



Análisis Económico

ISSN: 0185-3937

analeco@correo.azc.uam.mx

Universidad Autónoma Metropolitana Unidad

Azcapotzalco

México

Medina Giacomozzi, Alex

Causas de la internacionalización de la empresa

Análisis Económico, vol. XX, núm. 45, tercer cuatrimestre, 2005, pp. 49-62

Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco

Distrito Federal, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41304504>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Análisis Económico
Núm. 45, vol. XX
Tercer cuatrimestre de 2005

Causas de la internacionalización de la empresa

(Recibido: enero/05–aprobado: junio/05)

*Alex Medina Giacomozzi**

Resumen

El motivo que puede llevar a la internacionalización de las actividades de una compañía puede ser desarrollado desde el ángulo del enfoque de internalización o desde el prisma del enfoque de aproximación ecléctica. Cada uno de estos enfoques pretende explicar el motivo que llevaría a la empresa a salir fuera de sus fronteras. En este sentido, las empresas pueden utilizar diversas fórmulas para enfrentar este proceso de internacionalización, fórmulas que pueden ir desde la exportación, pasando por las relaciones contractuales con el exterior hasta la inversión directa en el exterior. También debemos considerar que es una decisión estratégica para la empresa el decidir en qué país realizará sus inversiones, lo cual lleva a la compañía a evaluar los aspectos o factores determinantes para la localización en los mercados externos.

Palabras clave: internacionalización, factores de localización, exportación, inversión directa en el exterior.

Clasificación JEL: F40.

* Decano de la Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad del Bío-Bío (Alex@ubiobio.cl).

Introducción

La internacionalización de la empresa responde a diversas motivaciones, ya sea como resultado de su mercado doméstico o de las condiciones imperantes en otros países, aunque esta salida al exterior es fuertemente influenciada por la globalización de la economía y el avance de las comunicaciones.

Por tanto, referirse a la salida de la empresa de sus propias fronteras, pasa por exponer los diversos enfoques que intentan explicar los motivos por los cuales podría darse esta internacionalización en la actividad de la empresa, y así tratar de comprender las causas que llevan a las empresas a realizar desafíos fuera de su propio país.

El objetivo fundamental de este artículo es exponer la base doctrinaria sobre la que se sustenta la internacionalización de la empresa, como una forma de explicar los motivos que pueden llevar a una compañía a incursionar en el mercado internacional.

1. Consideraciones previas

El proceso de internacionalización de la empresa puede revestir diversas formas (Johnson y Scholes, 1999; Bueno, 1996) que pueden ir desde la exportación, pasando por la relación contractual con el exterior hasta la inversión externa, por lo que en esta sección se analiza cada una de las tres formas que puede seguir toda empresa en su afán de cruzar las fronteras nacionales, en su estrategia de crecimiento.

En todo caso, es importante indicar que estas formas de internacionalización caen dentro de la concreción de alianzas estratégicas, con el objetivo de lograr un crecimiento significativo de la empresa que se traduzca en un crecimiento de su valor económico en el futuro.

Por otro lado, internacionalizar la empresa implica someter a la entidad en su conjunto o a parte de ella o de sus productos o servicios (o de alguno de ellos), a la autoridad conjunta de dos o más naciones o de un organismo que las represente, lo cual enmarca claramente la condición básica para comprender cuando realmente una empresa se ha extendido fuera de sus fronteras nacionales.

1.1 Exportación

Esta es la forma de internacionalización más común de la empresa y requiere de una inversión comparativamente baja al relacionarla con las otras modalidades

de salida al exterior, por lo que en este contexto las opciones de una empresa para exportar, ya sean productos y/o servicios, van de la exportación indirecta a la directa.

- 1) Exportación indirecta. Es la forma más simple de internacionalización de la empresa, ya que se realiza en forma indirecta, es decir, por intermedio de una tercera empresa, que es en realidad la que está exportando, no obstante, el hecho de que parte o incluso toda la producción vaya al exterior, implica que también esta empresa productora se está internacionalizando.
- 2) Exportación directa. Esta modalidad es más compleja que la anterior, ya que la propia empresa se encarga de la gestión de exportación en su totalidad, tanto en el país de origen como de destino, por lo que ella asume toda la responsabilidad. Es importante indicar que la modalidad de venta al exterior puede revestir diversas formas, de acuerdo a la realidad de cada empresa exportadora en su relación con sus mercados de destino.

1.2 Relación contractual con el exterior

Consiste en la cesión de determinados derechos a otra empresa, la cual se encuentra ubicada en un tercer país, quedando el beneficiario obligado a las propias condiciones del contrato y a cubrir los estipendios en la forma y monto acordados.

- 1) Exportación con representante en el exterior. Esta modalidad es similar a la exportación directa, pero, a diferencia de ella, aquí existe un contrato con otra empresa la cual es importadora y distribuidora, y se encuentra ubicada en el país de destino para la venta de los productos exportados por, lo cual establece una relación constante en el tiempo y mayor seguridad en la colocación de los productos en el mercado de destino.
- 2) Licencias al exterior. Es la facultad o permiso que la empresa concede a otra entidad ubicada en un tercer país para la realización de determinadas actividades, procesos o productos, según las condiciones establecidas en la respectiva licencia.
- 3) Franquicias al exterior. Es el derecho que se entrega a una empresa ubicada en un tercer país con la finalidad de que ésta inicie determinadas actividades, como la producción, distribución o venta, pero en donde el franquiciador es responsable de la marca u otros aspectos estratégicos de los productos o procesos franquiciados.

- 4) Contratos de fabricación en el exterior. Es el acuerdo plasmado en un contrato, en donde determinada empresa entrega el derecho a fabricar y vender en un tercer país sus propios productos (o partes o piezas de ellos) a otra (subcontratación), ubicada en ese país, quedando esta última sujeta a las condiciones y obligaciones expuestas en el respectivo contrato.
- 5) Contratos de gestión en el exterior. Es el acuerdo establecido mediante el cual una empresa entrega la gestión de su actividad empresarial a otra empresa ubicada en un tercer país, de acuerdo a las propias condiciones y obligaciones del contrato.

1.3 Inversión externa

Esta modalidad de internacionalización de la empresa es mucho más compleja y, normalmente implica la inversión de ingentes cantidades de dinero en los países de destino de dichas inversiones. Una de sus características fundamentales es ser de largo plazo.

- 1) Oficina de representación en el exterior. Esto es una extensión de la propia empresa en el mercado de un tercer país, mediante la implementación de una estructura organizativa que represente sus intereses comerciales en dicho país, lo cual requiere realizar las inversiones necesarias para su constitución y el desarrollo de sus actividades.
- 2) *Joint-venture* en el exterior. Son acuerdos entre dos o más empresas, en los cuales cada una mantiene su independencia, con la finalidad de crear una nueva organización en un tercer país distinto a la de las entidades matrices, lo que implica la inversión de una significativa cantidad de dinero. Esta inversión, desde el punto de vista de la empresa inversora, puede ser minoritaria o mayoritaria.
- 3) Consorcios en el exterior. Los consorcios pueden implicar a dos o más empresas que mantienen un contrato de *joint-venture* en el exterior, y suelen estar centrados en un proyecto concreto de gran envergadura, y que requieren además de elevadas inversiones, que una empresa en particular o un grupo de ellas es muy difícil que puedan llevar a cabo.
- 4) Inversión directa en el exterior. Es cuando la empresa ubicada en un determinado país realiza una inversión directa en el mercado de un tercero, ya sea adquiriendo una empresa ya existente en el mercado o en su defecto procediendo a crear una nueva entidad; en todo caso, cualquiera que sea la modalidad de entrada de la empresa inversionista en el mercado de ese tercer país, la matriz poseerá el control de su filial.

- a) Adquisición de empresa en el exterior. Esta alternativa implica que la empresa adquiere un porcentaje significativo o el total del capital de una organización ubicada en un tercer país, ya sea mediante compra directa o en el mercado bursátil.
- b) Creación de empresa en el exterior. Esta opción implica que la inversión de la empresa es para crear una nueva entidad no existente en el mercado de un tercer país, por lo cual constituye el tipo de inversión en el exterior más compleja y que requiere una mayor cantidad de esfuerzo por parte de la empresa matriz.

Estas inversiones presentan como característica fundamental el requerir de una elevada inversión por parte de las empresas inversoras y un elevado control sobre la empresa receptora de la inversión.

2. Motivos que llevan a la internacionalización de la empresa

Al tratar de establecer cuáles son los motivos que llevan a una empresa a salir al exterior hay que remitirse, en primer lugar, a la finalidad genérica de toda compañía: cuál es la intención de buscar incrementar su valor económico, lo que la lleva a desarrollar diversas actividades económicas en pos de alcanzar dicha finalidad.

Si bien, tal como expresa Muñoz (1999), este objetivo es lícito y valedero, pero por ser tan general y aplicable a todas y cada una de las empresas no permite explicar de forma específica el por qué de la internacionalización de estas organizaciones, ello nos conduce a tratar de desarrollar con más detalle los motivos que podrían llevar a las compañías a salir de sus fronteras.

Bajo este prisma, si bien es difícil llegar a establecer un parámetro concreto de dichos motivos, es importante tratar de describir cuáles serían las posibles orientaciones que los motivaron para salir al exterior, ya que esto permitirá comprender y asociar con mayor claridad cada uno de los distintos tipos de internacionalización que puede adoptar una compañía.

Por tanto, cada una de estas orientaciones pueden ser clasificadas en dos grandes enfoques,¹ tal como se expone en el Cuadro 1, y que tiene como base lo indicado por Alonso (1994), a saber: enfoque de internalización y enfoque de aproximación ecléctica.

¹ Algunos destacados autores (Muñoz, 1999; Alonso, 1994; Dunning, 1988; etc.) muestran estos planteamientos como teorías, pero es preferible utilizar un vocablo de carácter más general en su descripción.

2.1 Enfoque de internalización

Este enfoque, siguiendo a Alonso (1994), no es más que una ampliación hacia el campo internacional de la teoría contractual de la empresa y parte de la base de que la empresa es una entidad que incorporará en su propia estructura organizativa aquellas actividades (normalmente se refiere a bienes intermedios de carácter intangible como la tecnología, el conocimiento, la capacidad de dirección, etc.), que el mercado realiza de forma ineficiente o con un mayor costo.

Esta incorporación de actividades (o también denominadas transacciones), ocurre cuando los costos de transacción en el exterior de las mismas sean superiores a los costos a incurrir al incorporar dichas transacciones a la organización.

En este evento, al internalizar la empresa estas transacciones generadas en el exterior del país de origen de la entidad, se está produciendo la internacionalización de la compañía, y por ende ésta queda sujeta a las variables propias de todo proceso de internacionalización.

Por lo tanto, al analizar este enfoque nos encontramos con dos propuestas que permitirían comprender los motivos de esta salida de sus propias fronteras nacionales: los menores costos de localización y los menores costos de transacción.

No obstante, antes de iniciar el análisis de las distintas perspectivas es relevante indicar que uno de los problemas de este enfoque es ser excesivamente general y de carácter estático, tal como lo reconocen Buckley (1988), Alonso (1994) y Muñoz (1999), pero en todo caso este hecho no lo invalida, sino que es importante tenerlo presente en el momento de utilizarlo, para lograr una adecuada interpretación del mismo.

2.1.1 Menores costos de localización

En este caso, la empresa ubica sus actividades en donde estas tengan menores costos, lo cual puede explicar el motivo de por qué muchas empresas salen de sus propias fronteras. Es importante indicar que dicho enfoque parte de considerar al país cuyo destino son las actividades de la empresa y no al país de origen.

Un planteamiento similar es expuesto por Durán (2001) al indicar que uno de los motivos de la internacionalización de la empresa está dado por la captación de recursos exteriores. En este caso, la empresa busca del exterior la obtención de recursos naturales, tecnológicos o financieros con la finalidad de mejorar su cadena de valor.

En el mismo sentido se centran los estudios ligados a la ampliación al ámbito internacional de la teoría de la localización (Muñoz, 1999), en donde Buigues y Jacquemin (1992) han reconocido dos tipos de localización estrechamente ligadas entre sí, a saber:

- 1) Aquellas basadas en las propias características de los países que permiten mejorar la eficiencia de la propia empresa al internacionalizarse, y
- 2) Las basadas en el comportamiento estratégico de la empresa internacionalizada para defender o aumentar su poder de mercado.

En síntesis, los factores de localización de uno u otro país pueden traducirse en ventajas de localización para una empresa, lo cual podría llevar a esta entidad a extender su actividad a un tercer país.

Estos factores de localización (Cuadro 2) pueden ser clasificados en cinco grandes áreas, a partir de la interpretación de las diversas publicaciones que se refieren a este aspecto (Dunning, 1993; Muñoz, 1999; UNCTAD, 1998) y en donde en cada uno de estos factores encontramos serie de variables determinantes para las empresas a la hora de seleccionar el país de destino de la inversión directa.

Por tanto, estos factores de localización van a estar dados por las características del país de destino de la inversión directa, considerando su sistema económico imperante, por su entorno social y cultural, por su sistema político y legal, por la disponibilidad de recursos en el país y por las características del mercado interno.

La consideración de cada uno de estos factores y de sus respectivas variables determinarán en definitiva el destino de las inversiones de las empresas ubicadas en un país hacia un tercer país; todo ello, en la búsqueda de incrementar el valor económico de la empresa como entidad global.

2.1.2 Menores costos de transacción

Este enfoque plantea que la empresa crece internalizando mercados hasta el punto de lograr que los beneficios de esta acción compensen a sus costos, lo cual puede llevarla a buscar su salida fuera de sus fronteras (Alonso, 1994) para lograr este equilibrio.

Una forma de entender este enfoque (Durán, 2001) es comprender que la empresa busca distribuir directamente sus productos y/o servicios en el exterior, ya sea mediante exportaciones o producción en el exterior, para incrementar el volumen total de ventas y así lograr minimizar sus costos de transacción.

Este enfoque, pretende explicar el motivo de la internacionalización de la empresa, éste es producto del uso de sus ventajas de propiedad, lo cual la lleva a optar por el mecanismo de inversión directa, en contraposición con la de exportar o de relaciones contractuales con el exterior. En síntesis, la empresa crecerá internacionalmente internalizando mercados, en la medida que los beneficios de ésta acción sean superiores a sus costos, tal como lo plantea Buckley (1988).

También es importante indicar, tal como lo expone Durán (2001), que en ocasiones a la empresa le sea difícil, y de un elevado costo, el tratar de alcanzar la integración del conocimiento particular de otra empresa, por lo que es posible que las decisiones transiten, en el mejor de los casos, por la consideración de lograr una gestión eficaz y eficiente y no necesariamente en función de los costos mínimos de transacción.

2.2 Enfoque de aproximación ecléctica

Esta es otra forma de explicar los motivos de la internacionalización de la empresa y es una propuesta fundamentalmente integradora y cuyo mayor exponente es Dunning. No obstante ser la propuesta más relevante de todas, es importante referirse brevemente a todos aquellos enfoques que pueden ser clasificados dentro de este ítem, como es el enfoque decisional de Hirsch, enfoque ecléctico de Dunning, y enfoque de la ventaja competitiva, los cuales en general están relacionados entre sí.

2.2.1 Enfoque decisional de Hirsch

Este enfoque, de carácter sistémico, pretende dar una explicación de cuáles son los motivos por los que una empresa opta entre exportar relaciones contractuales con el exterior o de inversión externa, para lo cual considera tres posibles eventos para explicar esta elección, a partir de lo que Muñoz (1999) expone del enfoque de Hirsch (1976), a saber:

- 1) Ventaja comparativa dinámica. En este primer evento se relaciona el costo de comercialización en el mercado del país de origen con el costo de comercialización de la exportación (condición CIF o punto destino). Se espera que el costo de comercialización en el mercado del país de origen sea mayor al costo de comercialización de la exportación y esta diferencia, DCM, sea un factor restrictivo a las exportaciones.
- 2) Ventaja específica de la empresa. Aspecto asociado a la retención de una ventaja organizacional, tecnológica o comercial, RVO, por parte de la empresa, sin embargo, para la empresa que no la posee, esto representa un costo.

- 3) Ventaja del costo de internalización. En este punto se compara el costo de internalización del país de origen con el costo de internalización de la actividad exterior. Se espera que el segundo costo indicado sea mayor que el primero y esta diferencia, VCI, sea un factor restrictivo a la inversión directa.

Ahora, si $(P+DCM)$ es el costo de exportación de un país a otro país, $(P+RVO)$ el costo de la relación contractual de una empresa a otra entidad en el exterior, y $(P+VCI)$ sea el costo de inversión directa de una empresa en otro país, por tanto:

- a) La empresa optará por la exportación sí:

$$(P + DCM) < (P + VCI) \text{ o } (P + DCM) < (P + RVO) \quad (1)$$

- b) La empresa optará por la inversión directa sí:

$$(P + DCI) < (P + DCM) \text{ o } (P + DCI) < (P + RVO) \quad (2)$$

- c) La empresa optará por la relación contractual con el exterior sí:

$$(P + RVO) < (P + VCI) \text{ o } (P + RVO) < (P + DCM) \quad (3)$$

En síntesis, la elección de la forma de internacionalización de la empresa dependerá del mayor beneficio que se obtenga de la comparación entre cada una de las tres opciones.

En todo caso este enfoque es de utilidad para establecer la forma de internacionalización de la empresa, aunque realmente no establece con claridad los motivos de la empresa para su salida al exterior.

2.2.2 Enfoque ecléctico de Dunning

Este enfoque sienta sus bases en el anterior, y corresponde a la propuesta de Dunning (1979, 1988 y 1994), quien plantea tres factores a considerar para poder explicar los motivos de la internacionalización de la empresa:

- 1) Ventaja específica. La empresa debe poseer una ventaja específica (asociada normalmente a activos intangibles) frente a sus competidores del país extranjero, e incluso a los competidores del propio país; ventaja que, al menos durante un tiempo (se espera que sea lo más largo posible) sea inaccesible a las empresas competidoras.

- 2) Ventaja de internalización. Dada la condición anterior, la empresa deberá decidir si opta por internalizar dicha ventaja, buscando mayor rentabilidad en los nuevos mercados del exterior, ya sea mediante la exportación, la relación contractual en el exterior o la inversión directa.
- 3) Ventaja de localización. Cumplidas las condiciones anteriores, para que la empresa pueda decidirse por la opción de inversión directa, se requiere que existan ventajas de localización con respecto a su propio país.

A partir de estos tres factores, la empresa decidirá la modalidad a seguir en su proceso de internacionalización, ya sea desde lo más básico, como es exportar, hasta efectuar una inversión directa en el exterior. En este último caso, la ubicación en un tercer país dependerá de los factores de localización existentes en dicho país, comparativamente con los del propio o de la percepción que la compañía tenga de esta salida y ubicación en el exterior (Bastida, 1995).

Si bien la propuesta de Dunning es relevante al ofrecer un marco conceptual de las diversas teorías referentes a la internacionalización de la empresa, no explica, en todo caso, la naturaleza de estas interrelaciones ni las decisiones estratégicas que las empresas se ven compelidas a adoptar frente a cambios en las condiciones del entorno, es decir, según lo planteado por Alonso (1994), esta teoría es predominantemente estática.

2.2.3 El enfoque de la ventaja competitiva

Este enfoque² cae dentro de la teoría sobre competencia imperfecta y surge de la consideración de las características propias de la empresa, su ventaja competitiva, y las imperfecciones de los mercados. En este sentido, al existir imperfecciones en el mercado de algún tercer país llevaría a la empresa a explotar su ventaja competitiva en dicho país, ya sea exportando, mediante relaciones contractuales o incluso realizando inversiones en esa nación.

Esta ventaja competitiva puede estar dada por diversos factores, tanto endógenos como exógenos, o una combinación de ambos. Entre los endógenos o ventajas específicas se puede encontrar el control de la tecnología, capacidad de gestión, gestión de marketing, por citar algunos, como elementos distintivos y que otorgan una ventaja de la organización frente a otras empresas de un tercer país y que, por ende, puede explotar con su salida a éste.

² Muñoz (1999) llama a este enfoque teoría de la organización industrial y lo desarrolla como ventaja competitiva, pero siguiendo a Porter (1991), lo más conveniente sería el término de ventajas competitivas, ya que se está haciendo referencia a la competencia entre empresas en el mercado externo.

En cuanto a los factores exógenos, éstos están dados por la debilidad de las empresas ubicadas en un tercer país, ya sea por problemas de gestión, recursos financieros, de tecnología u otros que hacen atractivo la incursión de la empresa en el mercado de ese tercer país.

Corolario

La internacionalización de la empresa es una de las alternativas que cada vez representa un mayor atractivo para las compañías que buscan desarrollar su estrategia de crecimiento, como una forma de acrecentar su valor económico en un mundo globalizado e interconectado.

Si bien cada uno de los enfoques analizados presenta virtudes y defectos, existen distintas opiniones que avalan uno u otro, como es el caso de Rugman (1980), Buckley (1988), Dunning (1979, 1988, 1994), Alonso (1994), Durán (2001), Muñoz (1999), por citar a algunos autores, por lo que es difícil establecer cuál de todos los enfoques es más certero.

No obstante y siguiendo a Alonso (1994), la realidad del proceso de internacionalización de la empresa va a estar dado más en una combinación de enfoques que en particular en alguno de ellos.

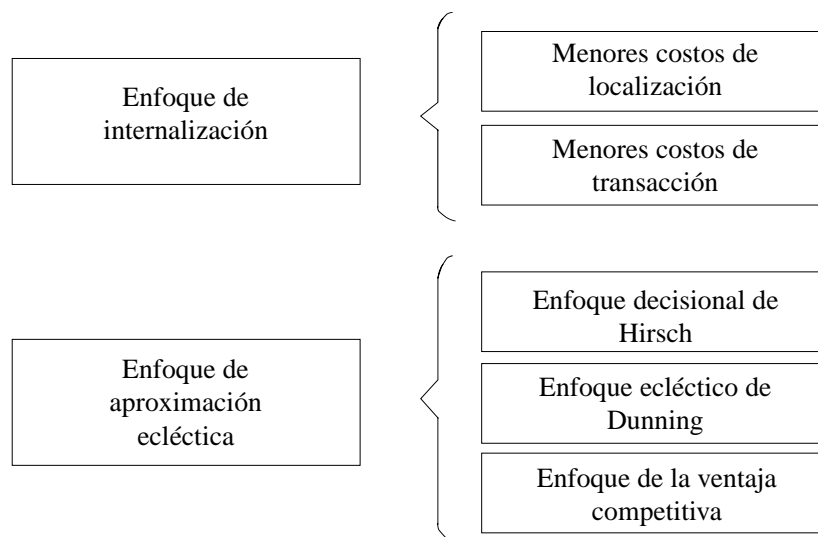
En cuanto a las formas que una empresa puede adoptar para salir al exterior, estas se pueden clasificar en tres grandes grupos: las de exportación, las de relaciones contractuales con el exterior y, por último, las de inversión externa. De estas tres, la que representa un mayor esfuerzo e involucramiento por parte de la empresa que desea internacionalizarse, es la estrategia de inversión externa, es decir, la inversión directa en el exterior (IDE).

Referencias bibliográficas

- Alonso, A. (1994). "El proceso de internacionalización de la empresa" en *Revista ICE*, núm. 725, pp. 127-143, Madrid.
- Bastida, B. (1995). "La inversión extranjera en los países de Europa Central y Oriental" en *Información Comercial Española*, núm. 738, pp. 107-119, Madrid.
- Buckley, P. (1988). "This limits of explanation: testing the internalization theory of the multinational enterprise" en *Journal of International Business Studies*, vol. XIX, verano, pp. 181-193.
- Bueno, E. (1996). *Dirección estratégica de la empresa; metodología, técnicas y casos*, Madrid: Pirámide.

- Buigues, P. y Jacquemin, A. (1992). "Inversión extranjera directa y exportaciones en el Mercado Común: aspectos teóricos, empíricos y de política económica" en *Revista Moneda y Crédito*, núm. 194, pp. 59-106, Madrid.
- Dunning, J. (1994). "Multinational enterprises and the growth of services: some conceptual and theoretical issues" en *UNTC Current Studies*, núm. 9, United Nations, pp. 5-39.
- (1993). *Multinational enterprises and the global economy*, Addison-Wesley, Reading.
- (1988). "The eclectic paradigm of international production: a restatement and some possible extensions" en *Journal of International Business Studies*, vol. 19, primavera, pp. 1-31.
- (1979). "Explaining changing patterns of international production: in defence of the eclectic theory" en *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, vol. 161.
- Duran, J. (2001). *Estrategia y economía de la empresa multinacional*, Madrid: Pirámide.
- Hirsch, S. (1976). "An international trade and investment theory of the firm" en *Oxford Economic Papers*, julio, vol. 28, núm. 2, pp. 258-271.
- Johnson, G. y Scholes, K. (2001). *Dirección estratégica*, Madrid: Prentice Hall.
- Mallampally, P. y Savant, K. (1999). "La inversión extranjera en los países en desarrollo" en *Revista Finanzas & Desarrollo*, marzo, pp. 34-37.
- Muñoz, M. (1999). *La inversión directa extranjera en España: factores determinantes*, Madrid: Civitas.
- Porter, M. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones*, Barcelona: Plaza & Janes.
- Rugman, A. (1980). "Internalization as a general theory of foreign direct investment: a repprovisal of the literature" en *Weltwirtschaftliches Archiv*, vol. 116, pp. 365-379.
- UNCTAD (1998). *World investment report, trends and determinants*, Nueva York: UNCTAD.

Cuadro 1
Motivos de la internacionalización de la empresa



Fuente: Elaboración propia a partir de Alonso (1994) y Muñoz (1999).

Cuadro 2
Determinantes de la IDE en el país receptor

Sistema económico del país	Estabilidad económica, Funcionamiento y estructura de los mercados Acuerdos internacionales sobre IDE Política económica Promoción de la inversión Incentivos a la inversión Servicios posteriores a la inversión
Entorno social y cultural	Estabilidad social Calidad de vida del país Cultura empresarial Cualificación de los trabajadores Costo burocrático Atractivos sociales

continúa

Cuadro 2
Determinantes de la IDE en el país receptor
(continuación)

Sistema político y legal	Estabilidad política Reglas sobre afluencia de inversiones y operaciones Normas de tratamiento de las filiales extranjeras Política de privatización Política de comercio exterior y coherencia con la política de IDE Política tributaria Participación del país receptor en acuerdos de integración regional Barreras comerciales
Disponibilidad de recursos Búsqueda de recursos y su eficiencia	Materias primas y su costo Mano de obra y su costo Activos tecnológicos Infraestructura física
Características del mercado	Escala del mercado y renta per cápita Crecimiento del mercado Acceso a mercados regionales y mundiales Preferencias de los consumidores Estructura de los mercados

Fuente: Elaboración propia a partir de UNCTAD, Cuadro IV.1 (1998), incluido en Mallampally y Sauvart (1999) y Muñoz (1999).