a las grandes; obligándolas, en algunos casos, bien a eludir los mercados extranjeros, bien a cooperar entre ellas para alcanzar una cierta *masa crítica*⁵. Las empresas grandes, en cambio, parecen disponer de los recursos suficientes como para absorber, por sí mismas, los diversos costes asociados con la comercialización internacional; como pueden ser, por ejemplo, los relacionados con la investigación de mercados exteriores, la creación de redes de distribución en el extranjero, los gastos de promoción y de comunicación, etc. La mera posibilidad de realizar unos volúmenes superiores de ventas en el exterior,

⁵ Tal es, a menudo, el origen de algunas fórmulas cooperativas en el marketing internacional como, por ejemplo, los consorcios de exportación creados para facilitar y abaratar la actividad exportadora de varios, y habitualmente pequeños, empresarios.

pondría a la gran empresa en mejores condiciones para amortizar dichos costes comerciales frente a las pequeñas.

2.1.1.3. Las actitudes directivas hacia la internacionalización

La tercera razón para establecer una relación teóricamente positiva entre el tamaño y el comportamiento exportador de la empresa hace referencia a las actitudes de los directivos y, más concretamente, al argumento de la orientación directiva y de la percepción de riesgos. De hecho, en la literatura pueden encontrarse distintos aspectos relacionados con las actitudes de los directivos hacia la exportación⁶. Estaría, por un lado, la dimensión relativa a la percepción de riesgo y/o la propensión o actitud a adoptar riesgos en las operaciones de exportación y, por otro, las expectativas de los directivos en relación al efecto que tiene exportar en el logro de ciertos objetivos empresariales.

Aunque esta segunda componente no parece estar tan directamente ligada con una posible relación positiva entre el tamaño empresarial y la actividad exportadora, sí puede argumentarse una relación más definida entre el tamaño de la empresa y la percepción o el grado de aversión al riesgo que exhiben los directivos hacia las actividades internacionales: las pymes, y en particular sus directivos, suelen experimentar, a priori, niveles más altos de aversión al riesgo en comparación con las empresas de mayor tamaño. La razón podría ser debida tanto a la falta de información completa y apropiada sobre el mercado exterior, que suele afectar con mayor probabilidad a las pymes, como a la escala más reducida de sus operaciones, lo que

⁶ En este sentido, merece la pena destacar la consideración que hacen algunos autores como Miesenböck (1988, p. 42) para quien el principal directivo o decisor de la pequeña empresa es la variable clave en la internacionalización de la misma.

supone una mayor concentración del riesgo y un impacto comparativamente mayor en el caso de producirse algún error de carácter grave a escala internacional. Es, pues, más común entre este tipo de empresas la percepción de una cierta incapacidad para sobrevivir en los mercados internacionales, lo que lleva a sus directivos a adoptar unos patrones actitudinales generalmente más conservadores que tienden a subestimar la eficacia con la que podrían operar en un entorno competitivo y a reflejar una menor orientación exportadora (Bradley, 1995).

La orientación directiva hacia la internacionalización, medida en términos de las actitudes y aptitudes de los directivos, se ha considerado en repetidas ocasiones como un factor importante para la explicación de las decisiones relativas a la exportación. Por esta razón, no sorprende que haya sido introducida habitualmente como una variable explicativa en los distintos modelos propuestos del comportamiento exportador de las pymes. Algunos autores justifican su introducción al encontrar mucho más probable que dicho comportamiento exportador esté más influido por el directivo y menos determinado estructuralmente en las pymes que en las grandes empresas; lo que, indirectamente, lleva a considerar el tamaño empresarial como un factor que afecta de manera predominante a la entrada en los mercados extranjeros a través, precisamente, del componente directivo. (Reid, 1981). Por su parte, Bilkey (1978) sugiere igualmente una posible intercorrelación entre el tamaño de la empresa y el nivel de calidad directiva, lo que puede provocar que el tamaño acabe afectando también al comportamiento exportador⁷.

⁷ Desde este punto de vista cabe esperar la existencia de posibles diferencias en cuanto a las características personales del directivo de una pyme frente a las de los directivos de una gran empresa, que motiven la aparición de patrones actitudinales distintos y, por tanto, de diferencias considerables en sus respectivos perfiles exportadores. Sin embargo, es preferible dejar para el capítulo siguiente la

2.1.1.4. El crecimiento en el mercado doméstico

Un último factor que permitiría predecir, al menos teóricamente, el impacto positivo del tamaño empresarial sobre el comportamiento exportador se basa en la propia naturaleza del crecimiento empresarial y en la consiguiente expansión regional o doméstica de la empresa. Varios autores han considerado que cuanto mayor es el área del mercado de la empresa, también es más probable que ésta exporte (Bilkey y Tesar, 1977; Cavusgil et al., 1979) y, en este sentido, las empresas con una cobertura más estrecha del mercado, tenderán a expandirse primero en el ámbito de su mercado doméstico antes que en los mercados exteriores (Wiedersheim-Paul et al., 1978; Welch y Wiedersheim-Paul, 1980; Axinn, 1988).

Esto implica que aquellas empresas que todavía tengan una cobertura más bien limitada de su mercado interior exportarán en menor grado frente a aquellas otras que ya estén vendiendo en la mayoría o en todas las regiones que configuran su mercado doméstico. Se espera, pues, que la mayoría de las pequeñas empresas inicien primero su crecimiento dentro del mercado interior y que, para cuando más adelante empiecen a exportar, ya hayan alcanzado una dimensión considerable gracias a la adquisición de una importante participación en el mercado nacional (Calof, 1994).

2.1.2. *Evidencia empírica previa sobre la relación tamaño-comportamiento exportador*

La aparente solidez de algunos de los argumentos propuestos en el apartado anterior ha originado la tendencia a considerar, como generalmente aceptada, una cierta relación de

constatación del tipo de influencias relacionadas con las actitudes y aptitudes que experimentan los exportadores (en nuestro caso los catalanes), tanto grandes como pequeños, en el desempeño de su actividad exportadora.

carácter positivo entre el tamaño de la empresa y su actividad exportadora. Apoyándose en esta intuición ampliamente compartida, ha surgido una gran variedad de estudios empíricos orientados desde el ámbito de la literatura empresarial o del management, y en particular del marketing internacional, que han tratado de relacionar empíricamente el tamaño empresarial con alguno/s de los distintos aspectos relacionados con el ejercicio de la actividad exportadora⁸.

Así, son muy numerosos los estudios que han investigado la relación entre una o varias medidas del tamaño empresarial (cifra de empleados, volumen de ventas, etc.) y alguna de las variables que, directa o indirectamente, más se utilizan para operacionalizar el comportamiento exportador: una variable dicotómica que refleja la probabilidad de exportar -exportador versus no exportador- y la relación existente entre la cifra de exportación sobre las ventas totales de la empresa, también conocida como propensión o intensidad exportadora.

Sin embargo, los resultados obtenidos no permiten extraer conclusiones muy definitivas sobre el efecto que tiene el tamaño empresarial sobre el comportamiento exportador. La razón principal es que dichos resultados tienden a ser demasiado conflictivos y contradictorios entre sí, por lo que no es posible proceder a una generalización de los mismos. De hecho, se detecta la falta de un marco conceptual generalmente aceptado en el que encuadrar el amplio y variado trabajo empírico realizado, así como los efectos de una excesiva heterogeneidad metodológica en la elaboración de los resultados.

⁸ Cabría hablar de una segunda, aunque mucho menos desarrollada, línea de trabajo empírico fundada en la teoría de la organización industrial, la cual se beneficia del marco teórico más definido que proporciona el análisis del comportamiento empresarial en mercados de competencia imperfecta (Caves et al., 1977; Glejser et al., 1980; Auquier, 1980; Maravall y Torres, 1986; Bajo, 1987; Huerta y Labeaga, 1992). Sin embargo, y a pesar de sus divergencias conceptuales y metodológicas con la tradición de literatura empresarial, lo cierto es que esta otra doctrina no produce resultados mucho más nítidos que los ofrecidos por el enfoque empresarial o de management (Alonso, 1994b).

Cuadro 1. Revisión de estudios empíricos sobre la relación tamaño-comportamiento exportador.

Estudio	Empresas investigadas	Medida/s del tamaño	Medición del comportamiento exportador		
			exportador vs. no exportador (probabilidad de exportar)	exportaciones/ventas totales (intensidad exportadora)	otras medidas de la actividad exportadora*
Tookey (1964)	54 empresas del Reino Unido	empleados		+	
Bilkey y Tesar (1977)	423 fabricantes de Wisconsin, USA	empleados			RNS (1)
Lee y Brasch (1978)	35 pequeños exportadores de Nebraska, USA	empleados (?)			RNS (2)
Cavusgil, Bilkey y Tesar (1979)	473 pymes de Wisconsin, USA	ventas anuales	+	RNS	
Kirpalani y Macintosh (1980)	34 pymes de Canadá y USA	empleados			RNS (3)
Cavusgil y Nevin (1981)	473 pymes fabricantes de Wisconsin, USA	ventas anuales empleados	+ RNS		
Piercy (1981)	231 medianas y grandes empresas exportadoras del Reino Unido	empleados			+ (5)
Cavusgil (1982)	fabricantes de Maine y New Mexico, USA	empleados			RNS (1)
Reid (1982)	89 pymes de Ontario, Canadá	empleados ventas anuales otras variables			+ (4) RM (4) RM (4)
Czinkota y Johnston (1983)	219 pequeños y medianos fabricantes de USA	ventas anuales			RNS (6)
Cavusgil (1984a)	175 fabricantes exportadores de Wisconsin, USA	ventas anuales		RNS	
Cavusgil (1984b)	70 empresas exportadoras de Wisconsin e Illinois, USA	empleados ventas anuales			RNS (1) + (1)
Cavusgil y Naor (1987)	263 empresas de Maine, USA	empleados	+		
Chistensen et al. (1987)	152 empresas brasileñas	ventas anuales	+		
Mugler y Miesenböck (1989)	360 pymes del área de Viena, Austria	empleados			+ (1)
Axinn (1988)	105 pymes de Ontario (Canadá) y de Michigan (USA)	empleados		RNS	
Holz Müller y Kasper (1991)	103 pymes austríacas	empleados		+ (indirecta)	
Bonaccorsi (1992)	8810 empresas industriales de Italia	empleados	+	RNS	
Calof (1994)	14072 fabricantes de Canadá	empleados ventas anuales	RM RM		RM(1,6) RM(1,6)
Moini (1995)	102 pymes industriales de Wisconsin, USA	empleados ventas anuales			RNS (1) +(1)

*otras: (1) etapas del desarrollo exportador y/o proceso de internacionalización; (2) decisión de exportar; (3) crecimiento de las exportaciones; (4) actividad exportadora intencionada; (5) tipo de internacionalización del exportador; (6) mercados de exportación, actitudes hacia la exportación, años de experiencia exportadora y/o problemas percibidos en la exportación; etc.

+ : relación positiva. (+* indica que el nivel exacto de significación de la variable no se conoce al estar agrupada con otras variables o, simplemente, que no se proporcionala).

RM = relación mixta (en algunos casos, los resultados tienden a mostrar que el tamaño afecta positiva y significativamente al comportamiento exportador estudiado, si bien dependiendo de los tramos de tamaño considerados).

RNS = relación y/o diferencias no estadísticamente significativas. Fuente: elaboración propia.

En concreto, en el **cuadro 1** se lleva a cabo una revisión de algunos de los principales estudios existentes en la literatura internacional sobre esta cuestión, donde queda reflejado el carácter marcadamente controvertido que tiene el binomio tamaño-comportamiento exportador de la empresa a la hora de proceder a su contrastación empírica.

2.1.2.1. Principales resultados empíricos a nivel internacional

Así vemos como hay estudios que, utilizando como criterio para medir el tamaño el número de empleados de la empresa, han encontrado una relación positiva entre dicha variable y la medida utilizada para estudiar la actividad exportadora de la misma (Tookey, 1964; Reid, 1982; Cavusgil y Naor, 1987; Mugler y Miesenböck, 1989). En cambio, otras investigaciones como las de Bilkey y Tesar (1977), Kirpalani y MacIntosh (1980), Cavusgil (1982) o Bonaccorsi (1992) entienden que el tamaño ejerce una influencia más bien escasa al no encontrar una relación significativa. Puede citarse otro estudio (Calof, 1994) donde se afirma que el tamaño, ya sea medido en términos de número de empleados o de cifra anual de ventas, sí que tendería a ejercer una cierta influencia sobre la actividad exportadora, aunque sólo detectable para ciertos tramos del mismo. Otros autores también sugieren la existencia de valores críticos en términos del número de empleados al analizar la exportación (Miesenböck, 1988).

Por su parte, los estudios que han escogido como criterio para medir el tamaño la cifra anual de ventas tampoco se han librado de esta gran variabilidad en los resultados. Cavusgil y Nevin (1981), por ejemplo, encuentran que esta variable, a diferencia del número de empleados, sí que estaba relacionada positiva y significativamente con la probabilidad de exportar; resultado parecido al que llega el análisis realizado por

Christensen et al. (1987) para las empresas brasileñas. Otros estudios hallan también una relación positiva entre la cifra anual de ventas y la medida del comportamiento exportador utilizada (Piercy, 1981; Cavusgil, 1984b; Calof, 1994 -si bien sólo para algunos tramos de dicha variable-; Moini, 1995). En cambio, autores como Czinkota y Johnston (1983) y Cavusgil (1984a) concluyen que no existe una relación significativa. Cavusgil et al. (1979) recogían el efecto positivo de esta variable al discriminar entre un comportamiento exportador versus no-exportador, pero tampoco resultaba ser una variable significativa al relacionarla con la intensidad exportadora.

Ha sido, pues, en el ámbito de la investigación aplicada donde la intuición, más o menos generalizada, que tiende a atribuir a las pequeñas empresas mayores desventajas a la hora de entrar y operar de manera continuada en los mercados exteriores, no ha podido ser corroborada del todo. Si bien se ha alcanzado un éxito más que notable tratando de contrastar empíricamente el mayor tamaño de la empresa exportadora frente al de la no exportadora (proposición 1); el éxito ha sido relativamente escaso cuando se ha pretendido contrastar la conexión propuesta inicialmente entre tamaño empresarial e intensidad -o propensión- exportadora (proposición 2); una relación que, habitualmente, no se ha revelado estadísticamente significativa.

En efecto, puede decirse que existe un cierto consenso general en la literatura empírica respecto al hecho de que la probabilidad de erigirse en exportador aumenta con el tamaño de la empresa. Es decir, el tamaño parece ser un factor a través del cual se puede caracterizar a las empresas más proclives a exportar o, si se quiere, que discrimina bien entre las empresas que exportan y las que no lo hacen. Tal resultado, que ya fue encontrado en su momento por investigaciones como las de Cavusgil et al. (1979),

Cavusgil y Nevin (1981), ha vuelto a ser puesto de manifiesto en posteriores estudios como los desarrollados por Cavusgil y Naor (1987) para el caso americano, Christensen et al. (1987) para el brasileño o Bonaccorsi (1992) para el italiano.

La idea principal que se recogía tras esta proposición y que tiende a asociar positivamente el tamaño con la probabilidad exportadora era, como veíamos en el apartado anterior, el hecho de que las pequeñas empresas podrían crecer todavía más en el mercado doméstico y evitar así llevar a cabo una actividad relativamente más arriesgada como es la de recurrir a la exportación. En cambio, las grandes empresas podrían verse más obligadas a exportar si quisieran aumentar sus ventas. Si bien se pueden encontrar algunas posibles excepciones a este principio, dicha proposición sirve para describir razonablemente bien el comportamiento exportador de la empresa, sobre todo en el caso de industrias relativamente grandes y maduras⁹.

En cambio, no se percibe el mismo grado de acuerdo en cuanto a la existencia de una relación consistente y de signo positivo entre la intensidad exportadora y el tamaño de la empresa. En este sentido, autores como Cavusgil (1984a) consideran que puede ser más apropiado contemplar el tamaño de la empresa como una variable concomitante (asociada con la actividad exportadora) y no como un factor causal de la misma. Dado que un tamaño mayor implica normalmente una mayor disponibilidad de recursos productivos, financieros, directivos, etc. la verdadera relación no parece establecerse entre el tamaño y el comportamiento exportador, sino entre éste y ciertos tipos de

⁹ Lo único que algunos autores han acabado señalando como "incierto" es la forma que acaba adoptando esta relación: "hay quienes argumentan la existencia de un masa crítica necesaria -un umbral mínimo- para que la empresa acceda a la exportación sin que después el tamaño aparezca directamente asociado a la probabilidad exportadora -Cavusgil et al. (1979) o Gemünden (1991, p. 240), por ejemplo-; y otros que consideran la existencia de una relación continua entre ambas variables, sin que se aprecie punto de ruptura alguno" (Alonso y Donoso, 1994, p. 23-24).

ventajas ligadas con una mayor dimensión empresarial. Sus resultados le llevan a afirmar textualmente que: "es posible que un tamaño mayor (mayores recursos) pueda desempeñar un papel facilitador en el inicio de la implicación exportadora de la empresa. Sin embargo, cuando se trata de expandir tal actividad, se hacen necesarias otras condiciones [...] Mientras el tamaño aparece como un factor disuasor para el comienzo o expansión de la actividad exportadora en las empresas muy pequeñas, la relación entre tamaño y actividad exportadora resulta vaga en las grandes empresas" (Cavusgil, 1984a, p. 14,18).

De manera similar, Czinkota y Johnston (1983, p. 152) concluyen que el tamaño no parece ser un criterio adecuado para segmentar entre una muestra de empresas porque, en su conjunto, "las pequeñas y medianas empresas son bastante similares en su comportamiento exportador". En resumen, todos estos autores parecen estar bastante en contra del sentido de la relación postulada en la Proposición 2. Este mismo aspecto tiende a ponerse de manifiesto en las que se conciben como las principales revisiones de la literatura empírica sobre este tema, si bien con un menor grado de rotundidad¹⁰.

A la luz de estos hallazgos tan sumamente contradictorios¹¹, puede concluirse que no parece que exista siempre una influencia lineal del tamaño sobre la actividad exportadora. Si bien parece probada la existencia de una cierta relación positiva entre el tamaño y la probabilidad de convertirse en exportador, no se conoce aún si esta relación es continua para todos los tramos de tamaño o se manifiesta únicamente en los tramos

¹⁰ Véase al respecto Bilkey (1978), Reid (1982), Miesenböck (1988), Aaby y Slater (1989) o Gemünden (1991).

¹¹ En realidad, el único resultado consistente en la literatura parece ser el hecho de que, salvo para la variable intensidad exportadora, no ha habido investigaciones que hayan encontrado una asociación negativa entre el tamaño de la empresa y cualquier otro aspecto del comportamiento exportador (Calof, 1994).

menores, lo que determinaría el requisito de contar con un cierto tamaño mínimo para que la empresa estuviera en condiciones de afrontar con garantías sus tareas exportadoras por primera vez.

El grado de desacuerdo e indefinición de la relación es aún mayor en el marco de la relación entre tamaño empresarial e intensidad exportadora. Tanto la Proposición 2 postulada al principio, como la hipótesis alternativa que no establecería una relación positiva entre ambas variables podrían, en principio, ser igualmente asumidas en el campo de la investigación aplicada. Si atendemos a las revisiones recogidas por Bilkey (1978), Miesenböck (1988), Aaby y Slater (1989) y otros autores, parece que hay un cierto desequilibrio de los resultados empíricos en favor de la Proposición 2 y en contra de la hipótesis alternativa, lo que puede entenderse como que el signo positivo de la relación postulado en dicha Proposición 2 resume la mayor parte de los hallazgos empíricos recogidos. Sin embargo, la falta de una posterior confirmación de la misma abre la puerta a nuevas investigaciones realizadas en ámbitos distintos a los habituales.

2.1.2.2. La evidencia empírica a nivel español

La relación entre el tamaño y el comportamiento exportador también ha sido relativamente analizada para el caso español¹². En general, las investigaciones realizadas con un mayor rigor científico tienden a confirmar el carácter conflictivo de la relación establecida entre las distintas variables relativas al tamaño y el comportamiento exportador de la empresa española, tal y como ha sido detectado previamente en los estudios empíricos desarrollados en otros países.

¹² Véase al respecto: Maravall y Rodríguez de Pablo (1982), Maravall y Torres (1986), Bajo (1987), Alonso y Donoso (1989a, 1989b, 1993, 1994), Alonso (1993a, 1994b), Segura et al. (1992, 1994, 1995), Fariñas (1993), Merino y Moreno (1996) o Moreno y Rodríguez (1997).

En concreto, los datos suelen reflejar una mayor proporción de empresas españolas que exportan o probabilidad exportadora¹³, así como un mayor volumen promedio de exportación, a medida que nos desplazamos hacia los tramos superiores de tamaño empresarial. Combinando ambos resultados cabe señalar el mayor protagonismo que ostentan las grandes empresas en el conjunto de la corriente exportadora española en detrimento de las pymes y, paralelamente, el mayor nivel de concentración existente entre el colectivo de exportadores frente a la totalidad del parque manufacturero español¹⁴.

Ahora bien, cuando el volumen exportado se ha puesto en relación al tamaño de la empresa medido a través de las ventas (es decir, cuando se mide la cuota relativa que tienen las exportaciones sobre el total facturado por la empresa, es decir, su propensión exportadora) se detecta, también en el caso español, la existencia de una relación de carácter mixto, y en algunos casos negativa, entre el tamaño empresarial y dicha propensión. En varios de los estudios realizados los valores de máxima intensidad exportadora se tienden a alcanzar, justamente, en los tramos pequeños y/o intermedios de tamaño, no en los más grandes. De esta forma, se confirma la tendencia más bien descendente de la propensión exportadora al incrementarse el tamaño empresarial; lo

¹³ Conviene señalar que algunas conclusiones se sustentan en estudios que realizan una contrastación indirecta de este hecho, al estar basados en muestras empíricas compuestas exclusivamente por empresas exportadoras. Dicho contraste se basa, pues, en el recurso a fuentes complementarias y/o en la comparación de la distribución por tamaños de la muestra analizada con la del total del parque empresarial español. Los datos reflejan el superior peso de las grandes empresas entre el colectivo de empresas exportadoras y el menor peso de las empresas más pequeñas en el mismo; lo que parece confirmar que la proporción de exportadores en España crece a medida que nos desplazamos hacia tramos superiores de tamaño y, de paso, el mayor tamaño de la empresa exportadora sobre aquélla orientada al mercado nacional.

¹⁴ Un análisis pormenorizado del grado de concentración existente en la corriente exportadora española actual a partir de datos censales de la base OFERES del ICEX permite llegar a esta conclusión: [en España] "un amplio número de empresas con volúmenes marginales de exportación coexisten con un reducido grupo de grandes unidades exportadoras" (Alonso y Donoso, 1994, p. 32-33).

cual lleva a concluir que, si bien la gran empresa española parece exportar más que las demás en términos absolutos, lo hace en menor proporción al crecimiento de sus ventas totales. Así pues, aunque el tamaño pueda ser considerado una variable relacionada con el grado de complejidad organizativa y/o solidez estratégica del exportador español, no parece condicionar positiva y directamente su actividad exportadora expresada en términos relativos al total de las ventas.

2.1.2.3. Causas de las discrepancias en los resultados

Autores como Calof (1994) o Alonso y Donoso (1994)¹⁵ atribuyen, como posibles causas de esta inconsistencia en los resultados empíricos, las diferencias en la medición de algunas variables utilizadas, así como en los métodos estadísticos empleados. A su vez, destacan las enormes diferencias en la composición y representatividad de las muestras elegidas en cuanto al ámbito geográfico del estudio, sectores industriales y/o tamaños empresariales analizados, etc. Curiosamente, los resultados tienden a ser más coincidentes cuando las muestras no están sesgadas en función del tamaño de la empresa y se componen sólo de unidades exportadoras.

Ciertamente, el criterio seguido para definir algunas variables como el comportamiento o el esfuerzo exportador de la empresa y/o el tamaño empresarial ha sido muy diverso.

Para operacionalizar esta última variable, por ejemplo, se han empleado medidas muy distintas: normalmente se ha recogido el número de empleados (Bilkey y Tesar, 1977;

¹⁵ Estos últimos resumen de manera ejemplar esta elevada diversidad y conflictividad en los resultados empíricos obtenidos: "...opiniones que van desde quienes consideran que "el tamaño es relativamente poco importante para el comportamiento exportador" (Bilkey y Tesar, 1977, p. 37), hasta quienes estiman que "la hipótesis más común es que las empresas mayores tienen ventajas relacionadas con el tamaño, que las capacita para operar más eficazmente en la exportación" (Aaby y Slater, 1989, p. 17). Entremedias [...] investigaciones que respaldan todo tipo de posibilidades: ausencia de conexión significativa entre las variables, confirmación de correspondencia directa entre ellas o sugerencia de una relación compleja y cambiante según tramos de tamaño" (Alonso y Donoso, 1994, p. 15).

Cavusgil y Naor, 1987; Bonaccorsi, 1992); pero también hay estudios que utilizan, como medida de dimensión empresarial, el volumen de ventas de la empresa (Cavusgil et al., 1979; Cavusgil, 1984a); o ambas -e incluso más- variables a la vez (Cavusgil y Nevin, 1981; Reid, 1982; Cavusgil, 1984b; Calof, 1994). De todas formas hay que decir que, aunque este motivo de las diferentes medidas utilizadas para el tamaño pueda ofrecer algún tipo de explicación a la inconsistencia de los resultados en algunos casos, éstos también se han revelado contradictorios cuando, como en otras ocasiones, se ha recurrido al mismo indicador del tamaño empresarial.

Otra causa posible de la gran discrepancia obtenida en los resultados hace referencia a las diferentes muestras utilizadas o, mejor dicho, a una más que inadecuada especificación de las mismas. El problema ha residido casi siempre en una composición demasiado heterogénea de las muestras de estudio: en unos casos éstas se refieren a empresas exclusivamente exportadoras (Lee y Brasch, 1978; Piercy, 1981; Cavusgil, 1984a, 1984b), mientras que en otros constituyen muestras generales que agrupan tanto a exportadores como a no-exportadores (Cavusgil et al., 1979; Reid, 1982; Cavusgil y Naor, 1987).

En muchos estudios del comportamiento exportador se analizan solamente muestras configuradas por colectivos de pymes (Bilkey y Tesar, 1977; Cavusgil y Nevin, 1981; Axinn, 1988; Holzmüller y Kasper, 1991) y otros, en cambio, han analizado también los colectivos formados por empresas de mayor tamaño (Piercy, 1981; Bonaccorsi, 1992; Calof, 1994¹⁶). A menudo se ha intentado establecer generalizaciones basadas en

¹⁶ Como señala este mismo autor (p. 371), "si el tamaño está relacionado con el comportamiento exportador, es probable que cuanto más amplia sea la muestra de estudio en cuanto a tramos de tamaño analizados, mayor sea también la probabilidad de encontrar una relación significativa. En cambio, si sólo se analizan pymes, puede no encontrarse una relación tan fuerte".

tamaños muestrales muy reducidos o del todo insuficientes en cuanto al número de empresas componentes. Asimismo, la metodología más utilizada ha consistido en elaborar validaciones estadísticas basadas en investigaciones de corte transversal (*cross section*), siendo escaso el empleo de metodologías alternativas.

Una última fuente explicativa de la escasa uniformidad de los resultados obtenidos en la investigación aplicada, aparte del tamaño de las empresas representadas, obedece a las posibles diferencias de índole geográfica o sectorial recogidas en estos estudios. Una gran cantidad de los trabajos elaborados en la literatura norteamericana cuentan en sus muestras con empresas de, a lo sumo, uno o dos estados; lo cual puede favorecer la aparición de factores locales que afecten a los resultados. Asimismo, han habido relativamente pocos estudios que se hayan centrado en el mismo tipo de industria; más bien al contrario, la mayoría han tendido a identificar características ligadas al producto y/o al sector de referencia que tienen influencia en la actividad internacional.

Todas estas causas permiten explicar, como era de prever, la elevada diversidad de los resultados empíricos hallados sobre la relación existente entre la dimensión de la empresa y el comportamiento exportador.

2.2. EVIDENCIA EMPÍRICA SOBRE EL TAMAÑO Y EL COMPORTAMIENTO EXPORTADOR EN LA EMPRESA INDUSTRIAL CATALANA

Una vez que se ha procedido a efectuar un análisis, tanto teórico como empírico, del impacto que la variable tamaño empresarial tiende a ejercer sobre las distintas medidas del comportamiento exportador, se realiza a continuación una aplicación del carácter

que presenta dicha relación para el caso particular de la empresa industrial catalana. La principal fuente de datos a utilizar para la elaboración de este estudio procede de la información general recogida a través de la encuesta ICEX-92. En dicha muestra fueron catalogadas como empresas catalanas un total de 428 agentes industriales exportadores, el análisis de los cuales constituye el núcleo principal de este apartado.

Como ya se dijo en su momento, la utilización de esta base de datos como principal fuente de estudio no está exenta, sin embargo, de algunas limitaciones que tienen un efecto particular en el análisis de la relación tamaño-actividad exportadora. La limitación más relevante se debe al hecho de que dicha muestra está exclusivamente formada por empresas dotadas de una cierta regularidad exportadora, por lo que el contraste de una posible relación entre el tamaño de la empresa catalana y la probabilidad de que ésta exporte debe realizarse de manera indirecta recurriendo a fuentes de datos alternativas o, en su defecto, a la comparación de la distribución por tamaños que sigue la muestra de exportadores elegida con la exhibida por todo el parque empresarial catalán en su conjunto; una fórmula que también ha sido utilizada por otros autores para analizar el caso general español (Alonso y Donoso, 1993, 1994).

2.2.1. Tamaño y probabilidad exportadora en la empresa industrial catalana

En los apartados de desarrollo teórico correspondientes a este mismo capítulo se ha proporcionado una amplia variedad de argumentos en favor de la mayor probabilidad exportadora o, si se quiere, proclividad de proyectarse al exterior de las empresas que tienen un mayor tamaño¹⁷. La justificación teórica utilizada tenía que ver, entre otros

¹⁷ Dicha probabilidad se suele medir a través de la proporción de empresas que exportan entre el total de empresas que configura una población determinada.

aspectos, con la mayor capacidad aparente de la gran empresa para aprovecharse de las posibles economías de escala originadas por la presencia de rendimientos crecientes en la función de producción, alcanzando el llamado tamaño mínimo eficiente. Esto comportaría una mayor facilidad para absorber los costes fijos asociados a la actividad exportadora y de acumular una mayor experiencia en el ejercicio de esta actividad, diversificando riesgos dado el mayor volumen de transacciones o el ejercicio de un mayor poder en el mercado. La menor probabilidad exportadora de las empresas más pequeñas apuntaría, además, hacia la existencia de una dimensión mínima necesaria para afrontar con mínimas garantías de éxito la tarea exportadora.

La utilización de la encuesta ICEX-92 como fuente principal de los datos de este trabajo empírico imposibilita un tratamiento directo de esta cuestión aplicada al fabricante industrial catalán, en la medida que la muestra de estudio sólo recoge información relativa a empresas exportadoras. De aquí que, de cara a establecer el signo de una posible relación entre el tamaño de la empresa catalana y la probabilidad de que ésta exporte, sea necesario recurrir a bases de datos alternativas que permitan investigar esta cuestión específicamente o, en su defecto, a una mera comparación de la distribución por tamaños que sigue la muestra de exportadores catalanes elegida con la exhibida por la totalidad del parque industrial catalán. Conviene, por tanto, imponer una cierta cautela en la interpretación de los datos.

2.2.1.1. Análisis a nivel censal

Remitiéndonos a fuentes censales de empresas exportadoras (en concreto, a los datos ofrecidos por la base OFERES del ICEX), y teniendo en cuenta las limitaciones que la

información de esta naturaleza suele presentar en su elaboración¹⁸, es posible calcular una cifra relativamente aproximada del número de empresas industriales catalanas aparentemente dedicadas a las actividades de exportación. Sin embargo, esta cifra se muestra sumamente inestable en el tiempo y resulta muy difícil de contrastar. Sin duda, factores tales como la evolución del tipo de cambio de la peseta, afectada por las devaluaciones de los últimos años o la elevada inestabilidad del colectivo exportador, no sólo a nivel catalán sino también español¹⁹, condicionan y han condicionado de manera notable la evolución de este índice.

Así, según datos recientes facilitados por la Dirección General de Promoción Comercial de la Generalitat de Cataluña, en esta comunidad autónoma existirían en la actualidad unas 62.000 empresas industriales, aproximadamente. La base censal OFERES del ICEX cifraba en 18.103 el número de compañías transformadoras catalanas que realizaron actividades de exportación en el año 1991; por lo tanto una cifra que supondría el 29,2% del total de empresas industriales catalanas y el 36,5% del total de agentes exportadores transformadores -agrícolas e industriales- cifrados aquel año en toda España por la misma base OFERES (49.545).

¹⁸ Como puede ser la falta de actualización del censo y/o el desconocimiento para numerosas observaciones empresariales de los datos relativos a variables fundamentales como su cifra de ventas, de empleados, % de capital extranjero, etc.

¹⁹ Dicha inestabilidad, medida por el gran número de empresas que irregular o sólo ocasionalmente acceden a la condición de exportadoras, adquiere su máxima expresión en el elevado protagonismo que tienen los exportadores considerados marginales -aquéllos que facturan en el exterior menos de 10 millones de ptas- en la corriente exportadora española. Alonso y Donoso (1994, p. 35) identifican, a partir de datos de la base OFERES del ICEX y para toda España, un porcentaje anual de exportadores marginales del orden del 67,2%, siendo su contribución al total de la exportación registrada anualmente en torno al 1%. El 32,8% restante de empresas exportadoras no marginales serían las responsables, por tanto, del 99% de las ventas exteriores españolas. Éstas últimas empresas coinciden, en gran medida, con el grupo exportador más estable en el tiempo. De hecho, del total de casi 92.500 empresas españolas que exportaron en alguna ocasión entre los años 1987-1991, sólo un 19,1%, según estos autores, llevaron a cabo una actividad exportadora que cabría calificar de regular año tras año.

Sin embargo, sólo dos años más tarde, en 1993, el número de exportadores catalanes se situaba, según la misma fuente, por debajo de las 13.000 empresas (**tabla 1**) ; lo que arrojaba una cifra de probabilidad exportadora en la industria catalana bastante más baja (19,9%)²⁰. En aquel mismo año se podía cifrar en torno al 60% ó 65% -según la fuente- el colectivo de exportadores marginales en Cataluña -aquéllos que exportaron por un valor inferior a los 10 millones de ptas.-, frente al 67,2% que Alonso y Donoso (1994) valoran para todo el colectivo exportador español a principios de los 90.

Tabla 1. Censo de exportadores industriales catalanes en 1993.

CIFRA DE EXPORTACIÓN (en millones de ptas.)	Nº EMPRESAS	%
hasta 9	7.412	59,8
10-49	2.363	19,0
50-99	805	6,5
100-499	1.244	10,0
500-999	251	2,0
1.000-4.999	268	2,1
5.000 ó más	42	0,3
TOTAL EXPORTADORES	12.385	100,0

Fuente: datos del ICEX elaborados por la Dirección General de Promoción Comercial.

Si bien no se disponen de datos más recientes a nivel general, algunas fuentes cifran en torno a los 16.000 el número actual de exportadores industriales existentes en Cataluña (en torno al 25% del total). De éstos, más de 6.000 serían considerados no marginales al exportar por encima de los 10 millones de ptas., mientras que aproximadamente 3.000 lo harían incluso por encima de los 25 millones. De aquí que, en palabras del Sr. Josep

²⁰ En este punto la disparidad de datos a nivel poblacional es notoria. Según un artículo aparecido en El Periódico de Cataluña (25/26-12-1993, p. 30), citando datos de la Agencia Estatal de Administración Tributaria, el número de empresas industriales que realizaron tareas de exportación en 1993 en Cataluña fue de 14.456, por lo que la probabilidad exportadora del colectivo industrial catalán sería, según esta otra fuente, del 23,3%. De éstas, el 66,2% exportaron por debajo de los 10 millones de ptas.; el 28,5%, entre los 10 y 299 millones; el 3,5%, entre los 300 y 999 millones; y el 1,8%, por encima de los 1.000 millones. Como vemos, estos datos se apartan considerablemente de los derivados partir de la base OFERES del ICEX, expuestos en la **tabla 1**.

Cortadellas, director general del COPCA, parezca indudable que en los dos últimos años "se ha incrementado notablemente el número de empresas catalanas que exportan" (El Periódico de Catalunya, 26 de marzo de 1996, p. 38).

2.2.1.2. Análisis a nivel muestral

La inexactitud o notable divergencia de los datos a nivel poblacional motiva la necesidad de recurrir a otras fuentes sometidas a un mayor grado de control. Se dispone, en concreto, de la información que surge a partir de las bases de datos creadas para las distintas ediciones de la Encuesta Sobre Estrategias Empresariales (ESEE 90-93). Sin embargo, la utilización de esta fuente tampoco está exenta de posibles incidencias. Por un lado, dicha encuesta margina a las empresas de menos de 10 empleados; justamente aquel tramo de tamaño en el que se suelen situar buena parte de los exportadores considerados ocasionales y en el que se registra normalmente los coeficientes más bajos de probabilidad exportadora. Por otro lado, no se dispone de los coeficientes de probabilidad exportadora que hacen referencia al conjunto de la muestra empresarial estudiada, sino sólo de los coeficientes relativos a los distintos tramos de tamaño analizados. Por último, sólo se ha podido obtener la elaboración realizada para el caso particular de la industria catalana correspondiente a los datos de la ESEE-91.

En la **tabla 2** se ofrecen los datos que proporcionan las distintas ediciones de la ESEE para la variable proporción de empresas exportadoras por tamaños, a través de la cual se mide la probabilidad exportadora de las empresas de la muestra, tanto para Cataluña (sólo el año 1991) como para toda España (evolución entre los años 1990-1993). Asimismo se establece una comparación de los datos obtenidos para la industria

catalana y española con los obtenidos por Bonaccorsi (1992) para el sector industrial italiano, tal vez el referente más cercano.

Tabla 2. Probabilidad exportadora media de las empresas industriales según tamaños (plantilla)
(% de empresas exportadoras sobre el total).

ITALIA (1984)		ESPAÑA					CATALUÑA
Nº empleados		Nº empleados	ESEE'90 (N=2132)	ESEE'91 (N=1988)	ESEE'92 (N=1910)	ESEE'93 (N=1854)	ESEE'91 (N=543)
11-20	37,7	10-20	18,1	18,4	18,3	20,2	26,1
21-50	53,6	21-50	34,1	34,9	39,9	39,6	39,4
51-100	68,3	51-100	46,2	49,3	55,9	55,4	67,6
101-300	80,5	101-200	65,9	69,7	72,0	70,1	65,7
301-500	86,7	201-500	81,1	83,6	85,6	85,7	89,6
501-750	89,3	>500	87,4	88,6	91,0	90,4	95,1
751-1000	90,8						
1001-1500	94,8						
>1500	98,9						
media total	52,3	media total	28,8*	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.

*Según Alonso y Donoso (1994, p. 29). Fuente: para Italia, Bonaccorsi (1992) en base a datos del Mediocredito Centrale (1987); para España y para Cataluña, resultados de la ESEE años 1990 a 1993 (Fariñas, 1993; Segura et al, 1992, 1994, 1995; Merino y Moreno, 1996) y elaboración propia.

Analizando los coeficientes obtenidos para las empresas industriales catalanas en comparación con los de las restantes empresas, se aprecia como la probabilidad de exportar también tiende a crecer en Cataluña a medida que se consideran empresas de mayor tamaño. Así, la proporción de empresas que exportan sólo alcanza el 26,1% entre las empresas de menor tamaño (de 10 a 20 empleados) frente al hecho de que más del 95% de las empresas que superan los 500 trabajadores exportan. Sin embargo, dicha tendencia en el signo de esta relación manifiesta una cierta ruptura en torno a las empresas que poseen entre los 101-200 empleados, las cuales se muestran proporcionalmente menos exportadoras que las que caerían en los tramos inmediatamente superior e inferior.

Sin embargo, este resultado no es tan significativo como para rechazar la tendencia creciente de la probabilidad exportadora según aumenta el tamaño de la empresa catalana medido, como en esta ocasión, por el número de trabajadores. De hecho, el corte principal que establece la propia ESEE-91 entre las empresas de menor tamaño (igual o por debajo de los 200 trabajadores) y las empresas grandes (superior a los 200 trabajadores) registra para Cataluña unos índices de probabilidad exportadora suficientemente distintos entre ambos grupos. Las empresas del primero no sobrepasan en ningún caso una probabilidad de exportar máxima del 67,6%, mientras que la probabilidad exportadora de las empresas de una dimensión superior a los 200 empleados se aproxima, y en algunos casos supera, el 90%.

Es más, analizando detenidamente la evolución de este coeficiente se observa que las mayores progresiones se establecen para los tramos situados entre los 51-100 empleados y entre los 201-500 empleados, no así para el colectivo de empresas consideradas medianas-pequeñas (de 101 a 200 empleados) donde se produce un freno en la tendencia ascendente que sigue el índice de probabilidad exportadora. Dicho resultado, relativamente excepcional si lo comparamos con las restantes series²¹, podría interpretarse en términos de la existencia de un umbral de tamaño necesario de cara a emprender el ejercicio de la actividad exportadora que, en el caso de la empresa industrial catalana, parece vincularse con una cifra de empleados superior a la cincuenta; siendo la dimensión que acompaña la existencia de una plantilla situada en

²¹ Con respecto a la tendencia ascendente que sigue la probabilidad de exportar de la empresa española con el tamaño, dicho resultado no debe interpretarse como demostrativo de la ausencia de un umbral mínimo en el tamaño requerido para empezar a exportar: "el que la probabilidad exportadora crezca más en los tramos de empresas menores -un hecho contrastado internacionalmente- apunta, más bien, en sentido contrario: hacia la existencia de un volumen de recursos -tangibles e intangibles- mínimo para que la empresa emprenda la actividad exportadora" (Alonso y Donoso, 1994, p. 30).

torno a los 200 empleados la que prácticamente asegura el ejercicio de la actividad exportadora.

En la misma tabla también se pone de manifiesto el crecimiento en las tasas de probabilidad exportadora que ha experimentado la industria española en todas las categorías de tamaño donde, por cierto, los valores que hacen referencia a 1993 permiten intuir una posible desaceleración en este crecimiento. Sin embargo, comparando los resultados obtenidos a través de la ESEE-91 en Cataluña con los que se reflejaban en aquel mismo año para el caso español, destaca la mayor probabilidad exportadora de la empresa industrial catalana, dada la mayor proporción de empresas exportadoras presente en la muestra. Este resultado se repite sistemáticamente para cada tramo de tamaño, salvo en el ya mencionado intervalo comprendido entre los 101-200 empleados, donde dicha proporción es del 65,7% en la muestra catalana de la ESEE-91 frente al 69,7% obtenido, en promedio, para toda la muestra española.

En cambio, en el conjunto de empresas situadas entre los 10-20 trabajadores la proporción de exportadores respecto al total de las empresas supera en Cataluña el 25%, cuando apenas alcanza en España el 18,5%. De manera similar, más de 2/3 partes de las pequeñas empresas con 50-100 empleados exportaron en Cataluña según esta muestra, mientras que en España este porcentaje sólo se acercaba al 50%. Entre las empresas consideradas más grandes (y en particular las de más de 500 empleados) el porcentaje de exportadores en Cataluña siempre se muestra claramente superior al porcentaje de exportadores en toda España.

De todas formas, aunque en relación al conjunto de las empresas españolas los coeficientes que arroja la ESEE-91 para las compañías catalanas tiendan a ser algo más

favorables, el número de estas compañías que manifiestan la proclividad a conectarse con los mercados exteriores tiende a situarse todavía lejos de los resultados obtenidos, hace ya algún tiempo, para las empresas industriales italianas (Bonaccorsi, 1992).

Curiosamente, las principales diferencias no parecen darse entre las empresas de mayor tamaño. La probabilidad de exportar de estas empresas en Cataluña es, en 1991, del 95,1%, cuando en Italia apenas sí rozaba el 90% a mediados de los 80. Es, precisamente, en el colectivo empresarial formado por las compañías con menos de 200 empleados donde se acentúan estas diferencias: sólo el 26,1% de las empresas industriales catalanas de entre 10-20 empleados exportaban en esta muestra, frente al 37,7% del caso italiano; y para las comprendidas entre 21-50 empleados, los datos eran del 39,4% y del 53,6%, respectivamente. Por tanto, cabe atribuir a la menor probabilidad exportadora de las pymes -y no tanto a la de las grandes- el principal factor responsable de la todavía moderada apertura catalana al exterior, en la medida que son este tipo de empresas de dimensión más bien reducida las que componen, de manera dominante, nuestro tejido empresarial.

A un resultado semejante, si bien de alcance mucho más general, llegan Alonso y Donoso (1994) para quienes la baja probabilidad exportadora de una gran mayoría de empresas españolas estaría relacionada con el reducido tamaño promedio de las mismas y la consiguiente abundancia de empresas que carecen de una dimensión considerable. De hecho, sería en la baja probabilidad exportadora de las pymes, componente dominante del tejido empresarial, donde se localizaría el principal factor responsable de la baja apertura comercial española. Analizándolo ahora desde la perspectiva del empresariado industrial catalán, resulta igualmente destacable la renuncia exhibida por

una cierta porción de pequeños empresarios industriales, y también por algunos fabricantes de un tamaño más bien mediano, ante la idea de convertirse en exportadores. De todas maneras, dicho comportamiento parece quedar algo más difuminado frente al que caracteriza al colectivo industrial español en su conjunto.

Una forma adicional de contrastar el tipo de relación sugerida entre la probabilidad de exportar de la empresa y su dimensión procede de la comparación directa entre la distribución por tamaños que sigue la totalidad del parque empresarial -catalán en este caso- con la que proporciona la muestra de empresas exportadoras elegida en este estudio. Con este fin, podemos comparar la distribución por tamaños que hace referencia a la empresa industrial catalana globalmente considerada y la obtenida a partir de la muestra del ICEX-92 entre un colectivo formado por 428 fabricantes catalanes específicamente exportadores; añadiendo, además, las correspondientes a la muestra de la ESEE-91 tras su elaboración específica para Cataluña (**tabla 3**).

Tabla 3. Distribución del número de empresas industriales según tamaños (en % sobre el total).

TAMAÑO (Nº de empleados)	TOTAL (1)	ICEX'92 Cataluña (2)	TAMAÑO (Nº de trabajadores)	ESEE'91 total Cataluña (3)	ESEE'91 export. Cataluña (4)
hasta 10	71,2	9,8	<10	-	-
11 - 100	26,5	52,7	10-200	66,1	45,1
101 - 500	2,1	28,5	> 200	33,8	54,9
> 500	0,2	8,9			

(1): Total de empresas industriales catalanas según datos del INSS (1990). (2): Total de exportadores catalanes en la muestra del ICEX-92. (3): Total de empresas catalanas, versus (4): total de exportadores catalanes en la muestra de la ESEE-91. Fuente: Conejos et al. (1991), datos de ESEE-91 para Cataluña y elaboración propia a partir de la muestra catalana del ICEX-92.

A pesar de los distintos criterios con los que están construidas estas fuentes, se observa el claro distanciamiento que presenta la distribución de las empresas exportadoras catalanas en relación a la distribución por tamaños del parque empresarial catalán en su conjunto y/o a la del colectivo industrial integrante de la muestra catalana de la ESEE-