

UNIVERSIDAD DE SEVILLA

Departamento de Administración de Empresas y Comercialización e
Investigación de Mercados

MODELO INTEGRADOR DE LAS DECISIONES ESTRATÉGICAS DEL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN. EL CASO DE LA BANCA ESPAÑOLA

Tesis doctoral presentada por:

José Ignacio Rufino Rus

Directora:

Dra. Ángeles Gallego Águeda

Sevilla, 7 de octubre de 2015

AGRADECIMIENTOS

Por la fase de mi vida académica en que esta tesis ve la luz, el número de agradecimientos que debo de corazón hacer sería interminable. Por eso no cabe duda de que hay personas que merecen dicho agradecimiento cuyos nombres no van a aparecer aquí. Un número nada desdeñable de compañeros de mi departamento y allegados de otras precedencias me ha alentado continuamente a que finalmente haga los deberes últimos y primeros, junto con la buena docencia, de un universitario, y lea la tesis. A todos vosotros, compañeros y amigos, gracias por vuestra fraternal atención y bien humorado apoyo.

Ya de forma particular y de forma especialmente sentida y merecida, debo agradecer su ayuda, dedicación y ejemplo a la profesora Ángeles Gallego Águeda, directora de este trabajo, en el que combinó de forma magistral –nunca mejor dicho—la orientación y dirección con otras muchas tareas de ejecución y hasta operativas. Su tesón y rigor científico, su brillantez y amplio conocimiento de las materias que inspiran este trabajo, además de su incombustible apoyo en diversas fases y altibajos que una tesis doctoral conoce en el tiempo me mueven a dedicarle estas palabras que en este caso, más allá del tópico, nunca serán suficientes dado el peso que la doctora Gallego ha soportado en esta hermosa tarea. Muchas gracias, Marilé.

Ya se ha dicho: esta tesis ha sido largo e intermitente como un Guadiana universitario. En ese camino, debo agradecer los primeros auspicios –hace buenos años ya...—a los profesores Emilio Díez de Castro y Antonio Leal Millán, ‘seniors’ de referencia en mi departamento. Me enorgullezco de mencionarlos aquí. A los profesores Javier Landa y Adolfo Vázquez, quienes insuflaron nuevos aires y posibilidades a mi futuro doctorado, reconduciéndolo hacia la estrategia y la internacionalización de la banca. En este cambio de veras estratégico, el papel del profesor José Carlos Casillas fue y ha sido crucial en que esta tesis sea hoy una realidad: miles de gracias a ti, José Carlos. Sin ti, esto no hubiera ido para adelante, y no es retórica.

A José Luis Galán, cuyas palabras de orientación son siempre oro pulido, y aspiro a que sigan siéndolo.

A mis amigos del alma y eternos compañeros de despacho, aunque ocupen otro hoy: a Cristóbal Casanueva y Rafael Periañez, cuya ayuda y soporte emocional –grandes risas incluidas—ha sido también indispensable para poder escribiros cuánto os aprecio y os admiro ahora delante de esta pantalla. Sabéis cuánto os quedo en deuda siempre.

A todos los compañeros, todos doctores “ya también”, de Organización y Marketing de mi Escuela, hoy Facultad. Y a los de las otras facultades, en especial al profesor Francisco Caro, siempre a tiro de teléfono o mensaje

escrito. A los profesores de la 'Escuela' que siempre se han interesado con un "¿Cómo va tu tesis?" delante de un café o en un pasillo del centro.

A Ana Patricia, por su paciencia y serenidad. A Carmen y a Marina, por un apoyo y soporte en todo, del que ellas no son aún conscientes.

A mi madre, Carmen Rus, que a sus 86 años no para de servirme de guía y de ejemplo. A mis seis hermanos, también cimientos de mi vida.

Y a todos los demás, que sois muchos.

Gracias.

ÍNDICE

1.- INTRODUCCIÓN	6
2.- MARCO TEÓRICO	9
2.1.- La internacionalización de las empresas	11
2.1.1.- El proceso de internacionalización	11
2.1.2.- El tiempo y la internacionalización de la empresa: velocidad de entrada y velocidad de proceso	13
2.1.3.- Modos de entrada/operación	16
2.1.4.- Selección de mercados	17
2.2.- La teoría institucional y el isomorfismo mimético: los marcadores de tendencias	19
2.3.- Hipótesis	23
2.3.1. Relación entre la velocidad de proceso y la selección de mercados	27
2.3.2.-Relación entre la velocidad de proceso y el modo de operación	29
2.3.3.- Relación entre los modos de operación y la selección de mercados	30
2.3.4.- Efecto de imitación en el sector: el mimetismo como variable moderadora del proceso de internacionalización	31
2.4.- Modelo propuesto	32
3.- ESTUDIO EMPÍRICO	34
3.1.- Historia de la internacionalización de la banca española	35
3.1.1.- El proceso de concentración de la banca española entre 1974 y 2013	37
3.2.- Análisis descriptivo del proceso de internacionalización de la banca española	44
3.2.1. Metodología	44
3.2.2.- Resultados	45
3.2.2.1- Quién entra primero en cada país para cada forma de entrada	45
3.2.2.1.1.- Oficinas de representación	47
3.2.2.1.2.- Sucursales	53
3.2.2.1.3.- Filiales	57
3.2.2.1.4. Paraísos fiscales	61

3.2.2.2.- Quién sigue al primer entrante en cada país para cada forma de entrada	69
3.2.2.2.1.- Oficina de representación	70
3.2.2.2.2.- Sucursales	74
3.2.2.2.3.- Filiales	79
3.2.2.2.4. Paraísos fiscales	82
3.2.2.3.- Estudio sobre los bancos protagonistas del proceso	89
3.2.2.3.1.- Oficinas de representación	91
3.2.2.3.2.- Sucursales	97
3.2.2.3.3.- Filiales	103
3.3.- Contraste de hipótesis	110
3.3.1.- Metodología	110
3.3.1.1.- Selección de la muestra	111
3.3.1.2.- Variables	113
3.3.2.- Resultados	121
3.3.2.1.- H_1 y H_{7a}	122
3.3.2.2.- H_2 y H_{7b}	123
3.3.2.3.- H_3 y H_{8a}	124
3.3.2.4.- H_4 y H_{8b}	126
3.3.2.5.- H_5 y H_{9a}	127
3.3.2.6.- H_6 y H_{9b}	129
3.3.3.- El caso de Bancotrans	129
3.3.4.- Los grupos bancarios	132
4.- CONCLUSIONES	135
5.- LIMITACIONES Y FUTURAS LINEAS DE INVESTIGACIÓN	139
BIBLIOGRAFÍA	142
ANEXOS	156

1.- INTRODUCCIÓN

El estudio de la internacionalización de las empresas es un campo que lleva siendo objeto de intensa investigación desde hace más de cuatro décadas. En este tiempo, distintas corrientes han intentado explicar cómo las empresas afrontan la expansión de sus negocios a otros países. Primero fueron los estudiosos de los costes de transacción y de la dependencia de recursos, después las teorías del aprendizaje organizativo y la de redes y, por último, las investigaciones centradas en el desarrollo de las exportaciones. Estos distintos enfoques han dado lugar a distintas formas de analizar el proceso de la internacionalización, haciendo surgir las tres grandes corrientes que han ocupado en los últimos tiempos este campo: el modelo de Uppsala, iniciado por Johanson y Wiedersheim-Paul (1975) y luego desarrollado por Johanson y Vahlne (1977); el I-Model, desarrollado por autores como Bilkey y Tesar (1977), Cavusgil (1980), Czinkota (1982) o Reid (1981); y los estudios de la internacionalización temprana donde se encuadran los estudios de las International New Ventures (INVs) y la born-global, que confluyen en el llamado *international entrepreneurship*, que parten de los estudios de Edith Penrose (1959) y de las investigaciones sobre la internacionalización como una estrategia de crecimiento rápido (Vermeulen y Barkema, 2002) y que es seguido por autores como Oviatt y McDougall (1994, 2005) y Sapienza, Autio, George y Zahra, (2006).

En todas estas escuelas el análisis del comportamiento internacional ha girado alrededor de tres tipos de decisiones fundamentales (Melin, 1992): la velocidad de entrada y de proceso de internacionalización, el modo de entrada/operación y la selección de los mercados. Así, ha habido estudios que se han centrado en analizar de manera independiente y, sobre todo, teórica, cada una de esas decisiones. Y también ha habido muchos estudios que han abordado las relaciones que se establecen entre dichas cuestiones tan relevantes para la internacionalización. Las relaciones de influencia entre estos elementos también han sido bien estudiadas tanto a nivel teórico como a nivel práctico. Sin embargo, la mayoría de los análisis han analizado las relaciones entre cada par de elementos del proceso de internacionalización. Por el contrario, pocos han sido los intentos de integrar las relaciones entre los tres elementos y analizarlas de manera simultánea y en toda su complejidad. Gallego et al. (2009) plantean a nivel teórico un marco conceptual que tiene en cuenta los elementos del proceso de internacionalización en su conjunto y los factores internos y externos que influyen sus relaciones, señalando que las diferentes decisiones sobre el proceso de internacionalización que afectan a esos elementos están ligadas esencialmente a procesos de aversión al riesgo por parte del decisor. Este marco conceptual no ha sido analizado de forma empírica y esta tesis busca cubrir ese gap adentrándose en la comprobación de un grupo principal de variables y relaciones recogidas en el modelo

propuesto en el caso concreto del sector financiero, que es un sector de especial relevancia y en el que los procesos de internacionalización juegan un papel estratégico esencial.

Adicionalmente existe otro gap en la literatura de internacionalización desde el punto de vista estratégico que es el distinto papel que juegan los actores en los procesos de internacionalización, diferenciando entre las primeras organizaciones que inician el proceso (sea globalmente o en un nuevo mercado o con una nueva forma de operación), por un lado, y aquellas otras que siguen a las primeras, por otro. Desde la lógica planteada en el marco conceptual propuesto por Gallego et al. (2009), que recoge e integra una larga tradición teórica anterior, esta diferencia de papeles es muy relevante, ya que el riesgo (que se convierte en el elemento pivote de las decisiones de internacionalización) que corren las empresas que inician los procesos y que generan tendencias son mayores que el de aquellas otras que las siguen. Este trabajo intenta también llenar ese vacío en la literatura de internacionalización estudiando cómo influyen en el proceso de internacionalización los distintos papeles jugados por los actores.

Un sector en el que los procesos de internacionalización han sido muy importantes en los últimos años ha sido el sector bancario. Las entidades bancarias han realizado un esfuerzo de expansión mundial a lo largo de las dos últimas décadas del siglo pasado. En este proceso, el sector bancario español ha cobrado un papel relevante y, en la actualidad, las entidades bancarias de nuestro país se encuentran en los primeros puestos de los rankings mundiales por su tamaño e importancia. No obstante, si bien el proceso de internacionalización del sector bancario español ha sido objeto de algunos estudios descriptivos (Cuervo, 2008; Guillén y Tschoegl, 2008; Rodríguez Inciarte, 2008; Sierra, 2007), no hay apenas estudios sobre cómo se relacionan entre sí las decisiones de internacionalización antes mencionadas en dicho sector. Tampoco tenemos análisis que aborden, desde esta óptica del proceso de internacionalización, el papel que algunas entidades han jugado como marcadoras de tendencias en el sector y que han provocado un isomorfismo mimético de las demás a la hora de afrontar su expansión internacional.

Por ello, abordamos esta tesis doctoral con la intención de cubrir esos gaps de la literatura a través de la consecución de los siguientes objetivos:

1.- En primer lugar queremos establecer un modelo teórico que recoja todas las relaciones que han ido marcándose previamente en la literatura entre las tres principales decisiones de internacionalización: velocidad de entrada/proceso, modo de entrada/operación y selección de mercados. Para ello, vamos a hacer un análisis de dicha literatura para llegar a formular ese modelo.

2.- En ese modelo también queremos recoger protagonismo que algunas firmas toman en el proceso de internacionalización como marcadoras de tendencias.

Es decir, queremos ver si en el proceso de internacionalización el isomorfismo mimético es una variable que tiene efecto sobre dicho proceso.

3.- A continuación nos proponemos analizar cómo ha sido el proceso de internacionalización de la banca española en cuanto a entidades, años de expansión, formas de entrada en los nuevos mercados y selección de dichos mercados.

4.- Por último, una vez realizado dicho estudio, pasaremos a contrastar el modelo teórico propuesto con el objetivo de comprobar si realmente las decisiones de internacionalización están interrelacionadas entre sí, de forma que unas se afectan a las otras e incluso si se afectan de manera diferente a medida que avanza el proceso de internacionalización. En esta comprobación, también es nuestro objetivo ver si el fenómeno del isomorfismo mimético ha tenido relevancia en el sector bancario español a la hora de abordar su internacionalización.

Para la consecución de estos objetivos vamos a llevar a cabo un estudio que consta de dos partes principales: una teórica y otra de carácter empírico. El bloque teórico lo vamos a estructurar dividiéndolo en los siguientes apartados:

- En primer lugar, analizaremos cómo se ha analizado el proceso de la internacionalización de las empresas en la literatura. Aquí, además de hacer un recorrido por las principales corrientes que se han ocupado de la internacionalización, nos detendremos a analizar especialmente cuál ha sido el tratamiento que se ha dado a las principales decisiones de internacionalización: velocidad de entrada/proceso, modo de entrada/operación y selección de mercados.
- En segundo lugar, también vamos a estudiar cuál ha sido el tratamiento que la literatura ha dispensado a la cuestión del isomorfismo mimético, efectuando este análisis bajo la óptica de la teoría institucional.
- En base a las relaciones establecidas en la literatura enunciaremos una serie de hipótesis que nos llevarán a enunciar nuestro modelo que integre tanto las interrelaciones entre las decisiones de internacionalización como el papel que el isomorfismo mimético desarrolla en esas interrelaciones.

Una vez concluido este recorrido teórico, pasaremos a abordar un estudio empírico en el que trataremos de contrastar nuestro modelo. Para ello, dividiremos el bloque empírico en diferentes apartados:

- En primer lugar, y dado que el análisis empírico lo efectuaremos en el sector bancario español, realizaremos un repaso de la historia de la internacionalización de la banca en nuestro país.
- En segundo lugar, llevaremos a cabo un análisis descriptivo del proceso de internacionalización de los bancos españoles. Para ello, utilizaremos

- los datos contenidos en el Anuario Estadístico de la Banca Española con los que hemos construido una base de datos para nuestra tesis doctoral.
- Y, por último, pasaremos a elaborar las variables contenidas en nuestro modelo a partir de dicha base de datos. Con esas variables, realizaremos un análisis multivariable que nos permita comprobar si podemos contrastar nuestro modelo.

2.- MARCO TEÓRICO

La internacionalización es la entrada de una empresa en nuevos países que constituyen nuevos mercados. Este tema ha sido ampliamente tratado desde los años 70 del pasado siglo bajo la óptica de diversas teorías. Entre esas teorías están las que analizan la internacionalización desde la perspectiva de los costes de transacción y de la teoría basada en los recursos. Estas teorías se centran en los criterios de toma de decisiones racionales y estratégicos como son los costes, las inversiones, el riesgo y el control, asumiendo que cuando una empresa entra en mercados extranjeros se enfrenta a decisiones concretas en momentos específicos del tiempo. En cambio las teorías de redes y el aprendizaje organizativo ponen su foco en la internacionalización como un proceso (basado en las relaciones para la primera y en el aprendizaje para la segunda) que tiene lugar a lo largo del tiempo y que puede ser continuo y progresivo o bien discontinuo y consistente en eventos específicos. Por último, las investigaciones centradas en el desarrollo de las exportaciones consideran la internacionalización como un proceso de etapas incrementales de innovación para la firma, pero se centran más en analizar esas etapas que la empresa va alcanzando que en el proceso que sigue para alcanzarlas.

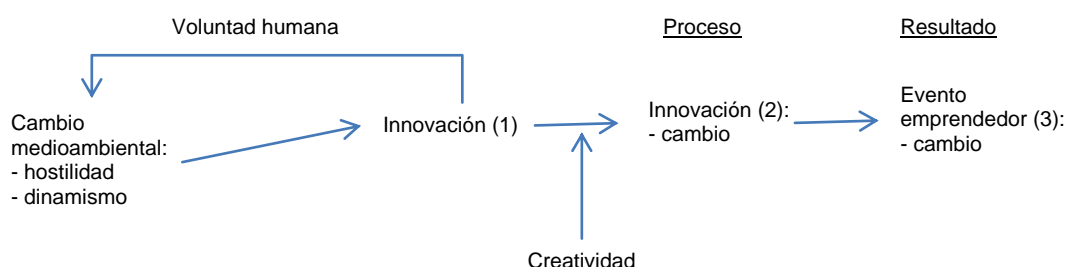
En estas tres perspectivas, que no han estado exentas de crítica (Andersen 1993, 1997; Coviello y McAuley, 1999; Jones, 1999; Oviatt y McDougall, 1994), vemos cómo se dibujan dos grandes líneas, por un lado, la de las teorías que analizan los factores que influyen en la internacionalización (costes de transacción, recursos y desarrollo de exportaciones), y por otro, las que se centran en estudiar el proceso de internacionalización (redes y aprendizaje organizativo).

De manera más reciente, han surgido (Arenius, 2002; Dana et al., 1999) una serie de estudios que tratan de combinar aspectos de estas tres visiones, y que se engloban en lo que se ha llamado International New Ventures (INVs). Son investigaciones que tratan de explicar la internacionalización temprana y el fenómeno de las born-global. Analizan la internacionalización como un proceso de desarrollo y un comportamiento de la empresa, pero también manejan la idea de que ciertas condiciones, como son factores de la empresa y del entorno, son necesarios para explicar la internacionalización (Oviatt y

McDougall, 1994). Así, vemos como la literatura está evolucionando hacia una visión de la internacionalización que integra múltiples perspectivas teóricas.

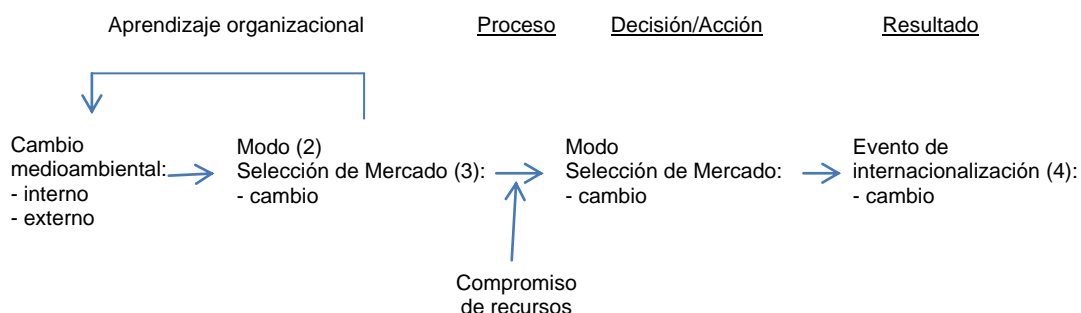
En esa evolución, Jones y Coviello (2005) proponen un modelo simple del proceso de internacionalización (Figura 2.1), en el que tiene cabida el tiempo pero también consideran los factores que influyen en los eventos y decisiones concretas que tienen que afrontar las empresas en determinados momentos de ese proceso de internacionalización. Además, es un modelo que, a diferencia de los enfoques de las INVs, aspiran a que sea general, y no sólo aplicable a los fenómenos de internacionalización temprana, y que termina teniendo una formulación más compleja (Figura 2.2).

Figura 2.1: Un modelo simple del proceso de internacionalización



FUENTE: Jones y Coviello (2005), pp. 288

Figura 2.2: Un modelo general del proceso de la entrepreneurial internacionalización



FUENTE: Jones y Coviello (2005), pp. 293

Y es en este marco en el que queremos encuadrar nuestro estudio, ya que nosotros pretendemos, por un lado, hacer un análisis del proceso de internacionalización y de las decisiones que se toman en determinados momentos del mismo teniendo en cuenta los factores que condicionan dichas decisiones, aplicando dicho análisis al proceso de internacionalización de la Banca española; y, por otro, analizar cómo se ha llevado a cabo dicho proceso

en la Banca española identificando los actores que lo han protagonizado y su papel en el mismo.

2.1.- La internacionalización de las empresas

En las distintas escuelas descritas anteriormente, el análisis del comportamiento internacional ha girado alrededor de tres tipos de decisiones fundamentales (Melin, 1992):

- Tiempo y velocidad de entrada: esta cuestión se engloba dentro de los estudios de la internacionalización como un proceso (tanto en el enfoque secuencial como en el de la internacionalización temprana).
- Modo de entrada/operación: analizado por las tres corrientes, la economicista, la secuencial y la de la internacionalización temprana.
- Selección de mercados: analizado por el enfoque secuencial y el de internacionalización temprana.

Vamos por tanto a hacer un análisis para conocer cómo han sido tratadas en la literatura estas tres cuestiones: el proceso (tiempo y velocidad), modo de entrada y selección de mercado.

2.1.1.- El proceso de internacionalización

Si analizamos las teorías que se han centrado en el proceso de internacionalización, vemos que ha habido dos formas clásicas de estudiar el proceso (aprendizaje, redes, exportaciones y nuevas): las investigaciones que analizan la internacionalización como un proceso que tiene lugar a lo largo del tiempo, y que puede ser continuo y progresivo o bien discontinuo y consistente en eventos específicos; y las que consideran la internacionalización como un proceso de etapas incrementales de innovación para la firma. Como ya hemos dicho, las primeras enfocan el análisis bien desde la óptica del aprendizaje organizativo o bien desde la de las redes; y la segunda desde la óptica del desarrollo de las exportaciones. A estos enfoques se han unido estudios más recientes que tienen en cuenta aspectos de estas dos visiones para analizar la internacionalización temprana y que se han llamado International New Ventures (INVs).

Las investigaciones que consideran la internacionalización como un proceso gradual forman parte de una corriente iniciada por Johanson y Wiedersheim-Paul (1975), y luego desarrollado por Johanson y Vahlne (1977), y suelen denominarse como el modelo de Uppsala. Estas investigaciones sugieren que la internacionalización es un proceso incremental que se va desarrollando a medida que aumentan tanto el conocimiento del mercado como el nivel de compromiso. Son investigaciones que se centran en el aprendizaje empresarial, y que describen la internacionalización utilizando la selección de mercados y los modos para la entrada en el mismo (Bodur y Madsen, 1993). Es

decir, en un principio las empresas inician su expansión internacional con un nivel bajo de asunción de riesgo, lo cual significa introducirse en mercados cercanos. A medida que adquieren experiencia en esos mercados, aumentan su compromiso en los mismos. Esto les lleva a adquirir más conocimiento que les lleva a expandirse a mercados más lejanos y con formas más comprometidas de internacionalización. Vemos que es un enfoque que incluye aspectos como el riesgo tomados de enfoques más economicistas.

Este enfoque, al igual que el que toma la perspectiva de los costes de transacción, supone que la empresa tiene a lo largo del tiempo un comportamiento estratégico de toma de decisiones centrada en la empresa matriz (Coviello y McAuley, 1999). Pero, dentro de estos estudios que entienden la internacionalización como un proceso gradual, surgen una serie de estudios que consideran a las empresas como sistemas no jerárquicos que toman sus decisiones para mantener y aumentar su posición en redes internacionales (Johanson y Mattsson 1987, 1992; Sharma 1992). Es el enfoque de red, que basándose en las teorías del cambio social y la perspectiva de recursos, analizan el comportamiento de la empresa en el marco de unas redes tanto organizativas como personales (clientes, proveedores, competidores, familiares, amigos, etc.) y que incluyen relaciones tanto formales (con otras empresas) como informales (de carácter social) (Coviello y Munro, 1995). Para estas teorías, la internacionalización depende más de ese entramado de relaciones que de una ventaja competitiva de la empresa, por lo que hablan más de externalización que de internacionalización (Bjorkman y Kock, 1997; Coviello y Munro, 1997). En esta línea, los trabajos de Johanson y Vahlne experimentan una evolución, ya que, aunque siguen analizando la internacionalización como un proceso gradual (dentro de la línea marcada por Uppsala), consideran que ese proceso está más influenciado por el desarrollo y mantenimiento de esas relaciones a través del tiempo (Johanson y Vahlne, 2003, 2006) que por el aprendizaje, y analizan el conocimiento como un factor que mejora la posición de la empresa en la red internacional (Johanson y Vahlne, 2009, Schweizer, Johanson y Vahlne, 2010).

Hay otras investigaciones que también identifican la internacionalización con un proceso, pero incremental. En estas investigaciones el proceso consta de varias etapas que suponen cambios en la actitud y el compromiso de los directivos respecto a la orientación internacional de la empresa. Como estos estudios consideran la internacionalización como un proceso de innovación, se le conoce como el I-Model, y ha sido desarrollado por autores como Bilkey y Tesar (1977), Cavusgil (1980), Czinkota (1982) o Reid (1981). Este modelo considera que los administradores son influenciados y cambian de actitud a medida que aumentan su participación en los mercados internacionales. De esta forma, directivos que en principio no tenían ninguna intención de salir al exterior, pasan a hacer pruebas de internacionalización en mercados cercanos

y después a tener una participación más activa y en mercados más desconocidos, comprometiéndose cada vez más con el crecimiento internacional. Por tanto, la internacionalización se convierte en un comportamiento de adopción de innovaciones (Andersen, 1993; Thomas y Araujo, 1985).

Por último, nos encontramos con un campo más reciente de investigación que trata de explicar la internacionalización temprana. Esta corriente pone sus ojos en los escritos de Edith Penrose (1959), que se centró en analizar las claves del crecimiento de la empresa y que ha influido en varios campos de estudio en los últimos años. De manera muy especial influye en las investigaciones sobre la internacionalización como una estrategia de crecimiento rápido (Vermeulen y Barkema, 2002) y, en particular, en los estudios sobre International New Ventures (INVs) (Oviatt y McDougall, 1994, 2005; Sapienza, Autio, George y Zahra, 2006), que inciden en que una temprana y rápida internacionalización de las empresas les lleva a generar importantes ventajas competitivas. Esta corriente no sólo analiza la internacionalización como un proceso de desarrollo y un comportamiento de la empresa, sino que también incluyen en sus estudios factores de la empresa y del entorno (Oviatt y McDougall, 1994) y consideran determinadas decisiones de internacionalización como número de países, mercados de entrada, etc. (Knight y Cavusgil, 2004; McDougall, Oviatt, y Shrader, 2003). Aquí se encuadran también los estudios sobre las born-global (Knight y Cavusgil, 1996; Coviello, 2015) y la literatura sobre entrepreneurship internacional (Jones y Coviello, 2005; Zahra y George, 2002), estando en muchos casos relacionadas ambas (Cavusgil y Knight, 2015). Estas corrientes tienen un carácter más interdisciplinar y engloban varias de las perspectivas de las anteriores.

Sea cual sea la perspectiva utilizada, todos estos estudios tienen algo en común: al considerar la internacionalización como un proceso todos tienen que reparar en un concepto, el tiempo. El tiempo es una cuestión tratada en todos ellos para elaborar el concepto de proceso, y termina derivando en muchos de los casos en el concepto de velocidad. Por ello, vamos a hacer un apartado para estudiar estos aspectos que van a tener mucha relevancia en el modelo que proponemos.

2.1.2.-El tiempo y la internacionalización de las empresas: velocidad de entrada y velocidad de proceso

Cuando se habla de internacionalización, el tiempo cronológico tiene mucha importancia, entre otras cosas, porque es el mismo para todas las empresas. Las empresas aparecen en un momento determinado del tiempo, y su internacionalización se produce en momentos del tiempo discernibles y sus actividades difieren en su duración (Reuber y Fischer, 1999; Westhead, Wright y Ucbasaran, 2001). Coviello y Jones (2004) ya señalaron la escasez en la

literatura sobre internacionalización de estudios que analizan los comportamientos y procesos dinámicos basados en el tiempo. Sin embargo el tiempo es fundamental en estos estudios, ya que la internacionalización se compone de una serie de eventos que ocurren en momentos concretos del mismo (Sharma y Blomstermo, 2003). O, dicho de otra forma, es una secuencia de tiempo en el que ocurren eventos (Jones, 2001). Por ello, se ha enfatizado que es necesario integrar explícitamente la dimensión temporal en el análisis del proceso de internacionalización, debido a su naturaleza dinámica. Este enfoque sigue la tendencia creciente del análisis dinámico de las organizaciones en la investigación organizacional (Lee y Liebenau, 1999; Ancona, Okhuysen y Perlow 2001; George y Jones, 2000), de gestión (Sabelis, 2007), y en la investigación de negocios internacionales (Blomstermo, Eriksson y Sharma, 2002; Sharma y Blomstermo, 2003).

Como señalan Stevenson y Harmeling (1990, 10): "Las conclusiones de la teoría de contingencia no están sólo en función de la industria y el medio ambiente, sino que deben estar también en función del tiempo y el momento". La propia empresa y su comportamiento de internacionalización también están, en función del tiempo, sujetos a la influencia del medio ambiente en general (Jones y Coviello, 2005). En definitiva, son varios los autores que creen en la importancia de incluir la dimensión tiempo en los estudios de internacionalización (Andersen, 1993, 1997; Zahra, Ireland y Hitt, 2000).

El tiempo es un tema central en la internacionalización de la empresa. Pero no sólo el momento puntual del tiempo en el que ocurre un evento es importante, sino que, como señalan Autio, Sapienza y Almeida (2000), también se puede estudiar la separación en el tiempo de diferentes formas de actividad internacional, surgiendo así una medida de la "tasa de internacionalización", es decir, la velocidad de desarrollo internacional en el tiempo. La velocidad del desarrollo internacional es sin duda la dimensión basada en el tiempo más importante (Prashantham y Young, 2011).

Una de las primeras contribuciones en este sentido es el estudio del momento en el que se produce la inversión extranjera directa de Buckley y Casson (1981). Sus trabajos se centran en las multinacionales establecidas y concluyen que una velocidad más rápida se traduce en unas tasas de crecimiento geográfico más rápidas. Pero el concepto de velocidad no se incluye en la literatura hasta mediados de 1990, siendo la aparición de los conceptos de empresas born-global y de las International New Ventures lo que marca toda una corriente de obras en las que el "tiempo" y la "velocidad" tienen un lugar destacado en el centro del enfoque de la investigación (Humerinta-Peltomäki, 2003; Jones y Coviello, 2005; Oviatt y McDougall 1994; Rialp, Rialp, Urbano y Vaillant, 2005; Zahra y George, 2002).

Una de las características principales que se han utilizado para definir el ámbito de la iniciativa empresarial internacional es la velocidad de entrada. Así, muchos de los estudios empíricos relativos a la velocidad (Autio et al., 2000; Morgan-Thomas y Jones, 2009) se centran en la primera entrada en el mercado extranjero. La velocidad de entrada ha sido tradicionalmente entendida como la cantidad de tiempo que transcurre entre el nacimiento de una empresa y cuando se toma la decisión de internacionalizar (Autio et al., 2000; Herrmann y Datta, 2002; Knight y Cavusgil, 1996; Luo, Zhao y Du, 2005; Madsen y Servais, 1997; Oviatt y McDougall, 1994, 2005; Zahra y George, 2002).

Con respecto a esta dimensión "velocidad de entrada" dos recursos básicos han sido considerados por el enfoque secuencial para determinar el momento de ese primer comportamiento de internacionalización: (1) el conocimiento necesario para convertirse en internacional (Eriksson, Johanson, Majkgard, y Sharma, 2000; Johanson y Vahlne, 1977; Johanson y Widersheim-Paul, 1975) y (2) los recursos que puedan incitar a buscar oportunidades en otros mercados (Dhanaraj y Beamish, 2003). Respecto al conocimiento, los estudios consideran que la velocidad a la que entra una empresa en un nuevo mercado está directamente relacionada con el tiempo dedicado por la empresa para la adquisición y el desarrollo de los conocimientos necesarios para su futuro lanzamiento (Casillas et al., 2009). Respecto a los recursos, Dhanaraj y Beamish (2003) señalan que son buenos predictores de la estrategia de exportación de una empresa.

Otros estudios (Autio et al., 2000) han analizado la relación existente entre el momento en el que la empresa inicia su comportamiento internacional y el posterior crecimiento de la firma.

No obstante, Autio et al. (2000, p. 909) indican la necesidad de diferenciar entre la velocidad de entrada (la diferencia entre la primera decisión de internacionalizarse y la fundación de la empresa) y la velocidad de proceso (el posterior crecimiento de la tasa de presencia en el mercado internacional). Y, como señalan Casillas y Acedo (2013), la velocidad de entrada está más relacionada con la pre-internacionalización que con el proceso de internacionalización en sí. Es en el período posterior a la entrada cuando se deben hacer esfuerzos para profundizar la penetración en el mercado a través de la adquisición de nuevos clientes y ampliar el alcance del país (Jones y Coviello, 2005).

En general, existe poca investigación empírica sobre el período posterior a la entrada. Preece, Miles y Baetz (1999, p. 1), analizan el fenómeno de las International New Venture, pero además sugieren que pasar a una siguiente etapa de expansión "requiere significativamente mayor tiempo y recursos". Gallego et al. (2009) ya indicaban esa escasez de estudios y como la mayoría de ellos se centraban en establecer los límites de lo que era la velocidad de

proceso. Posteriormente, Prashantham y Young (2011) relacionan el capital social con la velocidad post-entrada a través de la capacidad de absorción y la adquisición de conocimientos. Estos autores, como Sapienza et al. (2006), también tratan de vincular las dos velocidades, pero han ofrecido poco apoyo empírico. Chan y Rhee (2011) relacionan la velocidad de proceso con la performance de la empresa. Casillas y Acedo (2013) y Chetty, Johanson y Martín (2014) centran sus esfuerzos en conceptualizar y medir la velocidad de proceso. Además, Chetty et al. (2014) diferencian entre tiempo, velocidad y aceleración, ofreciendo diversas estrategias por la combinación de dichos conceptos. Jones y Coviello (2005) ofrecen un modelo teórico general del proceso de internacionalización en el que relacionan el tiempo con variables que potencialmente influyen en dicho proceso (de industria, modos de operación, países y performance). Casillas y Moreno (2014) muestran empíricamente cómo el aprendizaje influye en la velocidad de proceso y ésta a su vez incide en las dos clásicas decisiones de internacionalización (selección de mercados y modo de operación).

Nosotros queremos seguir la línea marcada por estos trabajos, por lo que, como ya indicábamos en el inicio de este marco teórico, vamos a hacer un recorrido por estas dos decisiones de internacionalización: el modo de operación y la selección de mercados.

2.1.3.- Modos de entrada/operación

La forma contractual en la que una empresa elige desarrollar su negocio en países extranjeros se ha denominado modo de entrada o modo de operación. Las diferentes tipologías de modos de entrada/operación usadas en la literatura tienen en cuenta que diferentes modos de entrada/operación suponen diferentes compromisos de recursos por parte de la empresa. Como señala Jones (1999) un evento (y decidirse por un nuevo modo de entrada/operación lo es) representa un cambio de status. Cuanto mayor sea la cantidad de recursos comprometida por la empresa, mayor será el riesgo que asume (Gallego et al., 2009). Por tanto, el modo de entrada/operación puede indicar el nivel de compromiso de la empresa con la internacionalización (Casillas y Acedo, 2013; Johanson y Valhne, 1977; Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975). Además, cambiar el modo entrada/operación es difícil sin perder tiempo y dinero, por lo que es una elección estratégica importante (Agarwal y Ramaswami, 1992).

La elección del modo de entrada en mercados extranjeros es probablemente uno de los temas más analizados en la investigación de negocios internacionales (Brouthers y Hennart, 2007; Datta, Herrmann y Rasheed, 2002; Malhotra, Agarwal y Ulgado, 2003; Melin, 1992; Sarkar y Cavusgil, 1996).

La literatura clásica sobre el proceso de internacionalización incluye muchos estudios sobre modos de entrada y selección de mercados que dio lugar a un

amplio cuerpo de trabajos entre los años 1960 y 1990. Esta literatura considera que ambas decisiones dependen de la influencia combinada de diferentes factores a nivel individual (Caughey y Chetty, 1993; Dichtl, Koeglmaier y Mueller, 1990; Perlmutter, 1969; Zhang, Li y Zhou, 2010), de empresa (Bonaccorsi, 1992; Calof, 1994; Hennart y Park, 1994) o de sector (Johanson y Yip, 1994; Porter, 1986). Así, trabajos como el de Agarwal y Ramaswami (1992) analizan los factores que influyen en el modo de entrada, considerando entre éstos las ventajas derivadas de la propiedad de la empresa, las ventajas de la localización de los mercados, y ventajas de la propia internacionalización al integrar transacciones en la firma.

Hay otra serie de estudios que basan la elección del modo de entrada en el conocimiento (Casillas et al., 2009; Casillas y Moreno, 2014; Eriksson et al., 1997, 2000; Petersen y Welch, 2002; Prashantham y Young, 2011; Zahra et al., 2000; Zhang et al., 2010); otros investigan el mejor momento para cambiar el modo de entrada en país (Buckley y Casson, 1981); otros relacionan los modos de entrada con una rápida internacionalización (Freeman, Edwards y Schroder, 2006) o con su performance (Li, 1995; Pennings, Barkema y Douma, 1994; Shaver, 1998; Tsan y Yip, 2007; Woodcock, Beamish y Makino, 1994); otros con la selección de mercados (Gallego y Casillas, 2014; Gallego et al., 2009; Kogut y Singh, 1988); otros señalan las interdependencias de los modos de operación a lo largo del tiempo y el espacio (Asmussen, Benito y Petersen, 2009); y, finalmente, otros con las redes que establecen en los países a los que se internacionalizan (Sierra, 2007).

Pero, sobre todo en los últimos tiempos, han emergido trabajos que relacionan la velocidad de entrada o proceso a la que se internacionaliza la empresa con los modos de entrada. Así, hay autores que indican la posibilidad de encontrar empíricamente relaciones entre los modos de entrada y operación con la velocidad de entrada (Bell, 1995; Burgel y Murray, 2000; Zacharakis, 1997). Gallego et al. (2009), a nivel teórico, y Gallego y Casillas (2014), a nivel empírico, establecen esta relación; y Casillas et al. (2009), Casillas y Moreno (2014) y Petersen y Welch (2002) relacionan la velocidad de proceso con el aprendizaje en modos de entrada.

Nuestro trabajo también se va a centrar en las relaciones que establece el modo de operación con otras variables (velocidad de proceso y selección de mercados), siguiendo por tanto la línea marcada por estos últimos.

2.1.4.- Selección de mercados

La selección de mercados analiza cómo las empresas seleccionan los países a los que se va a internacionalizar (Brouthers, Mukhopadhyay, Wilkinson y Brouthers, 2009; Papadopoulos y Martin, 2011). Y, como señalan Musso y Franciani (2014), es, junto a la decisión del modo de operación, una de las más importantes en investigación de internacionalización. Hay autores (Casillas y

Acedo, 2013) que indican que la internacionalización de una firma se puede medir, entre otras cosas, por el número de países a los que exporta sus productos, por el número de filiales que posee, la diversificación de sus mercados extranjeros y la distancia física y cultural entre los países. De esta forma, el alcance de una empresa es definido como el número de localizaciones en las que una empresa desarrolla su negocio (Zahra y George, 2002), cubriendo los mercados o países en los que se venden sus productos o servicios (Welch y Loustarinen, 1988). De manera que hay empresas que cuando deciden internacionalizarse se dirigen a un mercado y otras a varios a la vez.

Como señalan Brouthers et al. (2009), mientras que se ha desarrollado mucha literatura sobre modos de entrada u operación, no ocurre lo mismo con la selección de mercados. La selección de mercados ha sido analizada desde la perspectiva del enfoque secuencial y la de la internacionalización temprana. En esta última corriente hay unos pocos estudios que se han centrado en la selección de mercados geográficos por parte de las INVs y de las born-global (Hashai y Almor, 2004), o que han relacionado esa decisión con la velocidad de entrada (Gallego y Casillas, 2014).

Por su parte, el enfoque secuencial asume que las empresas empiezan internacionalizándose a pocos países que, además, son cercanos (física y culturalmente) a los propios mercados domésticos y, progresivamente, se entra en mercados más lejanos (Andersen, 1993; Johanson y Vahlne, 1977, 1990; Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975). Por tanto, el número de países y la distancia que los separa puede ser considerado una medida de la extensión de la internacionalización (Dow y Karunaratna, 2006).

Para definir lo cercano o lejano que es un mercado una de las cuestiones que emerge en la literatura es cómo se mide la selección de los mercados. Aquí hay dos tipos de medida: el número de países y la distancia que separa a los países. En relación al número de países son varios los autores que han usado esta medida (Asmussen et al., 2009; Jones y Coviello, 2005; Knight y Cavusgil, 2004; McDougall et al., 2003; Zahra y George, 2002). Y en relación a la distancia que separa los países surgen distintos tipos de distancia: la física (Dow, 2000; Gallego et al., 2009; Malhotra, Sivakumar y Zhu, 2009), la cultural o psicológica (Arenius, 2005; Buckley, 2014; Dow, 2000; Fan y Phan, 2007; Johanson y Vahlne, 1990, 1992; Malhotra et al., 2009; Oviatt y McDougall, 2005; Trudgen y Freeman, 2014), la económica (Malhotra et al., 2009) y la institucional (Gallego y Casillas, 2014).

En lo que se refiere a los condicionantes de la selección de mercados que ha tratado la literatura, hay autores que han relacionado la decisión de la selección de mercados con el riesgo (Gallego et al., 2009; Sierra, 2007), estableciendo que para asumir menor riesgo las empresas se internacionalizan a mercados

más cercanos física y psicológicamente. Otras cuestiones que han sido tratadas como condicionantes del mercado al que se internacionaliza una empresa han sido la estrategia de liderazgo en costes o diferenciación que siga la empresa (Driscoll y Paliwoda, 1997; Lu, 2002; Moen, 2002); la amplitud de la gama de productos que tenga la empresa (Gao, 2004 ;Jones y Crick, 2001); el ciclo de vida de la industria, la edad de entrada de la empresa y el potencial beneficio del mercado de destino (Gallego et al., 2009); el tamaño y la internacionalización de los clientes a los que se sigue (Bell, 1995); el tamaño del mercado nacional (Preece et al., 1999); el ser empresa productora de servicios o de bienes (Erramilli y Rao, 1993; Rialp et al., 2005); o disponibilidad de recursos financieros (Gallego y Casillas, 2014) o la productividad de la propia empresa (Dosi, Moschella, Pugliese y Tamagni, 2015).

Por otra parte, como ocurría con la selección de los modos de entrada, hay una gran cantidad de autores que ligan la selección de los mercados con el conocimiento que se adquiere sobre los mismos (Casillas et al., 2009; Eriksson et al., 1997; Fan y Phan, 2007; Johanson y Vahlne, 1990; Prashantham y Young, 2011; Zahra et al., 2000). Esta corriente tiene una derivada posterior en un número de autores que relacionan la adquisición de conocimientos con la pertenencia a redes (Johanson y Vahlne, 1992, 2006; Trudgen y Freeman, 2014).

Y, por último, hay una serie de estudios que ligan la selección de mercados con las otras dos decisiones de internacionalización: la velocidad de entrada y proceso (Arenius, 2005; Casillas y Moreno, 2014; Gallego y Casillas, 2014; Oviatt y McDougall, 2005), por un lado, y el modo de entrada u operación, por otro (Driscoll y Paliwoda, 1997; Evans, Treadgold y Mavondo, 2000; Gallego et al., 2009; Herrmann y Datta, 2002; Ragland, Brouthers y Widmier, 2015; Zahra y Geroge, 2002).

Y, como ya dijimos al analizar la literatura sobre modos de entrada, es ésta la línea que nosotros vamos a seguir.

2.2.- La teoría institucional y el isomorfismo mimético: los marcadores de tendencias

Pero como ya indicamos en la Introducción de la presente Tesis Doctoral, una de las vocaciones de la misma es explorar y contrastar si en el sector bancario español se da un proceso de mimetismo en el que se siga a un marcador de tendencia también bancario y español. Por ello, abordamos en este apartado de nuestra investigación un asunto con escasa, si alguna, atención investigadora en la literatura sobre Estrategia: la relación entre los conceptos de *marcador de tendencia* o *trendsetter* (en adelante, *trendsetter*, por ser éste el término más denotativo por más utilizado y común, no ya a nivel internacional, sino por la propia literatura específica en español) en internacionalización. Si bien esta última materia. La internacionalización, sí ha

sido objeto de profusa, intensa y diversa atención investigadora, de lo cual hemos tratado con anterioridad en esta tesis, no podemos decir lo mismo sobre el concepto de trendsetter y sus implicaciones competitivas, que debe considerarse relacionada pero distinta de otra materia que sí ha sido investigada con profundidad, el llamado “primer entrante” y las ventajas de serlo, particularmente en el ámbito de la Estrategia empresarial y, en general, de la Economía de la Empresa.

El análisis de las estrategias de los procesos de cambio organizacionales ha sido llevado a cabo tradicionalmente desde una perspectiva económica o técnica. Crecimiento, rentabilidad, eficacia y eficiencia, productividad, cuotas de mercado, diversificación, expansión horizontal o vertical y otros muchos conceptos susceptibles de ser medidos económica y técnicamente abundan en los estudios académicos en el área de la Economía de la Empresa, la Organización de Empresas y el Marketing. El proceso de internacionalización – asunto principal de este trabajo- de las compañías mercantiles es también un objeto de investigación mayoritariamente abordado desde estas perspectivas, básicamente económicas y cuantitativas. Proponemos aquí un enfoque complementario para abordar el papel que juegan en la expansión internacional de nuestras empresas –concretamente, las del sector bancario español- los *trendsetters*: la Teoría Institucional.

Aunque con precedentes y concomitancias en la Sociología, que propone que las características del contexto institucional dentro del cual los individuos actúan es un factor esencial para explicar sus comportamientos, la Teoría Institucional nace para el análisis organizacional en 1949 con la aparición del libro de Philip Selznick (1949) titulado *TVA and the Grass Roots: A study in the sociology of formal organizations*. Desde entonces hasta hoy, dicha teoría y sus precisiones han sido capaces de convertirse en alternativas para estudiar los fenómenos organizativos. Si bien suele distinguirse entre el Viejo Institucionalismo (Clark, 1960, 1972; Selznick, 1949, 1957) y Nuevo Institucionalismo (en adelante, en minúsculas) (DiMaggio y Powell, 1983; Meyer y Rowan, 1977), las aportaciones de los primeros teóricos de esta escuela siguen en parte siendo aceptadas y utilizadas como soporte de la investigación social y económica. El estudio originario de Selznick consigue ciertos hallazgos básicos para todo estudio y desarrollo de la teoría posteriores. En primer lugar, el hecho de que la dinámica organizativa recibe influencias colectivas de su entorno que la condicionan e incluso la determinan. Así como que el fracaso en responder a estas exigencias puede poner en peligro su supervivencia, la correcta adaptación y respuesta a las mismas puede ser un factor de éxito e, incluso, una forma de conformar un comportamiento homogéneo dentro del campo organizativo.

Como consecuencia de estos condicionantes colectivos más allá del mercado – o alrededor del mercado–, las organizaciones desarrollan estructuras formales,

normas internas y prácticas y síntomas externos que, pudiendo ser económica o técnicamente beneficiosas, también pueden funcionar en sentido contrario; es decir, ser contraproducentes desde un punto de vista empresarial. De esa forma, ciertos aspectos simbólicos pueden ir en contra de la eficiencia y la eficacia exigibles a cualquier organización para sobrevivir con éxito en el mercado. Esta posible paradoja es analizada por buena parte de los teóricos del nuevo institucionalismo (Browring, 2000; DiMaggio y Powell, 1983; Greenwood y Hinings, 1996; Hall y Taylor, 1996; Oliver, 1991; Tolbert y Zucker, 1996).

Los estudios de Meyer en solitario y de éste y Rowan (ambos en 1997) son considerados como la frontera entre viejo y nuevo institucionalismo. Una serie de estudios más o menos homogéneos en sus presupuestos, objetos y desarrollos coinciden en la posibilidad de relacionar variables colectivas (de contexto o institucionales) con asuntos organizativos. En particular, con procesos de cambio. Y el proceso de internacionalización de un sector y/o de una compañía en concreto es un proceso de cambio, y se ve afectado y sufre el condicionante externo.

En este sentido, como apuntan y sintetizan Restrepo y Rosero (2002) acerca de las formas de difusión de los efectos institucionales, DiMaggio y Powell (1983), plantean tres tipos de mecanismos: coercitivos, normativos y miméticos. Por medio de ellos se propagan y generalizan los efectos institucionales de un área que lo denominan “campo organizativo” y que definen como “aquellas organizaciones que, en conjunto, constituyen un área reconocida de vida institucional (los proveedores principales, los consumidores de recursos y productos, las agencias reguladoras y otras organizaciones que dan servicios o productos similares)”.

Como resultado de las presiones ejercidas por estos mecanismos las organizaciones son cada vez más homogéneas dentro de su campo –se produce lo que damos en llamar “isomorfismo”, proceso mediante el que las organizaciones de cierto sector y con campos organizacionales comunes “se van pareciendo más”.

Nuestra propuesta, como ya se ha apuntado, es que en el caso de la internacionalización de la banca española se da un proceso de isomorfismo mediante, esencial y no excluyentemente, un mecanismo mimético o de imitación. Mediante el mismo, y en nuestro caso, los bancos que expanden su actividad hacia nuevos territorios siguen, aparte de sus propios presupuestos estratégicos y en buena medida, la pauta marcada por las organizaciones más exitosas. Mediante la mimesis, buscan adoptar aquellos aspectos y atributos del líder (o, en su caso, pionero) que parecen posibilitar el éxito de dicha organización marcadora o creadora de tendencia. De esta forma, intentan limitar el arriesgado proceso de prueba y error, tantas veces tan costoso.

Como colofón, resulta pertinente en este punto aportar algunos rasgos específicos del proceso de isomorfismo mimético en la expansión internacional de las empresas. Según Déniz, “en el contexto de la internacionalización, las presiones que conducen a un isomorfismo mimético en las decisiones de localización (Roberto, 2004) y de selección de modos de entrada (Henisz y Macher, 2004) incluyen, entre otras, el riesgo del mercado, las diferencias de lenguaje y culturales, las regulaciones confusas para la importación extranjera, las diferencias en las especificaciones y en el uso de los productos, la falta de capital para la expansión o los costes de transporte elevados (Davis, Desai y Francis, 2000).

El concepto de marcador de tendencia o trendsetter es un concepto relativamente novedoso y poco explorado en el área de la Economía de la Empresa y de la Estrategia, si bien hay un trabajo que ha devenido en clásico que es recurrentemente citado cuando se habla de “modas” en gestión de empresas, el de Eric Abrahamson en *Academy of Management Review*, publicado en 1996, titulado precisamente *Management Fashion (Moda en gestión de empresas)*. Sin embargo, a nuestro entender, si bien un trendsetter es un creador de pautas que otros siguen, también en materia competitiva, no existe en nuestra área de conocimiento (sí en el terreno de la moda en su término más habitual de estilismo y vestido, y también en tecnología móviles y sectores adyacentes) un referente específico que vincule el creador de tendencia (si queremos, de *moda competitiva*) e internacionalización.

Efectivamente, hay conceptos habituales y diríamos que clásicos en la disciplina de la Estrategia empresarial que están muy relacionados con el de marcador de tendencia o trendsetter. Principalmente, el de *primer entrante* (en el término originario en inglés, *first mover*). El primer entrante en un nicho de mercado desocupado tiene normalmente mayor capacidad de obtener y, particularmente, de mantener una ventaja competitiva. Según Casanueva y Gallego (2012) el hecho de ocupar un nicho de mercado vacío hace difícil su imitación por parte de otros competidores, lo cual otorga una posición muy ventajosa a dicho primer entrante, que incluso podría situar a éste en una situación de monopolio. Como afirman Casanueva y Gallego (2012, p. 125), “debido a ello van a generarse una serie de beneficios para la empresa que ha ocupado el nicho competitivo que no tendrán las empresas que intenten entrar después en el mismo, y que pueden estar en la base para desincentivar a otros a ocuparlo”.

Como se ha dicho, sobre primeros entrantes sí existe una amplia bibliografía en los campos de la tecnología/innovación y, por derivación, en la estrategia, sobre todo en el tema de la dinámica competitiva, pero el concepto de trendsetter es algo más amplio --o tal vez más específico-- pues tradicionalmente se ha utilizado por los autores de la teoría institucional. Los

trabajos de Greve, sobre la emisoras de radio en USA, o de Greenwood, sobre las empresas de auditoría, utilizaban un concepto similar cuando analizaban las presiones isomórficas, en particular las miméticas, aunque casi siempre lo vinculaban con los primeros que adoptaban un determinado comportamiento. Queremos con ello subrayar que primer entrante y trendsetter no son la misma cosa, si bien ambos términos conocen zonas de intersección conceptual.

En el caso de los trendsetter --que marcan pautas concretas en forma de establecimiento, velocidad de expansión (en este caso, marcan una pauta inversa: los seguidores o imitadores no corren con el riesgo del trendsetter, y su velocidad es por ello menor para un mismo destino y forma de establecimiento, como hipotetizamos) y distancia geográfica y cultural, en nuestro caso no sólo estamos hablando de marcar tendencia a través del *señalamiento* sino fundamentalmente del *comportamiento*. Claramente estamos hablando de una presión mimética, asunto bien estudiado dentro de la Teoría Institucional. Los investigadores (pocos) que en Organización analizan a los trendsetter cita como artículo central y básico el de Abrahamson (1996), que a su vez es un referente en la Teoría Institucional. Por tanto, estamos hablando de dos fenómenos que están relacionados (pero no son el mismo fenómeno); y de hecho se puede decir que los trendsetter establecen una presión mimética en el sector para que sus competidores adopten un determinado comportamiento.

2.3.- Hipótesis

La internacionalización es una de las decisiones más arriesgadas que tiene que tomar la empresa. El proceso de toma de decisiones de cada firma que guía su internacionalización refleja diferentes formas de asumir el riesgo, por lo que unas empresas se internacionalizan a diferentes ritmos que otras. Así, el riesgo aparece en la literatura internacional como un ejercicio de compensación entre tiempo y dinero (Reuer, Shenkar y Ragozzino, 2004; Rivoli y Salorio, 1996). O entre el riesgo del país y la exposición de la empresa a los beneficios de dicho país (Shrader, Oviatt y McDougall, 2000) y al endeudamiento total asumido (Kwok y Reeb, 2000). O, incluso, entre acciones financieras y estratégicas (Miller, 1992). También hay autores que señalan que entrar en un nuevo mercado y usar nuevos modos de entrada conlleva arriesgadas e innovadoras actividades que llevan a ganar ventajas competitivas frente a la competencia (Makino, Lau y Yeh, 2002).

Gallego et al. (2009) manifiestan que hay dos cosas que condicionan a una empresa en su proceso de internacionalización: el potencial beneficio del mercado extranjero (Agarwal y Ramaswami, 1992) y el grado de compromiso que la empresa está preparada para aceptar. Ante esta lógica, se puede pensar que una empresa asumirá mayor riesgo en la medida que el beneficio potencial sea mayor y, por tanto, el compromiso que adquirirá será también

mayor. Y, bajo esta premisa, todas las decisiones que la empresa toma en su proceso de internacionalización estarán analizadas bajo el mismo criterio: el riesgo (Gallego et al., 2009). Las empresas deciden internacionalizarse en un momento del tiempo (velocidad de entrada) en el que considera que puede asumir dicho riesgo y, a partir de ese momento, todas las decisiones que tienen que tomar (velocidad de proceso, selección de mercados y modos de operación) están orientadas al mismo objetivo, por lo que tomarán la decisión que comporte menor riesgo (Brouthers y Brouthers, 2003; Driscoll y Paliwoda, 1997; Evans et al., 2000; Herrmann y Datta, 2002; Malhotra, 2003).

Esta premisa ha sido también asumida en la literatura sobre el proceso de internacionalización desde perspectivas teóricas diferentes: el enfoque económico-racional (Dunning, 1980; Hennart, 1991); el secuencial (Johanson y Vahlne, 1977, 1990; Eriksson et al., 1997) y el de la internacionalización temprana (Oviatt y McDougall, 1994, 2005). El enfoque secuencial de la internacionalización es un modelo de reducción del riesgo (Johanson y Vahlne, 1977, 1990). Este enfoque consideraba que la diferencia de idioma y cultural con otros países y la lentitud de los canales de comunicación impedía recopilar información sobre los mercados extranjeros, aumentando así el riesgo percibido, ya que es un enfoque que asume que el riesgo es el resultado de la falta de conocimientos. Para minimizar dicho riesgo, las empresas llevan un proceso gradual de compromiso de recursos y de aprendizaje internacional (Andersen, 1993; Johanson y Vahlne, 2011).

Por su parte, aunque las born-globals son capaces de asumir mayores riesgos debido a la influencia de varios factores (características de los fundadores, menor necesidad de comprometer recursos, características del sector, etc.), el riesgo sigue siendo un elemento principal que sustenta la selección de los mercados y los modos de entrada adoptados en su primera internacionalización (Gallego et al., 2009).

Hay estudios que señalan algunas variables que afectan a la internacionalización porque determinan la cantidad de riesgo que tiene el proceso para la empresa. Así, Gallego et al. (2009), señalan entre dichas variables: la incertidumbre, los recursos disponibles, el mimetismo y los conocimientos. Así, sostienen que tener holgura de recursos favorece la asunción de riesgos (Cyert y March, 1963; Nohria y Gulati, 1996). Con la variable mimetismo se trata de incluir en el estudio de la internacionalización el efecto que las condiciones imperantes en el sector pueden tener en el comportamiento de la firma. De esta forma, en un sector se puede imitar el comportamiento de internacionalización, ya sea porque se conocen las características del proceso o porque no hacerlo podría representar una considerable desventaja para la compañía (Lu, 2002; Shrader et al., 2000; Yiu y Shige, 2002). Y, respecto a los conocimientos, es una variable muy analizada en la literatura de internacionalización por su incidencia en las decisiones que

se han de tomar en el proceso (Casillas et al., 2009; Casillas y Moreno, 2014; Johanson y Vahlne, 2009; Prashantham y Young, 2011; Schweizer et al., 2010; Zahra et al., 2000). Una empresa cuando accede a nuevos mercados en busca de oportunidades asume riesgos (Zaheer, 1995). Y lo mismo le ocurre cuando aplica nuevos modos de operación en un mercado extranjero, ya que las nuevas operaciones y rutinas están rodeadas de riesgo (Luo y Rui, 2009). Por ello, la velocidad de internacionalización va a depender del aprendizaje en estas cuestiones. Hay varios autores que señalan que esos conocimientos se pueden adquirir mediante relaciones con distintos actores internacionales (clientes, proveedores, competencia, amigos, etc.) mediante la pertenencia a redes (Casillas y Moreno, 2014; Johanson y Vahlne, 1992, 2003, 2006, 2009; Oviatt y McDougall, 1994).

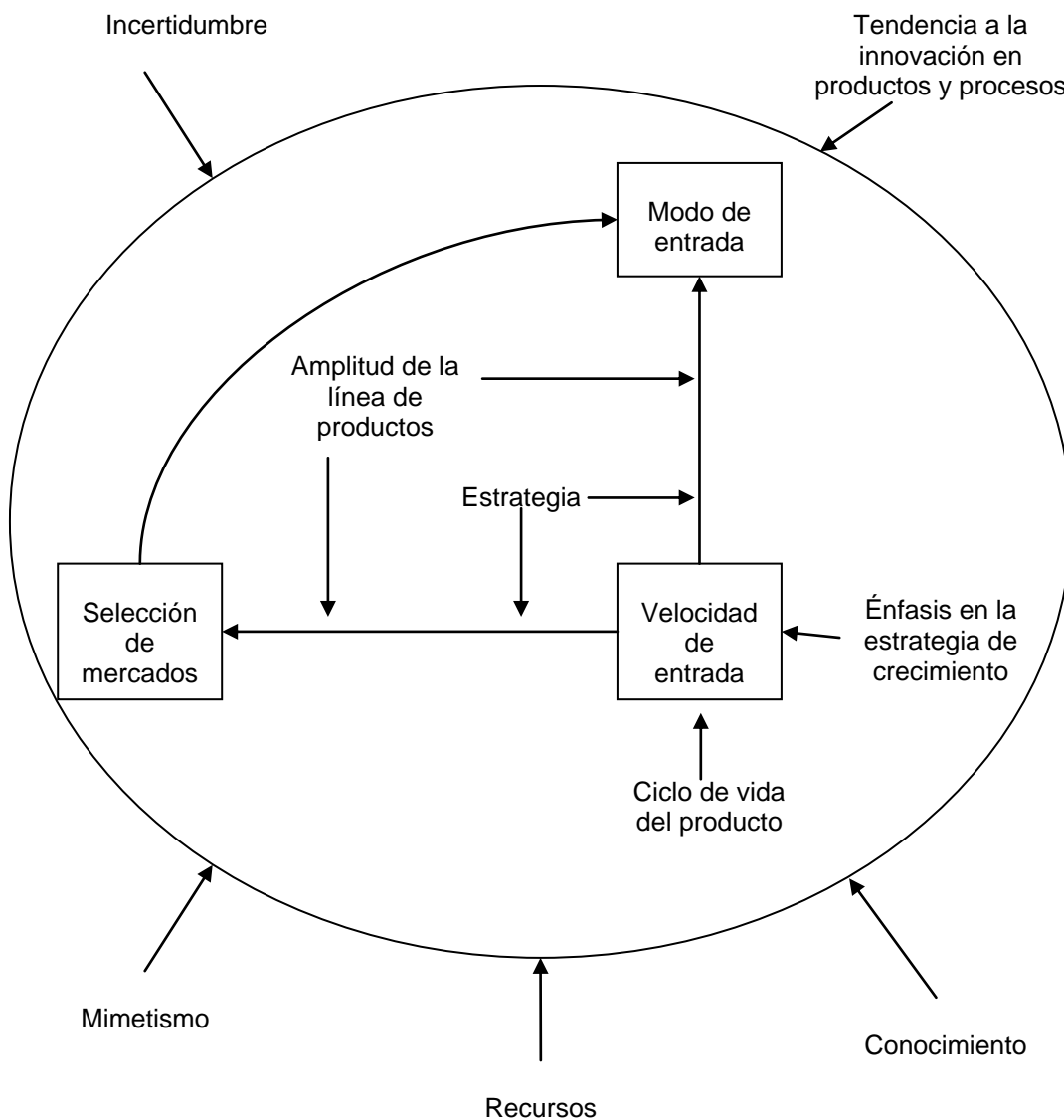
Ese aprendizaje en nuevos mercados y modos del pasado, hace que la empresa desarrolle nuevas capacidades y recursos para futuras operaciones en un proceso cíclico (Casillas y Moreno, 2014; Hutzschenreuter, Pedersen y Volberda, 2007; Zhang et al., 2010). Así, la internacionalización genera nuevas oportunidades para una empresa al incrementar, aumentando sus conocimientos, sus probabilidades de entrada en otros mercados extranjeros (Sapienza et al., 2006).

En este marco, Casillas y Moreno (2014) consideran que la velocidad de proceso se desarrolla de acuerdo con una configuración dinámica (Asmussen et al., 2009) de las decisiones que previamente se tomaron respecto a la selección de mercados y los modos de operación en un proceso dependiente (Gao y Pan, 2010; Hutzschenreuter et al., 2007; Jones y Coviello, 2005; Mathew y Zander, 2007). Pero, además, en un mismo momento del tiempo la velocidad de entrada o proceso no es una decisión aislada de la selección de mercados y del modo de entrada u operación en países extranjeros, sino que son cuestiones que impactan en el riesgo global que la empresa asume, aumentándolo o disminuyéndolo, de forma que el riesgo global es el resultado de ese conjunto de decisiones (Burgel y Murray, 2000; Gallego et al. 2009; Gallego y Casillas, 2014). Las distintas variables que se manejan en el proceso de internacionalización se afectan las unas a las otras, son interdependientes, condicionando el proceso entero de internacionalización así como el riesgo que dicho proceso implica para una empresa que se quiere internacionalizar o que ya ha iniciado su internacionalización (Gallego y Casillas, 2014).

Nosotros queremos analizar cómo se influyen las decisiones de internacionalización entre sí (velocidad de proceso, selección de mercados y modo de operación), una vez que ya se ha puesto en marcha el proceso (no queremos ver qué factores afectan a las decisiones de internacionalizarse, sino a las que se han de ir tomando una vez que se ha puesto en marcha la expansión a mercados extranjeros) y en un marco de minimización del riesgo. Para ello, vamos a seguir el modelo propuesto por Gallego et al. (2009), para la

primera internacionalización de la empresa y que se muestra en la Figura 4.1. Nosotros vamos a aplicar la lógica de dicho modelo al proceso de internacionalización post-entrada. Y vamos a centrarnos en analizar la relación existente entre las tres decisiones principales de internacionalización (velocidad de proceso, selección de mercados y modo de operación), así como en tratar de identificar si las tendencias marcadas en el sector (mimetismo) tienen influencia en dicho proceso.

Figura 4.1: Relación entre velocidad de entrada, modo de entrada y selección de mercado internacional.



Fuente: Gallego et al., 2009, p. 313.

2.3.1. Relación entre la velocidad de proceso y la selección de mercados

Como ya hemos señalado anteriormente, la velocidad de proceso se mide por el tiempo transcurrido entre dos eventos de internacionalización (Casillas y Acedo, 2013; Jones y Coviello, 2005). La cuestión es qué se entiende por eventos. Hay estudios que marcan como evento la entrada en nuevos países (Asmussen et al., 2009; Casillas y Acedo, 2013; Prashantham y Young, 2011; Zahra y George, 2002), y utilizan para medir esa entrada tanto el número de nuevos países como la distancia que los separa del mercado nacional (Ragland et al., 2015; Zhang et al., 2010). Así, varios estudios utilizan el número de países como una medida de la selección de los mercados (Casillas y Acedo, 2013; Casillas y Moreno, 2014; Eriksson et al., 1997; Johanson y Vahlne, 1990; Knight y Cavusgil, 2004; McDougall et al., 2003; Prashantham y Young, 2011).

Y también encontramos literatura que utiliza la distancia entre el mercado nacional y los países a los que se internacionaliza la empresa como una medida de la selección de mercados. Como ya comentamos anteriormente, aquí nos encontramos con estudios que tienen diferente forma de medir dicha distancia: algunos hacen referencia a la distancia geográfica, es decir, al número de kilómetros que separa a los países (Buckley, 2014; Casillas y Acedo, 2013; Dow, 2000; Malhotra et al., 2009); muchos otros, la mayoría, a lo que llaman distancia cultural, psicológica o psíquica, y que hace referencia las diferencias lingüísticas, culturales, de sistemas políticos, etc. percibidas entre países (Arenius, 2005; Buckley, 2014; Casillas y Acedo, 2013; Casillas y Moreno, 2014; Dow, 2000; Fan y Phan, 2007; Freeman, Giroud, Kalfadellis y Ghauri, 2012; Freeman, Hutchings y Chetty, 2012; Gallego et al. 2009; Johanson y Vahlne, 1990, 1992; Malhotra et al., 2009; Oviatt y McDougall, 2005; Trudgen y Freeman, 2014; Zahra et al., 2000); también encontramos la distancia medida como la diferencia en los indicadores puramente económicos de los países (Malhotra et al., 2009); y, por último, encontramos estudios que analizan la distancia institucional, entendida como la diferencia entre aspectos institucionales de los países como son la legislación, el sistema político, la corrupción, etc. (Gallego y Casillas, 2014).

Entendiendo la velocidad de proceso desde la perspectiva de la entrada en nuevos países, sea cuál sea la forma de medir la variedad en esos países, algunos autores se decantan por medir la velocidad de proceso como el tiempo transcurrido entre el momento en que una empresa realiza un acto de internacionalización en un país y el momento inmediatamente siguiente en el que hace un acto de internacionalización en un/o nuevo/s país/es (Casillas y Moreno, 2014; Prashantam y Young, 2011; Oviatt y McDougall, 2005; Zahra et al., 2000). Dicho esto, se podría pensar en varias formas de establecer esa velocidad: de manera puntual, es decir, viendo cómo va variando; de manera absoluta, es decir, calculando cuál ha sido la velocidad en todo el tiempo analizado; o calculando una media de los valores puntuales.

No obstante, hay estudios que consideran eventos la utilización de nuevos modos de operación por parte de la empresa (Asmussen et al., 2009; Casillas et al., 2009; Hennart y Slangen, 2015). Algunos trabajos empíricos indican que no es raro que las empresas cambien los modos que tienen establecidos en las operaciones extranjeras (Benito, Pedersen y Petersen, 2005; Calof, 1993; Clark, Pugh y Mallory, 1997). Así, las empresas cambian el modo de operación en un país y en un momento del tiempo o a lo largo del tiempo (Asmussen et al., 2009) dándonos en este último caso también una medida de la velocidad (Chetty et al., 2014). Igual que en el caso de los países, podremos medir cómo cambia esa velocidad a lo largo del tiempo o cuál es su valor total en el comportamiento de una empresa en un país.

Sea cual sea la medida de la selección de mercados usada (número de países o algún tipo de distancia) y la velocidad que se emplee (en el avance en los países o en el avance en el modo de operación), varios estudios analizan la relación entre estas variables (Casillas y Acedo, 2013; Oviatt y McDougall, 2005). Si nos movemos bajo la premisa de minimizar el riesgo, podemos asumir que, en la medida que los países sean más distantes, aumentará el riesgo derivado de la falta de conocimientos para la empresa (Arenius, 2005; Casillas y Moreno, 2014; Evans et al., 2000; Luo et al., 2005; Oviatt y McDougall, 1994; Rasheed, 2005; Zahra y George, 2002); y en la medida en que aumente el riesgo, la empresa tenderá a disminuir su velocidad (Gallego y Casillas, 2014). No ocurre lo mismo con el número de países, ya que estar en más países supone tener más conocimientos sobre distintos y distantes mercados (Prashantam y Young, 2011), por lo que disminuirá el riesgo y, por tanto, aumentará la velocidad (Zahra et al. 2000). Por tanto, podemos concluir que:

H₁: cuanto mayor sea el número de países a los que se internacionaliza la empresa y más cercanos estén, mayor será la velocidad a la que realizará su proceso de internacionalización.

Pero ya dijimos que existe una relación de interdependencia entre las decisiones de internacionalización, de forma que es un proceso cíclico. La velocidad que una empresa tarda en entrar en nuevos mercados o modos de operación (velocidad de proceso) está directamente relacionada con el tiempo que emplee la compañía en adquirir los conocimientos necesarios. Por tanto, este tiempo de aprendizaje influirá en la velocidad de proceso (Casillas y Moreno, 2014), así que la empresa puede optar para internacionalizarse a un ritmo más rápido (para seguir por ejemplo la tendencia del sector) y hacerlo a mercados más cercanos o a menos países (Gallego et al., 2009; Gallego y Casillas, 2014). Por tanto,

H₂: cuanto mayor sea la velocidad a la que realiza el proceso de internacionalización, más alejados estarán los países a los que se internacionaliza la empresa y menos países serán.

2.3.2.-Relación entre la velocidad de proceso y el modo de operación

Ya hemos dicho en varias ocasiones que otra de las grandes decisiones que hay que tomar al internacionalizarse es el modo de operación con el que se va a actuar (Hennart y Slangen, 2015). Algunos autores han hecho distintas clasificaciones de los modos de operación que se pueden ver condicionadas por el sector analizado en cada caso, pero todos tienen en común el clasificar esas formas desde las que menos recursos de la empresa comprometen a las que más (Agarwal y Ramaswami, 1992; Casillas y Moreno, 2014; Chetty et al., 2014; Driscoll y Paliwoda, 1997; Gallego et al., 2009; Johanson y Vahlne, 1977; Zahra et al., 2000). En la medida en que se comprometan más recursos, es evidente que aumenta el riesgo para la organización (Gallego et al., 2009), con lo que la elección del modo de operación se basará en la compensación entre riesgo y resultados (Agarwal y Ramaswami, 1992). Cuanto más comprometido sea el modo de operación que escoja la organización, más riesgo estará asumiendo; y en la medida en que sea mayor el riesgo percibido por la organización, tenderá a escoger modos de operación menos comprometidos.

Existen varios estudios que relacionan el modo de entrada con la velocidad de proceso (Bell, 1995; Burgel y Murray, 2000; Casillas y Acedo, 2013; Zacharakis, 1997), sea cual sea la velocidad de proceso de la que hablemos (relativa al país o al modo). Y ya hemos dicho que una mayor velocidad implica un mayor riesgo, por lo que en la medida en que la empresa perciba un mayor riesgo en la decisión relativa al modo de operación, tenderá a disminuir su velocidad (Casillas y Moreno, 2014; Gallego et al., 2009; Gallego y Casillas, 2014). Por tanto, podemos concluir que,

H₃: cuanto más arriesgada sea la forma en la que se instala en mercados extranjeros que elija una empresa, menor será la velocidad a la que realizará su proceso de internacionalización.

Pero ya hemos analizado como las decisiones que se toman en la internacionalización forman parte de un proceso cíclico (Burgel y Murray, 2000; Gallego et al., 2009) en el que los modos de operación pasados influyen en los futuros (Hennart y Slangen, 2015). Cada modo de operación requiere diferente combinación de habilidades, por lo que la firma empleará más tiempo en el aprendizaje (Casillas y Moreno, 2014; Zahra et al., 2000) para adquirir esos conocimientos. Y ese conocimiento aumentará la velocidad para desarrollar nuevos modos de entrada (Casillas et al., 2009; Hurmerinta-Peltomaki, 2003; Jones y Coviello, 2005; Kutschkey, Bäurle y Schmid, 1997).

Por ello, cuando una empresa aumenta la velocidad a la que se expande limitará ese tiempo de aprendizaje necesario, con lo que aumentará el riesgo y optará por modos de entrada menos comprometidos (Casillas et al., 2009; Gallego et al., 2009). Por tanto, podemos concluir que,

H₄: cuanto mayor sea la velocidad a la que realiza el proceso de internacionalización, menos arriesgada será la forma en la que se instala los mercados extranjeros que elija la empresa.

2.3.3.- Relación entre los modos de operación y la selección de mercados

Ya hemos analizado cómo la selección de los mercados se puede medir de distinta forma (número de países y distancias) y que los modos de entrada u operación se clasifican según el nivel de recursos de la empresa que comprometa. También hemos analizado cómo un aumento de la distancia aumenta el riesgo por la disminución del conocimiento necesario sobre el nuevo mercado (Arenius, 2005; Casillas y Moreno, 2014; Evans et al., 2000; Luo et al., 2005; Oviatt y McDougall, 1994; Rasheed, 2005; Zahra y George, 2002); que dicho riesgo disminuye cuando la empresa está en varios países a la vez (Prashantam y Young, 2011); y que los modos de operación más comprometidos aumentan el riesgo al implicar más recursos de la empresa (Agarwal y Ramaswami, 1992; Casillas y Moreno, 2014; Chetty et al., 2014; Driscoll y Paliwoda, 1997; Gallego et al., 2009; Johanson y Vahlne, 1977; Zahra et al., 2000). También hemos analizado cómo en un proceso que trata de minimizar el riesgo todas las decisiones están interrelacionadas y se tratará de compensar los mayores riesgos asumidos en unas con menores en otras (Burgel y Murray, 2000; Gallego et al., 2009; Gallego y Casillas, 2014; Gao y Pan, 2010; Hutzschenreuter et al., 2007; Jones y Coviello, 2005; Mathew y Zander, 2007).

Así, nos encontramos con que la mayoría de los estudios consideran que es la distancia que separa a los países la que, al aumentar el riesgo, hace que las empresas prueben con modos de operación menos comprometidos (Agarwal y Ramaswami, 1992; Driscoll y Palidowa, 1997; Evans et al., 2000; Gallego et al., 2009; Herrmann y Datta, 2002; Ragland et al., 2015; Zahra y George, 2002). Pero según la lógica del proceso cíclico (Burgel y Murray, 2000; Gallego et al., 2009; Gallego y Casillas, 2014; Gao y Pan, 2010; Hutzschenreuter et al., 2007; Jones y Coviello, 2005; Mathew y Zander, 2007). También podemos pensar que el uso de modos de operación menos comprometidos pueden permitir a la empresa una holgura de recursos que disminuyan el riesgo (Cyert y March, 1963; Gallego et al., 2009; Gallego y Casillas, 2014; Nohria y Gulati, 1996) y tiempo para aumentar los conocimientos, que les pueden llevar a probar en más mercados y más distantes. Por tanto,

H₅: cuanto mayor sea el número de países a los que se internacionaliza la empresa y cercanos estén, más arriesgada será la forma de instalarse en sus mercados extranjeros que elija.

H₆: cuanto menos arriesgada sea la forma de entrada que elija una empresa para instalarse en sus mercados extranjeros, menor será el número de países a los que se internacionaliza la empresa y más alejados estarán.

2.3.4.- Efecto de imitación en el sector: el mimetismo como variable moderadora del proceso de internacionalización

Si analizamos el modelo propuesto por Gallego et al. (2009) vemos como determinadas variables influyen a la hora de tomar las principales decisiones de internacionalización. Entre ellas está el mimetismo, es decir, el fenómeno por el cual en determinados sectores se tiende a imitar prácticas y comportamientos seguidos por las empresas que se constituyen en creadoras de tendencias.

Restrepo y Rosero (2002) analizan cómo en el proceso de internacionalización las organizaciones sufren una incertidumbre generada por el cambio de escenario donde actúa (nuevos países) que les hace temer la pérdida de legitimidad o competitividad (Abrahamson y Rosenkopf, 1993). En este terreno algunas organizaciones son muy visibles y provocan la imitación de las demás para conseguir legitimidad (Burn y Wholey, 1993; DiMaggio y Powell, 1983; Haverman, 1993). En este sentido, Johanson y Vahlne (1992) sostienen que las empresas líderes no imitan a nadie en su proceso de internacionalización, y lo que hacen es acudir a países más cercanos para minimizar el riesgo. Pero para el resto, en procesos como el de internacionalización, las organizaciones imitarán los comportamientos cuyas respuestas hayan sido más exitosas.

Así, un sector puede imitar el comportamiento de internacionalización bien porque las características del proceso son desconocidas o porque no hacerlo podría suponer una gran desventaja para la compañía (Lu, 2002; Schrader et al., 2000; Yiu y Shige, 2002).

Hay autores (Lee, Song y Kwak, 2014) que creen que dicho proceso de imitación se da en sectores como el de los servicios financieros. Y Sierra (2007) analiza dicho proceso en la banca española.

Por ello, podemos pensar que todas las relaciones contenidas en las hipótesis enunciadas pueden verse moderadas por este efecto. El efecto hará que la relación sea más cierta para la empresa que es imitada, que es la que asume de verdad todo el riesgo derivado de la falta de conocimiento (la líder para Johanson y Vahlne, 1992), pero pueda verse modificada para sus imitadoras que, al tener más información de partida y asumir menos riesgo, pueden tomar decisiones más comprometidas. Por tanto,

H_{7a}: La empresa que marca tendencias en un sector juega un papel moderador de la relación entre el número de países y la distancia de los mismos con la velocidad de proceso: a igualdad de países y distancias, dicha entidad tardará más tiempo en realizar dicho proceso, ya que las demás entidades disminuirán su riesgo al seguir la tendencia marcada por la anterior.

H_{7b}: La empresa que marca tendencias en un sector juega un papel moderador de la relación entre la velocidad del proceso de internacionalización con el número de países a los que se internacionaliza la empresa y la distancia de los mismos: a igualdad de velocidad de proceso, dicha entidad irá a más países y con menores distancias, ya que las demás entidades han disminuido su riesgo al seguir la tendencia marcada por la anterior.

H_{8a}: La empresa que marca tendencias en un sector juega un papel moderador de la relación entre la forma de instalarse en sus mercados extranjeros con la velocidad de proceso: a igualdad de forma, dicha entidad tardará más tiempo en realizar dicho proceso, ya que las demás entidades disminuirán su riesgo al seguir la tendencia marcada por la anterior.

H_{8b}: La empresa que marca tendencias en un sector juega un papel moderador de la relación entre la velocidad del proceso de internacionalización con la forma en la que se instala la entidad en sus mercados extranjeros: a igualdad de velocidad de proceso, dicha entidad elegirá formas menos arriesgadas, ya que las demás entidades disminuirán su riesgo al seguir la tendencia marcada por la anterior.

H_{9a}: La empresa que marca tendencias en un sector juega un papel moderador de la relación entre el número de países y la distancia de los mismos con la forma de instalarse en sus mercados extranjeros: a igualdad de países y distancias, dicha entidad escogerá formas menos arriesgadas, ya que las demás entidades disminuirán su riesgo al seguir la tendencia marcada por la anterior.

H_{9b}: La empresa que marca tendencias en un sector juega un papel moderador de la relación entre la forma de instalarse en los mercados extranjeros con el número de países a los que se internacionaliza la empresa y la distancia de los mismos: a igualdad de forma de entrada, dicha entidad irá a más países y con menores distancias, ya que las demás entidades disminuirán su riesgo al seguir la tendencia marcada por la anterior.

2.4.- Modelo propuesto

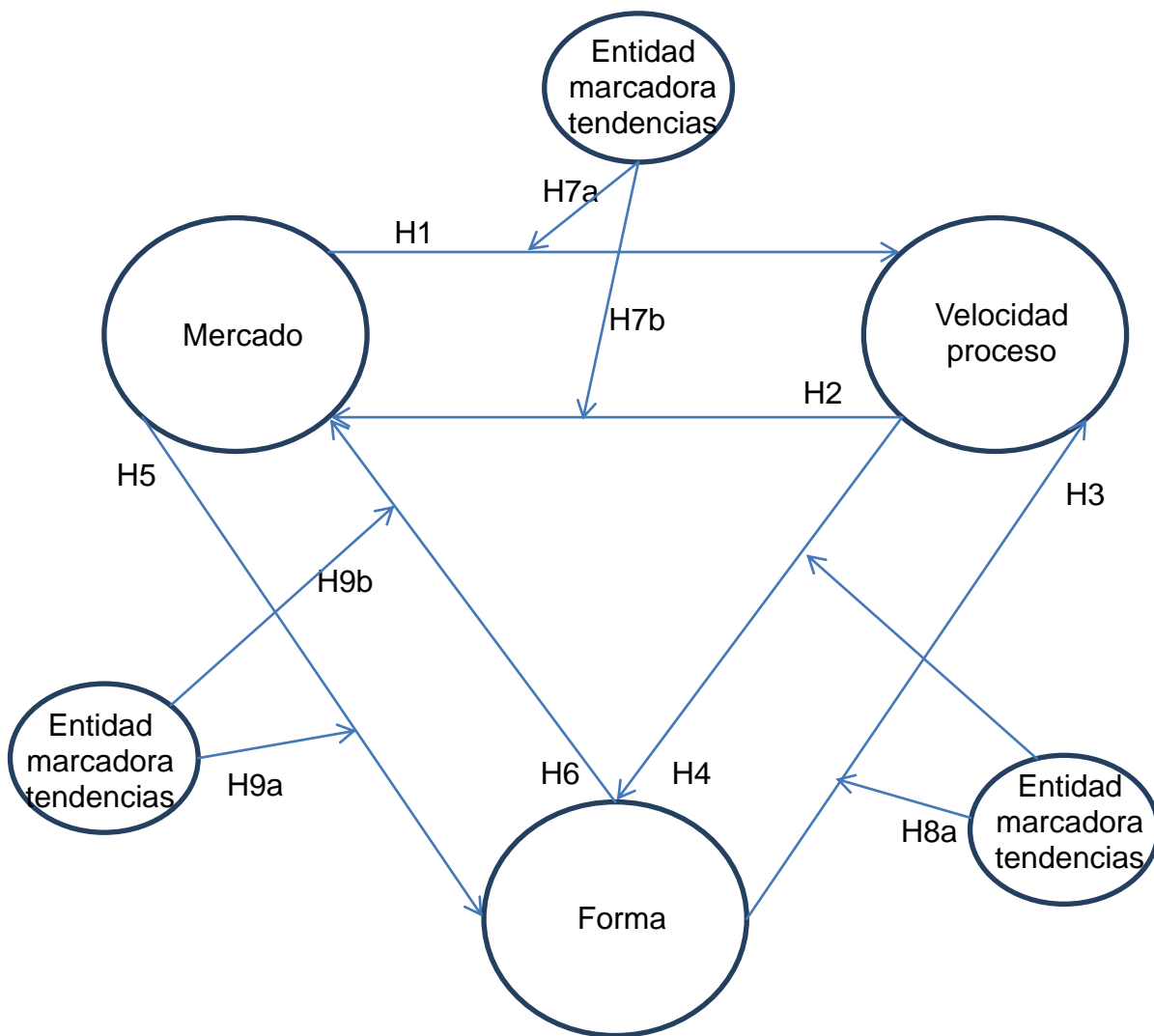
A partir de las hipótesis enunciadas podemos mostrar en la Figura 5.1 el modelo propuesto.

En él vemos cómo las decisiones más importantes en internacionalización son interdependientes entre sí. Y también podemos observar cómo en todas las

relaciones aparece el efecto moderador de la entidad que marca la tendencia en el sector y es imitada por las demás.

Para comprobar este modelo vamos a llevar a cabo un estudio empírico en el sector bancario español. Por ello, a continuación haremos un breve repaso por la historia de la internacionalización de dicho sector para posteriormente hacer, en primer lugar, un análisis descriptivo del proceso de internacionalización llevado a cabo en el mismo y, en segundo lugar, un análisis estadístico para tratar de verificar las hipótesis planteadas.

Figura 5.1: Modelo de internacionalización propuesto



3.- ESTUDIO EMPÍRICO

Una vez expuesto nuestro modelo teórico pasamos a realizar un estudio empírico donde vamos a tratar a realizar un doble análisis:

- en primer lugar, realizaremos un análisis descriptivo del proceso de internacionalización de la banca española.
- en segundo lugar, realizaremos un análisis multivariante para contrastar las hipótesis enunciadas en nuestro modelo.

Como vemos, para este doble análisis vamos a recurrir a métodos estadísticos muy diversos (estadística descriptiva, en el primer caso; y análisis multivariante, en el segundo). Por ello, vamos a dividir este estudio empírico en esos dos apartados y, aunque nos apartemos un poco de la estructura habitual de un trabajo de investigación, en vez de poner un apartado de metodología general y otro de resultados generales, para cada uno de esos apartados vamos a explicar su propia metodología y sus propios resultados de manera independiente para hacerlo más fácil de seguir al lector.

Para realizar este doble estudio hemos escogido el sector bancario español, donde vamos a analizar su proceso de internacionalización. Como señala Cuervo (2008), tradicionalmente se ha considerado difícil que los servicios se expandan a otros países, argumentando dicha dificultad en que la producción y el consumo no coincidan en la mayoría de los casos. Pero eso no ha sido obstáculo para que los servicios se internacionalicen, haciéndolo a través de la inversión directa en el extranjero. Por tanto, no sólo el sector industrial sino también el de servicios, en general, y el bancario, en particular, ha diseñado estrategias de crecimiento basadas en la expansión geográfica (Campa y García, 2008; Cuervo, 2008; Guillén y Tschoegl, 2008; Lee, Song y Kwak, 2014; Rodríguez Inciarte, 2008; Sierra, 2007).

Es en la década de los setenta del siglo pasado cuando la internacionalización bancaria empieza a ser objeto de estudio. Aliber (1976) consideraba dos motivos que llevaban a los bancos a establecer filiales en el extranjero: conseguir mejores márgenes de intermediación por parte de los grandes grupos bancarios más eficientes, y buscar un endeudamiento más barato. También hay autores que consideraban que los bancos, al expandirse internacionalmente, podrían trasladar y adaptar con éxito las habilidades y recursos empresariales que habían desarrollado en sus mercados nacionales (Grubel, 1977).

Nosotros queremos continuar con estos estudios analizando cómo se produce dicho proceso de internacionalización y viendo si las relaciones entre las principales decisiones de internacionalización que se han analizado en otros sectores son aplicables al sector bancario. Para ello, en primer lugar, vamos a realizar un breve recorrido por la historia de la internacionalización de dicho

sector en nuestro país. Posteriormente, realizaremos un análisis descriptivo de las pautas de dicho proceso. A continuación aplicaremos un análisis estadístico basado en la regresión lineal para intentar verificar las hipótesis enunciadas en el apartado anterior.

3.1.- Historia de la internacionalización de la banca española

A lo largo de casi todo el siglo XX los bancos españoles operaron en un ambiente muy protegido y regulado, lo que les proporcionó márgenes muy amplios a pesar de no ser especialmente eficientes (Guillén y Tschoegl, 2008). Así, hasta mediados de los años ochenta los bancos españoles afrontan su internacionalización con timidez, aplicando estrategias defensivas y comprometiendo escasos recursos (Sierra, 2007).

A mediados de los años ochenta la banca española empezaba a recuperarse de la crisis que la había azotado y que puso en apuros a algún banco como el Hispano Americano (Cuervo, 1988). Pero el sistema financiero, la bolsa, la deuda pública y la política monetaria aún estaban considerablemente atrasadas en nuestro país (Guillén y Tschoegl, 2008). En esta situación, la banca supo estar a la altura del desafío de las transformaciones de la economía y del sector financiero español. Pero nada contribuyó tanto a la reforma del sector financiero y al desarrollo de las entidades como los cambios políticos y económicos que se dieron en España, sobre todo, desde su incorporación a las instituciones de la Unión Europea (Rodríguez Inciarte, 2008). A partir de este momento la situación cambia, y el proceso de internacionalización de la banca española pasa a caracterizarse por su agresividad e intensidad, pasando a ser esa internacionalización una decisión estratégica de crecimiento para la gran banca de nuestro país (Sierra, 2007).

Los primeros acontecimientos políticos que propiciaron ese cambio tuvieron lugar durante los años ochenta y al principio de los noventa con Miguel Boyer y Carlos Solchaga como ministros de Economía, y Mariano Rubio como gobernador del Banco de España (creación del mercado deuda pública a corto plazo, entrada de bancos extranjeros, liberalización de la apertura de sucursales bancarias, independencia del Banco de España, liberalización de comisiones, etc.).

Pero también fueron necesarias otras reformas para permitir mayor integración bancaria en Europa (Guillén y Tschoegl, 2008). Entre otras, cabe destacar: suspensión de la autorización administrativa previa para abrir sucursales en otros estados miembros, liberalización de los mercados y transacciones de capital, etc. Y en este entorno, y aunque España había negociado un período de transición de siete años para su sector bancario, se hizo evidente que los bancos españoles no sobrevivirían si no aprendían a competir y aumentaban su tamaño (Guillén, 2005; Pérez, 1997). Por ello, el mayor cambio del sector bancario es el relativo a su crecimiento. Gracias a las fusiones y a las

inversiones en el extranjero, los bancos españoles crecieron con más rapidez que sus competidores extranjeros. A finales de 1985 sólo un banco español, el Central, se encontraba entre los 100 mayores del mundo (exactamente el número 100). Veinte años más tarde el Santander se había convertido en el décimo banco mundial y en el primero de la zona euro, y otras cuatro entidades españolas se encontraban entre las 100 primeras: BBVA (31), La Caixa (68), Caja Madrid (80) y Banco Popular Español (91).

Ese crecimiento internacional ha seguido diferentes motivos. Cuando en primer lugar buscaron establecerse en las principales plazas internacionales, lo hicieron siguiendo a sus clientes abriendo oficinas de representación. En un segundo término, el crecimiento a través de adquisiciones de bancos comerciales en América Latina, Europa y EE.UU, vino provocado por varias causas: caída de márgenes en España, la competencia oligopolística y la amenaza de los bancos de otros países europeos (Guillén y Tschoegl, 2008; Tschoegl, 1987; Walter, 1988). Así, y siguiendo a Sierra (2007), podemos distinguir tres etapas en ese crecimiento:

- *Primera etapa: 1900-1992.* Esta etapa se caracteriza por una tímida incursión internacional y una estrategia defensiva. Esto tenía dos motivos: por un lado, el mercado nacional seguía estando protegido y permitía amplios márgenes; y, por otro, el mercado latinoamericano imponía estrictas barreras legales a la inversión de servicios financieros extranjeros a la vez que tenían un elevado componente de riesgo e incertidumbre debido a su situación político-social y a la enorme deuda externa. En este panorama, la internacionalización de la banca española tenía como principal motivación el seguimiento de sus clientes, al objeto de fidelizarlos y no perderlos. Por ello se procedió a la apertura de oficinas de representación en países extranjeros para dar cobertura a las operaciones de comercio exterior de dichos clientes, apoyarles en su apertura de filiales extranjeras u ofrecer servicios a los emigrantes españoles.
- *Segunda etapa: 1993-2000.* Como ya hemos indicado anteriormente, la creación del Mercado Único en 1992 se convirtió en el principal impulso al proceso de internacionalización de nuestro sistema financiero. Todas las condiciones exigidas por los cambios políticos y legales del momento provocaron una gran modificación del sector bancario español, que buscó una mayor dimensión a través de fusiones y adquisiciones. Con esta concentración se persigue un doble fin: obtener la fortaleza necesaria para afianzarse en el mercado nacional y defenderse de opas hostiles; y constituir mayores grupos bancarios que fortalecieran su dimensión y credibilidad en el mercado bancario. Así, desde mediados de los noventa el proceso de internacionalización de la gran banca española cobra fuerza, creciendo notablemente la actividad internacional

apoyada, sobre todo, en la inversión directa y, en menor medida, en las alianzas estratégicas. Es la época de Latinoamérica y Europa como destinos, a los que se unen los paraísos fiscales buscando salvar regulaciones más restrictivas.

- *Tercera etapa: desde 2000.* En esta época se inicia un proceso de consolidación y reforzamiento de la internacionalización. Por una parte, la consecución de la Unión Económica y Monetaria Europea (UEME) trajo una gran estabilidad y provocó un efecto dinamizador. Por otra, en Latinoamérica se ha producido un deterioro de la situación y perspectivas económicas. A este entorno hay que sumarle que la posición dominante de la banca española en muchos países no deja espacio para mucho crecimiento. Y, por último, no podemos dejar de mencionar el efecto que la reciente crisis financiera mundial ha tenido sobre las entidades (Bruno y Shin, 2014). Por ello, esta última etapa supone una desaceleración de la internacionalización y una consolidación de las posiciones alcanzadas en la anterior.

Como hemos visto, en el proceso de internacionalización de la banca española la concentración de sus entidades ha jugado un papel muy relevante. Por ello, no podemos dejar de hacer un breve repaso a cómo se ha producido dicha concentración.

3.1.1.- El proceso de concentración de la banca española entre 1974 y 2013

En un contexto competitivo y tecnológico de incipiente pero, como ha demostrado el paso del tiempo, inexorable globalización de las operaciones y de los mercados de productos y de capital, la adhesión de España a la Comunidad Económica Europea (1986) fuerza a los principales actores del sector bancario español a responder a la máxima sheakesperiana reconvertida en términos estratégicos: crecer, vender o morir. Por ello, en diciembre 1987, Carlos Solchaga, ministro de Economía de marcado perfil técnico del gobierno socialista de Felipe González, expresaba la necesidad perentoria que el sistema financiero español tenía de acometer un proceso de concentración que sólo de forma muy limitada y dentro una estructura política y económica semiautárquica se había producido en España anteriormente: “Los bancos españoles lo tendrán difícil para sobrevivir en estas condiciones de integración europea. Si retrasamos más las fusiones, nos veremos obligados a hacerlas cuando los bancos extranjeros ya nos hayan invadido”. La asunción implícita es evidente: a mayor dimensión, y no sólo en el sector bancario, mayor eficiencia y mayor competitividad, fundamentalmente por la obtención de economías de escala, que en la banca otorgan ventajas claras en materia de sistemas de la información, gestión de activos y servicios centrales y funciones de staff o apoyo centralizadas, entre otras (Walter, 2004). En una ‘guerra’ por la obtención de mayor tamaño, las fusiones y adquisiciones, es decir, la dimensión también es de gran utilidad defensiva ante las ofertas públicas de

adquisición u OPAs que otras entidades pudieran emprender hacia un banco determinado.

Cabe sin embargo recordar que, alternativamente, no pocos bancos de éxito lo son a pesar de tener estructuras organizativas y cifras de activos, negocio y capital relativamente pequeñas: la alta rentabilidad es susceptible de ser lograda tanto por grandes bancos como por bancos pequeños; se trata de una cuestión esencialmente de definición estratégica, que a su vez siempre viene modulada por aspectos históricos y/o territoriales. Teniendo en cuenta esto, comprobamos que en la reciente crisis financiera, y en concreto en la española, unas pocas entidades financieras de reducida dimensión –incluso con la forma societaria de caja de ahorro, como Caixa Ontinyent y Caixa Pollença-- han sobrevivido con éxito a las turbulencias de la depresión cuyo comienzo suele datarse en 2007 o 2008: la alta especialización y/o una acertada estrategia de enfoque hacia segmentos geográficos o de clientes específicos están detrás de este éxito. Pero a pesar de estas gozosas anécdotas, la pauta generalizada, y que abrumadoramente atañe a las grandes cifras que arroje cualquier variable que midamos, es la de crecer. Cabe hacer una consideración ulterior, si bien en esta investigación no entramos a indagar en asuntos políticos o institucionales (en su acepción de “juegos de poder”): es indudable que en buena medida los movimientos de fusiones y absorciones, o sea, de concentración bancaria, han sido condicionados históricamente por interacciones entre el poder político vigente en cada momento a nivel nacional, autonómico y hasta municipal, y el poder empresarial, lo cual nos debe recordar que no todo es búsqueda de eficacia y eficiencia en este sector de actividad (u otros).

Los cuatro grandes grupos bancarios que vamos a analizar de forma principal en nuestro estudio empírico son, precisamente, aquellos que sin discusión representan de forma central y mayoritaria el proceso de expansión internacional de la banca española: Santander y BBVA, más Banco Popular y Banco Sabadell. Es pertinente aquí recordar que, mientras los dos indiscutibles grandes más grandes, Santander y BBVA, han optado tradicionalmente por crecer externamente mediante fusiones o absorciones más o menos expresas y compras u adquisiciones en el extranjero, Sabadell y Popular han crecido fundamentalmente con adquisiciones de entidades nacionales, y más selectivamente que los dos más grandes, lo cual ha contribuido a su imagen internacional de banca “de alta calidad” dentro de una dimensión media en el contexto global.

Siguiendo a Guillén y Tschoegl (2008), y como colofón a este preámbulo contextual en el proceso de concentración, es necesario recordar que, antes de la entrada de España en la Comunidad Económica Europea que es origen de la actual Unión Europea (o sea, en el periodo correspondiente al régimen del general Franco que precede y se solapa en apenas tres años con el marco temporal de nuestra investigación), los bancos españoles operaron en un

ambiente de alta protección de la competencia extranjera, así como en un marco regulatorio de blindaje ante la entrada de nuevos competidores, particularmente bancos provenientes del exterior. Tales limitaciones a la competencia, unidas a una expansión económica y del negocio bancario de activo y pasivo, marcaron una etapa de, en sólo aparente paradoja, alta rentabilidad y alta seguridad para el sector financiero (rentabilidad y seguridad son, en principio, magnitudes que se comportan inversamente, aunque para esa relación se requiere un ingrediente que en la industria bancaria española de esa etapa histórica española no se da: una cierta libertad de mercado). Durante los años 50 y 60, las reformas estructurales franquistas no alcanzaron a la banca, que continuó alguna década más siendo un grupo blindado y exclusivo, dominado por los llamados siete grandes. La conformación de este club selecto (o siete bancos privados más uno público, según consideremos o no la fusión entre el Bilbao y el Vizcaya, e introduzcamos o no en el grupo al Exterior, mayoritariamente público) quedaba antes justo de la aparición del BBV en 1988 como sigue: Central, Banesto, Hispano, Bilbao, Vizcaya, Santander y Popular, más el Exterior. Los primeros intentos de bancos extranjeros de entrar en el mercado bancario español fracasaron en los años iniciales de la Transición que se inicia en 1977, dos años después de la muerte del dictador. No hay movimientos de concentración dignos de mención en el periodo en que gobierna la UCD, tanto con Suárez como con Calvo Sotelo en la presidencia.

La victoria del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) en las elecciones de 1982 marca un punto de inflexión de gran importancia en dicho proceso, sin embargo. Los ministros de claro corte técnico a los que Felipe González confía las carteras económicas —Miguel Boyer y Carlos Solchaga— adoptan medidas importantes para el sector, comenzando por la nacionalización de Rumasa por parte de Boyer nada más acceder al poder. Rumasa había adquirido una notable presencia en el sector bancario y de seguros, que sustentaban de una manera *sui generis* su vasto entramado corporativo. Ambos ministros provenían de forma más o menos inmediata en el tiempo de la propia banca, y acometieron con ese bagaje la reforma de un sector que no estaba en ese momento preparado de ninguna manera para competir en mercados más amplios que el doméstico, y muy particularmente dirigieron las reformas bancarias y financieras en general para la inminente entrada en la Unión Europea (o sus denominaciones previas). Otro protagonista esencial de este proceso reformador fue el propio gobernador del Banco de España en este periodo, Mariano Rubio, cuyo mandato se prolongó desde 1984 a 1992.

Como sucede en la mayor parte de las dinámicas de cambio empresariales y sectoriales, y más en un 'statu quo' de corte oligopolístico y protegido políticamente, las reacciones iniciales de los siete grandes fue de resistencia y recelo. Posteriormente, y ante lo inexorable del proceso integrador europeo, su

posición mutó de reactiva a proactiva, colaborativa y hasta protagonista del cambio regulatorio. En este orden de cosas, en 1984 el gobierno de Felipe González abre las puertas a la entrada de bancos extranjeros, con la aquiescencia y diríase que hasta supervisión de la banca de referencia nacional. Pero como ha sucedido en numerosas materias, como la medioambiental o industrial, por citar algunas, fue la entrada de España en el marco comunitario lo que nos puso las botas de las siete leguas en la reforma regulatoria bancaria. La concentración emergía como respuesta necesaria al reto del mercado único que ya era inminente. Las barreras de entrada de la competencia se abatían a marchas forzadas. El futuro había llegado. Y con él, el acelerón de la concentración. Los siete grandes serían cosa del pasado a cortísimo plazo. Además de los siete, como se ha mencionado más arriba, el mercado se completaba con varios bancos privados de menor tamaño cuya estrategia se basaba en la especialización o implantación territorial, más una banca extranjera que jugaba un papel a imitar en la actividad mayorista, sin olvidar a las cajas de ahorros que eran crecientemente equiparadas a los bancos, a pesar de mantener las peculiaridades en su naturaleza jurídica y una implantación claramente territorial (que no era otra cosa que una imposición legal).

El “reparto” de Rumasa --expropiada el 23 de febrero de 1983-- entre los siete grandes constituyó una primera forma de concentración de importancia desde la muerte de Franco. Banesto se adjudica cuatro bancos de la división bancaria del holding de la abeja, por tres el Central, dos por cabeza el Hispano, Bilbao y Santander, y uno cada uno el Vizcaya y el Popular. Pero el reparto del pastel nacional entre los grandes –que por supuesto se hacen más grandes-- ni su orden en el ranking bancario varían esencialmente. Las exigencias de tamaño se hacían palmarias al entrar en un mercado europeo y abatir las vallas a la competencia exterior, muy concretamente a la competencia con las propias entidades europeas. Bajo la presidencia de Sánchez de Asiaín, el Banco de Bilbao hizo un primer intento de adquirir Banesto mediante una OPA en 1986, que fracasó. Banesto sería adjudicada al Santander en 1994, en fuerte contienda y controversia política con el propio Bilbao y con Argentaria, tras ser intervenida por el Gobierno y haber sido destituido todo el equipo de Mario Conde en 1983 (éste es quizá el hito histórico fundamental de todo el proceso de concentración bancaria española contemporánea). Banesto, tras años de orbitar dentro de la galaxia Santander-Botín, desapareció como marca o entidad con nombre propio ya en 2012, integrándose en el rubro “Santander”. Pero volvamos un poco atrás para ilustrar sintéticamente el escenario de la entrada de España en lo que hoy es la Unión Europea.

España se adhiere formalmente a la Comunidad Económica Europea (CEE) el 1 de enero de 1986. En la CEE había previamente once Estados miembros que se habían confederado para conformar un mercado único o común de bienes y

servicios, cuyo origen consensuan los historiadores en ubicarlo en la Confederación Económica del Carbón y del Acero (CECA, fundada por Francia, Alemania Occidental, Italia, Bélgica, Luxemburgo y Países Bajos). La vuelta de tuerca integradora que supone la CEE es un proyecto se haría realidad al comenzar 1993. En la materia que nos ocupa, es en 1989 cuando la ya denominada Comisión Europea aprobó una directiva clave: cualquier banco de un país miembro estaba autorizado a abrir sucursales en otros países miembros prácticamente como si la abriera en su país, es decir, sin autorización administrativa especial. España, no obstante, se acogió a la posibilidad de establecer una demora en esta resolución comunitaria. Nuestra banca no estaba preparada para este nuevo marco competitivo, y por ello se vio impelida a cambiar sus formas y su cultura, y sobre todo su dimensión operativa o tamaño: para competir en el nuevo contexto, ya se ha dicho, era obligado crecer, y no ya vía resultados propios, sino con compras y/o fusiones. Los siete grandes españoles eran siete pequeños bancos comunitarios, en particular el Popular y el Santander. Como apuntan Guillén y Tschoegl (2008), “A mediados de los años ochenta (...) el mayor de los siete –el Central– ocupaba el lugar 100 en el mundo; su tamaño no llegaba a la quinta parte de Banque Nationale de Paris (BNP) o del Crédit Agricole, y equivalía a una cuarta parte del Barclays Bank o del Deutsche Bank”. Si no querían acabar siendo absorbidos por estos u otros bancos continentales o mundiales, como le había sucedido a tantas empresas industriales y aseguradoras españolas en este periodo, debían hacerse fuertes. Unos a costa de otros. El Gobierno se vio también compelido a adoptar normativas y regulaciones específicas sobre la banca que eran obligatorias para los miembros de la CEE. Aun así, en la medida de lo posible, dio cobertura a la banca nacional en plena metamorfosis para evitar la arribada compradora de una banca extranjera mucho más dotada y orientada a la globalidad comercial. Algunas cajas de ahorro, por otro lado, comenzaron a actuar como bancos casi puros, sin limitación geográfica: la catalana Caixa y la madrileña Caja Madrid crecieron como la espuma en esta situación.

Durante la década de los ochenta y la posterior de los noventa, la transformación del sector fue drástica, y en muchos casos de la mano de innovaciones de entidades concretas, en particular el Santander, y el Bilbao y el Vizcaya (BBV en 1989, y BBVA en 2000), acompañados en este proceso de transformación organizativa, de innovación en servicios y en tecnología por las dos cajas principales del país, Caixa y Caja Madrid: cajeros automáticos, popularización de las tarjetas de crédito y débito, nuevas formas de hipotecas y otros créditos y seguros, así como nuevos productos de pasivo, implantación sistemas de información de última generación o banca telefónica cambian radicalmente el concepto tradicional de relaciones entre los bancos y sus clientes, que siguen, a diferencia de otros bancos como la británica, atendiendo de forma muy cercana y personal a sus clientes –aún adictos a la relación cara

a cara a la hora de hablar de su dinero--, sin escatimar en sucursales y su dotación de recursos humanos.

El artículo de Salvador Arancibia 'Análisis Banca: de los Siete Grandes al Dos más Dos', publicado en 'Expansión' el 31/7/2011, ofrece una fotografía certera y precisa del balance de fuerzas y los movimientos de concentración más importantes de este periodo de convulsión y transformación en la estructura bancaria española (en información gráfica posterior ofrecemos una síntesis cronológica de estos movimientos): "El tamaño importaba y más cuando se abrían las puertas a la competencia con Europa, donde había instituciones financieras bastante mayores que las españolas. Por eso Bilbao trató de adquirir Banesto y, cuando fracasó en su intento, cerró una alianza con su más directo competidor, Banco de Vizcaya, para crear el primer banco español y el más impulsivo en su gestión. Hasta entonces Central y Banesto se habían disputado el ser el más grande durante años gastando energías en el proceso, de forma que fueron debilitándose en rentabilidad e innovación. El tercero en discordia, Banco Hispano Americano, que dos décadas antes era el primero, languidecía enredado en su anquilosamiento y en digerir a los dos grandes bancos industriales que adquirió unos años antes, en plena crisis inmobiliaria e industrial a principios de los años 80. En la parte baja del pelotón de los grandes estaban los dos bancos vascos, que trataban desesperadamente de ampliar su base de negocio para no quedar atrapados en la crisis económica y política que sacudía al País Vasco entonces, y Santander y Popular. Este último, manejado con mano de hierro por Luis Valls, se centraba en mantenerse fiel a sí mismo, reforzando la rentabilidad que le situaba a la cabeza por este concepto en la banca española y la europea, mientras Santander trataba de dar el salto para convertirse de verdad en un jugador nacional de importancia. La desaparición de controles políticos sobre una parte importante del negocio bancario, la apertura que significaba entrar en la Comunidad Económica Europea y las ganas de sobresalir de quienes se sentían fuertes para hacerlo provocaron un gran cataclismo en la banca. Apenas quedaban bancos pequeños que absorber y los medianos (Bankinter, March, Zaragoza, Herrero o Sabadell, entre otros) defendían con uñas y dientes su independencia."

A modo de resumen ofrecemos la cronología de los principales hitos del proceso de concentración bancaria en España entre 1974 y 2013, limitando el detalle a los procesos efectivamente consumados dentro del periodo temporal contemplado por nuestra investigación (los intentos de compra amistosos u hostiles que resultaron a la postre fallidos fueron bastantes, y algunos probablemente no trascendieron a la prensa y la opinión pública, pero no afectan al objetivo y metodología de este estudio). Es en la década de los ochenta, y más bien en su segundo quinquenio, y en los años 90 cuando se desencadenan las acciones de compra y venta de entidades con verdadera

intensidad. Ahí se produce la oleada crucial de fusiones y adquisiciones por parte de entidades españolas.

La Tabla 1 sigue el modelo de Guillén y Tschoegl (2008), y se completa y amplía mediante elaboración propia, tanto en los años considerados por dichos autores, donde incluimos algunas operaciones más, como en el siguiente periodo hasta 2013 incluido. Nos centramos en las acciones de los cuatro grupos internacionalizados de referencia: Santander, BBVA, Popular y Sabadell. Los movimientos reseñados no son exhaustivos, pero sí recogen las acciones de concentración más relevantes. Previamente a nuestro periodo de estudio, hubo intentonas entre los siete grandes que no fructificaron: la fusión del Central y el Hispano en 1965, la OPA de Banco Bilbao sobre Banesto en 1987 y la fusión del Central también con Banesto en 1988. Ninguna, reiteramos, cuajó.

Tabla 1: Cronología de las principales fusiones y absorciones españolas entre 1974 y 2013

Año	Bancos involucrados	Resultado
1988	Fusión Banco de Bilbao y Banco de Vizcaya	BBV
1991	Fusión bancos públicos: Banco Exterior, Caja Postal de Ahorros, Banco Crédito Local, Banco Hipotecario, Banco Crédito Agrícola	Argentaria
1991	Fusión Banco Central y Banco Hispano Americano	BCH
1994	Santander puja por Banesto	Consumada (Santander y Banesto)
1996	Sabadell comienza a adquirir entidades	Natwest España (1996), Banco Herrero (2000)
1999	Fusión Santander BCH	SCH (en 2007 pasa a llamarse Santander)
1999	Fusión BBV y Argentaria	BBVA
2001	Santander absorbe el brasileño Banespa	Consumado
2003	Banco Sabadell puja por Banco Atlántico	Consumada 2004 (Sabadell)
2003	Banco Popular adquiere el portugués BNC	Banco Popular de Portugal
2004	SCH (Santander) adquiere el británico Abbey	Consumado (en 2010, Abbey desaparece como marca y se integra en la de Santander)
2006	Sabadell adquiere Banco Urquijo	Sabadell
2008	Banco popular absorbe sus filiales Banco de Castilla, Banco de Crédito Balear, Banco de Galicia, Banco de	Banco Popular

	Vasconia y Banco de Andalucía	
2011	Banco Popular adquiere Banco Pastor	Consumado: Banco Popular y Banco Pastor
2013	BBVA se adjudica UNNIM (Caixa Manlleu, Caixa Sabadell y Caixa Terrassa)	Consumado

FUENTE: Guillén y Tschoegl (2008) y elaboración propia.

3.2.- Análisis descriptivo del proceso de internacionalización de la banca española

3.2.1. Metodología

Para realizar el análisis de la internacionalización del sector financiero español hemos construido una base de datos cuya información la hemos extraído del Anuario Estadístico que publica la Asociación Española de Banca (AEB). La Asociación Española de Banca es una asociación profesional en la que pueden participar todos los bancos españoles y extranjeros que operan en España. De hecho, todos los bancos con una actividad significativa en España son miembros de la Asociación, a pesar de que la afiliación es voluntaria.

El Anuario Estadístico de la AEB tiene registros sobre distintos aspectos financieros, directivos etc. de la Banca española. En concreto nosotros hemos usado el epígrafe referente a las oficinas en el extranjero y las entidades extranjeras en España. Dentro de este epígrafe, nos hemos centrado en la forma de actuación de las entidades financieras españolas en el extranjero. El Anuario Estadístico de la AEB clasifica en tres las formas de operar en el extranjero: representación (Forma 1), sucursal (Forma 2) y filiales (Forma 3). Los registros sobre las dos primeras abarcan desde 1974 hasta 2013 y los de las filiales desde 1993 hasta 2013.

A la hora de construir nuestra base de datos, en lo que se refiere a las oficinas de representación, para cada año hemos tomado todos los existentes, es decir, hemos registrado todas las oficinas que cada banco tenía en cada país. Para las sucursales hemos hecho lo mismo, hemos informado de todas las sucursales que cada año tenía cada entidad en cada país. Y el mismo proceso hemos repetido con las filiales. Los datos que muestra el Anuario son acumulativos, es decir, cada año es igual al anterior excepto por las incorporaciones y/o bajas de oficinas de representación, sucursales y/o filiales en cada país y para cada banco. Hemos preferido tener una base de datos con toda esa información repetida al objeto de poder hacer con ella los distintos tipos de análisis que se irán mostrando.

Hay varias cuestiones que hemos planteado referidas a la internacionalización del sector financiero español:

- Cómo se relacionan las tres grandes variables de internacionalización entre sí y qué papel juegan en este proceso otras variables como el mimetismo (Gallego et al., 2009).
- Quiénes son los que inician el proceso, es decir, hay alguna/s entidad/es que abra camino en nuevos países al ser la/s que se introduce/n en dicho países antes que nadie.
- Quiénes y cómo siguen a esos primeros entrantes. Esta cuestión enlaza con el tema de los creadores de tendencias. Es decir, ¿realmente los seguidores de los primeros entrantes siguen las formas y destinos y, por tanto, la estrategia de internacionalización de los primeros entrantes o no?

Para poder resolver estas cuestiones lo primero que haremos será analizar cómo se produjo el proceso de entrada en nuevos países extranjeros en la banca española, para analizar qué actores marcaron ese proceso y para detectar puntos significativos (años, formas de entrada, etc.) del mismo. Con esto detectaremos a los primeros entrantes y podremos posteriormente estudiar si han gozado de alguna ventaja en la internacionalización del sector debido a esa posición.

Una vez analizado esto, estudiaremos quiénes y cómo siguen las demás entidades a los primeros entrantes. De esta forma, sabremos si ha habido un proceso de marcar tendencias por parte de los primeros entrantes o no.

3.2.2.- Resultados

3.2.2.1- Quién entra primero en cada país para cada forma de entrada

En primer lugar, hemos hecho un análisis que nos ayude a situarnos en el panorama de internacionalización de la Banca española. Para ello nos hemos preguntado por quiénes son los primeros bancos que se instalan en cada país. Hemos depurado nuestra base de datos original y, para cada forma de entrada, nos hemos quedado sólo con el primer año en el que alguna/s entidad/es se establecen en un país. Es decir, si, por ejemplo, para las sucursales la primera vez que se va un banco español a Cuba es en 1994, pues ponemos un registro de 1994 en Cuba con el banco (o bancos) que se van ese año, pero ya no aparece más Cuba en las sucursales.

Para las formas 1 y 2, la serie comienza en 1974, por tanto los países en los que aparecen entidades en este año no podemos asegurar que entraran en 1974, sino que podrían ya estar instaladas en años previos. Por ello, hemos considerado que para la forma 1 las entidades que aparecen en 1974 en un país son las que estaban instaladas en ese año en dicho país. Y, por la forma en que como ya hemos dicho hemos tratado la base de datos para este estudio, los países que ya tenían entidades instaladas en 1974, no aparecen en los años sucesivos. A partir de 1974, la/s entidad/es que aparecen en cada

nuevo país lo hacen sólo el año de la primera aparición en dicho país. Lo mismo se puede decir de la Forma 2 para 1974 y de la Forma 3 para 1993, que son los años en los que comienzan las series para esas formas.

Si analizamos la frecuencia (Tabla 3.2.2.1.1) con la que aparece cada forma de entrada, vemos que hay grandes diferencias.

Tabla 3.2.2.1.1: Frecuencia de las formas de entrada para todos los entrantes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	148	49,5	49,5	49,5
2	94	31,4	31,4	80,9
3	57	19,1	19,1	100,0
Total	299	100,0	100,0	

Prácticamente la mitad de los actos de primera entrada en nuevos países se realizan con oficinas de representación, seguido de sucursales (31.4%) y en menor número de filiales (19.1%). Esto a priori es normal, ya que las oficinas de representación son la forma de entrada que menor riesgo supone para la banca, seguida de las sucursales y de las filiales. Por ello, cada uno de los análisis que mostramos a continuación los hemos hecho diferenciando la forma de entrada.

Si analizamos el año 1974 (Tabla 3.2.2.1.2), vemos que ese año ya había instaladas 120 oficinas de representación de 18 entidades diferentes en 32 países, en 25 de los cuales había también un total de 74 sucursales de 14 entidades diferentes. Si miramos qué ocurre entre 1974 y 1993 (año en el que aparecen también los registros de la Forma 3), comprobamos que hay 29 nuevas entradas de 13 entidades diferentes en 21 nuevos países. De las 29 entradas, 18 son con oficinas de representación (en 17 nuevos países y por 11 entidades) mientras que 11 son con sucursales (en 10 nuevos países por 7 entidades diferentes).

Tabla 3.2.2.1.2: reparto de formas por países, años y entidades

AÑO	FORMA	PAÍSES	ENTRADAS	ENTIDADES
1974	FORMA 1+2	32	194	19
	FORMA 1	32	120	18
	FORMA 2	25	74	14
1975-1992	FORMA 1+2	21	29	13
	FORMA 1	17	18	11
	FORMA 2	10	11	7
1993	SÓLO FORMA 3	20	40	7
1994-2013	FORMA 1+2+3	27	36	11

	FORMA 1	10	10	7
	FORMA 2	7	9	8
	FORMA 3	15	17	6

Si nos vamos a 1993, año en el que empieza la serie para la Forma 3, vemos que en ese año no hay ninguna entrada en nuevos países con las formas 1 y 2. Para las filiales, se comprueba que ya en 1993 había instaladas 40 filiales de 7 entidades diferentes en 20 países. Por último, si analizamos qué ocurre entre 1993 y 2013 comprobamos que hay 36 nuevas entradas de 11 entidades diferentes en 27 nuevos países. De las 36 entradas, 10 son con oficinas de representación (en 10 nuevos países y por 7 entidades), 9 son con sucursales (en 7 nuevos países por 8 entidades diferentes) y 17 son con filiales (en 15 nuevos países por 6 entidades diferentes).

Dado que el comportamiento con cada forma de entrada es diferente, lo primero que hemos hecho con esa información es hacer un análisis de frecuencias y correlaciones en SPSS para cada forma de entrada. Posteriormente analizaremos detenidamente la información sobre qué bancos entran para cada año en cada país nuevo.

3.2.2.1.1.- Oficinas de representación

Cuando hacemos un primer análisis de lo que ocurre entre 1974 y 2013 con las oficinas de representación (Tabla 3.2.2.1.3), nos encontramos con que la mayoría de los registros están ya en 1974. Esto quiere decir que cuando se comienza la serie ya estaban instaladas la mayoría de las oficinas de representación en el extranjero.

Tabla 3.2.2.1.3: Frecuencia en años para 1974/2013 con oficinas de representación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1974	120	81,1	81,1	81,1
1975	2	1,4	1,4	82,4
1976	1	,7	,7	83,1
1977	2	1,4	1,4	84,5
1979	1	,7	,7	85,1
1980	1	,7	,7	85,8
1981	3	2,0	2,0	87,8
1983	1	,7	,7	88,5
1984	1	,7	,7	89,2

1988	2	1,4	1,4	90,5
1990	1	,7	,7	91,2
1991	1	,7	,7	91,9
1992	2	1,4	1,4	93,2
1994	1	,7	,7	93,9
1995	1	,7	,7	94,6
1996	1	,7	,7	95,3
1997	2	1,4	1,4	96,6
2002	1	,7	,7	97,3
2004	1	,7	,7	98,0
2008	2	1,4	1,4	99,3
2011	1	,7	,7	100,0
Total	148	100,0	100,0	

Esto nos lleva a decidir que tenemos que hacer dos análisis distintos: uno para 1974, para ver quiénes estaban ya instalados cuando comienza la serie, y otra desde 1975 hasta 2013, para ver qué entidades son las primeras en entrar en los países aún no explorados y ver también cuáles son esos países.

Sólo 1974

Si hacemos el primer análisis, sólo para 1974, vemos (Tabla 3.2.2.1.4) las entidades que se encuentran ya instaladas en esa fecha.

Tabla 3.2.2.1.4: entidades instaladas en el extranjero en 1974 con oficinas de representación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	14	11,7	11,7	11,7
2	6	5,0	5,0	16,7
3	11	9,2	9,2	25,8
4	3	2,5	2,5	28,3
5	3	2,5	2,5	30,8
7	20	16,7	16,7	47,5
9	7	5,8	5,8	53,3
11	9	7,5	7,5	60,8
12	7	5,8	5,8	66,7
15	6	5,0	5,0	71,7
40	13	10,8	10,8	82,5

41	7	5,8	5,8	88,3
42	4	3,3	3,3	91,7
43	3	2,5	2,5	94,2
46	3	2,5	2,5	96,7
47	2	1,7	1,7	98,3
48	1	,8	,8	99,2
55	1	,8	,8	100,0
Total	120	100,0	100,0	

Si vamos al Anexo 1, donde está la codificación de todas las entidades que aparecen en el estudio, veremos que la entidad que en más países se encuentra instalada es Banesto, seguida del Santander, de Bancotrans y del Banco Hispano Americano, aunque también cabría resaltar el Banco Popular.

Y si miramos la Tabla 3.2.2.1.5 podremos comprobar que, en lo que se refiere a localización, casi el 52% de las entidades estaban en países de Latinoamérica y el 30% en Europa (Anexo 2).

Tabla 3.2.2.1.5: continentes de internacionalización en 1974 con oficinas de representación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	1	,8	,8	,8
2	10	8,3	8,3	9,2
3	10	8,3	8,3	17,5
4	36	30,0	30,0	47,5
5	62	51,7	51,7	99,2
6	1	,8	,8	100,0
Total	120	100,0	100,0	

Posteriormente hablaremos de los paraísos fiscales, pero hay que señalar que los únicos paraísos fiscales donde había instalados bancos españoles con oficinas de representación eran el Líbano (con una oficina del Banco Hispanoamericano, otra del Atlántico y otra de Bancotrans) y Panamá (con una oficina de Banesto).

Desde 1975 hasta 2013

Entre 1975 y 2013 (Tabla 3.2.2.1.6) lo primero que se observa es que no hay una concentración en ningún año a la hora de establecer oficinas de representación bancaria en nuevos países, de forma que, salvo pequeños

saltos en los períodos 1985-1987 y 1998-2001 en los que no se abre fuera ninguna oficina de representación en ningún país nuevo, prácticamente todos los años se da esta práctica.

Tabla 3.2.2.1.6: frecuencias años entre 1975/2013 para oficinas de representación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1975	2	7,1	7,1	7,1
1976	1	3,6	3,6	10,7
1977	2	7,1	7,1	17,9
1979	1	3,6	3,6	21,4
1980	1	3,6	3,6	25,0
1981	3	10,7	10,7	35,7
1983	1	3,6	3,6	39,3
1984	1	3,6	3,6	42,9
1988	2	7,1	7,1	50,0
1990	1	3,6	3,6	53,6
1991	1	3,6	3,6	57,1
1992	2	7,1	7,1	64,3
1994	1	3,6	3,6	67,9
1995	1	3,6	3,6	71,4
1996	1	3,6	3,6	75,0
1997	2	7,1	7,1	82,1
2002	1	3,6	3,6	85,7
2004	1	3,6	3,6	89,3
2006	1	3,6	3,6	92,9
2008	1	3,6	3,6	96,4
2011	1	3,6	3,6	100,0
Total	28	100,0	100,0	

Si nos centramos en las entidades en ser las primeras que más oficinas de representación abren en nuevos países (Tabla 3.2.2.1.7), vemos que son 15 las entidades que aparecen para 29 países. Destacan el Banco Exterior con 5 (el 17.9%), el Banco Santander con 4 (14.3 %) y el Banco Atlántico con 4 (14.3%). Si al Banco Santander le sumamos las de los bancos que luego han formado parte de un mismo grupo empresarial (Central con 1, Hispanoamericano con 2 y Santander Central Hispano con 1) alcanzarían un 32.2% de las nuevas incorporaciones; y si al Banco Exterior le sumamos las del

BBV y las del BBVA (ya que termina formando parte de este grupo al integrarse en Argentaria) alcanzaría un 28.6%; y, por último, si sumamos las del Sabadell y las del Atlántico (que termina formando parte del Sabadell), tendríamos un 21.4%.

Tabla 3.2.2.1.7: entidades instaladas en el extranjero entre 1975/2013 con oficinas de representación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	4	14,3	14,3	14,3
2	1	3,6	3,6	17,9
3	2	7,1	7,1	25,0
7	1	3,6	3,6	28,6
8	2	7,1	7,1	35,7
9	5	17,9	17,9	53,6
11	1	3,6	3,6	57,1
12	4	14,3	14,3	71,4
14	1	3,6	3,6	75,0
22	1	3,6	3,6	78,6
40	1	3,6	3,6	82,1
45	1	3,6	3,6	85,7
50	1	3,6	3,6	89,3
123	1	3,6	3,6	92,9
456	2	7,1	7,1	100,0
Total	28	100,0	100,0	

En lo que se refiere a la localización de dichas entidades (Tabla 3.2.2.1.8), vemos que la mayoría de esas oficinas se abrieron en Asia (el 42.9%).

Tabla 3.2.2.1.8: continentes de internacionalización entre 1975/2013 con oficinas de representación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	5	17,9	17,9	17,9
3	12	42,9	42,9	60,7
4	3	10,7	10,7	71,4
5	8	28,6	28,6	100,0

Total	28	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Aquí es importante analizar los países (cuyos códigos aparecen en el Anexo 3), ya que (Tabla 3.2.2.1.9) en los únicos a los que van más de una entidad en un mismo primer año son Marruecos y Ecuador, y sólo van dos entidades. Es decir, tenemos 27 actos de primera entrada para 29 países.

Por último, indicar que los únicos paraísos fiscales donde se instaló en estos años un banco español fueron: Hong-Kong (una oficina del Banco Hispanoamericano), Singapur (una oficina del Banco Exterior), Bahrein (una oficina del Banco Exterior) y Emiratos Árabes (una oficina del Banco Urquijo)

Tabla 3.2.2.1.9: países de internacionalización entre 1975/2013 con oficinas de representación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	1	3,6	3,6	3,6
3	1	3,6	3,6	7,1
4	1	3,6	3,6	10,7
7	2	7,1	7,1	17,9
11	1	3,6	3,6	21,4
12	1	3,6	3,6	25,0
14	1	3,6	3,6	28,6
15	1	3,6	3,6	32,1
17	1	3,6	3,6	35,7
20	1	3,6	3,6	39,3
21	1	3,6	3,6	42,9
22	1	3,6	3,6	46,4
28	1	3,6	3,6	50,0
35	1	3,6	3,6	53,6
40	1	3,6	3,6	57,1
42	1	3,6	3,6	60,7
46	1	3,6	3,6	64,3
51	1	3,6	3,6	67,9
53	2	7,1	7,1	75,0
54	1	3,6	3,6	78,6
59	1	3,6	3,6	82,1
62	1	3,6	3,6	85,7
66	1	3,6	3,6	89,3

68	1	3,6	3,6	92,9
69	1	3,6	3,6	96,4
71	1	3,6	3,6	100,0
Total	28	100,0	100,0	

3.2.2.1.2.- Sucursales

Cuando analizamos para las sucursales lo que ocurre entre 1974 y 2013 nos encontramos con un panorama muy similar al que vimos en las oficinas de representación (Tabla 3.2.2.1.10). La mayoría de las sucursales ya están instaladas en el extranjero cuando comienza la serie.

Tabla 3.2.2.1.10: Frecuencia años para 1974/2013 con sucursales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1974	74	78,7	78,7	78,7
1975	1	1,1	1,1	79,8
1976	2	2,1	2,1	81,9
1978	5	5,3	5,3	87,2
1982	1	1,1	1,1	88,3
1986	2	2,1	2,1	90,4
1996	1	1,1	1,1	91,5
1997	3	3,2	3,2	94,7
2000	1	1,1	1,1	95,7
2009	1	1,1	1,1	96,8
2011	2	2,1	2,1	98,9
2012	1	1,1	1,1	100,0
Total	94	100,0	100,0	

Así que, igual que en el caso anterior, vamos a hacer un análisis separado de 1974 y del resto de años.

Sólo 1974

En este caso podemos ver (Tabla 3.2.2.1.11) que las sucursales que se encuentran ya instaladas en 1974 lo son mayoritariamente del Santander, con 14 (el 18.9%), y de Bancotrans, con 12 (el 16.2%), aunque también destacan el Banco Popular (12.2%) el Banco Atlántico (9.5%) y el Banco Ibérico (9.5%).

Tabla 3.2.2.1.11: entidades instaladas en el extranjero en 1974 con sucursales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	14	18,9	18,9	18,9
4	4	5,4	5,4	24,3
5	1	1,4	1,4	25,7
11	9	12,2	12,2	37,8
12	7	9,5	9,5	47,3
15	6	8,1	8,1	55,4
40	12	16,2	16,2	71,6
41	7	9,5	9,5	81,1
42	4	5,4	5,4	86,5
43	3	4,1	4,1	90,5
44	1	1,4	1,4	91,9
46	3	4,1	4,1	95,9
47	2	2,7	2,7	98,6
48	1	1,4	1,4	100,0
Total	74	100,0	100,0	

Por su parte, si analizamos los continentes en los que estaban instaladas las sucursales de esas entidades en 1974 (Tabla 3.2.2.1.12) vemos que la inmensa mayoría (el 80%) están instaladas en Europa (39.2%) y en Latinoamérica (45.9%).

Tabla 3.2.2.1.12: continentes de internacionalización en 1974 con sucursales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 2	4	5,4	5,4	5,4
3	7	9,5	9,5	14,9
4	29	39,2	39,2	54,1
5	34	45,9	45,9	100,0
Total	74	100,0	100,0	

En 1974 el único paraíso fiscal en el que algunos bancos tenían instaladas sucursales era el Líbano. En concreto había una sucursal del Banco Atlántico y otra de Bancotrans.

Desde 1975 hasta 2013

En el caso de las sucursales, entre 1975 y 2013 (Tabla 3.2.2.1.13) observamos que una cuarta parte de la entrada en nuevos países tiene lugar en el año 1978, y también tiene relevancia 1997 (15%). Además, hay dos grandes períodos en los que ninguna entidad entra en ningún país nuevo, el comprendido entre 1986-1996 y 2000-2009.

Tabla 3.2.2.1.13: frecuencias años entre 1975/2013 para sucursales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1975	1	5,0	5,0	5,0
1976	2	10,0	10,0	15,0
1978	5	25,0	25,0	40,0
1982	1	5,0	5,0	45,0
1986	2	10,0	10,0	55,0
1996	1	5,0	5,0	60,0
1997	3	15,0	15,0	75,0
2000	1	5,0	5,0	80,0
2009	1	5,0	5,0	85,0
2011	2	10,0	10,0	95,0
2012	1	5,0	5,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Si nos centramos en las entidades en ser las primeras que más oficinas de representación abren en nuevos países (Tabla 3.2.2.1.14), vemos que son 14 las entidades que aparecen para 20 países. No destaca ningún banco en particular, aunque sí el hecho de que si unimos las entidades que acaban configurando el Banco Santander Central Hispano suman 5 países sin explotar en los que entran (un 25%) y que lo mismo les ocurre a las entidades que terminan configurando el BBVA, que cubren otro 35%.

Tabla 3.2.2.1.14: entidades instaladas en el extranjero entre 1975/2013 con sucursales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	1	5,0	5,0	5,0
2	1	5,0	5,0	10,0
3	2	10,0	10,0	20,0
4	1	5,0	5,0	25,0

5	2	10,0	10,0	35,0
8	1	5,0	5,0	40,0
9	2	10,0	10,0	50,0
22	3	15,0	15,0	65,0
23	1	5,0	5,0	70,0
31	1	5,0	5,0	75,0
33	1	5,0	5,0	80,0
50	1	5,0	5,0	85,0
123	1	5,0	5,0	90,0
456	2	10,0	10,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

En lo que se refiere a la localización de dichas entidades (Tabla 3.2.2.1.15), vemos que destaca Asia con un 40% de los nuevos países, seguido de Europa con un 25%.

Tabla 3.2.2.1.15: continentes de internacionalización entre 1975/2013 con sucursales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	2	10,0	10,0	10,0
2	1	5,0	5,0	15,0
3	8	40,0	40,0	55,0
4	5	25,0	25,0	80,0
5	3	15,0	15,0	95,0
6	1	5,0	5,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Como pasaba con las oficinas de representación, también en las sucursales destaca el hecho de que los únicos países a los que van más de una entidad en un mismo primer año son China (con 3) y las Islas Caimán (con 2), y en el caso de este último país ya volveremos debido a que tiene consideración de Paraíso Fiscal, los cuales van a merecer una mención aparte (Tabla 3.2.2.1.16).

Tabla 3.2.2.1.16: países de internacionalización entre 1975/2013 con sucursales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 3	1	5,0	5,0	5,0
7	1	5,0	5,0	10,0
10	1	5,0	5,0	15,0
12	3	15,0	15,0	30,0
14	1	5,0	5,0	35,0
20	1	5,0	5,0	40,0
21	1	5,0	5,0	45,0
22	1	5,0	5,0	50,0
29	2	10,0	10,0	60,0
33	1	5,0	5,0	65,0
36	1	5,0	5,0	70,0
38	1	5,0	5,0	75,0
58	1	5,0	5,0	80,0
62	1	5,0	5,0	85,0
64	1	5,0	5,0	90,0
66	1	5,0	5,0	95,0
68	1	5,0	5,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

En estos años se abrieron sucursales en varios paraísos fiscales, en concreto: una sucursal del Banco de Vizcaya en Bahamas, otra del Banco Exterior en Hong-Kong, otra del Banco Urquijo en Singapur, otra del Banco de Vizcaya en Bahréin, una del Banco Hispanoamericano y otra del Banco Urquijo en Islas Caimán, otra del Banco Hispanoamericano en Gibraltar, otra del Banco de Valladolid en Panamá y, por último, otra del Banco Urquijo en Emiratos Árabes.

3.2.2.1.3.- Filiales

Por último, vamos a analizar las filiales. Como en los otros casos, empezamos realizando un análisis general y observamos lo mismo que para las otras formas de internacionalización (Tabla 3.2.2.1.17). La mayoría de las filiales ya están instaladas en el extranjero cuando comienza la serie, en este caso en 1993.

Tabla 3.2.2.1.17: Frecuencia años para 1993/2013 con filiales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
--	------------	------------	-------------------	----------------------

Válido	1993	40	70,2	70,2	70,2
	1995	3	5,3	5,3	75,4
	1996	1	1,8	1,8	77,2
	1997	4	7,0	7,0	84,2
	1998	1	1,8	1,8	86,0
	1999	2	3,5	3,5	89,5
	2001	1	1,8	1,8	91,2
	2002	1	1,8	1,8	93,0
	2003	3	5,3	5,3	98,2
	2013	1	1,8	1,8	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Procedemos también a hacer un análisis separado de 1993 y del resto de años.

Sólo 1993

En este caso podemos ver (Tabla 3.2.2.1.18) que las filiales que se encuentran ya instaladas en 1993 lo son mayoritariamente del Santander, con 10 (el 25%), y del BBV, con 9 (el 22.5%), aunque también destacan el Banco Exterior (el 20%). Si al Santander le sumamos las sucursales del Central Hispanoamericano, que poco después pasa a ser suyo, reúne 18 de los 40 países en los que existen filiales para ese año, lo cual supone un 45%, y, si sumamos las del Exterior con las del BBV, también alcanzan un 45%.

Tabla 3.2.2.1.18: entidades instaladas en el extranjero en 1993 con filiales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	10	25,0	25,0	25,0
9	8	20,0	20,0	45,0
11	1	2,5	2,5	47,5
12	3	7,5	7,5	55,0
22	1	2,5	2,5	57,5
23	8	20,0	20,0	77,5
45	9	22,5	22,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Si analizamos los continentes en los que estaban instaladas las filiales de esas entidades en 1993 (Tabla 3.2.2.1.19) vemos que Asia ni aparece y que el 80% estaba repartido entre Europa (42.5%) y Latinoamérica (37.5%).

Tabla 3.2.2.1.19: continentes de internacionalización en 1993 con filiales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	2	5,0	5,0	5,0
2	6	15,0	15,0	20,0
4	17	42,5	42,5	62,5
5	15	37,5	37,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Los paraísos fiscales en los que había filiales instaladas en 1993 eran: Bahamas (con una filial del Banco Santander y otra del Banco Atlántico), Andorra (con una filial del BBV), Islas del Canal (con una filial del Banco Santander y otra del BBV), Islas Caimán (con una filial del Banco Urquijo), Gibraltar (con una filial del Banco Atlántico, otra del Banco Central Hispanoamericano y otra del BBV) y Panamá (con una filial del Banco Atlántico, otra del Banco Central Hispanoamericano, otra del Banco Exterior y otra del BBV).

Desde 1994 hasta 2013

En el caso de las filiales, entre 1994 y 2013 (Tabla 3.2.2.1.20) observamos que en 1995 (17.6%), en 1997 (23.5%) y en 2003 (17.6%) se produce la mayoría de las entradas en nuevos países. Pero, contando con que no son muchas, esto no es muy significativo. Lo que sí es reseñable es el vacío que existe entre 2003 y 2013, años en los que, seguramente debido a la crisis financiera y general, no se produce ninguna entrada en ningún nuevo país mediante filiales.

Tabla 3.2.2.1.20: frecuencias años entre 1994/2013 para filiales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1995	3	17,6	17,6	17,6
1996	1	5,9	5,9	23,5
1997	4	23,5	23,5	47,1
1998	1	5,9	5,9	52,9
1999	2	11,8	11,8	64,7
2001	1	5,9	5,9	70,6
2002	1	5,9	5,9	76,5
2003	3	17,6	17,6	94,1
2013	1	5,9	5,9	100,0

Total	17	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Si analizamos las entidades que son las primeras en ir a nuevos países (Tabla 3.2.2.1.21), en el caso de las filiales vemos que está totalmente decantado por el BBV (29.4%), el Santander (17.6%) y el Santander Central Hispano (35.3%). Si a estos dos últimos, que son el mismo, le sumamos las del Central-Hispano que también se une al grupo Santander, tenemos que realiza un total del 58.8% de las entradas en nuevos países mediante filiales en el período analizado.

Tabla 3.2.2.1.21: entidades instaladas en el extranjero entre 1994/2013 con filiales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	3	17,6	17,6	17,6
12	1	5,9	5,9	23,5
23	1	5,9	5,9	29,4
31	1	5,9	5,9	35,3
45	5	29,4	29,4	64,7
123	6	35,3	35,3	100,0
Total	17	100,0	100,0	

En lo que se refiere a la localización de dichas entidades (Tabla 3.2.2.1.22), vemos que destaca Latinoamérica con un 47.1% de los nuevos países, seguido de Europa con un 9.45%. En este caso, ninguna entidad abre filiales en nuevos países de Norteamérica.

Tabla 3.2.2.1.22: continentes de internacionalización entre 1994/2013 con filiales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	3	17,6	17,6	17,6
3	1	5,9	5,9	23,5
4	5	29,4	29,4	52,9
5	8	47,1	47,1	100,0
Total	17	100,0	100,0	

Nuevamente sólo hay dos países a los que van más de una entidad en un mismo primer año: Perú y Venezuela, ambos con dos (Tabla 3.2.2.1.23).

Tabla 3.2.2.1.23: países de internacionalización entre 1994/2013 con filiales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 3	1	5,9	5,9	5,9
5	1	5,9	5,9	11,8
6	1	5,9	5,9	17,6
13	1	5,9	5,9	23,5
37	1	5,9	5,9	29,4
38	1	5,9	5,9	35,3
39	1	5,9	5,9	41,2
40	1	5,9	5,9	47,1
44	1	5,9	5,9	52,9
46	1	5,9	5,9	58,8
47	1	5,9	5,9	64,7
49	1	5,9	5,9	70,6
57	1	5,9	5,9	76,5
60	2	11,8	11,8	88,2
63	2	11,8	11,8	100,0
Total	17	100,0	100,0	

Durante este período los únicos paraísos filiales en los que se instalaron filiales de los bancos analizados fueron en Luxemburgo (una filial de Bankinter) y las Antillas Holandesas (con una filial del BBV).

3.2.2.1.4. Paraísos fiscales

En el Artículo 1 del Real Decreto 1.080/1991, de 5 de julio de 1991, se establece una lista de países y territorios con calificación de paraíso fiscal. Sin embargo, este mismo Real Decreto establece en su Artículo 2 que: "Los países y territorios a los que se refiere el artículo 1 que firmen con España un acuerdo de intercambio de información en materia tributaria o un convenio para evitar la doble imposición con cláusula de intercambio de información dejarán de tener la consideración de paraísos fiscales en el momento en que dichos convenios o acuerdos entren en vigor."

Según esa lista, los países y territorios con calificación de paraíso fiscal serían: Andorra, Anguila, Antigua y Barbuda, Antillas Neerlandesas, Bahamas, Bahréin, Bermudas, Brunéi, República de Dominica, Emiratos Árabes, Fiyi, Gibraltar, Granada, Hong-Kong, Islas del Canal, Islas Caimán, Nueva Zelanda, Islas Malvinas, Isla de Man, Islas Marianas, Islas Salomón, Islas Turcas y Caicos, Islas Vírgenes Británicas, Islas Vírgenes de los Estados Unidos,

Jordania, Líbano, Liberia, Liechtenstein, Luxemburgo, China, Mauricio, Mónaco, Montserrat, Nauru, Omán, Panamá, San Vicente y las Granadinas, Santa Lucía, Seychelles, Singapur y Vanuatu.

Posteriormente, hay países y territorios que podrían haber dejado de ser considerados paraísos fiscales por haber establecido un acuerdo de intercambio de información pero, dado que la legislación que así lo considera (leyes de 2003, 2006 y 2013), es reciente y que el período de estudio es mucho más amplio, nosotros consideraremos paraísos fiscales a los mencionados anteriormente.

Nuestro estudio pretende establecer las pautas de internacionalización de la Banca española, pero para aquellos fines de internacionalización relacionados con la estrategia y el negocio, no con otros como puedan ser los meramente impositivos. Por tanto, es interesante conocer si varía mucho el panorama de expansión analizado anteriormente si excluimos de los países analizados aquellos con consideración de paraíso fiscal.

Si analizamos la frecuencia (Tabla 3.2.2.1.24) con la que aparece cada forma de entrada, vemos que hay grandes diferencias.

Tabla 3.2.2.1.24: Frecuencia de las formas de entrada

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	140	53,0	53,0	53,0
2	82	31,1	31,1	84,1
3	42	15,9	15,9	100,0
Total	264	100,0	100,0	

El 53% de los actos de primera entrada en nuevos países se realiza con oficinas de representación, seguido de sucursales (31.1%) y en menor número de filiales (15.9%). Vemos que respecto a los datos con paraísos fiscales aumentan las oficinas de representación mientras que disminuyen ligeramente las sucursales y más pronunciadamente las filiales.

Si analizamos el año 1974 (Tabla 3.2.2.1.25), vemos que ese año ya había instaladas 116 oficinas de representación de 18 entidades diferentes en 30 países, en 24 de cuales había también un total de 72 sucursales de 14 entidades diferentes. Si miramos qué ocurre entre 1974 y 1993 (año en el que aparecen también los registros de la Forma 3), comprobamos que hay 16 nuevas entradas de 11 entidades diferentes en 13 nuevos países; aquí la reducción de entradas y países con la eliminación de los paraísos fiscales es

realmente brusca. De las 16 entradas, 14 son con oficinas de representación (en 13 nuevos países y por 10 entidades) mientras que 2 son con sucursales (en 2 nuevos países, en los que también hay oficinas de representación, por 2 entidades diferentes), por tanto, el grueso del descenso tras quitar los paraísos fiscales se da en las sucursales y en este período.

Tabla 3.2.2.1.25: reparto de formas por países, años y entidades sin paraísos fiscales

AÑO	FORMA	PAÍSES	ENTRADAS	ENTIDADES
1974	FORMA 1+2	30	188	19
	FORMA 1	30	116	18
	FORMA 2	24	72	14
1975-1992	FORMA 1+2	13	16	11
	FORMA 1	13	14	10
	FORMA 2	2	2	2
1993	SÓLO FORMA 3	14	27	5
1994-2013	FORMA 1+2+3	25	33	10
	FORMA 1	10	10	7
	FORMA 2	6	8	7
	FORMA 3	13	15	5

Si nos vamos a 1993, año en el que empieza la serie para la Forma 3, vemos que en ese año no hay ninguna entrada en nuevos países con las formas 1 y 2. Para las filiales, se comprueba que ya en 1993 había instaladas 27 filiales de 5 entidades diferentes en 14 países, por tanto, aquí también se produce un importante descenso cuando quitamos los paraísos fiscales. Por último, si analizamos qué ocurre entre 1993 y 2013 comprobamos que hay 31 nuevas entradas de 10 entidades diferentes en 25 nuevos países. De las 33 entradas, 10 son con oficinas de representación (en 10 nuevos países y por 7 entidades), 8 son con sucursales (en 6 nuevos países por 7 entidades diferentes) y 15 son con filiales (en 13 nuevos países por 5 entidades diferentes).

Si hacemos un breve análisis de lo que ocurre los primeros años:

- En el caso de las oficinas de representación hay cuatro entidades instaladas en paraísos fiscales en 1974: Hispano, Atlántico y Bancotrans en Líbano; y Banesto en Panamá.
- En el caso de las sucursales, hay dos entidades en 1974: Atlántico y Bancotrans, ambas en Panamá.
- En el caso de las filiales, hay seis entidades en 1993: Santander y Atlántico, en Bahamas; Santander y BBV, en Islas del Canal; Urquijo, en Islas Caimán; Atlántico, Central Hispanoamericano y BBV, en Gibraltar; y Exterior, Atlántico, Central Hispanoamericano y BBV, en Panamá.

En las filiales parecía una práctica más extendida, pero en las otras dos formas no. Por ello, y dado el objeto de nuestro estudio, vamos hacer el mismo estudio que ya hemos realizado pero quitando de nuestra base de datos los paraísos fiscales y sólo lo vamos a hacer para los períodos en los que podemos identificar qué bancos entran en nuevos países, es decir, el periodo 1975-2013 para oficinas de representación y sucursales, y 1993-2013 para filiales.

Oficinas de representación: período 1975/2013

En lo que se refiere a los años la situación no varía, así que nos centramos en las entidades y los países. Si nos centramos en las entidades en ser las primeras que más oficinas de representación abren en nuevos países (Tabla 3.2.2.1.26), vemos que ahora son 14 las entidades que aparecen para 24 países, desapareciendo del listado de entidades el Banco Urquijo. Destacan el Banco Santander con 4 (16.7 %), el Banco Exterior con 3 (el 12.5%) y el Banco Atlántico con 4 (16.7%). Si al Banco Santander le sumamos las de los bancos que luego han formado parte de un mismo grupo empresarial (Central con 1, Hispanoamericano con 1, Banesto con 1 y Santander Central Hispano con 1) alcanzarían un 33.5% de las nuevas incorporaciones. Vemos como el Banco Atlántico comparte su primer lugar con Santander, aunque si sumamos el Banco Atlántico con el Sabadell llegamos a un 25%. En el mismo lugar quedaría la unión del Exterior, el BBV y el BBVA, que alcanzan un 25%.

Tabla 3.2.2.1.26: entidades instaladas en el extranjero entre 1975/2013 con oficinas de representación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	4	16,7	16,7	16,7
2	1	4,2	4,2	20,8
3	1	4,2	4,2	25,0
7	1	4,2	4,2	29,2
8	2	8,3	8,3	37,5
9	3	12,5	12,5	50,0
11	1	4,2	4,2	54,2
12	4	16,7	16,7	70,8
14	1	4,2	4,2	75,0
40	1	4,2	4,2	79,2
45	1	4,2	4,2	83,3
50	1	4,2	4,2	87,5
123	1	4,2	4,2	91,7

456	2	8,3	8,3	100,0
Total	24	100,0	100,0	

En lo que se refiere a la localización de dichas entidades (Tabla 3.2.2.1.27), vemos que la mayoría de esas oficinas se abrieron en Asia y en Latinoamérica, que ahora se equiparan con un 33.3% cada una, y cómo Europa gana peso si quitamos los paraísos fiscales.

Tabla 3.2.2.1.27: continentes de internacionalización entre 1975/2013 con oficinas de representación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	5	20,8	20,8	20,8
3	8	33,3	33,3	54,2
4	3	12,5	12,5	66,7
5	8	33,3	33,3	100,0
Total	24	100,0	100,0	

Como ocurría en el caso en que considerábamos los paraísos fiscales, en los únicos países a los que van más de una entidad en un mismo primer año son Marruecos y Ecuador, y sólo van dos entidades a cada uno. Es decir, tenemos 22 actos de primera entrada para 24 países.

Sucursales: período 1975-2013

En el caso de las sucursales, entre 1975 y 2013 (Tabla 3.2.2.1.28) observamos el año en el que tenía lugar una cuarta parte de las entradas en nuevos países (1978) desaparece, ya que ese año sólo entraron en paraísos fiscales. Cobra así especial relevancia 1997 (30%). Además, hay dos grandes períodos en los que ninguna entidad entra en ningún país nuevo, el comprendido entre 1982-1996 y 1998-2009.

Tabla 3.2.2.1.28: frecuencias años entre 1975/2013 para sucursales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1976	1	10,0	10,0	10,0
1982	1	10,0	10,0	20,0
1996	1	10,0	10,0	30,0
1997	3	30,0	30,0	60,0

2009	1	10,0	10,0	70,0
2011	2	20,0	20,0	90,0
2012	1	10,0	10,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Si nos centramos en las entidades en ser las primeras que más oficinas de representación abren en nuevos países (Tabla 3.2.2.1.29), vemos que bajan de 14 a 9 las entidades que aparecen para 10 países. No destaca ningún banco en particular, aunque sí el hecho de que, si unimos las entidades que acaban configurando el Banco Santander-Central-Hispano, suman 4 países sin explotar en los que entran (un 40%) y que lo mismo les ocurre a las entidades que terminan configurando el BBVA, que cubren también otro 40%.

Tabla 3.2.2.1.29: entidades instaladas en el extranjero entre 1975/2013 con sucursales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	1	10,0	10,0	10,0
2	1	10,0	10,0	20,0
4	1	10,0	10,0	30,0
8	1	10,0	10,0	40,0
9	1	10,0	10,0	50,0
23	1	10,0	10,0	60,0
31	1	10,0	10,0	70,0
123	1	10,0	10,0	80,0
456	2	20,0	20,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

En lo que se refiere a la localización de dichas entidades sigue destacando Asia, con un 40% de los nuevos países, seguido de Europa y América del Norte con un 20% cada una. En este caso, y como pasaba con las oficinas de representación, también en las sucursales destaca el hecho de que el único país al que va más de una entidad en un mismo primer año es China (con 3 entidades) (Tabla 3.2.2.1.30).

Tabla 3.2.2.1.30: países de internacionalización entre 1975/2013 con sucursales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 3	1	10,0	10,0	10,0
7	1	10,0	10,0	20,0
12	3	30,0	30,0	50,0
22	1	10,0	10,0	60,0
36	1	10,0	10,0	70,0
62	1	10,0	10,0	80,0
64	1	10,0	10,0	90,0
66	1	10,0	10,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Filiales: período 1994/2013

En el caso de las filiales, entre 1994 y 2013 (Tabla 3.2.2.1.31) observamos que en 1995 (20%), en 1997 (20%) y en 2003 (20%) se produce la mayoría de las entradas en nuevos países. Pero contando que no son muchas esto no es muy significativo. Lo que sí es reseñable es el vacío que existe desde 2003, años en los que, seguramente debido a la crisis financiera y general, no se produce ninguna entrada en ningún nuevo país mediante filiales.

Tabla 3.2.2.1.31: frecuencias años entre 1994/2013 para filiales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1995	3	20,0	20,0	20,0
1996	1	6,7	6,7	26,7
1997	3	20,0	20,0	46,7
1998	1	6,7	6,7	53,3
1999	2	13,3	13,3	66,7
2001	1	6,7	6,7	73,3
2002	1	6,7	6,7	80,0
2003	3	20,0	20,0	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Si analizamos las entidades que son las primeras que más filiales abren en nuevos países (Tabla 3.2.2.1.32), vemos que está totalmente decantado por el Santander-Central-Hispano (40%), el Santander (20%) y el BBV (26.7%). Dado que los dos primeros son el mismo, si le sumamos el Central-Hispano, el grupo Santander es el que realiza el 66.7% de las entradas en nuevos países

mediante filiales en el período analizado. Esto cambia la situación respecto a considerar a los paraísos fiscales, ya que en ese caso el mayor peso individual era el del BBV y al considerar al grupo Santander no se llegaba a un porcentaje tan elevado.

Tabla 3.2.2.1.32: entidades instaladas en el extranjero entre 1994/2013 con filiales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	3	20,0	20,0	20,0
12	1	6,7	6,7	26,7
23	1	6,7	6,7	33,3
45	4	26,7	26,7	60,0
123	6	40,0	40,0	100,0
Total	15	100,0	100,0	

En lo que se refiere a la localización de dichas entidades (Tabla 3.2.2.1.33), vemos que Latinoamérica sigue destacando pero gana peso al pasar de un 47.1% al 53.3% de los nuevos países, seguido de Europa sube de un 9.45% a un 20% equiparándose con África.

Tabla 3.2.2.1.33: continentes de internacionalización entre 1994/2013 con filiales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	3	20,0	20,0	20,0
3	1	6,7	6,7	26,7
4	3	20,0	20,0	46,7
5	8	53,3	53,3	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Nuevamente sólo hay dos países a los que van más de una entidad en un mismo primer año: Perú y Venezuela, ambos con dos.

RESUMEN

A modo de resumen, se muestra una tabla en el Anexo 4 con todas las conclusiones vistas hasta ahora. Podemos resaltar que:

- En cualquiera de las formas de entrada, los bancos que estaban mayoritariamente instalados cuando comienza la serie (1974 para formas 1 y 2 y 1993 para forma 3) eran: Santander y todos los que terminan formado parte de su grupo (Central, Hispano, y Banesto), BBV, Bancotrans, Popular, Atlántico, Ibérico y Exterior. Aquí, no hacemos diferencias entre paraísos fiscales y no.
- Si nos vamos a los años posteriores (1975/2013 para formas 1 y 2 y 1994/2013 para forma 3), los bancos que terminan formando parte del grupo Santander (y este banco en sí) son los que lideran la entrada de la banca española en nuevos países, seguidos del BBV. La eliminación de paraísos fiscales sólo incrementa el peso que esas dos entidades tienen en el conjunto de las nuevas entradas.
- En cualquiera de las formas de entrada, los continentes de destino en los que los bancos invierten mayoritariamente cuando comienza la serie (1974 para formas 1 y 2 y 1993 para forma 3) eran: Latinoamérica y Europa, y en ese orden, salvo para las filiales que es al revés.
- Si nos vamos a los años posteriores (1975/2013 para formas 1 y 2 y 1994/2013 para forma 3), los continentes que mayoritariamente se eligen como destino son: para las oficinas de representación Asia y Latinoamérica, en ese orden, aunque con la desaparición de los paraísos fiscales igualan su peso; para las sucursales Asia y Europa, por ese orden, aunque con la supresión de los paraísos fiscales Europa baja algo su peso y cobra importancia América del Norte; para las filiales Latinoamérica y Europa, por ese orden, aunque con la supresión de los paraísos fiscales Latinoamérica sube su peso, Europa lo baja algo y cobra importancia África.

3.2.2.2.- Quién sigue al primer entrante en cada país para cada forma de entrada

Una vez que hemos analizado al primer entrante lo que queremos estudiar es quién y cómo sigue a esos primeros entrantes en los países de destino. Para ello hemos depurado nuestra base de datos de forma que nos hemos quedado para cada país en los que ya había entrado alguna entidad española, con los bancos que abren posteriormente alguna de las forma de entrada en dichos países. Para cada una de estas entidades nos hemos quedado nuevamente con la primera vez que se van al país, ya que lo que nos interesa es saber quién sigue al primer entrante, cuánto tardan en seguirlo, si le siguen o no muchas entidades y la forma en la que le siguen.

Como hicimos con el primer entrante, antes de afrontar el análisis vamos a ver cómo se comportan las entidades en cuanto a la forma elegida para desembarcar en los países. En la Tabla 3.2.2.2.1 se muestra la frecuencia con la que aparece cada forma de entrada.

Tabla 3.2.2.2.1: Frecuencia de cada forma

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	331	58,3	58,3	58,3
2	164	28,9	28,9	87,1
3	73	12,9	12,9	100,0
Total	568	100,0	100,0	

Y vemos como se observan pocas diferencias respecto al análisis de los primeros entrantes. En el caso de los primeros entrantes la mitad aproximadamente eran oficinas de representación, aquí el porcentaje es un poco mayor (58%). Los bancos que siguen a los primeros entrantes lo hacen mayoritariamente con oficinas de representación, sea cual sea la forma que eligiera el primer entrante para hacer su primera entrada. En segundo lugar, la segunda forma más utilizada para seguir a los primeros entrantes es la sucursal (28.9%) y, por último, la filial, con un 12.9% de los casos.

Y aquí tenemos una reflexión importante, dada la estructura de los datos, hay que hacer una distinción entre los que siguen con una forma de entrada y los que siguen a una forma de entrada. Es decir, en un determinado país, por ejemplo Venezuela, el primer entrante pudo hacer su entrada con oficina de representación, pero cuando analizamos a sus seguidores los analizamos a todos, escojan la forma que escojan para seguirle. Esto adquiere especial complicación si tenemos en cuenta que cuando analizamos los primeros entrantes lo hicimos por formas de entrada, no por países, por lo que para un mismo país podemos tener un primer entrante en cada forma de entrada, y que dicho primer entrante no sea el mismo.

Esto ahora mismo no nos preocupa, ya que en este primer análisis lo que estamos intentando es identificar para cada forma (es más operativo ya que sólo son tres) si hay países y entidades especialmente relevantes en cuanto a primeros entrantes y seguidores, es decir, países y entidades especialmente protagonistas en el proceso de internacionalización de la banca española. Si esto es así, podremos hacer el mismo análisis de una forma más exhaustiva sobre cada país y con cada entidad que nos quede.

Por tanto, vamos a volver a comprobar qué pasa en cada una de las formas con los seguidores de los primeros entrantes. En los Anexos 6 y 7 encontramos resumido todo lo que exponemos a continuación.

3.2.2.2.1.- Oficina de representación

Cuando hacemos un primer análisis de los seguidores con oficina de representación, nos encontramos con los siguientes resultados:

- En lo que se refiere a los años, no hay grandes períodos en los que no se produzca seguimiento. El fenómeno es constante. Sí hay que señalar que hay dos años en los que se producen picos de entradas: 1991, con un 10% de los seguidores, y 1999, con un 13.3%. Además, hay que señalar que en 1999, poco después de la mitad del período estudiado, ya se habían abierto el 88.5% de las oficinas de representación de los seguidores, siendo casi insignificantes las oficinas que se abren el año después.
- Salvo el Banco Sabadell, que abre el 11.2% de las oficinas de representación (14.2% si le sumamos las del Atlántico), el grueso de esas aperturas recae en los bancos que terminan formando el Grupo Santander actual y el BBVA. Así, las entidades que terminan formando el actual Grupo Santander suman casi un 34% del total (3% Santander, 2.7% Central, 2.7% Hispano, 3% Banesto, 5.7% Banesto ya en Santander, 7.3% Central Hispano, 6.3% Santander Central Hispano y 3% el Santander ya actual). Y, por su parte, las entidades que terminan formando el actual BBVA suman un 27.7% del total (3% Bilbao, 3% Vizcaya, 3.6% Argentaria, 3.6% Exterior, 6.3% BBV y 8.2% el actual BBVA).
- Por continentes, aunque en todos los continentes se abren oficinas de representación de seguidores, casi la mitad (43.5%) siguen a primeros entrantes de Latinoamérica. En segundo lugar se encuentra Europa, con un 26.9%; y muy cerca Asia con el 22.1%. Dentro de esta polarización continental, no hay ningún país que destaque especialmente.

Hechas estas apreciaciones, y dado que el análisis de los primeros entrantes lo dividimos entre los que ya estaban instalados en 1974 y los que realmente sabemos que son primeros entrantes entre 1975/2013 porque entran en países sin explotar, vamos a ver también cómo se comportan los seguidores con esta distinción.

Los que siguen a los que estaban en 1974

Tanto en lo que se refiere a los años como a las entidades, el comportamiento de este grupo es muy similar a lo que acabamos de indicar para todos. Cuando hablamos de la expansión geográfica sí que hay diferencias, ya que aquí Latinoamérica sigue ocupando prácticamente la mitad de los seguimientos y le sigue Europa que aquí sube al 33.3%, subida que se traduce en una bajada de Asia al 12.1% (Tabla 3.2.2.2.2).

Tabla 3.2.2.2.2: continentes de seguimiento a los que entran estaban en 1974 con oficinas de representación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	4	1,5	1,5	1,5
2	9	3,4	3,4	4,9
3	32	12,1	12,1	17,0
4	88	33,3	33,3	50,4
5	127	48,1	48,1	98,5
6	4	1,5	1,5	100,0
Total	264	100,0	100,0	

Los que siguen a los que entran entre 1975 y 2013

En este grupo ya se produce algunas variaciones. En lo que se refiere a los años (Tabla 3.2.2.2.3) la distribución es más uniforme a lo largo de todo el período, con tres grandes picos: 1990 (10.6%), 1997 (12.1%) y 1999 (13.6%).

Tabla 3.2.2.2.3: frecuencia en años de los que siguen a los que entran entre 1975/2013

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1978	2	3,0	3,0	3,0
1980	1	1,5	1,5	4,5
1981	1	1,5	1,5	6,1
1982	1	1,5	1,5	7,6
1983	1	1,5	1,5	9,1
1985	2	3,0	3,0	12,1
1988	1	1,5	1,5	13,6
1989	3	4,5	4,5	18,2
1990	7	10,6	10,6	28,8
1991	5	7,6	7,6	36,4
1992	3	4,5	4,5	40,9
1994	2	3,0	3,0	43,9
1995	2	3,0	3,0	47,0
1996	2	3,0	3,0	50,0
1997	8	12,1	12,1	62,1
1998	3	4,5	4,5	66,7
1999	9	13,6	13,6	80,3
2003	2	3,0	3,0	83,3

2004	2	3,0	3,0	86,4
2007	1	1,5	1,5	87,9
2008	1	1,5	1,5	89,4
2009	1	1,5	1,5	90,9
2010	1	1,5	1,5	92,4
2011	1	1,5	1,5	93,9
2012	1	1,5	1,5	95,5
2013	3	4,5	4,5	100,0
Total	66	100,0	100,0	

En cuanto a las entidades (Tabla 3.2.2.2.4), la dinámica sigue siendo la misma: una gran participación del Banco Sabadell (15.2%), al que si le sumamos el Atlántico llega al 22.8%; y de todos los bancos que terminan constituyendo al Grupo Santander (38% en total) y al BBVA (28.7% en total).

Tabla 3.2.2.2.4: entidades que siguen a los que entraron entre 1975/2013

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	3	4,5	4,5	4,5
2	1	1,5	1,5	6,1
3	1	1,5	1,5	7,6
5	1	1,5	1,5	9,1
6	3	4,5	4,5	13,6
7	4	6,1	6,1	19,7
8	10	15,2	15,2	34,8
9	4	6,1	6,1	40,9
11	5	7,6	7,6	48,5
12	5	7,6	7,6	56,1
17	5	7,6	7,6	63,6
22	1	1,5	1,5	65,2
23	4	6,1	6,1	71,2
35	1	1,5	1,5	72,7
45	3	4,5	4,5	77,3
123	6	9,1	9,1	86,4
456	8	12,1	12,1	98,5
1237	1	1,5	1,5	100,0
Total	66	100,0	100,0	

Y, por último, cuando hablamos de la distribución geográfica (Tabla 3.2.2.2.5) es cuando se producen las mayores diferencias ya que el 62% de los seguimientos se producen a nuevos entrantes en Asia, de hecho China, Hong Kong y Rusia son los tres únicos países que destacan porcentualmente del resto en cuanto a actos de seguimiento a nuevos entrantes. El segundo continente es Latinoamérica, con un 25.8%.

Tabla 3.2.2.2.5: continentes de seguimiento a los que entraron entre 1975/2013

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	7	10,6	10,6	10,6
3	41	62,1	62,1	72,7
4	1	1,5	1,5	74,2
5	17	25,8	25,8	100,0
Total	66	100,0	100,0	

3.2.2.2.- Sucursales

Cuando hacemos un primer análisis de los seguidores con sucursales los aspectos más relevantes son los siguientes:

- En lo que se refiere a los años, sólo hay un período en el que no se produzca seguimiento, el comprendido entre 2009 y 2012, ambos incluidos. Nuevamente hay que señalar que hay dos años en los que se producen picos de entradas y son los mismos años que para la forma 1: 1991, con un 11% de los seguidores, y 1999, con un 16.5%. También en este caso es significativo que en 1999, poco después de la mitad del período estudiado, ya se habían abierto el 89% de las sucursales de los seguidores, siendo casi insignificantes las oficinas que se abren al año después.
- En el caso de las sucursales, la mayoría de los seguimientos los acaparan las entidades que terminan formando el actual Grupo Santander, que suman un 49% del total (4.9% Santander, 7.9% Central, 4.3% Hispano, 6.1% Banesto, 5.5% Banesto ya en Santander, 9.1% Central Hispano, 9.8% Santander Central Hispano y 1.83% el Santander ya actual), y las entidades que terminan formando el actual BBVA suman casi un 29.5% del total (2.4% Bilbao, 2.4% Vizcaya, 3.7% Argentario, 5.5% Exterior, 6.7% BBV y 8.5% el actual BBVA). Tiene también un peso relativamente importante comparado con el resto de entidades la participación del Banco Sabadell (3.7%), al que, si le sumamos la participación del Atlántico, llega a un 5.3%.

- Por continentes, aunque en todos los continentes se abren sucursales de seguidores menos en Oceanía, más de la mitad (61.6%) siguen a primeros entrantes de Europa (mayoritariamente en Reino Unido y Francia). Después muy igualados América del Norte (básicamente EE.UU.), Asia y Latinoamérica.

Los que siguen a los que estaban en 1974

En lo que se refiere a los años (Tabla 3.2.2.6) el comportamiento de las entidades seguidoras es bastante similar al grupo general, con la salvedad de que no hay dos sino tres picos de entradas. Así, a 1991 (9.4%) y 1999 (14.2%) se une 1975 (11%) como un año en el que se producen más incorporaciones de las habituales el resto de años.

Tabla 3.2.2.6: frecuencia en años de los que siguen a los que estaban en 1974

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1975	14	11,0	11,0	11,0
1976	4	3,1	3,1	14,2
1977	1	,8	,8	15,0
1978	2	1,6	1,6	16,5
1979	6	4,7	4,7	21,3
1981	3	2,4	2,4	23,6
1983	2	1,6	1,6	25,2
1984	3	2,4	2,4	27,6
1986	1	,8	,8	28,3
1988	8	6,3	6,3	34,6
1989	4	3,1	3,1	37,8
1990	6	4,7	4,7	42,5
1991	12	9,4	9,4	52,0
1992	8	6,3	6,3	58,3
1993	5	3,9	3,9	62,2
1994	5	3,9	3,9	66,1
1995	4	3,1	3,1	69,3
1996	1	,8	,8	70,1
1998	5	3,9	3,9	74,0
1999	18	14,2	14,2	88,2
2000	4	3,1	3,1	91,3

2001	1	,8	,8	92,1
2003	1	,8	,8	92,9
2004	4	3,1	3,1	96,1
2005	2	1,6	1,6	97,6
2007	1	,8	,8	98,4
2008	2	1,6	1,6	100,0
Total	127	100,0	100,0	

Respecto a las entidades (Tabla 3.2.2.2.7) no hay diferencias con el comportamiento general. Las entidades que terminan siendo el actual Grupo Santander (45.7%) y las que están en la misma situación respecto al BBVA (30.3%) son las que realizan la mayoría de la los seguimientos, con una participación algo reseñable del Banco Sabadell (3.1%), que, sí se une al Atlántico, llega a un 4.7%.

Tabla 3.2.2.2.7: entidades que siguen a los que estaban en 1974

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	5	3,9	3,9	3,9
2	11	8,7	8,7	12,6
3	6	4,7	4,7	17,3
4	3	2,4	2,4	19,7
5	4	3,1	3,1	22,8
6	5	3,9	3,9	26,8
7	7	5,5	5,5	32,3
8	4	3,1	3,1	35,4
9	8	6,3	6,3	41,7
11	1	,8	,8	42,5
12	2	1,6	1,6	44,1
15	3	2,4	2,4	46,5
17	7	5,5	5,5	52,0
19	1	,8	,8	52,8
22	4	3,1	3,1	55,9
23	9	7,1	7,1	63,0
25	3	2,4	2,4	65,4
27	1	,8	,8	66,1
28	1	,8	,8	66,9
29	1	,8	,8	67,7

34	3	2,4	2,4	70,1
35	2	1,6	1,6	71,7
37	1	,8	,8	72,4
39	1	,8	,8	73,2
45	9	7,1	7,1	80,3
48	2	1,6	1,6	81,9
123	11	8,7	8,7	90,6
456	10	7,9	7,9	98,4
1237	2	1,6	1,6	100,0
Total	127	100,0	100,0	

Y respecto a los continentes y países tampoco hay diferencias apreciables al grupo general.

Los que siguen a los que entran entre 1975 y 2013

En este grupo ya se produce algunas variaciones. En lo que se refiere a los años (Tabla 3.2.2.8) el primer año en el que se sigue a un primer entrante es 1980, y es ese año, junto con 1989, 1991 y 1999 en los que más actividad se detecta. Además aquí sí hay períodos sin actividad: entre 1982 y 1986, entre 2001 y 2005 y entre 2007 y 2012.

Tabla 3.2.2.8: frecuencia en años de los que siguen a los que entran entre 1975/2013

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1980	4	11,8	11,8	11,8
1981	1	2,9	2,9	14,7
1987	1	2,9	2,9	17,6
1988	3	8,8	8,8	26,5
1989	4	11,8	11,8	38,2
1991	5	14,7	14,7	52,9
1994	2	5,9	5,9	58,8
1995	1	2,9	2,9	61,8
1998	2	5,9	5,9	67,6
1999	8	23,5	23,5	91,2
2000	1	2,9	2,9	94,1
2006	1	2,9	2,9	97,1
2013	1	2,9	2,9	100,0

Total	34	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

En cuanto a las entidades (Tabla 3.2.2.2.9), la dinámica sigue siendo la misma: una gran participación de todos los bancos que terminan constituyendo al Grupo Santander (59% en total) y al BBVA (26.4% en total), y un porcentaje algo mayor que el resto para Banco Sabadell (5.9%), al que, si le sumamos el Atlántico, llega a un 8.8%.

Tabla 3.2.2.2.9: entidades que siguen a los que entraron entre 1975/2013

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	3	8,8	8,8	8,8
2	1	2,9	2,9	11,8
3	1	2,9	2,9	14,7
4	1	2,9	2,9	17,6
6	1	2,9	2,9	20,6
7	3	8,8	8,8	29,4
8	2	5,9	5,9	35,3
9	1	2,9	2,9	38,2
12	1	2,9	2,9	41,2
17	2	5,9	5,9	47,1
19	1	2,9	2,9	50,0
23	5	14,7	14,7	64,7
45	2	5,9	5,9	70,6
47	1	2,9	2,9	73,5
123	4	11,8	11,8	85,3
456	4	11,8	11,8	97,1
1237	1	2,9	2,9	100,0
Total	34	100,0	100,0	

Y, por último, cuando hablamos de la distribución geográfica (Tabla 3.2.2.2.10) éste es el momento de los paraísos fiscales. Aunque ya profundizaremos en ello en un apartado posterior, la mayoría de las incorporaciones (47.1%) se producen en Europa (básicamente en las Islas Cayman), seguida de Asia con un 32.4% (básicamente Hong-Kong) y en tercer lugar (11.8%) de América (en concreto Bahamas).

Tabla 3.2.2.2.10: continentes de seguimiento a los que entraron entre 1975/2013

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	2	5,9	5,9	5,9
2	4	11,8	11,8	17,6
3	11	32,4	32,4	50,0
4	16	47,1	47,1	97,1
5	1	2,9	2,9	100,0
Total	34	100,0	100,0	

3.2.2.2.3.- Filiales

Cuando hacemos un primer análisis de los seguidores con filiales los aspectos más relevantes son los siguientes:

- En lo que se refiere a los años, sólo hay un período en el que no se produzca seguimiento, el comprendido entre 2008 y 2011, ambos incluidos. En este caso hay un año en el que se produce una gran cantidad de entradas y, nuevamente, es el año 1999, con un 53.4%, más de la mitad.
- En el caso de las filiales, la mayoría de los seguimientos los acaparan las entidades que terminan formando el actual Grupo Santander, que suman un 37% del total (4.1% Santander, 4.1% Banesto ya en Santander, 2.7% Central Hispano y 26% Santander Central Hispano), y las entidades que terminan formando el actual BBVA suman casi un 47% del total (6.8% Argentaria, 9.6% BBV y 30.1% el actual BBVA). Comparado con el resto de entidades, la participación del Banco Sabadell (8.2%) es superior, y más si le sumamos el Banco Atlántico (4.1%), con el que llega a un 12.3%.
- Por continentes, hay que resaltar en primer lugar que no se abren filiales siguiendo a primeros entrantes ni en Asia y en Oceanía. Latinoamérica es el primer destino de las filiales, con un 50.7% de los casos. Le sigue Europa, con un 31.5% y América del Norte, con un 12.3%.

Los que siguen a los que estaban en 1993

En lo que se refiere a los años (Tabla 3.2.2.2.11) el comportamiento de las entidades seguidoras es bastante similar al grupo general, siendo 1999 el año en el que se produce la gran avalancha de apertura de filiales (48.2%) en países donde había un nuevo entrante, y no produciéndose ninguna en el período 2008-2011.

Tabla 3.2.2.2.11: frecuencia en años de los que siguen a los que estaban en 1993

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1994	4	7,1	7,1	7,1
1995	2	3,6	3,6	10,7
1996	4	7,1	7,1	17,9
1997	2	3,6	3,6	21,4
1998	7	12,5	12,5	33,9
1999	27	48,2	48,2	82,1
2000	1	1,8	1,8	83,9
2003	1	1,8	1,8	85,7
2004	4	7,1	7,1	92,9
2005	1	1,8	1,8	94,6
2006	1	1,8	1,8	96,4
2007	1	1,8	1,8	98,2
2012	1	1,8	1,8	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Respecto a las entidades (Tabla 3.2.2.2.12) no hay aquí diferencias con el comportamiento general. Las entidades que terminan siendo el actual Grupo Santander (34%) y las que están en la misma situación respecto al BBVA (46%) son las que realizan la mayoría de la los seguimientos, con una participación algo reseñable del Banco Sabadell (8.9%), y más si le unimos el Atlántico, ya que juntas llegan al 14.3%.

Tabla 3.2.2.2.12: entidades que siguen a los que estaban en 1993

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	1	1,8	1,8	1,8
6	5	8,9	8,9	10,7
8	5	8,9	8,9	19,6
11	2	3,6	3,6	23,2
12	3	5,4	5,4	28,6
17	3	5,4	5,4	33,9
22	1	1,8	1,8	35,7
23	2	3,6	3,6	39,3
45	6	10,7	10,7	50,0
123	13	23,2	23,2	73,2

456	15	26,8	26,8	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Respecto a los continentes (Tabla 3.2.2.2.13), la gran diferencia es que Europa y Latinoamérica tienen el mismo número de entradas (39.3% cada uno), y América del Norte sube un poco hasta el 16.1% respecto al grupo general. No hay ningún país que destaque especialmente.

Tabla 3.2.2.2.13: continentes que siguen a los que estaban en 1993

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	3	5,4	5,4	5,4
2	9	16,1	16,1	21,4
4	22	39,3	39,3	60,7
5	22	39,3	39,3	100,0
Total	56	100,0	100,0	

Los que siguen a los que entran entre 1994 y 2013

En este grupo ya se producen algunas variaciones. En lo que se refiere a los años (Tabla 3.2.2.2.14), el primer año en el que sigue a un primer entrante es 1997, y es ese año, junto con 1999, en los que más actividad se detecta. No obstante, hay que señalar que es 1999 el que tiene la gran mayoría de las entradas con un 70.6% de los casos. Además aquí hay varios períodos sin actividad: entre 1993 y 1996, entre 2000 y 2003 y entre 2005 y 2011.

Tabla 3.2.2.2.14: frecuencia en años de los que siguen a los que entran entre 1994/2013

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1997	2	11,8	11,8	11,8
1998	1	5,9	5,9	17,6
1999	12	70,6	70,6	88,2
2004	1	5,9	5,9	94,1
2012	1	5,9	5,9	100,0
Total	17	100,0	100,0	

En cuanto a las entidades (Tabla 3.2.2.2.15), la apertura de filiales en países en los que ya había nuevos entrantes corre a cargo, casi exclusivamente, de algunos de los bancos que terminan constituyendo al Grupo Santander (47% en total) y el BBVA (47% en total). El único banco que participa además de ellos es el Banco Sabadell (5.9%), con una sola filial.

Tabla 3.2.2.2.15: entidades que siguen a los que entraron entre 1994/2013

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	2	11,8	11,8	11,8
8	1	5,9	5,9	17,6
45	1	5,9	5,9	23,5
123	6	35,3	35,3	58,8
456	7	41,2	41,2	100,0
Total	17	100,0	100,0	

Y, por último, cuando hablamos de la distribución geográfica (Tabla 3.2.2.2.16) es Latinoamérica la que copa casi exclusivamente la apertura de filiales con un 88.2% de los casos. De hecho sólo se abren fuera de este continente dos filiales: una en África (en concreto en Mozambique) y otra en Europa (en las Antillas Holandesas), aunque ésta última es un paraíso fiscal, con lo que hablaremos de ello al tratar este apartado.

Tabla 3.2.2.2.16: continentes de seguimiento a los que entraron entre 1994/2013

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	1	5,9	5,9	5,9
4	1	5,9	5,9	11,8
5	15	88,2	88,2	100,0
Total	17	100,0	100,0	

3.2.2.2.4. Paraísos fiscales

Siguiendo los mismos motivos que teníamos para los primeros entrantes (estudiar las pautas de internacionalización de la Banca española para aquellos fines de internacionalización relacionados con la estrategia y el negocio, y no con otros como puedan ser los meramente impositivos), vamos a analizar si

varía mucho el panorama de expansión analizado anteriormente si excluimos de los países analizados aquellos con consideración de paraíso fiscal.

Si analizamos la frecuencia (Tabla 3.2.2.2.17) con la que aparece cada forma de entrada, vemos que no hay grandes diferencias.

Tabla 3.2.2.2.17: Frecuencia de las formas de entrada

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	311	61,8	61,8	61,8
2	133	26,4	26,4	88,3
3	59	11,7	11,7	100,0
Total	503	100,0	100,0	

El 61.8% de los actos de primera entrada en nuevos países se realiza con oficinas de representación, seguido de sucursales (26.4%) y en menor número de filiales (11.7%). Vemos que, respecto a los datos sin paraísos fiscales, aumentan algo las oficinas de representación mientras que disminuyen ligeramente las sucursales y las filiales.

Si hacemos un breve análisis de lo que ocurre con los seguidores de los que ya estaban instalados cuando comienza la serie, vemos que:

- En el caso de las oficinas de representación los únicos paraísos fiscales en los que alguna entidad sigue a otras ya hay instaladas en 1974 con esta forma de entrada son Líbano (Banco de Madrid, Banco Vizcaya y Banco Sabadell) y Panamá (Banco Sabadell). El eliminar estos registros no produce una variación importante ni en el comportamiento temporal ni en el de las entidades ni en el de los continentes.
- En el caso de las sucursales, ninguna entidad sigue a otras que ya hay instaladas en 1974 en paraísos fiscales con esta forma de entrada.
- En el caso de las filiales, los paraísos fiscales en los que alguna entidad sigue a otras que ya haya instaladas en 1993 con esta forma de entrada son: Bahamas (Banco Sabadell, BBV, Santander Central Hispano y BBVA), Andorra (Banco Sabadell y BBVA), Islas Channel (BBVA), Islas Cayman (BBV y BBVA) y Panamá (Argentaria, Banco Sabadell, Santander Central Hispano y BBVA). Esto no produce ninguna variación en la distribución temporal de las entradas. En lo que se refiere a las entidades, cambian su peso relativo, el Grupo Santander sube desde un 34% hasta un 39%, el grupo BBVA baja desde un 46% a un 41%, y el Banco de Sabadell unido al Atlántico bajan desde un 14.3% hasta un 11.7%; pero siguen siendo los tres actores principales. Y en lo que se refiere a la distribución geográfica, Europa permanece igual,

Latinoamérica sube desde un 39% hasta un 42%, y América del Norte baja desde un 16% hasta un 11.6%. También hay que señalar que, mientras que antes no destacaba ningún país, cuando quitamos los paraísos fiscales Uruguay (14%) y EE.UU. (11.6%) cobran importancia relativa respecto a los demás.

A continuación vamos a hacer nuestro análisis para los períodos en los que pudimos identificar qué bancos entran en nuevos países, es decir, el periodo 1975-2013 para oficinas de representación y sucursales, y 1993-2013 para filiales.

Oficinas de representación: período 1975/2013

En lo que se refiere a estos años la gran variación se da en que se produce un período sin actividad (1981/82 y desde 2009 a 2011) que antes sí eran activos. Si nos centramos en las entidades que siguen a las primeras que más oficinas de representación abren en nuevos países (Tabla 3.2.2.2.18), vemos que ahora desaparece del listado de entidades el Banco Vizcaya, el Banco Urquijo y Allfunds Bank. Destacan los bancos que forman el Grupo Santander que sube del 38% al 39.7% (2.1% Santander, 2.1% Banco Central, 2.1% Banco Hispano, 6.3% Banesto, 10.4% Banesto ya en Santander, 6.3% Central-Hispano, 8.3% Santander-Central-Hispano y un 2.1% Santander-Central-Hispano con Banesto); los bancos que forman el grupo BBVA, que sube desde un 28.7% a un 35.5% (6.3% Argentaria, 8.3% Exterior, 4.2% BBV y 16.7% BBVA); y el Banco Sabadell unido al Atlántico bajan un poco.

Tabla 3.2.2.2.18: entidades que siguen a las que entran entre 1975/2013 con oficinas de representación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	1	2,1	2,1	2,1
2	1	2,1	2,1	4,2
3	1	2,1	2,1	6,3
6	3	6,3	6,3	12,5
7	3	6,3	6,3	18,8
8	7	14,6	14,6	33,3
9	4	8,3	8,3	41,7
11	2	4,2	4,2	45,8
12	3	6,3	6,3	52,1
17	5	10,4	10,4	62,5
23	3	6,3	6,3	68,8
45	2	4,2	4,2	72,9

123	4	8,3	8,3	81,3
456	8	16,7	16,7	97,9
1237	1	2,1	2,1	100,0
Total	48	100,0	100,0	

En lo que se refiere a la localización de dichas entidades (Tabla 3.2.2.2.19), vemos que todas esas oficinas se abrieron en Asia (Hong-Kong, Singapur, Bahrein y Emiratos Árabes), que ahora pierde peso y se coloca en un 47.9% frente al 62% anterior. Esto hace ganar peso a Latinoamérica, que ahora alcanza un 35.4% frente al 25.8% anterior. También gana algo de peso África. En lo que se refiere a los países, esto hace que gane mucho más peso China (22.9%) y Rusia (18.8%), y que Ecuador se coloque también en una posición predominante (10.4%).

Tabla 3.2.2.2.19: continentes que siguen a los que entran entre 1975/2013 con oficinas de representación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	7	14,6	14,6	14,6
3	23	47,9	47,9	62,5
4	1	2,1	2,1	64,6
5	17	35,4	35,4	100,0
Total	48	100,0	100,0	

Sucursales: período 1975-2013

Cuando analizamos las sucursales nos encontramos con el caso en el que más pronunciado es el fenómeno de los paraísos fiscales. De las 34 entradas de nuevas entidades que se producen entre 1975/2013 en países en los que ya había instalada alguna entidad, sólo se quedan 6 entradas: dos en Angola (Banco Central-Hispano y Sabadell), tres en China (Argentaria, Santander-Central-Hispano y BBVA) y una en Uruguay (Banco Central-Hispano), el resto de registros correspondían todos a paraísos fiscales.

Así, entre 1975 y 2013 (Tabla 3.2.2.2.20) observamos que el año en el que tuvo lugar la mitad de las entradas fue 1999, seguido de 1991 (33.3%) y de 1998 (16.7%); el resto de años desaparecen.

Tabla 3.2.2.2.20: frecuencias años entre 1975/2013 para sucursales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1991	2	33,3	33,3	33,3
1998	1	16,7	16,7	50,0
1999	3	50,0	50,0	100,0
Total	6	100,0	100,0	

Si nos centramos en las entidades en ser las primeras que más oficinas de representación abren en nuevos países (Tabla 3.2.2.2.21), vemos que, de las 17 que había cuando estaban los paraísos fiscales, ahora quedan 5: Argentaria, Sabadell, Santander-Central-Hispano y BBVA (cada una de ella con 16.7%) y Central-Hispano (con un 33.3%). Con lo que el grupo Santander baja de un 59% a un 50%; el grupo BBVA sube de un 26.4% a un 33.3% y el Banco Sabadell triplica su peso relativo.

Tabla 3.2.2.2.21: entidades que siguen a las que entran entre 1975/2013 con sucursales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 6	1	16,7	16,7	16,7
8	1	16,7	16,7	33,3
23	2	33,3	33,3	66,7
123	1	16,7	16,7	83,3
456	1	16,7	16,7	100,0
Total	6	100,0	100,0	

En lo que se refiere a la localización de dichas entidades (Tabla 3.2.2.2.22) sigue destacando Asia, que sube de un 32.4% a un 50%, África, que sube de un 5.9% a un 33.3%, y Latinoamérica que sube de un 2.9% a un 16.7%. América del Norte y Europa desaparecen.

Tabla 3.2.2.2.22: continentes que siguen a los que entran entre 1975/2013 con sucursales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	2	33,3	33,3	33,3
3	3	50,0	50,0	83,3
5	1	16,7	16,7	100,0

Total	6	100,0	100,0
-------	---	-------	-------

Y sólo nos quedan tres países que son, por orden de importancia: China, Angola y Uruguay (Tabla 3.2.2.2.23).

Tabla 3.2.2.2.23: países que siguen a los que entran entre 1975/2013 con sucursales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 3	2	33,3	33,3	33,3
12	3	50,0	50,0	83,3
62	1	16,7	16,7	100,0
Total	6	100,0	100,0	

Filiales: período 1994/2013

En el caso de las filiales, entre 1994 y 2013 hay muy poca variación porque sólo entra una entidad (BBVA) en un paraíso fiscal (Antillas Holandesas). Las cuestiones más reseñables son las siguientes:

- Los bancos del grupo Santander (50%) ganan peso en relación con los del grupo BBVA (43.8%), mientras que antes estaban igualados en un 47% (Tabla 3.2.2.2.24).

Tabla 3.2.2.2.24: entidades que siguen a las que entran entre 1994/2013 con filiales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	2	12,5	12,5	12,5
8	1	6,3	6,3	18,8
45	1	6,3	6,3	25,0
123	6	37,5	37,5	62,5
456	6	37,5	37,5	100,0
Total	16	100,0	100,0	

- Europa desaparece de la muestra y, salvo por una filial que abre el BBVA en Mozambique, todas las entradas se producen en Latinoamérica (Tabla 3.2.2.2.25).

Tabla 3.2.2.2.25: continentes que siguen a los que entran entre 1994/2013 con filiales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	1	6,3	6,3	6,3
5	15	93,8	93,8	100,0
Total	16	100,0	100,0	

- Entre los países gana una gran preponderancia Brasil, que ahora agrupa el 25% de los casos (Tabla 3.2.2.2.26).

Tabla 3.2.2.2.26: países que siguen a los que entran entre 1994/2013 con filiales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 6	1	6,3	6,3	6,3
46	1	6,3	6,3	12,5
47	4	25,0	25,0	37,5
49	3	18,8	18,8	56,3
57	3	18,8	18,8	75,0
60	2	12,5	12,5	87,5
63	2	12,5	12,5	100,0
Total	16	100,0	100,0	

RESUMEN

A modo de resumen, se muestra la tabla del Anexo 5 con todas las conclusiones vistas hasta ahora. Podemos resaltar que:

- En cualquiera de las formas de entrada, los bancos que entraron mayoritariamente en los países en los que ya estaban instalados otros bancos cuando comienza la serie (1974 para formas 1 y 2 y 1993 para forma 3) fueron: Santander y todos los que terminan formado parte de su grupo (Central, Hispano, Central-Hispano, Banesto y Santander-Central-Hispano), todos los que terminan formado el BBVA (Bilbao, Vizcaya, Argentaria, Exterior, BBV y BBVA), Banco de Sabadell, Popular y Atlántico (estos dos últimos en menor medida). Aquí no hacemos diferencias entre paraísos fiscales y no.

- Si nos vamos a los años posteriores (1975/2013 para formas 1 y 2 y 1994/2013 para forma 3) las conclusiones son las mismas: los bancos que terminan formando parte del grupo Santander (y este Banco en sí) son los que lideran la entrada de la banca española en los países en los que se había entrado por primera vez en este período (1975/2013 para formas 1 y 2 y 1993/2013 para forma 3), seguidos de los que terminan formando el BBVA, el Banco Sabadell, el Popular y el Atlántico. La eliminación de paraísos fiscales incrementa el peso del grupo Santander, salvo para la forma 2; también del BBVA, salvo para la forma 3; del Banco Sabadell, salvo para la forma 1; hace aparecer al Banco Exterior y convierte en insignificante la participación del Banco Atlántico y Banco Popular.
- En cualquiera de las formas de entrada, los continentes de destino en los que los bancos mayoritariamente siguen a otros bancos que estaban cuando comienza la serie (1974 para formas 1 y 2 y 1993 para forma 3) fueron: Europa, Latinoamérica y América del Norte, y en ese orden, salvo para las oficinas de representación que son Latinoamérica, Europa y Asia.
- Si nos vamos a los años posteriores (1975/2013 para formas 1 y 2 y 1994/2013 para forma 3), los continentes que mayoritariamente se eligen como destino son: para las oficinas de representación Asia y Latinoamérica, en ese orden, aunque la desaparición de los paraísos fiscales hace que sus participaciones relativas se acerquen; para las sucursales Latinoamérica y Asia, por ese orden, aunque con la supresión de los paraísos fiscales Asia sube al primer lugar con la mitad de las sucursales y África sube al 33%, con lo que Latinoamérica pasa a tener un peso pequeño; para las filiales Latinoamérica es la que prácticamente copa la expansión, fenómeno que se amplifica con la supresión de los paraísos fiscales.

3.2.2.3.- Estudio sobre los bancos protagonistas del proceso

Si analizamos los Anexos 4 y 5 vemos que, en cualquiera de las formas, hay una serie de entidades que son protagonistas del proceso de internacionalización de la Banca española. Por ello, para el análisis que pretendemos hacer vamos a centrarnos sobre esas entidades. Para justificar esta cuestión tenemos que decir varias cosas:

- Bancotrans aparece en el Anexo 4, donde se recogen los bancos que, teniendo una participación significativa en el proceso, ya estaban en el principio de la serie y los que son primeros entrantes en nuevos países. Bancotrans es comprado en 1989 por Deutsche Bank, que no forma parte de nuestro listado de bancos (Anexo 1), ya que no es español. No obstante, es obvio que es un banco que tenía importancia en los primeros años objeto de estudio. Por ello, aunque no formará parte del

conjunto de bancos con los que haremos el análisis para contrastar nuestras hipótesis, sí que vamos a conservar sus datos y a calcular todas las variables para esta entidad, ya que en su momento veremos qué comportamiento tuvo este banco en relación con dichas variables.

- Hay otra serie de bancos que formaban parte del tejido financiero español en 1974 pero que después o bien desaparecen, o son adquiridos por otros, o dejan de actuar en el extranjero. Además, este grupo de bancos no aparecen en los resultados de nuestro análisis previo porque no tuvieron en ningún momento una participación significativa. Por ello, también los vamos a eliminar.
- Aparte de los que ya hemos dicho que han formado grupos con el Santander, BBVA y Sabadell, hay otra serie de bancos que tuvieron también una participación residual en ese proceso pero que terminaron siendo adquiridos o creados por alguna de las entidades que sí han tenido un peso significativo: Bankinter, Banco de Granada, Banco de Jerez, Banco de Vitoria, Banco Ibérico, Banco Coca, Banco de Crédito e Inversiones y Banco Hispano Industrial, por algún banco de los que se unieron para formar el actual grupo Santander; Exterior, Banca Catalana, Banco Industrial de Cataluña, Banco Industrial del Sur y Banco de Crédito Local, por algún banco de los que se unieron para formar el actual BBVA; Urquijo, Herrero, Banco de Asturias, Guipuzcoano, Banco Gallego y Banco Natwest España, por el Banco Sabadell; y Banco Pastor por el Banco Popular. Estos bancos sí los vamos a incluir en el conjunto de entidades con el que trabajaremos, ya que una cuestión que queda por abordar es si la forma de crecimiento de las entidades en el extranjero está relacionada con la adquisición de entidades ya instaladas en otros países.

Hechas estas puntualizaciones, el conjunto de entidades con el que vamos a trabajar estará formado por los siguientes bancos (que se muestran en el Anexo 6 recodificados una vez eliminados los demás):

- Pertenecientes al grupo Santander: Santander, Bankinter, Central, Hispano, Central-Hispano, Banesto (tanto cuando era independiente como cuando pasó a formar parte del grupo), Santander-Central-Hispano (SCH) y el anterior con Banesto mientras este último aún conservaba su marca, Banco de Granada, Banco de Jerez, Banco de Vitoria, Banco Ibérico, Banco Coca, Banco de Crédito e Inversiones y Banco Hispano Industrial.
- Pertenecientes al BBVA: Bilbao, Vizcaya, Exterior, Argentaria, BBV, BBVA, Banca Catalana, Banco Industrial de Cataluña, Banco Industrial del Sur y Banco de Crédito Local.

- Relacionados con el Banco Sabadell: Sabadell, Atlántico, Urquijo, Herrero, Banco de Asturias, Guipuzcoano, Banco Gallego y Banco Natwest España.
- Relacionados con el Banco Popular: Popular y Pastor.

Hemos pasado a analizar qué porcentaje de los actos de internacionalización de los que nos muestran las series de la AEB, y que ya hemos descrito, conservamos al trabajar con estas 35 entidades, y el resultado se muestra en la Tabla 3.2.2.3.1.

Tabla 3.2.2.3.1: datos conservados de la base de datos original

	FORMA	PERÍODO	%
Nuevos entrantes	Forma 1	Estaban en 1974	82%
		Entran en 1975/2013	89%
	Forma 2	Estaban en 1974	73%
		Entran en 1975/2013	90%
	Forma 3	Estaban en 1993	100%
		Entran en 1994/2013	100%
Seguidores	Forma 1	De los que estaban en 1974	87.5%
		De los que entran en 1975/2013	98.5%
	Forma 2	De los que estaban en 1974	91%
		De los que entran en 1975/2013	97%
	Forma 3	De los que estaban en 1993	100%
		De los que entran en 1994/2013	100%

En general, vemos que el porcentaje es muy alto. Por ello, damos por buenas este grupo de entidades para extraer conclusiones sobre el proceso de internacionalización de la banca española. Dicho esto, vamos a repetir el análisis descriptivo que hemos hecho previamente con el estudio general sólo con dichas entidades.

También hemos recodificado los países (Anexo 7 para tenerlos ordenados por continentes).

3.2.3.1.- Oficinas de representación

Primeros entrantes

En este caso, como anteriormente, la mayoría (81.2%) de las oficinas de representación ya estaban abiertas cuando comienza la serie.

Para el primer año de la serie (1974) son Banesto, seguido de Santander, los bancos que más representación tienen de manera individual (Tabla 3.2.2.3.2). Si analizamos los datos como grupos, la representación es la siguiente de

mayor a menor: Santander (52.7%), BBVA (16.2%), Popular (13.4%) y Sabadell (6.3%).

Tabla 3.2.2.3.2. Entidades instaladas en el extranjero en 1974 con oficinas de representación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	14	12,5	12,5	12,5
3	20	17,9	17,9	30,4
5	6	5,4	5,4	35,7
6	11	9,8	9,8	45,5
10	1	,9	,9	46,4
12	7	6,3	6,3	52,7
18	3	2,7	2,7	55,4
19	3	2,7	2,7	58,0
21	7	6,3	6,3	64,3
22	2	1,8	1,8	66,1
23	3	2,7	2,7	68,8
29	7	6,3	6,3	75,0
34	9	8,0	8,0	83,0
35	6	5,4	5,4	88,4
36	13	11,6	11,6	100,0
Total	112	100,0	100,0	

Respecto a la localización de esas oficinas de representación (Tabla 3.2.2.3.3), en 1974 estaban mayoritariamente en Latinoamérica (sobre todo en Argentina, México y Venezuela) y en Europa (mayoritariamente en Alemania y Francia).

Tabla 3.2.2.3.3. Continentes de internacionalización en 1974 con oficinas de representación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	1	,9	,9	,9
2	10	8,9	8,9	9,8
3	10	8,9	8,9	18,8
4	33	29,5	29,5	48,2
5	57	50,9	50,9	99,1

6	1	,9	,9	100,0
Total	112	100,0	100,0	

De esas oficinas sólo cuatro estaban en paraísos fiscales. Tres en Líbano (Hispano, Atlántico y Bancotrans) y una en Panamá (Banesto). Esto hace que cuando los quitamos los porcentajes siguen siendo muy parecidos.

Si analizamos el resto de años para ver qué entidades fueron primeros entrantes en nuevos países, podemos observar (Tabla 3.2.2.3.4) que el primer lugar lo ocupa el Banco Exterior, seguido del Santander y del Banco Atlántico. Si analizamos por grupos queda mucho más igualado que antes, estando el Santander (34.6%), el BBVA (30.7%) y el Sabadell (26.9%).

Tabla 3.2.2.3.4. Entidades instaladas en el extranjero en 1975/2013 con oficinas de representación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	4	15,4	15,4	15,4
2	1	3,8	3,8	19,2
3	1	3,8	3,8	23,1
5	1	3,8	3,8	26,9
6	2	7,7	7,7	34,6
16	1	3,8	3,8	38,5
17	2	7,7	7,7	46,2
21	5	19,2	19,2	65,4
26	2	7,7	7,7	73,1
29	4	15,4	15,4	88,5
30	1	3,8	3,8	92,3
34	1	3,8	3,8	96,2
36	1	3,8	3,8	100,0
Total	26	100,0	100,0	

Respecto a localizaciones (Tabla 3.2.2.3.5), en este período es Asia quien toma el primer lugar (42.3%) seguida de Latinoamérica (30.8%).

Tabla 3.2.2.3.5. Continentes de internacionalización en 1975/2013 con oficinas de representación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	4	15,4	15,4	15,4
3	11	42,3	42,3	57,7
4	3	11,5	11,5	69,2
5	8	30,8	30,8	100,0
Total	26	100,0	100,0	

Como cuatro de las oficinas estaban en paraísos fiscales (una en Hong-Kong del Hispano, otra en Bahrein del Exterior, otra en Singapur del Exterior y otra en Emiratos Árabes del Urquijo), al quitarlos de la muestra los grupos BBVA y Sabadell se igualan con un 27.3% de la representación y sube el porcentaje del grupo Santander (36.4%). Igualmente, baja la importancia de Asia (31.8%) y sube la de Latinoamérica a un 36.4%, situándose ésta en primer lugar.

Seguidores

Cuando analizamos en la muestra quién sigue a los que ya estaban como primeros entrantes en los países, vemos que para las oficinas de representación:

- hay dos años (1991 y 1999) en los que se producen más aperturas de oficinas que en el resto. Además, en 1999 ya estaban abiertas el 90% de las oficinas de los seguidores.
- El banco que destaca en solitario es el Sabadell (Tabla 3.2.2.3.6). No obstante, si lo analizamos por grupos, es el Santander (40.6%) el que más destaca, seguido del BBVA (30.9%) y del Sabadell (23%).

Tabla 3.2.2.3.6. Entidades seguidores a las ya instaladas en toda la serie con oficinas de representación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	10	3,4	3,4	3,4
2	34	11,4	11,4	14,8
3	13	4,4	4,4	19,1
4	16	5,4	5,4	24,5
5	9	3,0	3,0	27,5
6	9	3,0	3,0	30,5
7	24	8,1	8,1	38,6
9	1	,3	,3	38,9
11	1	,3	,3	39,3

12	1	,3	,3	39,6
13	1	,3	,3	39,9
14	1	,3	,3	40,3
15	1	,3	,3	40,6
16	21	7,0	7,0	47,7
17	27	9,1	9,1	56,7
18	10	3,4	3,4	60,1
19	10	3,4	3,4	63,4
20	9	3,0	3,0	66,4
21	12	4,0	4,0	70,5
22	2	,7	,7	71,1
24	1	,3	,3	71,5
26	37	12,4	12,4	83,9
27	2	,7	,7	84,6
28	2	,7	,7	85,2
29	10	3,4	3,4	88,6
30	13	4,4	4,4	93,0
32	2	,7	,7	93,6
33	2	,7	,7	94,3
34	12	4,0	4,0	98,3
35	3	1,0	1,0	99,3
36	2	,7	,7	100,0
Total	298	100,0	100,0	

- El continente donde se produce más seguimiento a otras entidades bancarias es Latinoamérica (41.6%), seguido de Europa y Asia en posiciones casi igualadas (Tabla 3.2.2.3.7).

Tabla 3.2.2.3.7. Continentes de seguimiento a los ya instalados en toda la serie con oficinas de representación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	11	3,7	3,7	3,7
2	8	2,7	2,7	6,4
3	71	23,8	23,8	30,2
4	80	26,8	26,8	57,0
5	124	41,6	41,6	98,7

6	4	1,3	1,3	100,0
Total	298	100,0	100,0	

Si analizamos de este grupo el comportamiento de los que siguen a los que ya estaban instalados en 1974, vemos que, como ocurría en el grupo general, destacan 1991 y 1999 y este último año ya estaban instaladas el 93% de las oficinas de representación de los seguidores. También sigue destacando el Sabadell y los porcentajes de los grupos son prácticamente iguales. Sin embargo, la distribución territorial cambia, ya que aunque Latinoamérica sigue siendo aún más preferida (45.9%), Europa con un 33.9% le toma ventaja a Asia, que baja a un 13.3%.

Además, dado que si hablamos de paraísos fiscales sólo se abren oficinas de dos entidades (Vizcaya y Sabadell) en Líbano y de una (Sabadell) en Panamá, prácticamente nada cambia en los seguidores de los que estaban instalados en 1974 cuando quitamos dichos países.

Si, por su parte, pasamos a analizar a los que siguen a las entidades que abrieron oficinas de representación en nuevos países entre 1975 y 2013, cambia un poco lo que se refiere a los años de expansión. Ahora son 1990, 1997 y 1999 los que destacan, y en este último año estaban instaladas el 81.5% de las oficinas. No hay grandes cambios respecto al comportamiento de las entidades respecto a los dos casos anteriores, aunque el grupo BBVA baja al 24.6% de representación. Lo que sí cambia radicalmente son las zonas de expansión, ahora es Asia la que se lleva el 61.5% (con una mayoritaria participación de China y Rusia) de las oficinas de representación de las nuevas entidades que se instalan en los países, y le sigue Latinoamérica pero con un 26.2%.

Pero esto cambia bastante si se quitan los paraísos fiscales. En este período 8 entidades abren oficinas de representación en Hong-Kong (Urquijo, Vizcaya, BBV, Banesto, Sabadell, Atlántico, Santander y Popular, por ese orden cronológico), 6 entidades abren oficinas de representación en Singapur (Atlántico, Sabadell, Santander, Central-Hispano, SCH y Popular, por ese orden cronológico) y 3 entidades abren oficinas de representación en Emiratos Árabes (Sabadell, Popular y SCH, por ese orden cronológico). Esto produce dos tipos de cambios:

- En lo que se refiere a las entidades, ahora ya no es el Sabadell, sino el BBVA el que lidera la apertura de oficinas junto con el SCH. Y por grupos, el grupo Santander es el mayoritario, con un 45.8% de las aperturas de oficinas, seguido del grupo BBVA, con un 29.2% y por el grupo Sabadell, con un 20.8%.
- Territorialmente, aunque Asia sigue siendo el principal continente de destino, baja hasta un 47.9%, mientras que Latinoamérica sube hasta un

35.4%. Esto hace que África avance posiciones hasta conseguir un 14.6%.

3.2.2.3.2.- Sucursales

Primeros entrantes

En este caso, como anteriormente, la mayoría (67%) de las sucursales ya estaban abiertas cuando comienza la serie.

Para el primer año de la serie (1974) es el Santander el banco que más representación tiene de manera individual (Tabla 3.2.2.3.8). Si analizamos los datos como grupos, la representación es la siguiente de mayor a menor: Santander (34.3%), Popular (22.4%), BBVA (15%) y Sabadell (10.4%).

Tabla 3.2.2.3.8. Entidades instaladas en el extranjero en 1974 con sucursales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	14	20,9	20,9	20,9
10	1	1,5	1,5	22,4
12	7	10,4	10,4	32,8
13	1	1,5	1,5	34,3
18	4	6,0	6,0	40,3
19	1	1,5	1,5	41,8
22	2	3,0	3,0	44,8
23	3	4,5	4,5	49,3
29	7	10,4	10,4	59,7
34	9	13,4	13,4	73,1
35	6	9,0	9,0	82,1
36	12	17,9	17,9	100,0
Total	67	100,0	100,0	

Respecto a la localización de esas oficinas de representación (Tabla 3.2.2.3.9), en 1974 estaban mayoritariamente en Latinoamérica y en Europa.

Tabla 3.2.2.3.9. Continentes de internacionalización en 1974 con sucursales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 2	4	6,0	6,0	6,0

3	7	10,4	10,4	16,4
4	26	38,8	38,8	55,2
5	30	44,8	44,8	100,0
Total	67	100,0	100,0	

De esas sucursales sólo dos estaban en un paraíso fiscal, Líbano (Atlántico y Bancotrans). Esto hace que cuando quitamos este país los porcentajes son prácticamente iguales.

Si analizamos el resto de años lo primero que observamos (Tabla 3.2.2.3.10) es que hay tres períodos (1979/1981, 1987/1995 y 1998/2008) en los que hay muchos años seguidos en los que ninguna entidad abre sucursales en nuevos países.

Tabla 3.2.2.3.10: Frecuencia años para 1975/2013 con sucursales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1976	2	11,1	11,1	11,1
1978	5	27,8	27,8	38,9
1982	1	5,6	5,6	44,4
1986	2	11,1	11,1	55,6
1996	1	5,6	5,6	61,1
1997	3	16,7	16,7	77,8
2009	1	5,6	5,6	83,3
2011	2	11,1	11,1	94,4
2012	1	5,6	5,6	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Para ver qué entidades fueron primeros entrantes en nuevos países, podemos observar (Tabla 3.2.2.3.11) que de manera individual no destaca ningún banco. Si analizamos por grupos el Santander vuelve a situarse en primer lugar (39%), seguido del el BBVA (38.9%) y del Sabadell (22.3%). El grupo Popular desaparece.

Tabla 3.2.2.3.11. Entidades instaladas en el extranjero en 1975/2013 con sucursales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	1	5,6	5,6	5,6
2	1	5,6	5,6	11,1
5	1	5,6	5,6	16,7
6	2	11,1	11,1	27,8
7	1	5,6	5,6	33,3
8	1	5,6	5,6	38,9
17	2	11,1	11,1	50,0
18	1	5,6	5,6	55,6
19	2	11,1	11,1	66,7
21	2	11,1	11,1	77,8
26	1	5,6	5,6	83,3
30	3	16,7	16,7	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Respecto a localizaciones (Tabla 3.2.2.3.12), en este período es Asia quien toma el primer lugar (44.4%) seguida de Latinoamérica (22.2%).

Tabla 3.2.2.3.12. Continentes de internacionalización en 1975/2013 con sucursales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	2	11,1	11,1	11,1
2	1	5,6	5,6	16,7
3	8	44,4	44,4	61,1
4	4	22,2	22,2	83,3
5	2	11,1	11,1	94,4
6	1	5,6	5,6	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Como ocho de las entidades abren sucursales en paraísos fiscales (una en Emiratos Árabes del Urquijo, otra en Bahamas del Vizcaya, otra en Bahrein del Vizcaya, otra en Singapur del Urquijo, dos en Islas Cayman, una del Hispano y otra del Urquijo, otra en Hong-Kong del Exterior y otra en Gibraltar del Hispano), al quitarlos de la muestra:

- Cambian los períodos sin aperturas de sucursales, que ahora son: 1977/1981, 1983/1995 y 1998/2008.
- Desaparecen de la muestra el Banco Hispano, el Banco Vizcaya y el Banco Urquijo, con lo que sube el porcentaje del grupo Santander hasta el 50%, el grupo BBVA se mantiene en el 40% y baja el del grupo Sabadell hasta el 10%.
- Los porcentajes de representación en los continentes se mantienen prácticamente igual.

Seguidores

Cuando analizamos en la muestra quién sigue a los que ya estaban como primeros entrantes en los países, vemos que para las oficinas de representación:

- Hay tres años (1975, 1991 y 1999) en los que se producen más aperturas de sucursales que en el resto. Además, en 1999 ya estaban abiertas el 92.6% de las sucursales de los seguidores.
- El banco que destaca en solitario es el SCH. Además, si analizamos por grupos es el Santander (54.1%) el que más destaca, seguido del BBVA (33.7%) y del Sabadell (9.5%).
- El continente donde se produce más seguimiento a otras entidades bancarias es Europa (59.5%), seguido de América, Latinoamérica y Asia en posiciones casi igualadas.

Cuando analizamos en la muestra quién sigue a los que ya estaban como primeros entrantes en los países en 1974, vemos que para las sucursales:

- Hay tres años (1975, 1991 y 1999) en los que se producen más aperturas de sucursales que en el resto, seguidas muy de cerca por 1975. Además, en 1999 ya estaban abiertas el 92.2% de las sucursales de los seguidores.
- El banco que destaca algo en solitario (Tabla 3.2.2.3.13) es el SCH. Si analizamos por grupos es el Santander (52.2%) el que tiene más de la mitad de apertura de sucursales en países donde ya había entidades, seguido del BBVA (34.8%) y del Sabadell (9.5%). El grupo Popular apenas alcanza un 3.5%.

Tabla 3.2.2.3.13. Entidades seguidores a las ya instaladas en 1974 con sucursales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	5	4,3	4,3	4,3
2	13	11,3	11,3	15,7

3	7	6,1	6,1	21,7
4	7	6,1	6,1	27,8
5	11	9,6	9,6	37,4
6	6	5,2	5,2	42,6
7	9	7,8	7,8	50,4
10	2	1,7	1,7	52,2
16	9	7,8	7,8	60,0
17	10	8,7	8,7	68,7
18	3	2,6	2,6	71,3
19	4	3,5	3,5	74,8
20	5	4,3	4,3	79,1
21	8	7,0	7,0	86,1
25	1	,9	,9	87,0
26	4	3,5	3,5	90,4
29	2	1,7	1,7	92,2
30	4	3,5	3,5	95,7
31	1	,9	,9	96,5
34	1	,9	,9	97,4
35	3	2,6	2,6	100,0
Total	115	100,0	100,0	

- El continente donde se produce más seguimiento a otras entidades bancarias es, con diferencia, Europa (63.5%), seguido por igual de Latinoamérica (15.7%) y de América del Norte (14.8%) (Tabla 3.2.2.3.14). África no está en la muestra.

Tabla 3.2.2.3.14. Continentes de seguimiento a los ya instalados en 1974 con sucursales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 2	17	14,8	14,8	14,8
3	7	6,1	6,1	20,9
4	73	63,5	63,5	84,3
5	18	15,7	15,7	100,0
Total	115	100,0	100,0	

Además, ninguna entidad abre en paraísos fiscales sucursales de seguidores de las que estaban instaladas en 1974.

Si, por su parte, pasamos a analizar a los que siguen a las entidades que abrieron sucursales en nuevos países entre 1975 y 2013, ahora hay alguna variante en lo que se refiere a los años de expansión. Siguen siendo 1991 y 1999 los que destacan, y en este último año estaban instaladas el 93.9% de las sucursales; pero lo que más destaca son los períodos (1975/1979, 1982/1986, 2001/2005 y 2007/2013) que aparecen sin ninguna entidad siga en la apertura de sucursales a los que se instalaron entre 1975/2013. No hay grandes cambios en el comportamiento de las entidades respecto a los dos casos anteriores, salvo un trasvase de porcentajes entre el grupo BBVA, que baja al 30.3%, y el grupo Santander, que sube al 60.6%. Lo que sí cambia son las zonas de expansión ya que, aunque Europa se mantiene en primer lugar pero con porcentaje bastante menor (45.5%), ahora es Asia la que le sigue con un 33.3%, dejando a Latinoamérica en último lugar con un 3%, por detrás de América del Norte (12.1%) y de África (6.1%).

Pero este panorama simplemente desaparece si eliminamos los paraísos fiscales de la muestra, ya que nos quedamos prácticamente sin nada al pasar de 33 aperturas de sucursales en países en los que ya entraron entidades entre 1975/2013 a 6. En la Tabla 3.2.2.3.15 se muestran que entidades seguidoras abrieron sucursales en paraísos fiscales en este período.

Tabla 3.2.2.3.15. Entidades seguidoras a las ya instaladas en 1975-2013 con sucursales en paraísos fiscales.

CONTINENTE	PAIS	AÑO	ENTIDAD
AMÉRICA	BAHAMAS	1981	SANTANDER
		1988	BBV
		1999	BBVA
		2000	SCH
ASIA	HONG-KONG	1988	SANTANDER
		1989	HISPANOAMERICANO
			BANESTO
		1991	CENTRAL-HISPANO
	1995	S-BANESTO	
	SINGAPUR	1994	SANTANDER
		1999	SCH
2006		BBVA	
EUROPA	I. CAYMAN	1980	B. BILBAO
			B. IND. CAT.
			EXTERIOR
			ATLÁNTICO
		1988	BBV
		1989	BANESTO

<i>GIBRALTAR</i>	1991	CENTRAL-HISPANO
	1994	S-BANESTO
	1998	SABADELL
	1999	SCH
		BBVA
	1987	BANCO CENTRAL
	1989	BANESTO
	1991	CENTRAL-HISPANO

Esto casi desvirtúa este análisis (sólo nos quedan 6 actos de seguimiento) y produce los siguientes cambios:

- Sólo se abren sucursales de seguidores en 1991 (33.3%), en 1998 y en 1999 (50%).
- En lo que se refiere a las entidades, la participación relativa de los tres grupos se mantiene estable.
- Territorialmente, Asia sigue siendo el principal continente de destino y sube hasta el 50% de las aperturas, le sigue África, que ahora tiene el 33.3% y en último lugar está Latinoamérica con un 16.7%.

3.2.2.3.3.- Filiales

Primeros entrantes

En este caso, como anteriormente, la mayoría (70.2%) de las filiales ya estaban abiertas cuando comienza la serie.

Para el primer año de la serie (1993) es el Santander el banco que más representación tiene de manera individual (Tabla 3.2.2.3.16). Si analizamos los datos como grupos, la representación es la siguiente de mayor a menor: Santander (45%), BBVA (42.5%), Sabadell (10%) y Popular (2.5%).

Tabla 3.2.2.3.16. Entidades instaladas en el extranjero en 1993 con filiales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	10	25,0	25,0	25,0
7	8	20,0	20,0	45,0
16	9	22,5	22,5	67,5
21	8	20,0	20,0	87,5
29	3	7,5	7,5	95,0
30	1	2,5	2,5	97,5

34	1	2,5	2,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Respecto a la localización de esas filiales (Tabla 3.2.2.3.17), en 1993 estaban mayoritariamente en Europa y en Latinoamérica.

Tabla 3.2.2.3.17. Continentes de internacionalización en 1974 con filiales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	2	5,0	5,0	5,0
2	6	15,0	15,0	20,0
4	17	42,5	42,5	62,5
5	15	37,5	37,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

De esas filiales, 13 corresponden a entidades que estaban instaladas en 1993 en paraísos fiscales y que se muestran en la Tabla 3.2.2.3.18.

Tabla 3.2.2.3.18. Entidades ya instaladas en 1993 con filiales en paraísos fiscales

CONTINENTE	PAIS	ENTIDAD
AMÉRICA	BAHAMAS	SANTANDER
		ATLÁNTICO
EUROPA	ANDORRA	BBV
	ISLAS CHANEL	SANTANDER
		BBV
	ISLAS CAIMÁN	URQUIJO
	GIBRALTAR	ATLÁNTICO
CENTRAL-HISPANO		
BBV		
LAM	PANAMÁ	EXTERIOR
		ATLÁNTICO
		CENTRAL-HISPANO
		BBV

Cuando quitamos todas esas filiales de la muestra, la primera consecuencia es que las entidades del grupo Sabadell desaparecen, aumentando la representación tanto del grupo Santander como del grupo BBVA. La segunda es que Latinoamérica (40.7%) se pone por delante de Europa (37%).

Si analizamos el resto de años lo primero que observamos (Tabla 3.2.2.3.19) es que hay un período (2004/2012) en el que ninguna entidad abre filiales en nuevos países.

Tabla 3.2.2.3.19: Frecuencia años para 1993/2013 con filiales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1995	3	17,6	17,6	17,6
1996	1	5,9	5,9	23,5
1997	4	23,5	23,5	47,1
1998	1	5,9	5,9	52,9
1999	2	11,8	11,8	64,7
2001	1	5,9	5,9	70,6
2002	1	5,9	5,9	76,5
2003	3	17,6	17,6	94,1
2013	1	5,9	5,9	100,0
Total	17	100,0	100,0	

Para ver qué entidades fueron primeros entrantes en nuevos países, podemos observar (Tabla 3.2.2.3.20) que de manera individual destaca el SCH. Si analizamos por grupos el Santander vuelve a situarse en primer lugar (64.7%), seguido del el BBVA (29.4%) y del Sabadell (5.9%). El grupo Popular desaparece.

Tabla 3.2.2.3.20. Entidades instaladas en el extranjero en 1993/2013 con filiales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	3	17,6	17,6	17,6
2	6	35,3	35,3	52,9
7	1	5,9	5,9	58,8
8	1	5,9	5,9	64,7
16	5	29,4	29,4	94,1
29	1	5,9	5,9	100,0

Total	17	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Respecto a localizaciones (Tabla 3.2.2.3.21), en este período es Latinoamérica quien toma el primer lugar (47.1%) seguida de Europa (29.4%).

Tabla 3.2.2.3.21. Continentes de internacionalización en 1993/2013 con filiales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	3	17,6	17,6	17,6
3	1	5,9	5,9	23,5
4	5	29,4	29,4	52,9
5	8	47,1	47,1	100,0
Total	17	100,0	100,0	

Como sólo se abren dos filiales de las entidades en paraísos fiscales (una en las Antillas Holandesas del BBV y otra en Luxemburgo de Bankinter), al quitarlos de la muestra no hay apenas cambios significativos:

- El período sin aperturas de filiales se amplía a 2004/2013.
- La representación de las entidades se mantiene bastante constante
- Latinoamérica sigue en primer lugar y sube su representación al 53.3% y Europa y África se igualan con un 20% cada una.

Seguidores

Cuando analizamos los seguidores vemos que para las filiales:

- El año 1999 es en el que se produce más aperturas de filiales que en el resto. En ese año ya estaban abiertas el 83.6% de las filiales de los seguidores.
- Destacan en solitario los bancos BBVA y SCH (Tabla 3.2.2.3.22). Si analizamos por grupos es el BBVA (46.6%) el que tiene más de la mitad de apertura de filiales en países donde ya había entidades, seguido del Santander (37%) y del Sabadell (13.7%). El grupo Popular apenas alcanza un 2.7%.

Tabla 3.2.2.3.22. Entidades seguidores a las ya instaladas en toda la serie con filiales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
--	------------	------------	-------------------	----------------------

Válido	1	3	4,1	4,1	4,1
	2	19	26,0	26,0	30,1
	4	3	4,1	4,1	34,2
	7	2	2,7	2,7	37,0
	16	7	9,6	9,6	46,6
	17	22	30,1	30,1	76,7
	20	5	6,8	6,8	83,6
	26	6	8,2	8,2	91,8
	29	3	4,1	4,1	95,9
	30	1	1,4	1,4	97,3
	34	2	2,7	2,7	100,0
Total		73	100,0	100,0	

- El continente donde se produce más de la mitad del seguimiento a otras entidades bancarias es Latinoamérica (50.7%), seguido por Europa (31.5%) y, ya más lejos, de América del Norte (12.3%) (Tabla 3.2.2.3.23).

Tabla 3.2.2.3.23. Continentes de seguimiento a los ya instalados en toda la serie con filiales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1	4	5,5	5,5
	2	9	12,3	17,8
	4	23	31,5	49,3
	5	37	50,7	100,0
Total		73	100,0	

Si analizamos de este grupo el comportamiento de los que siguen a los que ya estaban instalados en 1993, vemos que respecto a los años pasa lo mismo que en el grupo general, destaca 1999 (48.2% de las aperturas) y este año ya estaban instaladas el 82.1% de las filiales de los seguidores. El comportamiento de los grupos de entidades es prácticamente similar. Y en la distribución territorial hay que señalar que se igualan Latinoamérica y Europa con un 39.3% cada una.

Como se muestra en la tabla 3.2.2.3.24, varias entidades abren filiales en paraísos fiscales donde son seguidoras de entidades que estaban instaladas en 1993.

Tabla 3.2.2.3.24. Entidades seguidoras de las ya instaladas en 1993 con filiales en paraísos fiscales

CONTINENTE	PAIS	AÑO	ENTIDAD
AMÉRICA	BAHAMAS	2004	SABADELL
		1997	BBV
		1999	SCH
			BBVA
EUROPA	ANDORRA	2000	SABADELL
		1999	BBVA
	CHANNEL ISLAND	1999	BBVA
	ISLAS CAYMAN	1996	BBV
		1999	BBVA
LAM	PANAMÁ	1998	ARGENTARIA
		2004	SABADELL
		1999	SCH
			BBVA

Pero, si eliminamos esos datos de la muestra, los datos de participación relativa tanto en años, como en entidades, como en territorio no varía apenas.

Si, por su parte, pasamos a analizar a los que siguen a las entidades que abrieron filiales en nuevos países entre 1993 y 2013, lo más reseñable (Tabla 3.2.2.3.25) es que sólo se abren filiales en el período 1997/99 y en los años 2004 y 2012. Sólo en 1999 se abren el 70.6% de las filiales.

Tabla 3.2.2.3.25. Frecuencia años para seguidores de los que entran entre 1994/2013 con forma 3

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1997	2	11,8	11,8	11,8
1998	1	5,9	5,9	17,6
1999	12	70,6	70,6	88,2
2004	1	5,9	5,9	94,1
2012	1	5,9	5,9	100,0
Total	17	100,0	100,0	

Respecto a las entidades (Tabla 3.2.2.3.26), aunque el BBVA destaca de forma individual con un 41.2%, en lo referente a los grupos se igualan Santander y BBVA. El Popular desaparece.

Tabla 3.2.2.3.26. Entidades seguidoras a las que se instalan en 1994/2013 con filiales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	2	11,8	11,8	11,8
2	6	35,3	35,3	47,1
16	1	5,9	5,9	52,9
17	7	41,2	41,2	94,1
26	1	5,9	5,9	100,0
Total	17	100,0	100,0	

Y en lo referente a las zonas de expansión (Tabla 3.2.2.3.27) desaparece América del Norte y Latinoamérica lo ocupa prácticamente todo con un 88.2% de los casos.

Tabla 3.2.2.3.27. Continentes de seguimiento a las que se instalan en 1994/2013 con filiales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	1	5,9	5,9	5,9
4	1	5,9	5,9	11,8
5	15	88,2	88,2	100,0
Total	17	100,0	100,0	

Como sólo hay una entidad (BBVA en concreto) que instala filiales en un paraíso fiscal (Antillas Holandesas) siguiendo a otras entidades instaladas entre 1994/2013, el grupo Santander se pone (con un 50%) por delante del BBV (con un 43.8%) en representación. En lo referente a los continentes, desaparece también Europa, quedando prácticamente sola Latinoamérica con un 93.8% de representación.

RESUMEN

A modo de resumen, se muestra las tablas de los Anexos 8 y 9 con todas las conclusiones vistas hasta ahora. Podemos resaltar que:

- En cualquiera de las formas de entrada, los grupos que entraron tanto por primera vez como siguiendo a otros a lo largo de toda la serie fueron Santander (en primer, lugar) y BBVA. El tercer grupo es casi siempre el Sabadell, y el Popular desaparece para algunos de los casos. Por su parte Bancotrans tiene una presencia bastante significativa para todos los casos y años de las oficinas de representación (tanto como entrante como seguidora), y también era una entidad con bastantes sucursales instaladas en 1974; pero en el resto de los casos, desaparece.
- Para las oficinas de representación y las filiales, los bancos estaban mayoritariamente instalados en 1974 en Europa y Latinoamérica. Y es a esos continentes donde van sus seguidores. Pero si nos vamos a los primeros entrantes a partir de 1975, son Asia y Latinoamérica los que toman el relevo, con alguna excepción en la que alguno de esos continentes le cede el puesto a Europa. En el caso de las filiales es Latinoamérica la gran protagonista, seguida normalmente de Europa.

3.3.- Contraste de hipótesis

Una vez analizado cuál ha sido la situación y cuáles han sido los movimientos en el panorama de internacionalización de la Banca española en el período 1974/2013, vamos a proceder a contrastar el modelo propuesto sobre internacionalización. En dicho modelo, hemos planteado hipótesis sobre la relación entre la forma de internacionalización, el país elegido como destino (mercado) y la velocidad de proceso.

3.3.1.- Metodología

Ya comentamos en el apartado anterior que para realizar el análisis de la internacionalización del sector financiero español hemos construido una base de datos cuya información la hemos extraído del Anuario Estadístico que publica la Asociación Española de Banca (AEB). La Asociación Española de Banca es una asociación profesional en la que pueden participar todos los bancos españoles y extranjeros que operan en España. De hecho, todos los bancos con una actividad significativa en España son miembros de la Asociación, a pesar de que la afiliación es voluntaria.

El Anuario Estadístico de la AEB tiene registros sobre distintos aspectos financieros, directivos etc. de la Banca española. En concreto nosotros hemos usado el epígrafe referente a las oficinas en el extranjero y las entidades extranjeras en España. Dentro de este epígrafe, nos hemos centrado en la forma de actuación de las entidades financieras españolas en el extranjero. El Anuario Estadístico de la AEB clasifica en tres las formas de operar en el extranjero: representación (Forma 1), sucursal (Forma 2) y filiales (Forma 3).

Los registros sobre las dos primeras abarcan desde 1974 hasta 2013 y los de las filiales desde 1993 hasta 2013.

3.3.1.1.- Selección de la muestra

Lo primero que tenemos que establecer es cuál va a ser nuestro concepto de observación para fijar nuestra muestra. En un primer lugar pensamos hacer pivotar nuestro estudio sobre cada país, analizando qué es lo que pasaba con las formas, entidades y velocidades de procesos según el mercado en el que nos encontrásemos. Esto tenía un problema fundamental: el concepto velocidad de proceso tiene como referencia cada entidad, es decir, cada entidad lleva un ritmo a la hora de entrar en nuevos países y adoptar nuevas formas de internacionalización, por lo que la variable velocidad de proceso perdía su sentido si nos centrábamos en los países.

Pensamos entonces considerar cada entidad como una observación. Pero la cuestión es que a nosotros nos interesa saber si en el proceso de internacionalización que ha seguido la banca española ha existido alguna entidad que haya actuado como *trendsetter*, es decir, queremos saber si hay alguna/s entidad/es que han marcado las pautas de internacionalización y conocer si eso ha creado algún efecto de mimetismo sobre las demás entidades. Para ello, no podemos convertir a cada entidad en una observación sobre la que establecer variables, sino que las entidades deben formar parte del estudio como una variable más.

Estas consideraciones nos han llevado a establecer como observación cada acto de internacionalización en cada año y para cada forma de internacionalización (Casillas y Moreno, 2014). Es decir, cada apunte recogido en el anuario estadístico. Esto nos llevó a tener una muestra inicial de 9.026 observaciones. Cuando depuramos la muestra para quedarnos sólo con los actos de las entidades que forman el grupo seleccionado, la muestra se redujo a 8.493 observaciones, lo que supone que estamos trabajando con el 94% de la población total registrada en el período 1974/2013.

El siguiente paso fue eliminar duplicidades dentro de un mismo año, para ello creamos una variable que después será descrita y formará parte del estudio, Intensidad. Esta variable mide el número de casos de una misma forma en un mismo país y en un mismo año que aparecen para una misma entidad. Es decir, si una entidad tiene en un país en 1986, por ejemplo, dos sucursales, en vez de poner dos observaciones iguales ponemos una y le ponemos un dos en la variable intensidad. Esto lo hacemos para cada entidad, en cada país, en cada año y cada forma. Con esto, nuestras observaciones se redujeron a 6.199.

Y aquí nos surgió la duda de si no continuábamos introduciendo duplicidades entre años, dado que los datos del AEB son acumulativos, es decir, los datos

de un año para cada forma entrada, cada país y cada entidad son los mismos que los del año anterior más/menos las variaciones que haya habido en ese año. Por tanto, tenemos registros iguales en años diferentes que no significan nuevos actos de internacionalización, sino que todo sigue igual que el año anterior. Si quitamos estas duplicidades y sólo ponemos cada año las variaciones respecto al anterior, nos queda una muestra de 1.090 observaciones. Aquí el único problema era que para calcular las velocidades de proceso (tanto de forma como de país) tan significativo es saber si la entidad va al mismo ritmo que el año anterior o va a uno mayor o menor. Y para saber esto, no podemos prescindir de todos los datos acumulados. Por ello, todas las variables calculadas relacionadas con la velocidad se tuvieron que calcular antes de eliminar los datos acumulados.

Por último, hemos eliminado de esas 1.090 observaciones las que tienen como destino países considerados paraísos fiscales, ya que para estudiar el modelo de internacionalización queremos eliminar cualquier distorsión que se pueda producir por motivos puramente comerciales que tienen las entidades para internacionalizarse. Al hacer esto, nos quedamos con una muestra de 980 observaciones.

Una vez establecida la muestra, y para poder sacar conclusiones de los datos que tenemos, aparece un primer problema: cómo dar por válidos esos resultados si existe un año (1974 para las forma 1 y 2 y 1993 para la forma 3) que acumula todo lo que ha pasado en ese momento, sin decirnos cuál es el origen de esos actos de internacionalización. Es decir, cómo calcular una velocidad si existen datos que no sabemos de dónde parten. A este respecto hacemos varias consideraciones:

- la primera es que para las filiales hemos solucionado ese problema buscando los datos manualmente. Es decir, en 1993 aparecían un total de 52 registros para ocho entidades y en 6 países. Así que hemos buscado esos 52 datos.
- en lo que se refiere a oficinas de representación y sucursales hay que tener en cuenta que, aunque en el estudio descriptivo previo de la situación que hemos hecho la mayoría de las entidades ya estaban instaladas en la mayoría de los países en 1974, nos referíamos sólo al acto puntual de primera entrada o de primer seguimiento, no a todos los datos de las observaciones. Si miramos en nuestra muestra de 980 observaciones cuantas se corresponden a 1974 vemos que son un 15%, por tanto, ya no son la mayoría.
- hay bancos que aparecen en nuestra muestra y que no estaban en 1974, y otros que estaban y han desaparecido de la muestra.
- los datos en 1975 son prácticamente idénticos que los de 1974 tanto para las oficinas de representación como para las sucursales. Por tanto

a la hora de calcular velocidades proceso sí podemos considerar que hay un origen de velocidad cero (entre 1974 y 1975) del que partimos.

- por último, hay varios estudios del proceso de internacionalización de la banca española (Guillén y Tschoegl, 2008; Rodríguez Inciarte, 2008; Sierra, 2007) que indican que el grueso del proceso de internacionalización y expansión de nuestros bancos tiene lugar a partir de la entrada de España en la Unión Europea, de forma que antes se produce un lento proceso de seguimiento de los clientes tradicionales. Esto hace que el estudio cubra de forma amplia el período realmente significativo de internacionalización aunque renunciemos a esa información previa a 1974, ya que lo que ocurre antes de ese año es realmente poco relevante en dicho proceso.

Por tanto, queda establecida nuestra muestra en las 980 observaciones antes indicadas.

3.3.1.2.- Variables

Dado que nosotros planteamos un modelo en el cual hay variables que se afectan mutuamente, vamos a encontrarnos con que algunas de nuestras variables actúan en algún momento como variable dependiente y otras como independientes. Vamos a pasar a analizar las variables en tres grupos: las que están en el caso señalado, las de control y las moderadoras.

Variables dependientes/independientes

Dentro de las variables que según la relación van a actuar como variables dependientes o independientes encontramos las siguientes:

1.- La variable forma de internacionalización (FORMA) nos indica para cada observación con qué forma se realiza el acto de internacionalización. Como han señalado algunos autores (Sierra, 2007), y el mismo Anuario Estadístico de la Banca recoge, en el sector financiero se dan tres formas de internacionalizarse: oficina de representación, sucursal y filial. Por ello, hemos creado una variable categórica que puede tomar tres valores: 1, si nos encontramos ante una oficina de representación, 2 si es una sucursal y 3 si es una filial. El orden implica un mayor grado de compromiso con el proceso de internacionalización.

2.- Intensidad de la internacionalización en cada año, para cada país y para cada entidad (INTENSIDAD). Aquí medimos cada año en un mismo país, para una misma entidad y una misma forma, cuantas observaciones había originalmente. Es decir, si una entidad en un año tenía en un país tres oficinas de representación, se dejó una sola observación y se puso 3 en la variable intensidad.

3.- Número de países (Nº PAISES): ya vimos como una de las formas en las que se ha medido en la literatura la selección de los mercados ha sido el número de países a los que se internacionaliza la empresa (Asmussen et al., 2009; Jones y Coviello, 2005; Knight y Cavusgil, 2004; McDougall et al., 2003; Zahra y George, 2002). Por ello, la hemos incluido como variable.

4.- Distancias: consideramos que las decisiones de internacionalización (en cuanto a velocidad y forma de entrada más o menos comprometida) se ven afectadas por el país en el que se realizan los actos de internacionalización. Pero esa relación no parte del país en sí, sino del riesgo que comporta entrar en un país o en otro. Y ese riesgo viene dado por la distancia a la que se encuentre el país (Arenius, 2005; Casillas y Moreno, 2014; Evans et al., 2000; Luo et al., 2005; Oviatt y McDougall, 1994; Rasheed, 2005; Zahra y George, 2002). Por ello, las variables relacionadas con la selección del mercado (además de la anterior de Nº PAISES) son las cuatro distancias que, siguiendo la formulación hecha por Lavie y Miller (2008), hemos medido para cada país:

- Distancia física (DFISICA): una de las medidas que utilizamos para medir las distancias entre países es la distancia física (Dow, 2000; Gallego et al., 2009; Malhotra, Sivakumar y Zhu, 2009). La hemos calculado (Lavie y Miller, 2008) como la distancia en kilómetros desde Madrid a la capital del país en cuestión.

- Distancia psicológica (DPSIC.): otra de las medidas utilizadas para la distancia ha sido la psicológica (Arenius, 2005; Buckley, 2014; Dow, 2000; Fan y Phan, 2007; Johanson y Vahne, 1990, 1992; Malhotra et al., 2009; Oviatt y McDougall, 2005; Trudgen y Freeman, 2014). Para medir la distancia psicológica se ha utilizado el índice elaborado por Hofstede (1980). Este índice mide la distancia cultural entre países a través de cuatro dimensiones: distancia de poder, individualismo, masculinidad y tolerancia a la incertidumbre. El problema que nos encontramos al elaborar esta variable es que Hofstede usó una selección de países para hacer su estudio, de forma que hay países sin catalogar.

Para solucionar este problema recurrimos a la segmentación en clúster de los países hecha por Ronen y Shenkar en 1985. Estos autores dividieron a algunos de los países catalogados por Hofstede en los siguientes clústers: Anglosajones, Germánicos, Nórdicos, Europa Latina, Oriente Próximo, Oriente Lejano, Árabes, América Latina e Independientes. Lo primero que hicimos es catalogar en alguno de dichos clústers a los países medidos por el índice de Hofstede pero que Ronen y Shenkar no habían incluido en ninguno. El resultado fue el siguiente:

- Anglosajones: se añaden a los países que Ronen y Shenkar metieron en este clúster Bahamas, Islas Channel, Gibraltar, Islas Caimán, Holanda y Antillas Holandesas.

- Germánicos: no se añade ninguno.
- Nórdicos: no se añade ninguno.
- Europa Latina: se añaden a los países que Ronen y Shenkar metieron en este clúster Andorra, Luxemburgo y Mónaco.
- Oriente Próximo: se añade a los países que Ronen y Shenkar metieron en este clúster Líbano.
- Oriente Lejano: se añade a los países que Ronen y Shenkar metieron en este clúster China.
- Árabes: se añaden a los países que Ronen y Shenkar metieron en este clúster Argelia, Bahréin, Marruecos y Egipto.
- América Latina: se añaden a los países que Ronen y Shenkar metieron en este clúster Bolivia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Panamá, Paraguay, Puerto Rico, República Dominicana y Uruguay.
- Independientes: no se añade ninguno.

Nos encontramos que Hofstede había catalogado a una serie de países que no se encuadraban bien en ninguno de los clústers de Ronen y Shenkar y que por sí formaban dos clústers bien diferenciados. Así que creamos nosotros dos nuevos:

- Europa del Este: Hungría, Polonia, República Checa y Rusia.
- África Subsahariana: Mozambique y Cabo Verde.

Una vez hechos los clústers, hayamos la media de los valores de cada una de las dimensiones de Hofstede para dichos clústers. Y esa media es la que hemos asignado a los países que no estaban catalogados en el estudio de Hofstede. Previo a asignarles dicha media hubo que catalogar a dichos países en los clústers. El resultado es el siguiente:

- Anglosajones: Nueva Zelanda.
- Nórdicos: Finlandia, Noruega, Islandia y Suecia.
- Europa Latina: Grecia, Malta, España y Chipre.
- Oriente Próximo: Turquía y Siria.
- Oriente Lejano: Corea del Sur y Tailandia.
- Árabes: Emiratos Árabes Unidos, Kuwait, Qatar, Túnez y Mauritania.

- América Latina: Nicaragua.
- Europa del Este: Eslovaquia, Eslovenia, Ucrania, Bosnia-Herzegovina, Croacia y Bulgaria.
- África Subsahariana: Etiopía, Mali, Gambia, Guinea Ecuatoria y Costa de Marfil.

Los países que no aparecen en el listado de Hofstede y que tampoco los hemos asignado nosotros a los clústers es porque no aparecen en la muestra.

Una vez realizado este trabajo, ya teníamos a todos los países con sus respectivos índices de Hofstede. Para calcular con dicho índice la distancia psicológica que recorre cada banco en cada país se empleó la siguiente formulación (Lavie y Miller, 2008):

H_{di} : índice de Hofstede para la dimensión d en el país i.

H_{dE} : índice de Hofstede para la dimensión d en España.

V_d : varianza entre países del índice de Hofstede para la dimensión d.

$DPSIC_i$: distancia psicológica que recorre un banco en el país i.

$$DPSIC_i = \sum_{d=1}^4 ((H_{di} - H_{dE})^2 / 4V_d)$$

- Distancia económica (DECON): una tercera medida de la distancia empleada en la literatura es la económica (Malhotra et al., 2009). Para cada país del estudio hemos tomado la diferencia en cada año del estudio entre el PIB del país considerado y el de España (Lavie y Miller, 2008). Hemos tomado los valores absolutos de esas diferencias y hemos calculado la media de los mismos. Ciertamente podríamos haber puesto la diferencia correspondiente a cada año con cada país en cada observación, pero, dado el número tan elevado de observaciones que tenemos, consideramos aceptable esta aproximación.

PIB_{ij} : PIB per cápita del país i en el año j.

PIB_{Ej} : PIB per cápita de España en el año j.

$DECON_i$: distancia económica que recorre un banco en el país i.

$$DECON_i = |PIB_{ij} - PIB_{Ej}|$$

- Distancia institucional (D.INST.): por último, también se ha utilizado en la literatura la distancia institucional como medida de la distancia entre países (Gallego y Casillas, 2014). Para calcular la distancia institucional se han utilizado los indicadores que proporciona el Banco Mundial respecto a (Lavie y Miller, 2008):

- Voice & Accountability (DInst VA).
- Political Stability No Violence (DInst PV).
- Government Effectiveness (DInst GE).
- Regulatory Quality (DInst RQ).
- Control of Corruption (DInst CC).
- Rule of Law (DInst RL)

Para cada uno de esos indicadores se ha calculado la diferencia en valor absoluto entre el valor del indicador en el país en el que se internacionaliza y el valor del mismo en España. Tomamos los valores para cada año del estudio. Como hasta el año 2002 esos indicadores se publicaban bianualmente, para 1999 hemos tomado los de 1998 y para 2001 los de 2000, al considerar que una empresa tomará como referencia el riesgo o la distancia que ha percibido antes de iniciar las exportaciones, no el que existe al año siguiente.

La formulación utilizada para este cálculo es la siguiente (Lavie y Miller, 2008):

IK_{ij} : valor del indicador K para el país i en el año j.

IK_{Ej} : valor del indicador K para España en el año j.

$DINST_i$: distancia institucional que recorre un banco en el país i para el indicador K. Se obtendrán seis distancias, una por cada indicador. Por ello, después hemos hecho la media de los seis indicadores para un mismo país y año.

$$DINST_i = \sum_{k=1}^6 |IK_{ij} - IK_{Ej}|/6$$

Por último, hicimos la media de todos los años para un mismo país. Igual que antes podríamos haber puesto la diferencia correspondiente a cada año con cada país en cada observación, pero dado el número tan elevado de observaciones que tenemos consideramos aceptable esta aproximación.

Para las distancias física y económica, dado que hablamos de valores que llegan a ser elevados, hemos tomado como variables el logaritmo de esas distancias para evitar que valores máximos y mínimos de las observaciones puedan desvirtuar el estudio (LOGDFISICA y LOGDECON).

5.- Velocidad de proceso. La velocidad de proceso se mide por el tiempo transcurrido entre dos eventos de internacionalización (Casillas y Acedo, 2013; Jones y Coviello, 2005). Hay estudios que marcan como evento la entrada en nuevos países (Asmussen et al., 2009; Casillas y Acedo, 2013; Prashantham y Young, 2011; Zahra y George, 2002); y otros que consideran eventos la utilización de nuevos modos de operación por parte de la empresa (Asmussen et al., 2009; Casillas et al., 2009; Hennart y Slangen, 2015). Por ello, en lo

referente a la velocidad de proceso, vamos a usar dos tipos: la velocidad de proceso en cuanto a países y la velocidad de proceso en cuanto a las formas. Las primeras miden a qué velocidad una entidad aumenta o disminuye el número de países en los que está presente (Ragland et al., 2015; Zhang et al., 2010). Las segundas miden, para un mismo país, a qué velocidad una entidad aumenta o disminuye el nivel de compromiso de su inversión en el país en relación con la forma de internacionalizarse (Casillas y Moreno, 2014; Prashantam y Young, 2011; Oviatt y McDougall, 2005; Zahra et al., 2000).

Dentro de las velocidades de proceso en cuanto a países hemos calculado tres diferentes:

- Velocidad de proceso puntual (VPPPAIS): esta velocidad mide cómo una entidad va aumentando o disminuyendo el número de países en los que está instalada a medida que pasan los años, registrándose un cambio en la velocidad cada vez que hay un cambio en el número de países.

Para calcularla hemos restado el número de países (N°PAISES) en los que está una entidad en el momento en el que ese número de países cambie menos el número inmediatamente anterior de países que tenía. Y esa diferencia la hemos dividido por el número de años que han transcurrido para que se produzca ese cambio.

Para un mismo banco, esa velocidad va cambiando a medida que pasan los años. Y esa velocidad se calcula para todos los bancos de la muestra.

NP_{ij}: número de países en los que se encuentra una entidad j en un determinado momento

NP_{(i+1)j}: número de países en los que se encuentra dicha entidad j en el momento inmediatamente posterior en el que ese número cambie

nA: número de años transcurridos en el cambio

VPPPAIS_{ij}: Velocidad de proceso puntual en cuanto al país del banco j en el momento i

$$VPPPAIS_{ij} = (NP_{(i+1)j} - NP_{ij})/nA$$

- Velocidad de proceso media (VPMPAIS): es la media de la anterior para cada banco. Es decir, para cada entidad, cogemos todas sus VPPPAIS y la dividimos entre el número de veces que ha cambiado esa velocidad.

n_j: número de veces que ha cambiado el número de países en el que está la entidad j

VPMPAIS_j: velocidad de proceso media en cuanto al país de la entidad j

$$VPMPAIS_j = \sum_{n=1}^{n_j} (VPPPAIS_j) / n_j$$

Por tanto, esta velocidad será única para cada entidad y variará de una entidad a otra.

- Velocidad de proceso total (VPTPAIS): mide para cada país el cociente entre la diferencia del número de países con los que acaba una entidad en el período estudiado menos el número de países inicial, y el número de años transcurridos. Este número de años será diferente para cada entidad, ya que cada una de ellas hace su primer acto de internacionalización en un momento distinto.

NP_{fj} : número de países con los que termina la entidad j en todo el período estudiado

NP_{ij} : número de países con los que inicia la entidad j en todo el período estudiado

n_j : número de años en los que aparecen registros de la entidad j

$VPTPAIS_j$: velocidad de proceso total para el país de la entidad j

$$VPTPAIS_j = (NP_{fj} - NP_{ij})/n_j$$

Esta velocidad también será única para cada entidad y variará de una entidad a otra.

Las velocidades de proceso en cuanto a formas se calculan para cada país. Esto hace que sea un poco absurdo el cálculo de lo que antes hemos llamado velocidad de proceso puntual, ya que tendríamos que calcular para cada país en el que está una entidad como va cambiando a medida que pasa el tiempo la forma de intervención en dicho país. Y esto para cada país de cada entidad. Creemos que, dado que sólo hay tres formas de internacionalización, no sería demasiado operativo, sobre todo comparado con la información adicional que podría aportar.

Por ello, hemos calculado sólo dos velocidades de proceso en cuanto a forma:

- Velocidad de proceso total (VPTFORMA): para cada entidad vemos en cada país la forma más comprometida con la que acaban los registros y la forma más comprometida con la que empiezan los registros. Restamos la forma con la que termina menos la forma con la que empieza y dividimos esa diferencia entre el número de años transcurridos entre ambos.

F_{fj} : forma más comprometida con la que termina la entidad j en todo el período estudiado.

F_{ij} : forma más comprometida con la que inicia la entidad j todo el período estudiado.

n_j : número de años en los que aparecen registros de la entidad j

VPTFORMA_j: velocidad de proceso total en cuanto a la forma de la entidad j

$$VPTFORMA_j = (F_{fj} - F_{ij})/n_j$$

En lo que se refiere al numerador sólo se pueden dar tres situaciones:

- que pase de la forma 1 a la forma 3 o al revés. El numerador tomará el valor de más o menos 2.
- que pase de la forma 1 a la forma 2 o al revés. El numerador tomará el valor de más o menos 1.
- que pase de la forma 2 a la forma 3 o al revés. El numerador tomará el valor de más o menos 1.

Esta velocidad será única para cada país en el que esté una entidad y variará tanto entre países como entre entidades.

- Velocidad de proceso media (VPMFORMA): es la media de la anterior para cada banco. Es decir, para cada entidad, cogemos todas sus VPTFORMA y la dividimos entre el número de países en los que esté dicha entidad.

n_j: número de veces de países en el que está la entidad j

VPMFORMA_j: velocidad de proceso media en cuanto a la forma de la entidad j

$$VPMFORMA_j = \sum_{n=1}^{n_j} (VPTFORMA_j) / n_j$$

Por tanto, esta velocidad será única para cada entidad y variará de una entidad a otra.

Variable moderadora

Banco que realiza el acto de internacionalización (ENTIDAD): esta variable hasta ahora ha sido una variable categórica en la que a cada banco le hemos otorgado un número para identificarla. Ese número no significa orden, aunque es cierto que la codificación ha puesto a todos los bancos del mismo grupo de manera correlativa. Hemos visto que las entidades del grupo Santander tienen un peso decisivo en el proceso de internacionalización y nuestra intención es saber si eso ha hecho que marque la tendencia en cuanto a dicho proceso. Por eso hemos introducido una variable moderadora que es la que hemos llamado ENTIDADM. Esta variable es una variable dicotómica que toma el valor 1 en caso de estar ante una entidad perteneciente al grupo Santander y el valor 0 en caso contrario.

Variables de control

Como variables de control hemos tomado dos relacionadas con el tiempo. Son las siguientes:

1.- Año de creación de la entidad (CREACION). Viene dada por la fecha en la que se creó cada entidad (Casillas y Moreno, 2014; Oviatt y McDougall, 1994; Zahra et al., 2000).

2.- Año en el que realiza el acto de internacionalización (AÑO). Esta variable indica el año en que se realiza el acto de internacionalización (Casillas y Moreno, 2014; Gallego et al., 2009).

3.3.2.- Resultados

Para realizar el análisis de los datos hemos recurrido al programa estadístico SPSS 22. El método utilizado para testar las hipótesis fue la Regresión Lineal. Para cada una de las hipótesis de la H_1 a la H_9 , hemos realizado un análisis de regresión, y para cada uno de ellos hemos comprobado que se cumplan los supuestos de normalidad, homocedasticidad y linealidad en los que dicha regresión se podía aplicar, procediendo a corregirlos (Hair et al., 1999) en los casos en los que esto no haya sido así.

3.3.2.1.- H_1 y H_{7a}

Estas hipótesis miden la incidencia que tiene el mercado al que se internacionaliza la entidad sobre la velocidad de proceso (H_1) y el papel que la entidad financiera que realiza el proceso juega como mediadora de esa relación (H_{7a}).

Las variables que hemos usado en este caso son las siguientes:

- Variables dependientes: VPPPAIS, VPMPAIS, VPTPAIS, VPTFORMA y VPMFORMA.
- Variables de control: CREACIÓN Y AÑO. Han sido las mismas en las cinco regresiones lineales.
- Variables independientes (miden los efectos directos): cada una de nuestras variables de mercado (LOGFDFISICA, DPSIC, LOGDECON, DINST y N° PAISES). Han sido las mismas en las cinco regresiones lineales.
- Variables moderadoras (miden los efectos de moderación de la entidad): la variable moderadora es ENTIDADM. Para medir el efecto de esta moderación se ha multiplicado la variable moderadora por las correspondientes variables independientes, con lo que tenemos cinco variables que miden la moderación (ENTDFISICA, ENTDECON, ENVDPASIC, ENTDINST Y ENTNPAISES). Han sido las mismas en las cinco regresiones lineales.

Hemos hecho cinco regresiones lineales, una por cada variable dependiente. Salvo para la VPPPAIS, el modelo no es válido al ser el estadístico Durbin-

Watson próximo a cero (Hair et al., 1999). Para este tamaño muestral y este número de variables los valores de dicho estadístico deben oscilar entre 1.44 y 1.78, y así ocurre para la otra variable (VPPPAIS). Por tanto, mostramos los resultados de esta regresión (Tabla 3.3.2.1).

Tabla 3.3.2.1: Análisis de regresión. Velocidad de proceso puntual de país

	Modelo 1a		Model 1b		Model 1c	
	Coef.	S.E.	Coef.	S.E.	Coef.	S.E.
Constant	4.07	.06	22.99***	.00	24.51***	.00
Creación	-.09*	.02	-.15***	.00	-.19***	.00
Año	-.04	.24	-.33***	.00	-.35***	.00
DFISICA			-.05	.14	.22	.65
DECON			.02	.54	.01	.84
DPSIC			-.01	.92	.02	.71
DINST			.03	.43	-.08	.11
Nº PAISES			.50***	.00	.67***	.00
ENTIDADM					.58	.43
ENTDFISICA					-.57	.07
ENTDECON					-.04	.97
ENTDPSIC					-.03	.67
ENTDINST					.23**	.01
ENTNPAISES					-.40***	.00
<i>R2 adjusted</i>	.011		.177		.204	
<i>Model sig.</i>	.002		.000		.000	

* $p < .05$

** $p < .01$

*** $P < .001$

El modelo 1a sólo incluye las variables de control. En este caso el modelo es significativo pero tiene un bajo nivel explicativo (R cuadrado ajustado = 0,011 y p -value < 0,01). En este modelo la variable CREACIÓN es significativa. El modelo con los efectos directos (1b) tiene ya un buen nivel explicativo y también es significativo (R cuadrado ajustado = 0,177 y p -value < 0,001). En este modelo las variables NºPAISES ($\beta = 0.50$; p -value < 0.001) y ENTIDADM ($\beta = -0.19$; p -value < 0.001) son significativas. Por último, el modelo que mide los efectos moderadores (1c) tiene también un buen nivel explicativo y es significativo (R cuadrado ajustado = 0,204 y p -value < 0,001). En este último modelo las variables Nº PAISES ($\beta = 0.67$; p -value < 0.001), ENTDINST ($\beta = 0.23$; p -value < 0.01) y ENTNPAISES ($\beta = -0.40$; p -value < 0.001) son significativas.

En resumen, los resultados demuestran que:

- Cuanto mayor es el número de países a los que se internacionaliza la entidad, mayor será velocidad de proceso puntual de país de la misma.
- Las entidades financieras juegan un papel moderador en la relación entre la distancia institucional que separa a los países y la VPPPAIS de la entidad, de manera que las entidades del grupo Santander tienen una

menor VPPPAIS cuanto mayor es la distancia institucional que separa a los países de internacionalización.

- Cuando las entidades no pertenecen al grupo Santander tienen una VPPPAIS mayor, aunque este efecto directo desaparece cuando introducimos los efectos mediadores de la entidad. Este efecto moderador lo que nos indica es que las entidades financieras juegan un papel moderador en la relación entre el número de países a los que se internacionaliza la entidad y la VPPPAIS, de manera que en las entidades que no pertenecen al grupo Santander tienen una mayor VPPPAIS cuanto mayor es el número de países.

En resumen, podemos decir respecto a las hipótesis H_1 y H_{7a} lo siguiente:

- La H_1 se verifica para la relación entre el N° PAISES y la VPPPAIS, de forma que el número de países tiene una incidencia positiva en las VPPPAIS.
- Esta relación se ve moderada por la entidad que se internacionaliza, de manera que esto se cumple para las entidades que no pertenecen al grupo Santander, que aumentan su velocidad de proceso puntual en la medida en que están en más países. Esto parece indicar que las entidades del grupo Santander, que son las que, como vimos en el apartado de los grupos, las que están más presentes en los primeros años, tienen una VPPPAIS menor en la medida que van a más países. Esto podría mostrar una actitud más cauta de las entidades protagonistas en los inicios de la internacionalización, que podría deberse a que las demás entidades más que medir sus propios riesgos siguen a las entidades que van más avanzadas en el proceso, en este caso el grupo Santander.
- Las entidades del grupo Santander tiene una menor VPPPAIS cuanto mayor es la distancia institucional que separa a los países de internacionalización. Lo cual podría ocurrir por los mismos motivos expuestos antes.
- Por tanto, la hipótesis H_{7a} se verifica para la moderación que ejerce la entidad en la relación de la distancia institucional y el número de países con la VPPPAIS.

3.3.2.2.- H_2 y H_{7b}

Estas hipótesis miden la incidencia que tiene la velocidad de proceso en el mercado al que se internacionaliza la entidad (H_2) y el papel que la entidad financiera que realiza el proceso juega como mediadora de esa relación (H_{7b}).

Las variables que hemos usado en este caso son las siguientes:

- Variables dependientes: LOGDFDISICA, DPSIC, LOGDECON, DINST y N° PAISES.

- Variables de control: CREACIÓN Y AÑO. Han sido las mismas en las cinco regresiones lineales.
- Variables independientes (miden los efectos directos): cada una de nuestras velocidades de proceso (VPPPAIS, VPMPAIS, VPTPAIS, VPTFORMA y VPMFORMA). Han sido las mismas en las cinco regresiones lineales.
- Variables moderadoras (miden los efectos de moderación de la entidad): la variable moderadora es ENTIDADM. Para medir el efecto de esta moderación se ha multiplicado la variable moderadora por las correspondientes variables independientes, con lo que tenemos cinco variables que miden la moderación (ENTVPPPAIS, ENTVPMPAIS, ENVPTPAIS, ENTVPPTFORMA Y ENTVPMFORMA). Han sido las mismas en las cinco regresiones lineales.

Hemos hecho cinco regresiones lineales, una por cada variable dependiente. Para todas las variables dependientes el modelo no es válido al ser el estadístico Durbin-Watson próximo a cero. Por tanto, no se ha podido verificar las hipótesis H_2 y H_{7b} .

3.3.2.3.- H_3 y H_{8a}

Estas hipótesis miden la incidencia que tiene la forma de entrada en un mercado sobre la velocidad de proceso (H_3) y el papel que la entidad financiera que realiza el proceso juega como mediadora de esa relación (H_{8a}).

Las variables que hemos usado en este caso son las siguientes:

- Variable dependiente: VPPPAIS, VPMPAIS, VPTPAIS, VPMFORMA y VPTFORMA.
- Variables de control: como en el caso anterior, las variables de control utilizadas fueron CREACIÓN y AÑO.
- Variables independientes: en este caso, las variables independientes utilizadas fueron las dos variables que miden la forma de entrada que son FORMA e INTENSIDAD.
- Variables moderadoras (miden los efectos de moderación de la entidad): la variable moderadora es ENTIDADM. Para medir el efecto de esta moderación se ha multiplicado la variable moderadora por las correspondientes variables independientes, con lo que tenemos dos variables que miden la moderación (ENTFORMA y ENTINTENSIDAD). Han sido las mismas en las cinco regresiones lineales.

Hemos hecho cinco regresiones lineales, una por cada variable dependiente. Para todas las variables dependientes excepto para la VPPPAIS el modelo no es válido al ser el estadístico Durbin-Watson próximo a cero. Para este tamaño muestral y este número de variables los valores de dicho estadístico deben

oscilar entre 1.44 y 1.78, y así ocurre para la otra variable (VPPPAIS). Por tanto, mostramos los resultados de esta regresión (Tabla 3.3.2.2).

Tabla 3.3.2.2: Análisis de regresión. Velocidad de proceso puntual de país

	Modelo 2a		Model 2b		Model 2c	
	Coef.	S.E.	Coef.	S.E.	Coef.	S.E.
Constant	4.07	.06	5.45	.81	11.08	.63
Creación	-.09*	.02	-.08*	.03	-.08*	.03
Año	-.04	.24	.01	.75	.01	.92
FORMA			-.16***	.00	-.27***	.00
INTENSIDAD			.03	.28	.09	.06
ENTIDADM					-.26**	.01
ENTFORMA					.29***	.00
ENTINTENSIDAD					-.07	.15
<i>R2 adjusted</i>	.011		.035		.047	
<i>Model sig.</i>	.002		.000		.000	

* $p < .05$
 ** $p < .01$
 *** $P < .001$

El modelo 2a sólo incluye las variables de control. En este caso el modelo es significativo y tiene un bajo nivel explicativo (R cuadrado ajustado = 0,011 y p-value < 0,01). En este modelo la variable CREACIÓN es significativa. El modelo con los efectos directos (2b) tiene un nivel explicativo algo mayor pero aún bajo y también es significativo (R cuadrado ajustado = 0,035 y p-value < 0,001). En este modelo la variable FORMA ($\beta = -0.16$; p-value < 0.001) es significativa. Por último, el modelo que mide los efectos moderadores (2c) continúa teniendo un bajo nivel explicativo y es significativo (R cuadrado ajustado = 0,047 y p-value < 0,001). En este último modelo las variables FORMA ($\beta = -0.27$; p-value < 0.001), ENTIDAD ($\beta = -0.26$; p-value < 0.01) y ENTFORMA ($\beta = 0.29$; p-value < 0.001) son significativas.

En resumen, los resultados demuestran que:

- La hipótesis H₃ se verifica en la relación entre las variables FORMA y VPPPAIS, de forma que cuanto más arriesgada es la forma de entrada menor es la VPPPAIS.
- Cuando las entidades no pertenecen al grupo Santander tienen una VPPPAIS mayor y este efecto directo aparece sólo cuando introducimos los efectos mediadores de la entidad. Este efecto moderador lo que nos indica es que las entidades financieras juegan un papel moderador en la relación entre la forma de entrada en los países a los que se internacionaliza la entidad y la VPPPAIS, de manera que en las entidades que pertenecen al grupo Santander tienen una mayor VPPAIS cuanto menos arriesgada es la forma de entrada. Esto podría mostrar

una actitud más cauta de las entidades protagonistas en los inicios de la internacionalización, y que podría deberse a que las demás entidades, más que medir sus propios riesgos, siguen a las entidades que van más avanzadas en el proceso, en este caso el grupo Santander.

- Por tanto, la hipótesis H_{8a} se verifica para la moderación que ejerce la entidad en la relación de la forma de entrada con la VPPPAIS.

3.3.2.4.- H_4 y H_{8b}

Estas hipótesis miden la incidencia que tienen las velocidades de proceso sobre la forma de entrada en un mercado (H_4) y el papel que la entidad financiera que realiza el proceso juega como mediadora de esa relación (H_{8b}).

Las variables que hemos usado en este caso son las siguientes:

- Variable dependiente: las dos variables que miden la forma de entrada son FORMA e INTENSIDAD.
- Variables de control: como en el caso anterior, las variables de control utilizadas fueron CREACIÓN y AÑO.
- Variables independientes: en este caso, las variables independientes utilizadas fueron todas las relacionadas con las velocidades: VPPPAIS, VPMPAIS, VPTPAIS, VPMFORMA y VPTFORMA.
- Variables moderadoras (miden los efectos de moderación de la entidad): la variable moderadora es ENTIDADM. Para medir el efecto de esta moderación se ha multiplicado la variable moderadora por las correspondientes variables independientes, con lo que tenemos cinco variables que miden la moderación (ENTVPPPAIS, ENTVPMPAIS, ENVPTPAIS, ENTVPTFORMA Y ENTVPMFORMA). Han sido las mismas en las dos regresiones lineales.

Lo primero que nos encontramos al hacer la regresión fue un elevado valor del Variance Inflation Factor (VIF) para las variables VPTPAIS y VPMPAIS, lo cual indicaba una elevada colinealidad entre ambas. Para evitar este problema decidimos quitar la variable VPTPAIS, ya que consideramos que contenía menos información que VPMPAIS. Con esto los VIF volvieron a un nivel aceptable.

En este caso las dos regresiones lineales son válidas al tener el estadístico Durbin-Watson en niveles aceptables, pero el nivel explicativo de los modelos cuando la variable dependiente es INTENSIDAD es nulo, por lo que desecharmos estos resultados. Los resultados de la regresión lineal en la que la variable dependiente es la FORMA se muestran en la Tabla 3.3.2.3.

Tabla 3.3.2.3: Análisis de regresión. Forma de entrada

	Modelo 3a	Model 3b	Model 3c
--	-----------	----------	----------

	Coef.	S.E.	Coef.	S.E.	Coef.	S.E.
Constant	-4.67***	.00	-4.72***	.00	-4.80***	.00
Creación	.03	.43	.02	.58	.05	.26
Año	.34***	.00	.35***	.00	.35***	.00
VPPPAIS			-.14***	.00	-.16***	.00
VPMPAIS			.05	.11	.03	.53
VPTFORMA			.01	.78	.06	.37
VPMFORMA			.01	.95	.01	.99
ENTIDADM					.04	.27
ENTVPPPAIS					.05	.13
ENTVPMPAIS					.06	.20
ENTVPTFORMA					-.06	.38
ENTVPMFORMA					.02	.91
<i>R2 adjusted</i>	.128		.152		.157	
<i>Model sig.</i>	.002		.000		.000	

* $p < .05$

** $p < .01$

*** $P < .001$

El modelo 3a sólo incluye las variables de control. En este caso el modelo es significativo y tiene un buen nivel explicativo (R cuadrado ajustado = 0,128 y p-value < 0,01). En este modelo la variable AÑO es significativa. El modelo con los efectos directos (3b) tiene un buen nivel explicativo y también es significativo (R cuadrado ajustado = 0,152 y p-value < 0,001). En este modelo sólo la variable VPPPAIS es significativa ($\beta = -0.14$; p-value < 0.001). Por último, el modelo que mide los efectos moderadores (3c) continua teniendo un buen nivel explicativo y es significativo (R cuadrado ajustado = 0,157 y p-value < 0,001). En este último modelo sólo la variable VPPPAIS ($\beta = -0.16$; p-value < 0.001) es significativa.

En resumen, los resultados demuestran que cuanto menor es la VPPPAIS más arriesgada es la forma de entrada de las entidades en los países a los que se internacionalizan. Esto verifica la hipótesis H_4 en la relación entre las variables VPPPAIS y FORMA. La hipótesis H_{8b} no se verifica.

3.3.2.5.- H_5 y H_{9a}

Estas hipótesis miden la incidencia que tienen los mercados a los que se internacionalizan las entidades sobre la forma de entrada (H_5) y el papel que la entidad financiera que realiza el proceso juega como mediadora de esa relación (H_{9a}).

Las variables que hemos usado en este caso son las siguientes:

- Variable dependiente: las dos variables que miden la forma de entrada son FORMA e INTENSIDAD.
- Variables de control: como en el caso anterior, las variables de control utilizadas fueron CREACIÓN y AÑO.

- Variables independientes (miden los efectos directos): cada una de nuestras variables de mercado (LOGDFISICA, DPSIC, LOGDECON, DINST y N° PAISES). Han sido las mismas en las cinco regresiones lineales.
- Variables moderadoras (miden los efectos de moderación de la entidad): la variable moderadora es ENTIDADM. Para medir el efecto de esta moderación se ha multiplicado la variable moderadora por las correspondientes variables independientes, con lo que tenemos cinco variables que miden la moderación (ENTDFISICA, ENTDECON, ENVDPsic, ENTDINST Y ENTNPAISES). Han sido las mismas en las dos regresiones lineales.

En este caso las dos regresiones lineales son válidas al tener el estadístico Durbin-Watson en niveles aceptables, pero como también pasaba en la H₄ el nivel explicativo de los modelos cuando la variable dependiente es INTENSIDAD es nulo, por lo que desechamos estos resultados. Los resultados de la regresión lineal en la que la variable dependiente es la FORMA se muestran en la Tabla 3.3.2.4.

Tabla 3.3.2.4.: Análisis de regresión. Forma de entrada

	Modelo 4a		Model 4b		Model 4c	
	Coef.	S.E.	Coef.	S.E.	Coef.	S.E.
Constant	-4.67***	.00	-4.19***	.00	-4.20***	.00
Creación	.03	.43	.02	.53	.03	.38
Año	.35***	.00	.31***	.00	.31***	.00
DFISICA			-.06	.12	-.10*	.04
DECON			.05	.17	.07	.17
DPSIC			-.04	.20	-.03	.51
DINST			-.14***	.00	-.14**	.01
Nº PAISES			.08	.06	.05	.29
ENTIDADM					.00	1.00
ENTDFISICA					.41	.20
ENTDECON					-.41	.63
ENTDPSIC					-.03	.72
ENTDINST					.01	.95
ENTNPAISES					.07	.39
<i>R2 adjusted</i>	.128		.152		.150	
<i>Model sig.</i>	.000		.000		.000	

* $p < .05$

** $p < .01$

*** $P < .001$

Como en los casos anteriores, el modelo 4a sólo incluye las variables de control. En este caso, el modelo es significativo y con un buen nivel explicativo (R cuadrado ajustado = 0.128; p-value < 0.001). En este modelo la variable AÑO es significativa. El modelo con los efectos directos (4b) tiene también un buen nivel de explicación y es significativo (R cuadrado ajustado = 0.152; p-

value < 0.001). En este modelo, además de las dos variables control, es significativa la variable D.INST. ($\beta = -0.13$; p-value < 0.001). Por último, el modelo con los efectos moderadores (4c) tiene un buen nivel explicativo y es significativo (R cuadrado ajustado = 0.150; p-value < 0.001). En este modelo, además de las dos variables control, son significativas las variables LOGDFISICA ($\beta = -0.10$; p-value < 0.05) y D.INST. ($\beta = -0.14$; p-value < 0.001).

En resumen, los resultados demuestran que cuanto más cercanos son los países física e institucionalmente más arriesgada es la forma de intervención de las entidades en el extranjero. Esto verifica la hipótesis H_5 tanto en la relación entre las variables LOGDFISOCA y FORMA, como en la relación D.INST. y FORMA. La hipótesis H_{9a} no se verifica.

3.3.2.6.- H_6 y H_{9b}

Estas hipótesis miden la incidencia que tiene la forma de entrada en el mercado al que se internacionaliza la entidad (H_6) y el papel que la entidad financiera que realiza el proceso juega como mediadora de esa relación (H_{9b}).

Las variables que hemos usado en este caso son las siguientes:

- Variables dependientes: LOGDFISICA, LOGDECON, DPSIC, DINST y Nº PAISES.
- Variables de control: CREACIÓN Y AÑO. Han sido las mismas en las cinco regresiones lineales.
- Variables independientes: en este caso, las variables independientes utilizadas fueron las dos variables que miden la forma de entrada que son FORMA e INTENSIDAD.
- Variables moderadoras (miden los efectos de moderación de la entidad): la variable moderadora es ENTIDADM. Para medir el efecto de esta moderación se ha multiplicado la variable moderadora por las correspondientes variables independientes, con lo que tenemos dos variables que miden la moderación (ENTFORMA y ENTINTENSIDAD). Han sido las mismas en las cinco regresiones lineales.

Hemos hecho cinco regresiones lineales, una por cada variable dependiente. Para todas las variables dependientes el modelo no es válido al ser el estadístico Durbin-Watson próximo a cero. Por tanto no se ha podido verificar las hipótesis H_6 y H_{9b} .

3.3.3.- El caso de Bancotrans

Como ya vimos en la historia de la Banca española, Bancotrans surge cuando el régimen franquista confisca sus bienes en España al Banco Alemán Transatlántico tras la Segunda Guerra Mundial. Aunque Deutsche Bank se hizo con una pequeña participación, la mayoría de las acciones se mantuvieron en manos españolas durante toda la dictadura y el banco alemán no empezó a

recuperarlas hasta mediados de los setenta. En 1988 tenía el 39% de las acciones y se hizo de nuevo con su propiedad total en 1989. En 1994 desaparece como tal y pasa a llamarse Deutsche Bank, Sociedad Anónima Española.

Pero como hemos visto en la primera parte de nuestro estudio empírico, Bancotrans tiene un papel relevante en la internacionalización de la Banca española durante los años en que fue español. Por ello, no hemos querido dejar de hacer un breve análisis de su comportamiento en lo referente a las variables de internacionalización que hemos analizado para nuestra muestra.

En primer lugar hemos analizado los años en los que se produce su internacionalización (Tabla 3.3.3.1). Aquí podemos observar que de los 135 actos de internacionalización que realiza Bancotrans en toda la serie el 19% ya estaban en el momento en que dicha serie comienza (1974), pero que realiza casi el 50% de dichos actos entre 1975 y 1979. A partir de 1984 deja de hacer ningún movimiento internacional.

Tabla 3.3.3.1: Frecuencia en años para Bancotrans

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1974	26	19,3	19,3	19,3
	1975	14	10,4	10,4	29,6
	1976	15	11,1	11,1	40,7
	1977	15	11,1	11,1	51,9
	1978	10	7,4	7,4	59,3
	1979	10	7,4	7,4	66,7
	1980	9	6,7	6,7	73,3
	1981	9	6,7	6,7	80,0
	1982	9	6,7	6,7	86,7
	1983	9	6,7	6,7	93,3
	1984	9	6,7	6,7	100,0
	Total	135	100,0	100,0	

En lo que se refiere a las formas de internacionalización, Bancotrans sólo opta por oficinas de representación (90.4%) y sucursales.

Y en lo que se refiere a los mercados en los que se internacionaliza (Tabla 3.3.3.2), la mayoría de sus intervenciones las realiza en Latinoamérica (60%) y Asia (24.4%).

Tabla 3.3.3.2: Continentes de internacionalización de Bancotrans

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1	5	3,7	3,7	3,7
	2	12	8,9	8,9	12,6
	3	33	24,4	24,4	37,0
	4	4	3,0	3,0	40,0
	5	81	60,0	60,0	100,0
	Total	135	100,0	100,0	

Si analizamos la correlación entre las variables de internacionalización que hemos utilizado para nuestro análisis con la muestra seleccionada, vemos (Tabla 3.3.3.3) que las variables relacionadas con los mercados (LOGDFISICA, LOGDECON, DPSIC, DINST y N° PAISES) no se relacionan con la forma de entrada. Esto es lógico porque, sea cual sea el mercado, la casi totalidad de las intervenciones en el extranjero de Bancotrans tuvieron lugar con oficinas de representación. Esto hace que, aunque la velocidad de proceso para la forma sí tiene una correlación significativa e inversa con casi todas las variables de mercado, no se puedan obtener conclusiones con sentido.

Esas variables de mercado tampoco se correlacionan significativamente para la velocidad de proceso en cuanto a países, salvo en el número de países, en cuyo caso, en cuantos más países está Bancotrans mayor es su velocidad de proceso. Esto tiene sentido y coincide con lo que ha pasado con los bancos de la muestra, ya que se supone que jugará a su favor el efecto experiencia.

Tabla 3.3.3.3: Correlaciones Bancotrans

		Correlaciones				
		LOGDFISICA	LOGDECON	D. PSIC.	D. INST.	N° PAISES
LOGDFISICA	Correlación de Pearson	1	,394**	,399**	-,051	-,20
	Sig. (bilateral)		,000	,000	,560	,0
	N	135	135	135	135	1
LOGDECON	Correlación de Pearson	,394**	1	,105	,152	,0
	Sig. (bilateral)	,000		,225	,078	,6
	N	135	135	135	135	1
D. PSIC.	Correlación de Pearson	,399**	,105	1	,020	-,1
	Sig. (bilateral)	,000	,225		,820	,1
	N	135	135	135	135	1
D. INST.	Correlación de Pearson	-,051	,152	,020	1	,1
	Sig. (bilateral)	,560	,078	,820		,1

	N	135	135	135	135	1
Nº PAÍSES	Correlación de Pearson	-,207*	,045	-,129	,125	
	Sig. (bilateral)	,016	,608	,136	,148	
	N	135	135	135	135	1
FORMA	Correlación de Pearson	-,026	,078	-,030	,074	,1
	Sig. (bilateral)	,761	,371	,727	,394	,0
	N	135	135	135	135	1
VPTFORMA	Correlación de Pearson	,143	-,380**	,193*	-,392**	-,36
	Sig. (bilateral)	,098	,000	,025	,000	,0
	N	135	135	135	135	1
VPPPAIS	Correlación de Pearson	-,085	,133	-,090	,146	,75
	Sig. (bilateral)	,330	,125	,299	,090	,0
	N	135	135	135	135	1

Lo mismo ocurre con la relación que se da entre la velocidad de proceso de país y la forma, parece que cuando Bancotrans aumenta su velocidad a la hora de acceder a nuevos países, también lo hace con formas más arriesgadas (correlación significativa y positiva).

Como Bancotrans sólo realiza 5 actos de internacionalización (de los 135 que tenemos) a paraísos fiscales, nada de lo que hemos dicho sobre esta entidad varía si quitamos esos países.

3.3.4.- Los grupos bancarios

Cuando codificamos la variable entidad creamos otra variable llamada GRUPO, que recogía a cuál de los cuatro grupos analizado pertenecía la entidad en cuestión. No hemos metido esta variable en nuestro análisis porque en cada grupo las entidades van entrando en diferentes fechas (algunas con 30 años de diferencia) con lo cual no parece muy acertado, pero al igual que con Bancotrans, nos ha parecido interesante analizar las frecuencias y correlaciones para esos grupos para ver si realmente lo que finalmente ha sido el grupo Santander ha tenido relevancia en el proceso de internacionalización. No es objeto de esta tesis, pero quizás, si esto es así, uno de los motivos a estudiar en un futuro con más profundidad es si dicho grupo ha seguido una política de adquisiciones encaminada a lograr una estrategia deliberada de internacionalización que se había marcado.

Para realizar este análisis hemos recurrido no a la base de datos depurada, sino a la que elaboramos quitando el efecto de los datos acumulados año tras año ya que, en este caso, al estudiar no regresiones sino estadísticos descriptivos sí que podrían verse alterados los resultados por estas duplicidades.

Si analizamos los años, vemos que no hay ninguno en el que no se haya producido un acto de internacionalización, siendo 1999 (con un 9.3% de los casos) y 1991 (con 6.5%) los que más destacan. En el período comprendido entre 1988 y 2001 se producen el 50% de las actuaciones, dejando a la década de los 90 del siglo pasado (década de entrada en la Unión Europea) como la gran protagonista del proceso. Sin embargo, desde 2007 a 2013 sólo se produce el 4.6% de los casos, estando cada uno de esos años muy por debajo del 1% cada uno de ellos salvo 2012, que acumula un 1.2% de los casos totales. Esto último nos señala la incidencia de la crisis financiera recientemente vivida. Estos resultados no varían si quitamos los paraísos fiscales.

En lo que se refiere al análisis del comportamiento de las entidades que son del grupo Santander y las que no, vemos en la Tabla 3.3.4.1 que efectivamente el grupo Santander es el que copa el 47.7% de los actos de internacionalización, aquí están 15 de las 35 entidades que hemos analizado, repartiéndose el 52.3% restante los otros grupos analizados (BBVA, Sabadell y Popular). Estos porcentajes tampoco cambian si quitamos los paraísos fiscales.

Tabla 3.3.4.1: Comportamiento de las entidades del grupo Santander y fuera de éste

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	513	52,3	52,3	52,3
	1	467	47,7	47,7	100,0
	Total	980	100,0	100,0	

En lo que se refiere a los continentes (Tabla 3.3.4.2) son Latinoamérica y Europa (casi igualados), los que copan la internacionalización de nuestras entidades. Asia ocupa un tercer lugar alejada de los anteriores. Permanece también igual esto sin paraísos fiscales.

Tabla 3.3.4.2: Frecuencia en continentes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1	30	3,1	3,1	3,1
	2	87	8,9	8,9	11,9
	3	133	13,6	13,6	25,5

	4	358	36,5	36,5	62,0
	5	367	37,4	37,4	99,5
	6	5	,5	,5	100,0
	Total	980	100,0	100,0	

Y, por último, en lo que se refiere a las formas de internacionalización (Tabla 3.3.4.3), son las oficinas de representación las que ocupan más de la mitad de las actuaciones, seguidas de las sucursales y éstas de las filiales. Esto está acorde con la teoría de la internacionalización, ya que las formas menos frecuentes son las más arriesgadas.

Tabla 3.3.4.3: Frecuencia de formas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1	538	54,9	54,9	54,9
	2	279	28,5	28,5	83,4
	3	163	16,6	16,6	100,0
	Total	980	100,0	100,0	

En lo que se refiere a las correlaciones, vamos a analizar en primer lugar si existe alguna entre la entidad que lleva a cabo la internacionalización y alguna de estas variables de las que hemos analizados sus frecuencias. Los resultados se muestran en la Tabla 3.3.4.4.

Tabla 3.3.4.4: Correlaciones entre entidad, forma, continente y año

		AÑO	CONTINENTE	FORMA
ENTIDADM	Correlación	-.075**	.058	.015
	Sig.	.018	.170	.629

* $p < .05$

** $p < .01$

*** $P < .001$

Vemos que, como ya señalamos en el apartado en el que estudiamos nuestro modelo, las entidades del grupo Santander son las que más actuaciones realizan en los años más tempranos, lo cual nos corrobora que la actitud más

arriesgada de las demás entidades pueda deberse a un efecto de isomorfismo mimético con este grupo.

Para analizar las correlaciones entre las variables de internacionalización de nuestro estudio y la entidad hemos construido dos variables más de velocidad:

- Velocidad de proceso máxima de país (VPXPAIS): esta variable la hemos construido viendo cuál es el valor máximo que toma la velocidad de proceso puntual de país (VPPPAIS). Cada entidad tiene un valor distinto en esta variable.
- Velocidad de proceso mínima de país (VPmPAIS): esta variable la hemos construido viendo cuál es el valor mínimo que toma la velocidad de proceso puntual de país (VPPPAIS) para cada entidad. Cada entidad tiene un valor distinto en esta variable.

En la Tabla 3.3.4.5 vemos los resultados de las correlaciones estudiadas.

Tabla 3.3.4.5: Correlaciones para las variables de internacionalización y la entidad

		INTENS.	VPTF	VPMF	VPPP	VPMP	VPTP	VPXP	VPmP
ENTIDADM	C.	-.014	-.137***	-.153***	-.056	-.175***	-.203***	-.114***	-.042
	S.	.666	.000	.000	.078	.000	.000	.000	.185

* $p < .05$

** $p < .01$

*** $P < .001$

Vemos como la variable ENTIDADM se correlaciona significativa y negativamente con todas las velocidades, excepto con la VPPP y la VPmPAIS. Tampoco se correlaciona con la INTENSIDAD. Esto nos indica que las entidades del grupo Santander son las que más despacio han realizado su proceso de internacionalización (tanto respecto a formas como a países) lo cual vuelve a señalar nos la posibilidad de isomorfismo mimético de las demás entidades respecto a este grupo. El efecto de seguir esa tendencia es lo que puede haber provocado un comportamiento más arriesgado de las demás entidades.

4.- CONCLUSIONES

En la introducción de nuestra tesis doctoral los primeros objetivos que nos marcamos fueron referentes a la aportación teórica que pretendíamos realizar. Así, nos propusimos establecer un modelo teórico que recogiera, por un lado, todas las relaciones ya estudiadas con anterioridad entre las tres principales decisiones de internacionalización y, por otro, el protagonismo que algunas firmas toman en el proceso de internacionalización como marcadoras de tendencias para comprobar si en el proceso de internacionalización el isomorfismo mimético es una variable que tiene efecto sobre dicho proceso. El

resultado ha sido un recorrido conceptual por las propuestas y evidencias desarrolladas por otros autores hasta el momento actual para conocer el estado de la cuestión en la literatura de internacionalización y la propuesta de un modelo conceptual que recogiera las principales variables y relaciones que pretendemos analizar.

En lo referente a los objetivos que nos propusimos conseguir con nuestra investigación de carácter empírico, en primer lugar, hemos realizado un análisis descriptivo del proceso de internacionalización de la banca española. El resumen de este análisis está recogido en los anexos 4 y 5, pero podemos señalar que:

- En cualquiera de las formas de entrada, los bancos que estaban mayoritariamente instalados cuando comienza la serie (1974 para formas 1 y 2 y 1993 para forma 3) y también los que entraron con posterioridad fueron: los del grupo Santander, los del grupo BBVA, los relacionados con el Banco Popular y con el Banco Sabadell y, en los inicios, Bancotrans. Aquí no hacemos diferencias entre paraísos fiscales y no.
- Si nos vamos a los años posteriores (1975/2013 para formas 1 y 2 y 1994/2013 para forma 3), los bancos que terminan formando parte del grupo Santander (y este banco en sí) son los que lideran la entrada y el seguimiento de la banca española en nuevos países, seguidos de los que terminan formando el BBVA, el Banco Sabadell y el Popular. La eliminación de paraísos fiscales sólo incrementa el peso que el grupo Santander y BBVA tienen en el conjunto de las nuevas entradas. Y, en lo relativo a los seguidores, la eliminación de paraísos fiscales incrementa el peso del grupo Santander, salvo para la forma 2; también del BBVA, salvo para la forma 3; del Banco Sabadell, salvo para la forma 1; hace aparecer al Banco Exterior y convierte en insignificante la participación del Banco Atlántico y Banco Popular.
- En cualquiera de las formas de entrada, los continentes de destino en los que los bancos invierten mayoritariamente cuando comienza la serie (1974 para formas 1 y 2 y 1993 para forma 3) eran: Latinoamérica y Europa, y en ese orden, salvo para las filiales que es al revés. Cuando añadimos los seguidores, cobra importancia América del Norte.
- Si nos vamos a los años posteriores (1975/2013 para formas 1 y 2 y 1994/2013 para forma 3), los continentes que mayoritariamente se eligen como destino son: tanto para los nuevos entrantes como para seguidores con oficinas de representación, Asia y Latinoamérica, en ese orden, aunque con la desaparición de los paraísos fiscales igualan su peso; para los nuevos entrantes con sucursales, Asia y Europa, por ese orden, aunque con la supresión de los paraísos fiscales Europa baja algo su peso y cobra importancia América del Norte, y para los

seguidores Latinoamérica y Asia, por ese orden, aunque con la supresión de los paraísos fiscales Asia sube a primer lugar con la mitad de las sucursales y África sube al 33%, con lo que Latinoamérica pasa a tener un peso pequeño; por último, para los nuevos entrantes con filiales Latinoamérica y Europa, por ese orden, aunque con la supresión de los paraísos fiscales Latinoamérica sube su peso, Europa lo baja algo y cobra importancia África, y para los seguidores Latinoamérica es la que prácticamente copa la expansión, fenómeno que se amplifica con la supresión de los paraísos fiscales.

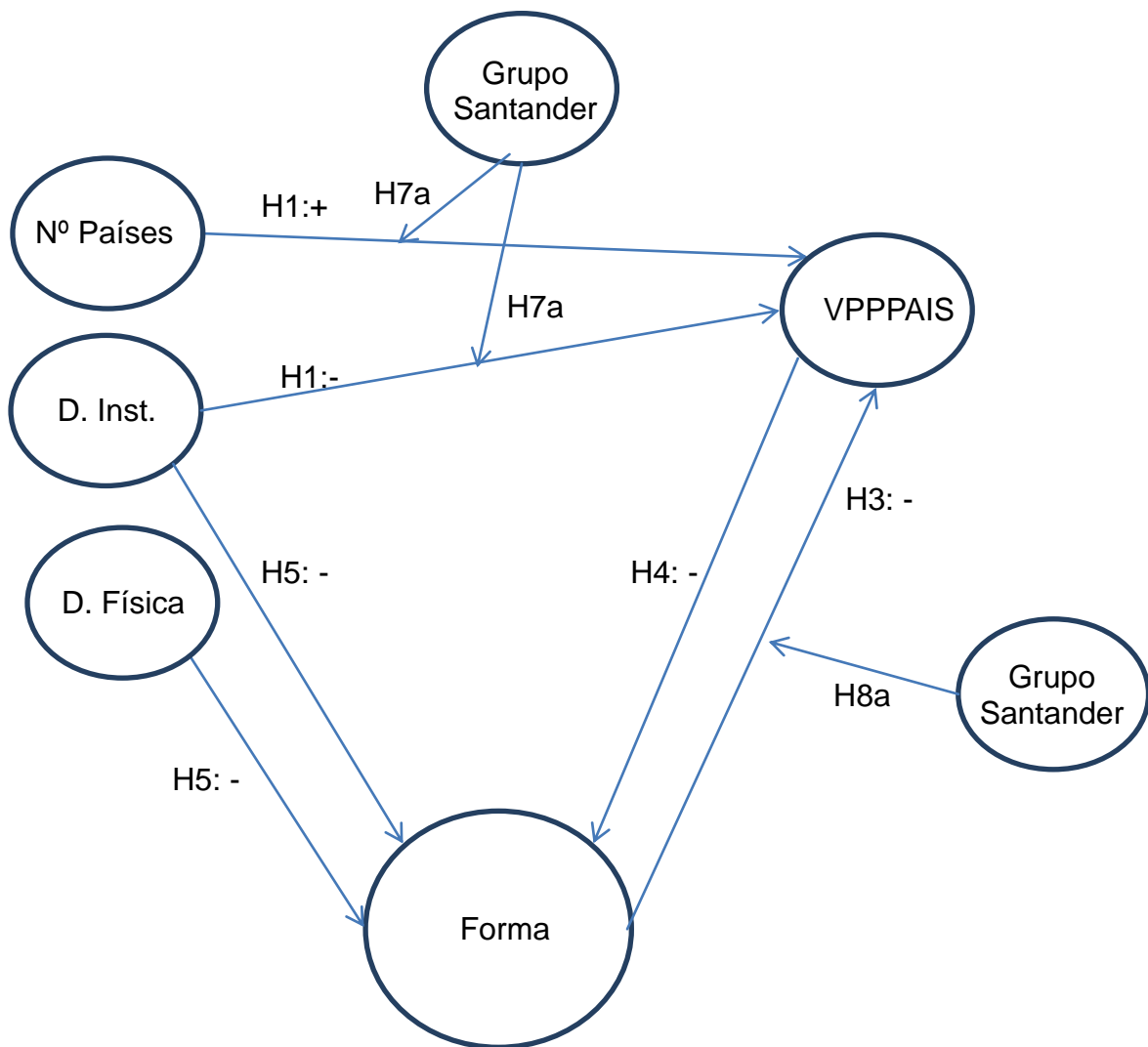
En lo referente al estudio estadístico que hemos realizado para contrastar nuestro modelo las principales conclusiones de esta tesis son:

- H_1 se verifica para la relación entre el N° PAISES y la VPPPAIS, de forma que el número de países tiene una incidencia positiva en las VPPPAIS. Esta relación se ve moderada por la entidad que se internacionaliza, de manera que esto se cumple para las entidades que no pertenecen al grupo Santander que aumentan su velocidad de proceso puntual en la medida en que están en más países. Esto parece indicar que las entidades del grupo Santander, que son las que como vimos en el apartado de los grupos las que están más presentes en los primeros años, tienen una VPPPAIS menor en la medida que van a más países. Además, las entidades del grupo Santander tiene una menor VPPPAIS cuanto mayor es la distancia institucional que separa a los países de internacionalización. Por tanto, la hipótesis H_{7a} se verifica para la moderación que ejerce la entidad en la relación de la distancia institucional y el número de países con la VPPPAIS.
- H_3 se verifica en la relación entre las variables FORMA y VPPPAIS, de forma que cuanto más arriesgada es la forma de entrada menor es la VPPPAIS. Cuando las entidades no pertenecen al grupo Santander tienen una VPPPAIS mayor y este efecto directo aparece sólo cuando introducimos los efectos mediadores de la entidad. Este efecto moderador lo que nos indica es que la pertenencia al Grupo Santander juega un papel moderador en la relación entre la forma de entrada en los países a los que se internacionaliza la entidad y la VPPPAIS, de manera que en las entidades que pertenecen a dicho grupo tienen una mayor VPPPAIS cuanto menos arriesgada es la forma de entrada. Por tanto, la hipótesis H_{8a} se verifica para la moderación que ejerce la entidad en la relación de la forma de entrada con la VPPPAIS.
- H_4 se verifica en la relación entre las variables VPPPAIS y FORMA, por tanto, los resultados demuestran que cuanto menor es la VPPPAIS más arriesgada es la forma de entrada de las entidades en los países a los que se internacionalizan.

- H₅ se verifica tanto en la relación entre las variables LOGDFISOCA y FORMA, como en la relación DINST y FORMA, por tanto, los resultados demuestran que cuanto más cercanos son los países física e institucionalmente más arriesgada es la forma de intervención de las entidades en el extranjero.
- No se ha podido verificar las hipótesis H₂, H₆, H_{7b}, H_{8b}, H_{9a} y H_{9b}.

Una vez verificadas estas hipótesis, y desechadas las que no se han podido verificar, nuestro modelo quedaría como se muestra en la Figura 4.1.

Figura 4.1: Modelo contrastado



En el aspecto teórico, la aportación que realiza esta tesis es haber salvado los gaps que indicábamos que existen en la literatura ya que hemos ofrecido un modelo que:

- Aúna las relaciones parciales que se habían establecido hasta ahora, ya que muestra cómo esas relaciones se dan entre todas las variables y

además se producen bíunivocamente entre las decisiones de internacionalización.

- Incluye el papel del isomorfismo mimético en el proceso de internacionalización.

Aunque todas las relaciones no se han podido contrastar, sí que hemos podido verificar en un mismo modelo la relación que se establece entre la selección de mercados tanto con la velocidad de proceso como con la forma de operación en un país; así como la que se establece de manera bidireccional entre la velocidad de proceso y la forma de operación. Estas relaciones se han verificado además no aisladamente, sino en un mismo ciclo y con las mismas variables. También hemos podido demostrar que en ese proceso los *trendsetters* juegan un papel importante en la relación que establecen tanto la selección de mercados como el modo de operación con la velocidad de proceso.

A efectos prácticos, las implicaciones que tiene este estudio son las siguientes:

- En primer lugar, las empresas no sólo juegan con una variable de forma aislada para evaluar el riesgo que corren en su proceso de internacionalización, sino que deben valorar en su conjunto todas las decisiones. De esta forma, si las circunstancias o las opciones estratégicas les impulsan a asumir mayor riesgo en alguna de las decisiones, pueden compensar dicho riesgo con actitudes más conservadoras en el resto.
- Esto cobra especial importancia con el modo de operación, que por las diversas relaciones que establece con las otras decisiones, y la relación bidireccional que establece en concreto con la velocidad de proceso, puede ser utilizada como un moderador del riesgo asumido en cuantos destinos o para aumentar la velocidad del proceso.
- En algunos sectores, como el que hemos analizado, hay empresas que marcan tendencias en cuanto a la forma en la que desarrollan su proceso de internacionalización. Esto puede ser aprovechado por las demás, de manera que una forma de disminuir el riesgo en las decisiones de internacionalización que tiene que tomar una empresa sería imitando a las que ya han hecho ese proceso con éxito. De esta forma esa disminución del riesgo se puede aprovechar para tomar decisiones más arriesgadas en cuanto a velocidad, modo o selección de mercados.

5.- LIMITACIONES Y FUTURAS LINEAS DE INVESTIGACIÓN

No queríamos terminar esta tesis doctoral señalando algunas de las limitaciones que presenta el estudio y las líneas de investigación futura que deja abiertas.

En cuanto a las limitaciones, en primer lugar, en la mayor parte de los estudios empíricos se generan un grupo de limitaciones básicas ligadas a la posibilidad de generalizar los resultados alcanzados debido a que se ha elegido un contexto particular para estudiarlas. Aunque el sector financiero es muy importante a nivel mundial y nacional y ha vivido un proceso de internacionalización interesante y que permite analizar con una amplia base de datos el fenómeno, el hecho de haber analizado un único sector y de que los datos se hayan referido a los bancos españoles durante un periodo concreto del tiempo, limita en gran medida la generalización del contraste empírico que se ha realizado del marco conceptual.

En segundo lugar, en el análisis empírico cuantitativo se han empleado técnicas de análisis multivariable que han llevado a contrastar las variables en sus relaciones por pares. Una verdadera comprensión del fenómeno en toda su complejidad, debería haber tenido en cuenta de manera simultánea todos los datos e incorporar todas las variables en un único modelo que pudiera ser contrastado con técnicas de análisis no empleadas en el presente trabajo, que buscaba comprobar en un primer momento si eran acertadas o no las relaciones propuestas en el modelo teórico, más que conocer cómo se comportaban esas relaciones cuando se daban conjuntamente.

Por último, aunque en gran medida los indicadores de las distintas variables empleadas se han apoyado en cómo se han hecho operativas en trabajos previos de la literatura en internacionalización, en algunos casos la concreción de esos indicadores se ha visto condicionada por los datos disponibles para generar buenos proxies de las variables, debido a que se han utilizado datos secundarios. Aunque entendemos que esto ha podido tener una influencia mínima en los resultados expuestos, habida cuenta además de que se han intentado emplear varios indicadores en cada variable, la posibilidad de contar con datos adicionales y/o de naturaleza distinta podría haber hecho que la correspondencia entre los conceptos y las formas en que se han hecho operativos en la construcción de las variables fuese mayor.

En lo referente a las futuras líneas de investigación que deja abierta esta tesis, y a las que el investigador pretende dedicarse en los próximos años, podemos resaltar:

- Analizar el modelo, sus variables y relaciones de manera simultánea, aplicando técnicas que permitan la consideración global de los datos como puede ocurrir con los modelos de ecuaciones estructurales.
- Comprobar cómo se comportan las variables analizadas y sus relaciones en contextos diferentes al del sector financiero, incrementando la capacidad de generalización de los resultados obtenidos en esta investigación.

- Profundizar en la idea sugerida por el análisis cualitativo respecto al papel de creador de tendencia en el proceso de internacionalización utilizando metodología cuantitativa que permita la contrastación de hipótesis en distintos contextos, no sólo el del sector financiero. En este sentido, sería interesante adentrarse en las ventajas que consigue una entidad por ser marcador de tendencias.
- Estudiar empíricamente otras variables recogidas en el modelo de Gallego et al. (2009) que no han podido ser analizadas en esta tesis. Especialmente relevante, al hilo de las últimas tendencias en la literatura de internacionalización, sería comprobar cómo la pertenencia a redes de relaciones influyen en el proceso.
- Analizar si las relaciones entre los tres elementos del proceso de internacionalización están ligadas por relaciones más complejas que las lineales como sugieren Casillas y Moreno (2014).

BIBLIOGRAFÍA

Abrahamson, E. 1996. Management Fashion. *Academy of Management Review*, 21 (1), 254-285.

Abrahamson, E. y Rosenkopf, L. 1993. Institutional and competitive bandwagons: Using mathematical modeling as tool to explain innovation diffusion. *Academy of Management Review*, 18 (5), 487- 517.

Agarwal, S. y Ramaswami, S.N. 1992. Choice of Foreign Market Entry Mode: Impact of Ownership, Location and Internalization Factors. *Journal of International Business Studies*, 23 (1, First Quarter 1992), 1.

Aliber, R.Z. 1976. Towards a Theory of International Banking. *Economic Review*, primavera, 5-8.

Andersen, O. 1993. On the internationalization process of firms: a critical analysis. *Journal of International Business Studies*, 24 (2), 33–46.

Andersen, O. 1997. Internationalization and market entry mode: a review of theories and conceptual frameworks. *Management International Review*, 37 (2), 7–42.

Ancona, D.G., Okhuysen, G.A. y Perlow, L.A. 2001. Taking time to integrate temporal research. *Academy of Management Review*, 26 (4), 512-529.

Arenius, P.M. 2002. *Creation of Firm-Level Social Capital, Its Exploitation, and the Process of Early Internationalization*. Helsinki: Helsinki University of Technology.

Arenius, P. 2005. The Psychic Distance Postulate Revised: From Market Selection to Speed of Market Penetration. *Journal of International Entrepreneurship*, 3 (2), 115-131.

Autio, E., Sapienza, H.J. y Almeida, J.G. 2000. Effects of age at entry, knowledge intensity and imitability on international growth. *Academy of Management Journal*, 43 (5), 909–924.

Asmussen, C.G., Benito, G. y Petersen, B. 2009. Organizing foreign market activities: From entry mode choice to configuration decisions. *International Business Review*, 18, 145–155.

Bell, J. 1995. The Internationalization of Small Computer Software Firms: A Further Challenge to Stage Theories. *European Journal of Marketing*, 29 (8), 60–75.

Benito, G.R.G., Pedersen, T. y Petersen, B. 2005. Export channel dynamics: An empirical investigation. *Managerial and Decision Economics*, 26 (3), 159–173.

- Bilkey, W.J. y Tesar, G. 1977. The export behaviour of small-sized Wisconsin manufacturing firms. *Journal of International Business Studies*, 8, 93–98.
- Bjorkman, I. y Kock, S. 1997. Inward International Activities in Service Firms – Illustrated by Three Firms from the Tourism Industry. *International Journal of Service Industry Management*, 8 (5), 362-376.
- Blomstermo, A.; Eriksson, K. y Sharma, D. 2002. Knowledge and time: a forgotten factor in the internationalisation process of firms. En Havila, V.; Forsgren, M. y Hakansson, H. (Eds.). *Critical perspectives on internationalization*. Oxford: Pergamon, p. 263-283.
- Bodur, M. y Madsen, T.K. 1993. Danish Foreign Direct Investments in Turkey, *European Business Review*, 93 (5), 28-43.
- Bonaccorsi, A. 1992. On the relationship between firm size and export intensity. *Journal of International Business Studies*, 23, 605–635.
- Brouthers, K. D. y Brouthers, L. E. 2003. Why Service and Manufacturing Entry Mode Choice Differ: The Influence of Transaction Cost Factors, Risk and Trust. *Journal of Management Studies*, 40 (5), 1179.
- Brouthers, K.D. y Hennart, J.F. (2007). Boundaries of the firm: Insights from international entry mode research. *Journal of Management*, 33 (3), 395–425.
- Brouthers, L.E., Mukhopadhyay, S., Wilkinson, T.J. y Brouthers, K.D. (2009). International market selection and subsidiary performance: A neural network approach. *Journal of World Business*, 44 (3), 262–273.
- Bowring, M.A. 2000. De/Constructing theory. A look at the institutional theory that positivism built. *Journal of Management Inquiry*, 9 (3), 258-279.
- Bruno, V. y Shin, H.S. 2014. Globalization of corporate risk taking. *Journal of International Business Studies*, 45, 800–820.
- Buckley, P.J. 2014. Adam Smith's theory of knowledge and international business theory and practice. *Journal of International Business Studies*, 45, 102–109.
- Buckley, P.J. y Casson, M. (1981). The optimal timing of a foreign direct investment. *Economic Journal*, 91, 75–87.
- Burgel, O. y Murray, G. C. 2000. The International Market Entry Choices of Start-up Companies in High-technology Industries. *Journal of International Marketing*, 8 (2), 33–62.
- Burns, L.R. y Wholey, D.R. 1993. Adoption and abandonment of matrix management programs: Effects of organizational characteristics and

Interorganizational networks. *Academy of Management Journal*, 36 (1), 106-138.

Calof, J.L. 1993. The mode choice and change decision process and its impact on international performance. *International Business Review*, 2 (1), 97–120.

Calof, J.L. 1994. The relationship between firm size and export behavior revisited. *Journal of International Business Studies*, 25, 367–387.

Campa, J.M. y García Cobos, J. 2008. La Internacionalización del Sector Bancario Europeo. *Universia Business Review*, número especial, 84-95.

Casanueva, C. y Gallego, A. 2012. *Dirección Estratégica de Organizaciones Turísticas*. Madrid: Ed. Pirámide, p. 124-125.

Casillas, J.C. y Acedo, F. 2013. Speed in the Internationalization Process of the Firm. *International Journal of Management Reviews*, 15, 15–29.

Casillas, J.C.; Moreno, A.M.; Acedo, F.J.; Gallego, M.A. y Ramos, E. 2009. An integrative model of the role of knowledge in the internationalization process. *Journal of World Business*, 44, 311-322.

Casillas, J.C. y Moreno, A.M. 2014. Speed of the internationalization process: The role of diversity and depth in experiential learning. *Journal of International Business Studies*, 45, 85–101.

Caughey, M. y Chetty, S. 1993. Pre-export behaviour of small manufacturing firms in New Zealand. *International Small Business Journal*, 12, 62–68.

Cavusgil, S.T. 1980. On the internationalization process of firms. *European Research*, 8, 173–281.

Cavusgil, S.T. y Knight, G.A. 2015. The born-global firm: and entrepreneurial and capabilities perspectives on early and rapid internationalization. *Journal of International Business Studies*, 46, 3-16.

Chang, S.J. y Rhee, J.H. 2011. Rapid FDI expansion and firm performance. *Journal of International Business Studies*, 42 (8), 979–994.

Chetty, S.; Johanson, M. y Martín, O. 2014. Speed of internationalization: conceptualization, measurement and validation. *Journal of World Business*, 49, 633–650.

Clark, B.R. 1960. *The open-door colleges: A case of study*. New York: McGraw Hill.

Clark, B.R. 1972. Organization structure, environment and performance: The role of strategic choice. *Sociology*, 6, 1-22.

- Clark, T., Pugh, D.S., y Mallory, G. 1997. The process of internationalization in the operating firm. *International Business Review*, 6 (6), 605–623.
- Coviello, N. (2015). Re-thinking research on born-global. *Journal of International Business Studies*, 46, 17-26.
- Coviello, N.E. y Jones, M.V. 2004. Methodological issues in international entrepreneurship research. *Journal of Business Venturing* 19 (4), 485–508.
- Coviello, N.E. y McAuley, A. 1999. Internationalisation and the smaller firm: a review of contemporary empirical research. *Management International Review*, 39 (3), 223–256.
- Coviello, N.E. y Munro, H.J. 1995. Growing the Entrepreneurial Firm: networking for International Market Development, *European Journal of Marketing*, 29 (7), 49-61.
- Coviello, N.E. y Munro, H.J. 1997. Network Relationships and the Internationalisation Process of Small Software Firms, *International Business Review*, 6 (2), 1-26.
- Creswell, J. 2003. Research Design. *Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*, 2ª ed. Thousand Oaks: Sage.
- Creswell, J. y Plano-Clark, V. 2011. *Designing and Conducting Mixed Methods Research*, 2ª ed. Thousand Oaks. Sage.
- Cuervo-Cazurra, A. 1988. *La crisis bancaria en España, 1977-1985*. Barcelona: Ariel.
- Cuervo-Cazurra, A. 2008. Las distancias en el proceso de internacionalización: el caso del Banco Santander. *Universia Business Review*, número especial, 96-111.
- Cyert, R. M., y March, J.G. 1963. *A behavioral theory of the firm*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Czinkota, M.R. 1982. *Export Development Strategies: U.S. Promotion Policy*. New York, NY: Praeger.
- Dana, L.P., Etemad, H. y Wright, R.W. 1999. Theoretical Foundations of International Entrepreneurship. En R.W. Wright (ed.) *Research in Global Strategic Management*, vol. 7. JAI Press: Stamford, CT, pp. 3–22.
- Datta, D.K., Herrmann, P. y Rasheed, A.A. 2002. Choice of foreign market entry modes: Critical review and future directions. *Advances in International Comparative Management*, 14 (1), 85–154.

- Davis, P.S., Desai, A.B. y Francis, J.D. 2000. Mode of International Entry: An Isomorphism Perspective. *Journal of International Business Studies*, 31 (2), 239-258.
- Dhanaraj, C. y Beamish, P. 2003. A resource-based approach to the study of export performance. *Journal of Small Business Management*, 41 (3), 242.
- Dichtl, E., Koeglmayr, H.G. y Mueller, S. 1990. International orientation as a precondition for export success. *Journal of International Business Studies*, 21, 23-41.
- DiMaggio, P.J. y Powell, W.W..1983. The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, 48 (2), 147-160.
- Dosi, G., Moschella, D., Pugliese, E. y Tamagni, F. 2015. Productivity, market selection, and corporate growth: comparative evidence across US and Europe. *Small Business Economy*, 45, 643-672.
- Dow, D. 2000. A note on psychological distance and export market selection. *Journal of International Marketing*, 8 (1), 51-64.
- Dow, D. y Karunaratna, A. 2006. Developing a multidimensional instrument to measure psychic distance stimuli. *Journal of International Business Studies*, 37, 578-602.
- Driscoll, A. M. y Paliwoda, S.J. 1997. Dimensionalizing International Market Entry Mode Choice. *Journal of Marketing Management*, 13, 57-87.
- Dunning, J. H. 1980. Toward an Eclectic Theory of International Production: Some Empirical Tests. *Journal of International Business Studies*, 11, 9-30.
- Eriksson, K., Johanson, J., Majkgard, A. y Sharma, D.D. 1997. Experiential knowledge and cost in the internationalization process. *Journal of International Business Studies*, 28, 337-360.
- Eriksson, K.; Johanson, J.; Majkgard, A. y Sharma, D. 2000. Effect of variation on knowledge accumulation in the internationalization process. *International Studies of Management & Organization*, 30 (1), 26-44.
- Erramilli, M.K. y Rao, C.P. 1993. Service firms' international entry mode choice: A modified transaction cost analysis approach. *Journal of Marketing*, 57, 19-38.
- Evans, J., Treadgold, A. y Mavondo, F. T. 2000. Psychic Distance and the Performance of International Retailers: A Suggested Theoretical Framework. *International Marketing Review*, 17 (4/5), 373.

- Fan, T. y Phan, P. 2007. International new ventures: Revisiting the influences behind the “born-global” firm. *Journal of International Business Studies*, 38, 1113–1131.
- Freeman, S., Edwards, R. y Schroder, B. 2006. How smaller born-global firms use networks and alliances to overcome constraints to rapid internationalization. *Journal of International Marketing*, 14 (3), 33–63.
- Freeman, S., Giroud, A., Kalfadellis, P., y Ghauri, P. 2012. Psychic distance and environment: impact on increased resource commitment. *European Business Review*, 24 (4), 351–373.
- Freeman, S., Hutchings, K. y Chetty, S. 2012. Born-globals and culturally proximate markets. *Management International Review*, 52 (3), 425–460.
- Gallego, M.A.; Ramos, E.; Acedo, F.J.; Casillas, J.C. y Moreno, A.M. 2009. The relationship between timing of entry into a foreign market, entry mode decision and market selection. *Time & Society*, 18 (2-3), 306-331.
- Gallego, A. y Casillas, J.C. 2014. Choice of markets for initial export activities: Differences between early and late exporters. *International Business Review*, 23, 1021–1033.
- Gao, T. 2004. The Contingency Framework of Foreign Entry Mode Decisions: Locating and Reinforcing the Weakest Link. *The Multinational Business Review*, 12 (1), 37–69.
- Gao, G.Y., y Pan, Y. 2010. The pace of MNEs’ sequential entries: Cumulative entry experience and the dynamic process. *Journal of International Business Studies*, 41 (9), 1572–1580.
- George, J.M. y Jones, G.R. 2000. The role of time in theory and theory building. *Journal of Management*, 26 (4), 657-684.
- Greenwood, R. y Hinings, C.R. 1996. Understanding radical organizational change: hiring together the old and the new institutionalism. *Academy of Management Review*, 21 (4), 1002- 1054.
- Grubel, H. 1977. A Theory of Multinacional Banking, Banca Nazionale del Lavoro. *Quartely Bulletin*, diciembre, 349-363.
- Guillén, M.F. 2005. *The Rise of Spanish Multinationals: European Business in the Global Economy*. Cambridge: Cambridge University Press. Traducido al castellano, Marcial Pons, 2006.
- Guillén, M.F. y Tschoegl, A.E. 2008. La Internacionalización de la banca española. *Universia Business Review*, número especial, 74-83.

- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L. y Black, W.C. 1999. *Análisis Multivariante (5ª edición)*. Madrid: Prentice Hall.
- Hall, P.A. y Taylor, R. 1996 . Political Science and the Three New Institutionalisms. *Political Studies*, 45, 936-957.
- Hashai, N., y Almor, T. 2004. Gradually internationalizing 'born global' firms: An oxymoron? *International Business Review*, 13 (4), 465–483.
- Haveman. 1993. Organizational size and change: Diversification in the savings and loan industry after deregulation. *Administrative Science Quarterly*, 38, 20-50.
- Henisz, W.J.y Macher, J.T. 2004. Firms- and Country-Level Trade-Offs and Contingencies in the Evaluation of Foreign Investment: The Semiconductor Industry, 1994-2002, *Organization Science*, 15, 537-554.
- Hennart, J. F. 1991. The Transaction Costs Theory of Joint Ventures: An Empirical Study of Japanese. *Management Science*, 37 (4), 483–497.
- Hennart, J.F. y Park, Y.R. 1994. Location, governance, and strategic determinants of Japanese manufacturing investment in the United States. *Strategic Management Journal*, 15, 419–436.
- Hennart, J.F. y Slangen, A. 2015. Yes, we really do need more entry mode studies! A commentary on Shaver. *Journal of International Business Studies*, 46, 114–122.
- Herrmann, P. y Datta, D.K. 2002. CEO Successor characteristics and the choice of foreign market entry mode: An empirical study. *Journal of International Business Studies*, 33 (3), 551-569.
- Hofstede, G. 1980. *Culture's consequences: International differences in work related values*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Hurmerinta-Peltomaki, L. (2003). Time and internationalization. *Journal of International Entrepreneurship*, 1, 217–236.
- Hutzschenreuter, T., Pedersen, T., y Volberda, H.W. 2007. The role of path dependency and managerial intentionality: A perspective on international business research. *Journal of International Business Studies*, 38 (7), 1055–1068.
- Johanson, J. y Vahlne, J.E. 1977. The Internationalisation Process of the Firm - A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments. *Journal of International Business Studies*, Spring/Summer, 23-32.

- Johanson, J. y Vahlne, J.E. 1990. The mechanism of internationalism. *International Marketing Review*, 7, 11–25.
- Johanson, J. y Vahlne, J.E. 1992. Management of Foreign Market Entry. *Scandinavian International Business Review*, 1 (3), 9-27.
- Johanson, J. y Vahlne, J.E. 2003. Business Relationship Learning and Commitment in the Internationalization Process. *Journal of International Entrepreneurship*; 1 (1), 83-101.
- Johanson, J. y Vahlne, J.E. 2006. Commitment and Opportunity Development in the Internationalization Process: A Note on the Uppsala Internationalization Process Model. *Management International Review*, 46 (2), 165-178.
- Johanson, J. y Vahlne, J.E. 2009. The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership. *Journal of International Business Studies*, supl. The JIBS 40/AIB50 Anniversary Issue: Innovations in 40 (9), 1411-1431.
- Johanson, J. y Vahlne, J.E. 2011. Markets as networks: implications for strategy-making. *Academy of Marketing Science Journal*, 39 (4), 484-491.
- Johanson, J. y Mattsson, L.G. 1987. Interorganizational Relations in Industrial Systems: A Network Approach Compared with the Transaction-Cost Approach. *International Studies of Management & Organization*, 17 (1), 34.
- Johanson, J. y Mattsson, L.G. 1992. Network Positions and Strategic Action - An Analytical Framework. En Axelsson, B. y Easton, G. (eds.) *Industrial Networks: A New View of Reality*. London: Routledge, pp. 205-217.
- Johanson, J. y Wiedersheim-Paul, F. 1975. The Internationalisation of the Firm - Four Swedish Cases. *Journal of Management Studies*, October, 305-322.
- Johanson, J.K. y Yip, G.S. 1994. Exploiting globalization potential: U.S. and Japanese strategies. *Strategic Management Journal*, 15, 579–601.
- Jones, M.V. 1999. The internationalization of small high technology firms. *Journal of International Marketing*, 7(4), 15–41.
- Jones, M.V. 2001. First steps in internationalisation: concepts and evidence from a sample of small high technology firms. *Journal of International Management* 7 (3), 191–210.
- Jones, M.V. y Coviello, N. 2005. Internationalization: conceptualizing an entrepreneurial process of behavior in time. *Journal of International Business Studies*, 36, 284–303.
- Jones, M. V. y Crick, D. 2001. High-technology Firms' Perceptions of Their International Competitiveness. *Strategic Change*, 19 (3), 129–138.

- Knight, G. A. y Cavusgil, S. T. 1996. The born global firm: A challenge to traditional internationalization theory. En S.T. Cavusgil y T.K. Madsen (eds.) *Export internationalizing research—enrichment and challenges. Advances in International Marketing*, Vol. 8, New York, NY: JAI Press, pp. 11–26.
- Knight, G.A. y Cavusgil, S.T. 2004. Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm. *Journal of International Business Studies*, 35, 124–141.
- Kogut, B. y Singh, H. 1988. The effect of national culture on the choice of entry mode. *Journal of International Business Studies*, 19, 411–432.
- Kutschker, M., Bäurle, I., y Schmid, S. 1997. International evolution, international episodes, and international epoch—Implications for managing internationalization. *Management International Review*, 37 (2), 101–124.
- Kwok, C., y Reeb, D. 2000. Internationalization and firm risk: An upstream–downstream hypothesis. *Journal of International Business Studies*, 32, 611–629.
- Lavie, D. y Miller, S.R. 2008. Alliance Portfolio internationalization and firm performance. *Organization Science*, 19 (4), 623–646.
- Lee, H. y Liebenau, J. 1999. Time in organization studies: toward a new research direction. *Organization Studies*, 20 (6), 1035-1058.
- Lee, J.W., Song, H.S. y Kwak, J. 2014. Internationalization of Korean banks during crises: The network view of learning and commitment. *International Business Review*, 23, 1040–1048.
- Li, J. 1995. Foreign entry and survival: Effects of strategic choices on performance in international markets. *Strategic Management Journal*, 16 (5), 333–351.
- Lu, J.W. 2002. Intra and Inter-organizational Imitative Behaviour: Institutional Influences on Japanese Firms' Entry Mode Choice'. *Journal of International Business Studies*, 33 (1), 19–37.
- Luo, Y., Zhao, J.H. y Du, J. 2005. .“The internationalization speed of e-commerce companies: an empirical analisis. *International Marketing Review*, (22) 6, 693-709.
- Luo, Y. y Rui, H. 2009. An ambidexterity perspective toward multinational enterprises from emerging economies. *Academy of Management Perspectives*, 23 (4), 49–70.
- Madsen, T.K. y Servais, P. 1997: “The internationalization of born globals: An evolutionary process?” *International Business Review*, 6 (6), 561-583.

- Makino, S., Lau, C.M., y Yeh, R.S. 2002. Asset-exploitation versus asset-seeking: Implications for location choice of foreign direct investment from newly industrialized economies. *Journal of International Business Studies*, 33 (3), 403–421.
- Malhotra, N. 2003. The Nature of Knowledge and the Entry Mode Decision. *Organization Studies*, 24, 935–959.
- Malhotra, N., Agarwal, J. y Ulgado, F.M. 2003. Internationalization and Entry Modes: A Multitheoretical Framework and Research Propositions. *International Marketing Review*, 22 (3), 256-278.
- Malhotra, S., Sivakumar, K. y Zhu, P. 2009. Distance factors and target market selection: the moderating effect of market potential. *International Marketing Review*, 26 (6), 651-673.
- Malhotra, N. y Hinings, C.R. 2010. An organizational model for understanding internationalization processes. *Journal of International Business Studies*, 41, 330– 349.
- Mathew, J.A., y Zander, I. 2007. The international entrepreneurial dynamics of accelerated internationalisation. *Journal of International Business Studies*, 38 (3), 387–404.
- McDougall, P.P., Oviatt, B.M. y Shrader, R.C. 2003. A comparison of international and domestic new ventures. *Journal of International Entrepreneurship*, 1, 59–82.
- Melin, L. 1992. Internationalization as a strategy process. *Strategic Management Journal*, 13, 99–118.
- Meyer, J.W. y Rowan, B. 1977. Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. *American Journal of Sociology*, 83 (2), 340-363
- Miller, K. 1992. A framework for integrated risk management in international business. *Journal of International Business Studies*, 21 (2), 1–31.
- Moen, O. 2002. The Born Globals: A New Generation of Small European Exporters. *International Marketing Review*, 19 (2/3), 156–76.
- Morgan-Thomas, A. y Jones, M.V. 2009. Post-entry internationalization dynamics: Differences between SMEs in the development speed of their international sales. *International Small Business Journal*, 27, 71–97.
- Musso, F. y Francioni, B. 2014. International strategy for SMEs: criteria for foreign markets and entry mode selection. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 21 (2), 301-312.

- Nohria, N., y Gulati, R. 1996. Is slack good or bad for innovation? *Academy of Management Journal*, 39 (5), 1245–1264.
- Oliver, C. 1991. Strategic Responses to Institutional Processes. *Academy of Management Review*, 16 (1), 145-179.
- Oviatt, B.M. y McDougall, P.P. 1994. Toward a theory of international new ventures. *Journal of International Business Studies*, 25 (1), 45–64.
- Oviatt, B.M. y McDougall, P.P. 2005. Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29, 537–554.
- Papadopoulos, N. y Martín, O.M. (2011). International market selection and segmentation: perspectives and challenges. *International Marketing Review*, 28 (2), 132-149.
- Pérez, S. 1997. *Banking on Privilege: The Politics of Spanish Financial Reform*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Preece, S.B., Miles, G., y Baetz, M.C. 1999. Explaining the international intensity and global diversity of early-stage technology-based firms. *Journal of Business Venturing*, 14, 259–281.
- Pennings, J., Barkema, H. y Douma, S. 1994. Organizational learning and diversification. *Academy of Management Journal*, 37 (3), 608–640.
- Penrose, E. (1959). *The theory of the growth of the firm*. New York: Wiley.
- Perlmutter, H.V. 1969. The tortuous evolution of the multinational corporation. *Columbia Journal of World Business*, 4, 9–18.
- Petersen, B. y Welch, L. 2002. Foreign operation mode combinations and internationalization. *Journal of Business Research*, 55 (2), 157–162.
- Porter, M.E. 1986. Changing patterns of international competition. *California Management Review*, 28, 9–40.
- Prashantham, S. y Young, S. 2011. Post-Entry Speed of International New Ventures. *Entrepreneurship theory and practice*, 35 (2), 275-292.
- Ragland, C.B., Brouthers, L. y Widmier, S.M. 2015. Institutional theory and international market selection for direct selling. *Marketing Intelligence & Planning*, 33 (4), 538-555.
- Rasheed, H. 2005. Foreign Entry Mode and Performance: The Moderating Effects of Environment. *Journal of Small Business Management*, 43 (1), 41–54.

- Reid, S.D. 1981. The decision-maker and export entry and expansion. *Journal of International Business Studies*, 12, 101–112.
- Restrepo, M.C. y Rosero, X.X. 2002. Teoría institucional y proceso de internacionalización de las empresas colombianas. *Estudios Gerenciales*, 84, 103-126.
- Reuber, A.R. y Fischer, E. 1997. The influence of the management team's international experience on internationalization behavior. *Journal of International Business Studies*, 28 (4), 807–825.
- Reuer, J., Shenkar, O. y Ragozzino, R. 2004. Mitigating risk in international mergers and acquisitions: The role of contingent payouts. *Journal of International Business Studies*, 35 (1), 19–32.
- Rialp, A., Rialp, J., Urbano y Vaillant, Y. 2005. The Born-Global phenomenon: A comparative case study research. *Journal of International Entrepreneurship*, 3, 133-171.
- Rivoli, P., y Salorio, E. 1996. Foreign direct investment and investment under uncertainty. *Journal of International Business Studies*, 27 (2), 335–357.
- Rodríguez Inciarte, J. 2008. El sector financiero español. 25 años de transformación. Caso Santander. *Universia Business Review*, número especial, 30-39.
- Roberto, B. 2004. Acquisition Versus Greenfield Investment: The Location of Foreign Manufacturers in Italy. *Regional Science and Urban Economics*, 34, 3-25.
- Ronen, S. y Shenkar, O. 1985. Clustering countries on attitudinal dimensions: A review and synthesis. *The Academy of Management Review*, 10, 435-454.
- Sabelis, I. 2007. Time and management vistas from France: Introduction to special section of Time & Society. *Time & Society*, 16 (2/3), 309-310.
- Sapienza, H.J., Autio, E., George, G., y Zahra, S.A. 2006. A capabilities perspective on the effects of early internationalization on firm survival and growth. *Academy of Management Review*, 31, 914–933.
- Sarkar, M. y Cavusgil, S.T. 1996. Trends in international business thought and literature: A review of international market entry mode research: Integration and synthesis. *The International Executive*, 38 (6), 825–847.
- Selznick, P. 1949. *TVA and the Grassroots. A Study in the Sociology of Formal Organizations*. California: University of California Press.
- Selznick, P. 1957. *Leadership in Administration: a Sociological Interpretation*. Evanston, IL: Row, Peterson.

- Sharma, D. 1992. International Business Research: Issues and Trends. *Scandinavian International Business Review*, 1 (3), pp. 3-8.
- Sharma, D. y Blomstermo, A. 2003. A Critical Review of Time in the Internationalization Process of Firms. *Journal of Global Marketing*, 16 (4), 43-71.
- Shaver, J. M. 1998. Accounting for endogeneity when assessing strategy performance: Does entry mode choice affect FDI survival? *Management Science*, 44 (4), 571–585.
- Shrader, C., Oviatt, B., y McDougall, P. 2000. How new ventures exploit trade-offs among international risk factors: Lessons for the accelerated internationalization of the 21st century. *The Academy of Management Journal*, 43 (6), 1227–1247.
- Schweizer, R.; Johanson, J. y Vahlne, J.E. 2010. Internationalization as an entrepreneurial process. *Journal of International Entrepreneurship*, 8 (4), 343-370.
- Sierra, M.P. (2007). Estrategias de internacionalización de la gran banca Española. *Pecunia*, 5, 229-272.
- Stevenson, H.H. y Harmeling, S. 1990. Entrepreneurial management's need for a more 'chaotic' theory. *Journal of Business Venturing*, 5 (1), 1–14.
- Thomas, M.J. y Araujo, L. 1985. Theories of Export Behaviours: A Critical Analysis. *European Journal of Marketing*, 19 (2), 42-52.
- Tolbert P.S. y Zucker L.G. 1996. The Institutionalization of Institutional Theory. En R. Clegg, C. Hardy y W.R. Nord (Eds.), *Handbook of organization studies*. Thousand Oaks, Ca: Sage. pp. 175-190.
- Trudgen, R. y Freeman, S. 2014. Measuring the Performance of Born-Global Firms Throughout Their Development Process: The Roles of Initial Market Selection and Internationalisation Speed. *Management International Review*, 54, 551–579.
- Tsang, E. y Yip, P. 2007. Economic distance and the survival of foreign direct investments. *Academy of Management Journal*, 50 (5), 1156–1168.
- Tschoegl, A. E. 1987. International Retail Banking as a Strategy: An Assessment. *Journal of International Business Studies*, 19 (2), 67-88.
- Vermeulen, F. y Barkema, H.G. 2002. Pace, rhythm, and scope: Process dependence in building a profitable multinational corporation. *Strategic Management Journal*, 23, 637–653.

- Walter, I. 1988. *Global Competition in Financial Services*. Cambridge, MA: Harper and Row.
- Walter, I. 2004. *Mergers and Acquisitions in Banking and Finance*. Oxford: Oxford University Press.
- Welch, L.S. y Luostarinen, R. 1988. Internationalization: evolution of a concept. *Journal of General Management*, 14, 44–60.
- Westhead, P., Wright, M. y Ucbasaran, D. 2001. The internationalisation of new and small firms: a resource-based view. *Journal of Business Venturing*, 16, 333–358.
- Woodcock, C., Beamish, P. y Makino, S. 1994. Ownership-based entry mode strategies and international performance. *Journal of International Business Studies*, 25 (2), 253–273.
- Yiu, D. y Shige, M. 2002. The Choice between Venture and Wholly Owned Subsidiary. *Organization Science*, 13, 667–685.
- Zacharakis, A. 1997. Entrepreneurial Entry into Foreign Markets: A Transaction Cost Perspective. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21, 23–39.
- Zaheer, S. 1995. Overcoming the liability of foreignness. *Academy of Management Journal*, 38 (2), 341–363.
- Zahra, S.A. y George, G. 2002. International entrepreneurship: The current status of the field and future research agenda. En M. Hitt, R. Ireland, M. Camp, y D. Sexton (Eds.), pp. 255–288. London: Blackwell.
- Zahra, S.A., Ireland, R.D. y Hitt, M.A. 2000. International expansion by new venture firms: international diversity, mode of market entry, technological learning, and performance. *Academy of Management Journal*, 43 (5), 925–950.
- Zhang, Y., Li, H. y Zhou, L. 2010. FDI spillovers in an emerging market: the role of foreign firms' country origin diversity and domestic firms' absorptive capacity. *Strategic Management Journal*, 31, 969–989.

ANEXOS

ANEXO 1: Codificación entidades bancarias

BANCO DE SANTANDER	1
SANTANDER DE NEGOCIOS	1
SANTANDER CENTRAL HISPANO INVESTMENT	1
SANTANDER CONSUMER FINANCE	1
SANTANDER INVESTMENT SERVICES	1
BANIF	1
BANCO CENTRAL	2
BANCO HISPANO AMERICANO	3
BANCO CENTRAL HISPANOAMERICANO	23
BANCO SANTANDER CENTRAL HISPANO	123
BANCO DE BILBAO	4
BANCO DE VIZCAYA	5
BANCO BILBAO VIZCAYA	45
ARGENTARIA, CAJA POSTAL Y BCO HIPOTECARIO	6
BANCO DE NEGOCIOS ARGENTARIA	6
BANCO BILBAO VIZCAYA ARGENTARIA	456
BANCO ESPAÑOL DE CRÉDITO	7
BANCO DE SABADELL	8
BANCO EXTERIOR DE ESPAÑA	9
BANCO ZARAGOZANO	10
BANCO POPULAR ESPAÑOL	11
BANCO ATLANTICO	12
BANCO DE PROGRESO	13
BANCO SAUDÍ ESPAÑOL	14
BANCO PASTOR	15
BANCO DE CREDITO E INVERS.	16
BANCO SIMEON	38
BANCO HERRERO	18
BANCA MARCH	19
BANCO GALLEGO	20
BANCO DE ASTURIAS	21
BANCO URQUIJO	22
BANCO DE VITORIA	24

BANCO EXTERIOR INTERNACIONAL	25
BANCO NATWEST ESPAÑA	26
BANCO BANKOA	27
BANCO GUIPUZCOANO	28
FINANCIA, BANCO DE CRÉDITO	29
BANCO DE FINANZAS E INVERSIONES	30
BANKINTER	31
BANCO COOPERATIVO ESPAÑOL	32
PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA	33
GENERAL ELECTRIC CAPITAL B.	34
ALLFUNDS BANK	35
CAIXA GERAL	36
CRÉDITO LOCAL	37
UBS BANK	39
BANCOTRANS (BANCO COMERCIAL TRANATL.)	40
BANCO IBÉRICO	41
UNIÓN INDUSTRIAL BANCARIA	42
BANCO OCCIDENTAL	43
BANCO COCA	44
BANCO DE MADRID	55
BANCO INDUSTRIAL DE CATALUÑA	46
BANCA CATALANA	47
BANCO DE JEREZ	48
BANCO INDUSTRIAL DEL SUR	49
BANCO DE VALLADOLID	50
BANCO DE DESCUENTO	51
BANCO DE GRANADA	52
BANCO UNIÓN	53
BANCO HISPANO INDUSTRIAL	54

Anexo 2: Codificación continentes

CONTINENTE	CÓD.
ÁFRICA	1
AMÉRICA	2
ASIA	3
EUROPA	4
LAM	5
OCEANÍA	6

Anexo 3: Codificación países

PAÍS	CÓDIGO
EGIPTO	1
REP.SUDAFRICANA	2
ANGOLA	3
ARGELIA	4
CABO VERDE	5
MOZAMBIQUE	6
MARRUECOS	7
EE.UU.	8
CANADÁ	9
<i>BAHAMAS</i>	<i>10</i>
ARABIA SAUDITA	11
CHINA	12
FILIPINAS	13
<i>HONG-KONG</i>	<i>14</i>
INDIA	15
IRÁN	16
ISRAEL	17
JAPÓN	18
<i>LÍBANO</i>	<i>19</i>
<i>SINGAPUR</i>	<i>20</i>
<i>STATE OF BAHRAIN</i>	<i>21</i>
TAIWAN	22
ALEMANIA	23
<i>ANDORRA</i>	<i>24</i>
AUSTRIA	25
BÉLGICA	26
<i>CHANNEL ISLANDS</i>	<i>27</i>
REP. CHECA	28
<i>ISLAS CAYMAN</i>	<i>29</i>
REINO UNIDO	30
FRANCIA	31
DINAMARCA	32
<i>GIBRALTAR</i>	<i>33</i>
HOLANDA	34
HUNGRÍA	35
IRLANDA	36

ITALIA	37
LUXEMBURGO	38
MÓNACO	39
POLONIA	40
PORTUGAL	41
RUSIA (U.R.S.S.)	42
SUIZA	43
ANTILLAS HOLANDESAS	44
ARGENTINA	45
BOLIVIA	46
BRASIL	47
CHILE	48
COLOMBIA	49
COSTA RICA	50
CUBA	51
REP. DOMINICANA	52
ECUADOR	53
EL SALVADOR	54
GUATEMALA	55
HONDURAS	56
MÉXICO	57
PANAMÁ	58
PARAGUAY	59
PERÚ	60
PUERTO RICO	61
URUGUAY	62
VENEZUELA	63
AUSTRALIA	64
INDONESIA	65
COREA DEL SUR	66
TURQUÍA	67
EMIRATOS ÁRABES	68
NICARAGUA	69
DUBAI	70
ABU-DABI	71

Anexo 4: Nuevos entrantes

		FORMA 1	FORMA 2	FORMA 3
BANCOS	1974 o 1993	Banesto (16.7%) + Santander (11.7%) + Hispano (9.2%) = 37.6% Bancotrans (10.8%) Popular (7.5%)	Santander (18.9%) Bancotrans (16.2%) Popular (12.2%) Atlántico (9.5%) Ibérico (9.5%)	Santander (25%) + Centralhispano (20%) = 45% BBV (22.5%) + Exterior (20%) = 42.5%
	1975 o 94/2013	Santander (14.3%) + Hispano (7.1%) + Central (3.6%) + SCH (3.6%) = 32.2% Exterior (17.9%) + BBVA (7.1%) + BBV (3.6%) = 28.6% Atlántico (14.3%) + Sabadell (7.1%) = 21.4%	Hispano (10%) + Santander (5%) + Central (5%) + SCH (5%) = 25% Vizcaya (10%) + Exterior (10%) + BBVA (10%) + Bilbao (5%) = 35% Sabadell (5%)	Santander (17.6%) + SCH (35.3%) + Cent.-Hisp. (5.9%) = (58.8%) BBV (29.4%)
	1975 o 94/2013 sin p.f.	Santander (16,7%) + Central (4.2%) + Hispano (4.2%) + Banesto (4.2%) + SCH (4.2%) = (33.5%) Exterior (12,5%) + BBV (4.2%) + BBVA (8.3%) = 25% Atlántico (16,7%) + Sabadell (8.3%) = 25%	Santander (10%) + Central (10%) + Cent.Hisp. (10%) + SCH (10%) = 40% BBVA (20%) + Bilbao (10%) + Exterior (10%) = 40% Sabadell (10%)	SCH (40%) + Santander (20%) + Cent.-Hisp. (6.7%) = (66.7%) BBV (26.7%) Atlántico (6.7%)
CONT.	1974 o 1993	LAM (51,7%) Europa (30%)	LAM (45,9%) Europa (39,2%)	Europa (42,5%) LAM (37,5%)
	1975 o 94/2013	Asia (42,9%) LAM (28,6%)	Asia (40%) Europa (25%)	LAM (47,1%) Europa (29,4%)
	1974 o 94/2013 sin p.f.	Asia (33,3%) LAM (33,3%)	Asia (40%) Europa (20%) América del Norte (20%)	LAM (53,3%) Europa (20%) África (20%)

Anexo 5: Seguidores

		FORMA 1	FORMA 2	FORMA 3
BANCO S	1974 o 1993	Cent.-Hisp. (7.6%) + SCH (5.7%) + SBanesto (5.3%) + SCHB (3.4%) + Central (3%) + Hispano (3%) + Santander (2.7%) + Banesto (2.3%) = 33% BBVA (7.2%) + BBV 6.8%) + Bilbao (3.8%) + Vizcaya (3.4%) + Argentaria (3.4%) + Exterior (3%) = 27.6% Sabadell (10.2%) + Atlántico (1.9%) = 12.1%	Central (8.7%) + SCH (8.7%) + Cent.-Hisp. (7.1%) + Banesto (5.5%) + SBanesto (5.5%) + Hispano (4.7%) + Santander (3.9%) + SCHB (1.6%) = 45.7% BBVA (7.9%) + BBV (7.1%)+ Exterior (6.3%) + Argentaria (3.9%)+ Vizcaya (3.1%) + Bilbao (2.4%) = 30.7% Sabadell (3.1%) + Atlántico (1.6%) = 4.7%	SCH (23.2%) + SBanesto (5.4%) + Cent.-Hisp. (3.6%) + Santander (1.8%) = 34% BBVA (26.8%) + BBV (10.7%) + Argentaria (8.9%) = 46.4% Sabadell (8.9%) + Atlántico (5.4%) = 14.6 Popular (3.6%)
	1975 o 94/2013	SCH (9.1%) + SBanesto (7.6%) + Cent.-Hisp. (6.1%) + Banesto (6.1%) + Santander (4.5%) + Central (1.5%) + Hispano (1.5%) + SCHB (1.5%) = 38% BBVA (12.1%) + Exterior (6.1%) + Argentaria (4.5%) + BBV (4.5%) + Vizcaya (1.5%) = 28.7% Sabadell (15.2%) + Atlántico (7.6%) = 22.8% Popular (7.6%)	Cent.-Hisp. (14.7%) + SCH (11.8%) + Santander (8.8%) + Banesto (8.8%) + SBanesto (5.9%) + Central (2.9%) + Hispano (2.9%) + SCHB (2.9%) = 58.7% BBVA (11.8%) + BBV (5.9%) + Bilbao (2.9%) + Argentaria (2.9%) + Exterior (2.9%) = 26.4% Sabadell (5.9%) + Atlántico (2.9%) = 8.8%	SCH (35.3%) + Santander (11.8%) = 47.1% BBVA (41.2%) + BBV (5.9%) = 47.1% Sabadell (5.9%)
	1975 o 94/2013 sin p.f.	SBanesto (10.4%) + SCH (8.3%) + Banesto (6.3%) + Cent.-Hisp. (6.3%) + Santander (2.1%) + Central (2.1%) + Hispano (2.1%) + SCHB (2.1%) = 39.7% BBVA (16.7%) + Exterior (8.3%) + Argentaria (6.3%) + BBV (4.2%) + = 35.5% Sabadell (14.6%) + Atlántico (6.3%) = 20.9%	Cent.-Hisp. (33.3%) + SCH (16.7%) = 50% Argentaria (16.7%) + BBVA (16.7%) = 33.4% Sabadell (16.7%)	SCH (37.5%) + Santander (12.5%) = 50% BBVA (37.5) + BBV (6.3%) = 43.8% Sabadell (6.3%)
CONT.	1974 o 1993	LAM (48.1%) Europa (33.3%) Asia (12.1%)	Europa (66.9%) LAM (14.2%) América del Norte (13.4%)	Europa (39.3%) LAM (39.3%) América del Norte (16.1%)
	1975 o 94/2013	Asia (62.1%) LAM (25.8%) África (10.6%)	LAM (47.1%) Asia (32.4%) América del Norte (11.8%)	LAM (88.2%)
	1974 o 94/2013 sin p.f.	Asia (47.9%) LAM (35.4%) África (14.6%)	Asia (50%) África (33.3%) LAM (16.7%)	LAM (93.8%)

ANEXO 6: Recodificación entidades bancarias

GRUPO	ENTIDAD	CÓDIGO	RCOD.
SANTANDER	BANCO DE SANTANDER	1	1
	SCH Y SCHB (1999)	123 (1237)	2
	BANESTO	7	3
	SBANESTO	17 (1994)	4
	BANCO CENTRAL	2	5
	BANCO HISPANO AMERICANO	3	6
	BANCO CENTRAL HISPANOAMERICANO	23	7
	BANKINTER	31	8
	BANCO DE GRANADA	52	9
	BANCO DE JEREZ	48	10
	BANCO DE VITORIA	24	11
	BANCO IBÉRICO	41	12
	BANCO COCA	44	13
	BANCO DE CREDITO E INVERS.	16	14
	BANCO HISPANO INDUSTRIAL	54	15
BBVA	BANCO BILBAO VIZCAYA	45	16
	BANCO BILBAO VIZCAYA ARGENTARIA	456	17
	BANCO DE BILBAO	4	18
	BANCO DE VIZCAYA	5	19
	ARGENTARIA	6	20
	BANCO EXTERIOR DE ESPAÑA	9	21
	BANCA CATALANA	47	22
	BANCO INDUSTRIAL DE CATALUÑA	46	23
	BANCO INDUSTRIAL DEL SUR	49	24
	CRÉDITO LOCAL	37	25
SABADELL	BANCO DE SABADELL	8	26
	BANCO DE ASTURIAS	21	27
	BANCO HERRERO	18	28
	BANCO ATLANTICO	12	29
	BANCO URQUIJO	22	30
	BANCO GUIPUZCOANO	28	31
	BANCO GALLEGO	20	32
	BANCO NATWEST ESPAÑA	26	33

POPULAR	BANCO POPULAR ESPAÑOL	11	34
	BANCO PASTOR	15	35
BANCOTRANS	BANCOTRANS (BANCO COM. TRANSATL.)	40	36

ANEXO 7: Recodificación países

CONT.	CÓD.	PAÍS	CP	RCP
ÁFRICA	1	EGIPTO	1	1
	1	REP.SUDAFRICANA	2	2
	1	ANGOLA	3	3
	1	ARGELIA	4	4
	1	CABO VERDE	5	5
	1	MOZAMBIQUE	6	6
	1	MARRUECOS	7	7
AMÉRICA	2	EE.UU.	8	8
	2	CANADÁ	9	9
	2	<i>BAHAMAS</i>	<i>10</i>	<i>10</i>
ASIA	3	ARABIA SAUDITA	11	11
	3	CHINA	12	12
	3	FILIPINAS	13	13
	3	<i>HONG-KONG</i>	<i>14</i>	<i>14</i>
	3	INDIA	15	15
	3	IRÁN	16	16
	3	ISRAEL	17	17
	3	JAPÓN	18	18
	3	<i>LÍBANO</i>	<i>19</i>	<i>19</i>
	3	<i>SINGAPUR</i>	<i>20</i>	<i>20</i>
	3	<i>STATE OF BAHRAIN</i>	<i>21</i>	<i>21</i>
	3	TAIWAN	22	22
	3	RUSIA (U.R.S.S.)	42	23
	3	INDONESIA	65	24
	3	COREA DEL SUR	66	25
	3	TURQUÍA	67	26
	3	<i>EMIRATOS ÁRABES</i>	<i>68</i>	<i>27</i>
3	DUBAI	70	28	
3	ABU-DHABI	71	29	
	4	ALEMANIA	23	30
	4	<i>ANDORRA</i>	<i>24</i>	<i>31</i>
	4	AUSTRIA	25	32
	4	BÉLGICA	26	33
	4	<i>CHANNEL ISLANDS</i>	<i>27</i>	<i>34</i>
	4	REP. CHECA	28	35

EUROPA	4	ISLAS CAYMAN	29	36
	4	REINO UNIDO	30	37
	4	DINAMARCA	32	38
	4	FRANCIA	31	39
	4	GIBRALTAR	33	40
	4	HOLANDA	34	41
	4	HUNGRÍA	35	42
	4	IRLANDA	36	43
	4	ITALIA	37	44
	4	LUXEMBURGO	38	45
	4	MÓNACO	39	46
	4	POLONIA	40	47
	4	PORTUGAL	41	48
	4	SUIZA	43	49
	4	ANTILLAS HOLANDESAS	44	50
LAM	5	ARGENTINA	45	51
	5	BOLIVIA	46	52
	5	BRASIL	47	53
	5	CHILE	48	54
	5	COLOMBIA	49	55
	5	COSTA RICA	50	56
	5	CUBA	51	57
	5	REP. DOMINICANA	52	58
	5	ECUADOR	53	59
	5	EL SALVADOR	54	60
	5	GUATEMALA	55	61
	5	HONDURAS	56	62
	5	MÉXICO	57	63
	5	PANAMÁ	58	64
	5	PARAGUAY	59	65
	5	PERÚ	60	66
	5	PUERTO RICO	61	67
5	URUGUAY	62	68	
5	VENEZUELA	63	69	
5	NICARAGUA	69	70	
OCEANÍA	6	AUSTRALIA	64	71

Anexo 8: Nuevos entrantes MUESTRA

		FORMA 1	FORMA 2	FORMA 3
GRUPOS BANCARIOS	1974 o 1993	Santander = 52.7% BBVA = 16% Sabadell = 13.4% Bancotrans = 11.6% Popular = 6,2%	Santander = 34.3% Popular = 22.4% Bancotrans = 17.9% BBVA = 15% Sabadell = 10,4%	Santander = 45% BBVA = 42.5% Sabadell = 10% Popular = 2.5%
	1974 o 1993 sin p.f.	Santander= 52.8% BBVA = 16.6% Popular = 13.9% Bancotrans = 11.1% Sabadell = 5.6%)	Santander = 35.4% BBVA = 15.4% Sabadell = 9.2% Popular = 23.1% Bancotrans = 16.9%	Santander = 51.9% BBVA = 44.4% Popular = 3.7%
	1975 o 94/2013	Santander = 34.6% BBVA = 30.8% Sabadell = 26.9% Popular = 3.8% Bancotrans = 3.8%	Santander = 38.9% BBVA = 38.9% Sabadell = 22.2%	Santander = 64.7% BBVA = 29.4% Sabadell = 5.9%
	1975 o 94/2013 sin p.f.	Santander = 36.4% Sabadell = 27.3% BBVA = 27.2% Popular 4.5% Bancotrans = 4.5%	Santander = 50% BBVA = 40% Sabadell = 10%	Santander = 66.7% BBVA = 26.7% Sabadell = 6.7%
CONT.	1974 o 1993	LAM = 50.9% Europa = 29.5%	LAM = 44.8% Europa = 38.8%	Europa = 42,5% LAM = 37,5%
	1974 o 1993 sin p.f.	LAM = 51.9% Europa = 30.6%	LAM 46.2% Europa = 40%	LAM = 40.7% Europa = 37% América del Norte = 14.8%
	1975 o 94/2013	Asia = 42.3% LAM = 30.8%	Asia = 44.4% Europa = 22.2% LAM = África = 11.1%	LAM = 47,1% Europa = 29,4% África = 17.6%
	1974 o 94/2013 sin p.f.	LAM = 36.4% Asia = 31.8% África = 18.2%	Asia = 40% Europa = 20% África = 20%	LAM = 53,3% Europa = 20% África = 20%

Anexo 9: Seguidores MUESTRA

		FORMA 1	FORMA 2	FORMA 3
BANCOS	1974 o 1993	Santander = 39.9% BBVA = 32.6% Sabadell = 22.3% Popular = 4.3% Bancotrans = 0.9%	Santander = 52.2% BBVA = 34.8% Sabadell = 9.5% Popular = 3.5%	BBVA = 46.5% Santander = 33.9% Sabadell = 16% Popular = 3.6%
	1974 o 1993 sin p.f.	Santander = 40.4% BBVA = 32.6% Sabadell = 21.8% Popular = 4.3% Bancotrans = 0.9%	Santander = 52.2% BBVA = 34.8% Sabadell = 9.5% Popular = 3.5%	BBVA = 41.9% Santander = 39.5% Sabadell = 13.9% Popular = 4.7%
	1975 o 94/2013	Santander = 43.1% BBVA = 24.6% Sabadell = 24.6% Popular = (7.7%)	Santander = 60.6% BBVA = 30.3% Sabadell = 9.1%	Santander = 47.1% BBVA = 47.% Sabadell = 5.9%
	1975 o 94/2013 sin p.f.	Santander = 45.8% BBVA = 29.2% Sabadell = 20.8% Popular = 4.2%	Santander = 50% BBVA = 33.3% Sabadell = 16.7%	Santander = 50% BBVA (37.5) = 43.8% Sabadell = 6.2%
CONT.	1974 o 1993	LAM = 45.9% Europa = 33.9% Asia = 13.3%	Europa = 63.5% LAM = 15.7% América del Norte = 14.8%	LAM = 39.3% Europa = 39.3% América del Norte = 16.1%
	1974 o 1993 sin p.f.	LAM = 46.1% Europa = 34.3% Asia = 12.6%	Europa = 63.5% LAM = 15.7% América del Norte = 14.8%	LAM = 41.9% Europa = 39.5% América del Norte = 11.6%
	1975 o 94/2013	Asia = 61.5% LAM = 26.2% África = 10.8%	Europa = 45.5% Asia = 33.3% América del Norte = 12.1%	LAM = 88.2% Europa = 5.9% África = 5.9%
	1974 o 94/2013 sin p.f.	Asia = 47.9% LAM = 35.4% África = 14.6%	Asia = 50% África = 33.3% LAM = 16.7%	LAM = 93.8% África = 6.3%