

Antonia Mercedes García Cabrera*

Juan José Durán Herrera**

Cristina López Duarte***

FACTORES INSTITUCIONALES QUE CONDICIONAN LA LOCALIZACIÓN DE LA INVERSIÓN DIRECTA ESPAÑOLA EN ESTADOS UNIDOS

En la decisión de localización intrapaís que las empresas multinacionales adoptan para sus filiales en el extranjero ¿a qué factores institucionales se atiende? La evidencia empírica aportada por 551 empresas subsidiarias españolas localizadas en Estados Unidos (36 Estados, 298 códigos postales) permite responder a este interrogante. El análisis cluster efectuado identifica cuatro grupos de áreas territoriales en Estados Unidos con diferentes características distintivas de naturaleza normativa (etnias, lenguas habladas), cognitiva (aglomeración de empresas españolas) y regulativa (programas para atraer inversión) que son consideradas en desigual grado por las empresas multinacionales españolas en sus decisiones de localización.

Palabras clave: empresa multinacional, diferencias intrapaís, etnia, cultura, clusters.

Clasificación JEL: B52, F23, M16.

1. Introducción

La inversión directa en un país extranjero (IDE) requiere como condición necesaria que aquella empresa que la acomete disponga de ciertas ventajas competitivas que pueda movilizar internacionalmente

(transferirlas entre subsidiarias de la empresa) para que tales ventajas puedan ser combinadas de forma eficiente con los factores de localización del país de destino (Dunning, 1980). Esta actividad expansiva conlleva la adopción de dos decisiones clave, la localización, esto es, dónde realizar la inversión (Vanhonacker y Pan, 1997) y el modo de entrada, principalmente si se va a recurrir a empresas conjuntas o bien al establecimiento de filiales propias (Brouthers y Hennart, 2007).

Aunque la decisión de localización afecta de forma importante a las operaciones globales de la empresa y a sus resultados, pues condiciona la posibilidad de

* Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

** Universidad Autónoma de Madrid.

*** Universidad de Oviedo.

Los autores agradecen el apoyo financiero proporcionado por el Ministerio de Economía y Competitividad (Proyecto ECO2013-41762-P).

combinar ventajas propias y factores del entorno, ha recibido menor atención en la literatura que la referida al modo de entrada (Chadee, Qiu y Rose, 2003). Además, los estudios han examinado principalmente la decisión de localización con respecto a la elección entre países, de forma que los factores que condicionan la elección del emplazamiento específico dentro de los límites de un país han sido particularmente desatendidos (Mariotti y Piscitello, 1995). Sin embargo, existen diferencias de nivel subnacional que afectan a cuestiones relevantes para los negocios, tales como las infraestructuras o las condiciones políticas y económicas (Chadee *et al.*, 2003), de manera que la elección de la localización intrapaís puede ser incluso más relevante que la del país (Chang y Park, 2005). De particular interés para esta investigación son las variables institucionales de naturaleza normativa, cognitiva y regulativa (Scott, 1995). Por ejemplo, la coexistencia de etnias y razas desigualmente distribuidas entre regiones puede generar diferencias en valores culturales o lenguas habladas (i.e. aspecto normativo de las instituciones). La decisión previa de localización, adoptada de forma repetida por otras empresas multinacionales (EMN), especialmente si estas son del mismo país de origen que la decisora, puede representar una guía en el proceso decisorio (i.e. aspecto cognitivo de las instituciones). En el ámbito legislativo, la descentralización administrativa y la posibilidad que esta otorga a las autoridades locales para legislar en su área de actuación particular, estableciendo programas para atraer la inversión extranjera (aspecto regulativo de las instituciones), por ejemplo, genera también diferencias de nivel subnacional.

La existencia de tales diferencias institucionales justifica que los criterios basados en la mera racionalidad económica no siempre puedan explicar la decisión adoptada por una empresa (Chang y Park, 2005). Frente a esta racionalidad, es la necesidad de reducir la incertidumbre que envuelve la elección de la localización en un país o la de dotar de legitimidad a tal elección frente a los grupos de interés internos y externos a la empresa (Brouthers y Hennart, 2007), la que en

ocasiones justifica la decisión adoptada. Sobre esta base, el presente trabajo se plantea como objetivo analizar los factores institucionales que condicionan la localización de las subsidiarias en el seno de un país.

España y Estados Unidos (EE UU) representan un contexto idóneo para llevar a cabo la investigación, dada la conexión económica y social existente entre ambos países. Así, cabe destacar que EE UU es una sociedad multiétnica con una importante población española y latinoamericana (16,7 por 100 de la población del país). Esta población posee el 6,6 por 100 de todas las empresas del país (DPC *report*, 2008), de forma que existen 1.600.000 empresas de propiedad hispana que emplean a 1.536.795 personas (DPC, 2008). La población hispana se espera que aglutine un poder de compra en 2015 de 1,5 trillones de dólares (Nielsen, 2012) y además representa un mercado unificado en EE UU.

Por otra parte, el volumen y la diversidad de las operaciones comerciales entre ambos países es relevante. EE UU ha sido siempre un destino de la IDE española, siendo la relevancia de tal inversión claramente observada cuando se compara con los flujos dirigidos hacia Latinoamérica. Siendo España uno de los principales inversores en Latinoamérica (en algunos casos el principal o el segundo tras EE UU), la IDE española hacia EE UU es de volumen similar, a excepción del período comprendido entre 1996 y 2004. Por último, la diversidad social, económica y política que existe entre diferentes regiones de EE UU en términos de razas, etnias, lenguas habladas, nacionalidad de las empresas localizadas, niveles de renta o marcos regulativos, justifican la idoneidad del estudio del efecto que tales diferencias pueden tener en las decisiones de localización de las empresas foráneas bajo las lentes institucionales.

2. Instituciones y decisiones de localización de la empresa multinacional

Las instituciones representan las reglas del juego en cada ámbito empresarial. Tales reglas condicionan

la viabilidad de acometer una actividad económica y los costes de transacción que esta lleva aparejados (North, 1990). A las empresas compete el rol de jugadores, por lo que deben tomar en consideración tales reglas cuando realizan sus elecciones (North, 1990). Dado que los tomadores de decisiones padecen limitaciones cognitivas, afrontan incertidumbre en los procesos decisorios (North, 1990). Debido a ello, las instituciones pueden ayudarles a elegir entre opciones aceptables en materia de inversión en el extranjero (Déniz-Déniz y García-Cabrera, 2014). En este sentido la decisión de cada directivo estará condicionada por el deseo de llevar a cabo transacciones eficientes que permitan a la empresa alcanzar sus objetivos, al tiempo que minimiza los costes y riesgos asociados a su decisión (Meyer *et al.*, 2009). En concreto, los individuos harán uso de aquellos factores institucionales con los que puedan economizar en su necesidad de obtener, procesar y utilizar información en su ámbito empresarial (Dunning y Lundan, 2008).

Por ejemplo, una empresa podría buscar apoyo para su decisión de localización en el extranjero en la legislación existente en el país anfitrión —escoger aquella ubicación que permita aprovechar incentivos locales a la inversión foránea—, mientras que otra podría sustentar su decisión en la experiencia de terceros, por ejemplo, imitando a aquellas empresas que previamente han elegido una localización determinada dentro de tal país y han alcanzado el éxito en tal emplazamiento. Bajo esta perspectiva, las instituciones representan estructuras que limitan y permiten, pero no condicionan la decisión final de los empresarios (Hoffman y Ventresca, 2002).

Scott (1995) distingue tres dimensiones o vehículos a través de los que actúan las instituciones. La dimensión regulativa incluye las leyes y políticas que el Gobierno formula para alentar ciertos comportamientos e inhibir otros. La dimensión normativa incorpora aquellos valores sociales que indican el comportamiento humano aceptable en el ámbito empresarial (Scott, 1995) —aceptación de la corrupción, relevancia de la inversión en I+D—.

La dimensión cognitiva contiene el conocimiento empresarial acumulado por las empresas de un país/región sobre las decisiones adoptadas que resultaron ser exitosas (Lu, 2002). Estas tres dimensiones institucionales se basan en tres mecanismos a través de los cuales influyen sobre los decisores (coercitivo, normativo y mimético, respectivamente) y que, a su vez, dan nombre a las tres formas que utiliza la empresa para adquirir legitimidad cuando adopta decisiones. Las oportunidades que estas dimensiones institucionales ofrecen a la empresa multinacional (EMN) que afronta la elección de una localización particular se discuten en los subapartados siguientes.

La dimensión institucional normativa y la decisión de localización de la multinacional

La EMN y sus subsidiarias intercambian recursos con otras organizaciones en aquellos países en que opera. Dado que cada país tiene su propia trayectoria histórica (North, 1990) y cultura que condicionan el comportamiento de su población (Hofstede, 1980), la EMN debe hacer frente a diferentes instituciones normativas en los distintos países. La dimensión normativa condiciona, por tanto, las actuaciones que la EMN puede acometer si desea alcanzar el éxito en cada localización (Meyer *et al.*, 2009) y los costes de las mismas —costes de integrar y dirigir a empleados locales, de aprender el comportamiento del consumidor local (Déniz-Déniz y García-Cabrera, 2014)—. Debido a lo cual, la literatura previa ha destacado la relevancia de la distancia cultural como variable a considerar en la elección de la localización para la IDE, esto es, el grado en el que las normas culturales de un país difieren de aquellas existentes en otro (Kogut y Singh, 1988).

Ahora bien, existen diferencias culturales en el seno de los países debido, entre otros factores, al asentamiento de grupos sociales de diferente origen étnico. Razón por la que Beugelsdijk *et al.* (2015) sostienen que la comparación entre países puede no reflejar la realidad que afrontan las EMN cuando escogen su localización en el seno de un país. Por ejemplo, podría hallar

una menor distancia cultural que la estimada al comparar países debido a la existencia, en una región particular, de minorías étnicas que comparten lengua, cultura e historia con la población del país de la EMN, facilitando así la entrada (Mariotti y Piscitello, 1995). Estas minorías reducirían los costes de transacción que afronta la empresa entrante del mismo origen étnico, dado que las relaciones entre paisanos facilita la transmisión de información no comercial, así como el establecimiento de redes tanto personales como sociales e informales (Zaheer, Lamin y Subramani, 2009). Además, la existencia de una lengua común favorece la contratación de directivos locales, la transmisión de información y transferencia de conocimiento dentro de la propia EMN, al tiempo que contribuye a incrementar la demanda de productos de alto contenido idiomático. Como resultado de lo expuesto, la presencia de minorías puede ayudar a mitigar los riesgos y costes asociados a la entrada en un país culturalmente distante, por lo que cabe esperar que cuanto mayor sea la densidad de una comunidad étnica en una localización dada que comparta lengua, raza o nacionalidad con la de la población del país de origen de la EMN, mayor será la tendencia a establecer subsidiarias en dicha localización.

La dimensión institucional cognitiva y la decisión de localización de la multinacional

Dado que la dimensión cognitiva incluye el conocimiento empresarial acumulado en una localización particular (Lu, 2002), esta sirve de referencia para aquellos que afrontan decisiones en contextos de incertidumbre, de manera que las decisiones adoptadas por una empresa podrían estar condicionadas por las acciones de otras que le anteceden (Déniz-Déniz y García-Cabrera, 2014). Como resultado de este comportamiento mimético, y en lo que se refiere a la decisión de localización dentro de un país dado, emergería un patrón de aglomeración empresarial (Chang y Park, 2005). La aglomeración se justificaría entonces por la oportunidad de afrontar la incertidumbre en la decisión mediante la búsqueda

de legitimidad para la decisión a adoptar en la acción de otros (Scott, 1995).

De esta forma, y dado que las inversiones en el extranjero comportan riesgos, las empresas pueden imitar a otras que previamente han afrontado tales obstáculos al objeto de facilitar el proceso decisorio. En este sentido, Lu (2002) afirma que este comportamiento mimético es particularmente relevante cuando la empresa carece de experiencia en un mercado específico. Por ejemplo, las empresas podrían decidir localizarse en una ubicación concreta porque otras muchas empresas se han localizado ahí antes o bien porque otras empresas que operan en el mismo sector han elegido tal localización (Chan y Park, 2005).

Adicionalmente, la aglomeración puede contribuir a mitigar la incertidumbre asociada a la distancia cultural mediante el acceso de la EMN a experiencia indirecta, esto es, aquella que posibilita su aprendizaje a partir de la experiencia de terceras empresas y que se produce en mayor medida entre subsidiarias que comparten un mismo origen étnico o nacional (Kim y Miner, 2007). Dado que cada sociedad tiene su propia cultura (Hofstede, 1980), esto condiciona la distancia cultural entre país emisor y receptor de la inversión y, por ende, la forma en que la empresa de un origen nacional y/o étnico afronta la misma —uso de expatriados, inmersión en redes empresariales locales—. Por esta razón el conocimiento experiencial de referencia para una EMN será principalmente el de aquellas empresas del mismo o similar origen nacional (Chang y Park, 2005), por lo que cabe esperar que, cuanto mayor sea el número de subsidiarias propiedad de otras EMN compatriotas en una localización determinada dentro del país anfitrión, mayor será la tendencia a elegir esta localización por parte de otras EMN del mismo origen para sus subsidiarias en dicho país.

La dimensión institucional regulativa y la decisión de localización de la multinacional

La dimensión regulativa incluye factores institucionales de carácter político, económico y social que

son el resultado de las decisiones adoptadas por los Gobiernos (Scott, 1995). Entre tales factores se incluye la oferta de estímulos a la inversión —política fiscal, tipos de interés (Déniz-Déniz y García-Cabrera, 2014)—, la disponibilidad de capital humano o las infraestructuras (Meyer y Nguyen, 2005). Estos elementos institucionales, además, pueden diferir ampliamente entre distintas regiones de un mismo país pues dependerán de la actuación y políticas adoptadas por sus dirigentes (Chang y Park, 2005). En los casos en que estos factores ofrecen a las empresas un entorno de bajo riesgo empresarial y alto potencial de ganancias, atraerán la inversión directa extranjera (Déniz-Déniz y García-Cabrera, 2014), de manera que tales elementos puedan ser tomados en consideración por el inversor en su proceso decisorio para escoger la localización.

Adicionalmente, otro aspecto regulativo de las instituciones guarda relación con las características de los mercados objetivos (Meyer y Nguyen, 2005) pues estos están también condicionados por la actuación gubernamental. Por ejemplo, las diferencias regionales en variables tales como la renta per cápita, las condiciones de vida o el tamaño del mercado, pueden ser elementos considerados en la elección de la localización (Chadee *et al.*, 2003). Por ello, cabe esperar que cuanto más favorable sea la regulación para atraer inversión en una región de un determinado país, en términos de legislación favorable para incrementar la competitividad empresarial y del atractivo del mercado, mayor será la tendencia a elegir esta localización como emplazamiento para la empresa subsidiaria.

3. Análisis empírico

Población y muestra

Al objeto de contrastar las predicciones planteadas se construyó una base de datos recopilando las subsidiarias de empresas españolas localizadas en EE UU. A tal efecto, se tomó como punto de partida la información relativa a inversiones españolas en el exterior

publicada por ICEX España Exportación e Inversiones en su última actualización correspondiente a 2012. Esta información nos permitió identificar la población de subsidiarias de EMN españolas localizadas en EE UU, así como una serie de datos básicos inherentes a la localización de las mismas (dirección postal, tipo de actividad desarrollada) y a la empresa española inversora en el exterior. Si bien en un primer momento se identificaron un total de 594 subsidiarias, aproximadamente un 8 por 100 de ellas fue excluida de la población final analizada, al no resultar posible obtener para las mismas información completa relativa a las variables que se recogen en los siguientes apartados. En consecuencia, nuestra población objeto de estudio quedó constituida por un total de 551 subsidiarias localizadas en 36 Estados¹, 134 condados y 298 áreas locales o códigos postales (CP). Las mismas son fruto de las IDE realizadas por más de 400 empresas españolas diferentes, lo que apunta a que un porcentaje mayoritario de las empresas inversoras cuentan con una única filial en el país norteamericano. El 50 por 100 de estas subsidiarias se localizan en el sudeste del país, mientras que un porcentaje cercano al 30 por 100 lo hace en el noreste. El 20 por 100 restante se distribuye de forma equitativa entre el oeste, el medio-oeste y el Atlántico-medio.

El Cuadro 1 muestra la distribución de subsidiarias por Estado receptor, así como el número de condados y CP diferentes dentro del Estado en los que se localizan dichas subsidiarias. Tal y como se observa en el cuadro, más de un tercio del total se localiza en el Estado de Florida (37,6 por 100); un segundo tercio se distribuye entre cuatro Estados —con New York (16,2 por 100) y Texas (8,2 por 100) a la cabeza, seguidos de California y New Jersey (5,4 y 4,2 por 100 respectivamente)—, mientras que el último tercio se distribuye entre los restantes 31 Estados receptores

¹ Si bien el Distrito de Columbia (Washington DC) es un distrito federal (no un Estado), ha sido considerado como un Estado en nuestro análisis, consecuencia de su estatus legal específico y claramente diferenciado respecto del de otros distritos.

CUADRO 1
LOCALIZACIÓN DE LAS SUBSIDIARIAS ESPAÑOLAS EN EE UU

Estado	Subsidiarias		Condados		Códigos postales	
	Número	En %	Número ^a	Media ^b	Número ^c	Media ^d
Alabama	4	0,7	3	1,3	4	1,0
Arizona	6	1,1	1	6,0	5	1,2
Arkansas.....	1	0,2	1	1,0	1	1,0
California	30	5,4	13	2,3	19	1,6
Carolina del Norte.....	4	0,7	2	2,0	3	1,3
Carolina del Sur.....	3	0,5	3	1,0	3	1,0
Connecticut.....	1	0,2	1	1,0	1	1,0
Dist. Columbia	13	2,4	1	13,0	8	1,6
Florida.....	207	37,6	9	23,0	57	3,6
Georgia.....	8	1,5	3	2,7	7	1,1
Illinois.....	22	4,0	14	1,6	20	1,1
Indiana.....	2	0,4	2	1,0	2	1,0
Kansas.....	1	0,2	1	1,0	1	1,0
Kentucky.....	1	0,2	1	1,0	1	1,0
Luisiana	3	0,5	2	1,5	3	1,0
Maine.....	2	0,4	1	2,0	2	1,0
Maryland.....	8	1,5	7	1,1	7	1,1
Massachusetts.....	14	2,5	5	2,8	10	1,4
Michigan	11	2,0	9	1,2	10	1,1
Minnesota.....	3	0,5	2	1,5	3	1,0
Mississippi	1	0,2	1	1,0	1	1,0
Missouri	1	0,2	1	1,0	1	1,0
Nevada	1	0,2	1	1,0	1	1,0
Nueva Hampshire.....	1	0,2	1	1,0	1	1,0
Nueva Jersey.....	23	4,2	7	3,3	21	1,1
Nuevo Mexico.....	1	0,2	1	1,0	1	1,0
Nueva York	89	16,2	10	8,9	32	2,8
Oklahoma	2	0,4	2	1,0	2	1,0
Oregón.....	2	0,4	1	2,0	2	1,0
Pensilvania	18	3,2	7	2,6	18	1,0
Rhode Island	2	0,4	1	2,0	2	1,0
Tennessee	5	0,9	2	2,5	5	1,0
Texas	45	8,2	8	5,6	32	1,4
Vermont	1	0,2	1	1,0	1	1,0
Virginia.....	12	2,2	6	2,0	8	1,5
Wisconsin	3	0,5	3	1,0	3	1,0
Total	551	100	148		298	

NOTAS: ^a Número de condados del Estado en el que se localizan subsidiarias. ^b Número medio de subsidiarias por condado. ^c Número de diferentes CP en el Estado en las que se localizan subsidiarias. ^d Número medio de subsidiarias por CP.

FUENTE: Elaboración propia.

de IDE española. Una primera aproximación al grado de dispersión intraestado nos permite constatar que Florida y New York son los dos Estados que muestran un mayor número medio de subsidiarias localizadas a nivel de condado y código postal; en concreto, los condados de Miami-Dade en Florida y New York en el Estado de Nueva York (181 y 70 subsidiarias, respectivamente) son los que presentan un mayor número de subsidiarias, seguidos de Harris (Texas), Broward (Florida), San Francisco (California), y Washington DC (Distrito de Columbia).

Variables y medidas

Diversas variables han sido utilizadas al objeto de aproximar el marco institucional normativo, cognitivo y regulativo de las diferentes áreas/zonas geográficas en las que se localizan las subsidiarias españolas. En primer lugar, y al objeto de aproximar la existencia en una determinada localización de una comunidad étnica que comparta lengua, raza y/o nacionalidad u origen con la de la población del país de origen de la EMN, así como la densidad de dicha comunidad, hemos considerado las características distintivas y la distribución de la población a nivel de CP. En concreto, se ha considerado el peso relativo que en cada código supone la población de raza blanca, la población que tiene origen hispanolatino y la población hispanoparlante. En relación con el origen se han construido dos variables que representan el origen hispano (en general) o español (en particular). De igual forma, la identificación del porcentaje de población hispanoparlante se llevó a cabo tomando en cuenta dos puntos de corte en función de la edad (5 y 18 años, respectivamente). La información al respecto se obtuvo del Censo Poblacional publicado por la Oficina del Censo de EE UU.

El número de subsidiarias de empresas españolas localizadas en un mismo CP, tanto en términos globales como atendiendo a su clasificación sectorial, se aproximó a través de sendos contadores construidos a partir de la información recogida en la propia base de

datos. La clasificación sectorial de las subsidiarias se llevó a cabo mediante la identificación de los códigos SIC de actividad con un nivel de desglose de dos dígitos.

La existencia de legislación favorable para el incremento de la competitividad empresarial se ha aproximado a través del número de programas desarrollados por cada Estado receptor al objeto de fomentar y atraer la realización de inversiones (incentivos fiscales de diversa naturaleza, préstamos preferenciales, coinversión, etc.). La información al respecto se obtuvo a partir de SelectUSA, un servicio del Ministerio de Comercio de EE UU a través del que se canaliza información a nivel federal y estatal inherente a los diferentes marcos legales y programas dirigidos a fomentar la inversión y el desarrollo de la actividad económica. Por último, el potencial atractivo del mercado de las diversas localizaciones se aproximó a nivel de CP en términos del tamaño del mercado (medido a través del volumen de población), poder adquisitivo de la misma (medido a través de nómina anual del conjunto de la población)² y el grado de actividad económica (número de establecimientos en los que se desarrollan actividades productivas y/o de prestación de servicios). A tal efecto se obtuvo la información de la Oficina del Censo de EE UU —censos poblacional y económico y American Community Survey—.

El conjunto de áreas o CP en los que se localizan las subsidiarias de EMN españolas muestra una gran disparidad en términos de características normativas y regulativas. Así, solo a título de ejemplo, mientras que en determinadas localizaciones/códigos el volumen de población de origen hispano y/o hispanoparlante alcanza el 90 por 100 (5 CP localizados en el condado de Miami Dade, Florida), en otras dicho porcentaje no alcanza el 1 por 100. En todo caso, nuestra base recoge un total de 39 CP (localizados en 13 condados y 9 Estados) en los que el volumen de población de origen

² Este dato recoge todo tipo de compensaciones económicas recibidas por el conjunto de la población (sueldos, salarios, contribuciones a planes de pensiones, pensiones de diversa naturaleza, etc.).

CUADRO 2
MATRIZ DE CORRELACIONES

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1 Población de raza blanca (%)	1	-0,069	0,029	0,094	-0,050	0,108	-0,126	-0,064	-0,018
2 Población de origen hispano/latino (%)		1	0,950**	0,267**	0,067	-0,061	0,363**	0,154**	0,040
3 Población hispanoparlante (%)			1	0,327**	0,090	0,003	0,315**	-0,134*	0,056
4 Número de subsidiarias en el CP				1	0,185**	0,070	-0,009	0,252**	0,381**
5 Número de subsidiarias del mismo sector en el CP					1	0,046	0,029	0,112	0,116*
6 Número de programas estatales						1	0,026	0,074	0,082
7 Tamaño del mercado							1	-0,098	0,208**
8 Poder adquisitivo								1	0,771**
9 Actividad económica									1

NOTAS: * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$

FUENTE: **Elaboración propia.**

hispano supera o alcanza el 50 por 100, así como 35 códigos (distribuidos en 10 condados y 7 Estados) en los que al menos el 50 por 100 de la población es hispanoparlante. De forma similar, en determinadas localizaciones existe una gran concentración de población de raza blanca (hasta un 95 por 100 en 17 códigos receptores), mientras que dicho porcentaje no llega al 20 por 100 en otras (5 CP receptores). De forma similar, tanto el volumen como la amplitud y diversidad de programas institucionales dirigidos a atraer la inversión y fomentar la competitividad empresarial varía notablemente entre los diferentes Estados —desde los 74 programas existentes en Maryland, entre los que se incluyen incentivos fiscales, préstamos ordinarios y participativos, subvenciones de diversa índole, etc., a los 8 programas, fundamentalmente con orientación fiscal, existentes en el Distrito de Columbia—. También el abanico de empresas inversoras y sectores industriales en los que éstas desarrollan su actividad es amplio, si bien predominan las empresas de los sectores textil y moda, servicios técnicos (ingeniería, arquitectura), energía, y alimentación y bebidas.

Un primer análisis exploratorio basado en las correlaciones bivariadas (Cuadro 2), muestra una correlación

elevada y estadísticamente significativa entre el número de subsidiarias localizadas en un determinado CP y la existencia de grupos étnicos de origen hispano e hispanoparlante cuyo peso es relevante en términos de volumen de población. Por el contrario, la variable vinculada a la distribución racial de la población no muestra una correlación significativa con el número de subsidiarias españolas localizadas en el área. Tal correlación es también elevada y estadísticamente significativa para algunas de las variables que actúan como *proxy* del atractivo de una determinada localización (nómina anual, actividad económica). Lógicamente, existe una elevada correlación entre las variables que aproximan el origen hispano de la población y el porcentaje de la misma que es hispanoparlante; no obstante, dado que dicha correlación no es perfecta, se han mantenido ambas variables en el estudio.

Análisis cluster

Al objeto de realizar una primera contrastación empírica de nuestras predicciones, se ha realizado un análisis *cluster* sobre la muestra de 298 CP en los que se localizan las subsidiarias españolas. Este tipo de

CUADRO 3
ANÁLISIS CLUSTER

Variable	Centros finales del <i>cluster</i>				F ^a
	<i>Cluster 1</i>	<i>Cluster 2</i>	<i>Cluster 3</i>	<i>Cluster 4</i>	
	N=4	N=69	N=209	N=16	
Población origen hispano/latino (%).....	11,1	17,8	23,3	8,4	2,9 **
Población hispanoparlante (%).....	9,1	11,4	16,4	5,4	2,4 *
Número de subsidiarias en el CP.....	6,8	2,5	1,4	3,4	7,1 ***
Número subsidiarias mismo sector en el CP.....	0,3	0	0	0	2,4 *
Número de programas estatales.....	58,0	39,8	42,9	45,4	2,6 **
Tamaño del mercado.....	29.020,0	25.574,3	28.873,2	15.000,9	3,8 ***
Actividad económica.....	5.642,3	1.740,8	900,6	3.167,1	114,3 ***
Poder adquisitivo.....	16.991.267,8	2.452.854,3	555.207,7	6.786.080,8	1.363,6 ***

NOTAS : ^a F-Test significación estadística de diferencia de medias. *P<0,1; ** p<0,05; *** p<0,01.

FUENTE : **Elaboración propia.**

análisis permite clasificar los casos (CP) en diferentes grupos, de tal forma que se minimicen las diferencias intragrupo y se maximicen las diferencias intergrupos en términos de las variables consideradas. Mediante la utilización del algoritmo no jerárquico y el método K medias³, se identificaron cuatro grupos diferenciados de áreas o códigos atendiendo a sus características normativas, cognitivas y regulativas. El método identifica un conjunto de *clusters* sin que exista entre ellos jerarquía u orden que deba ser considerado⁴. La variable relativa a las características étnicas de la población inherente a la raza no resultó estadísticamente significativa para la clasificación de los códigos, por lo que fue excluida del proceso. Según se ha mencionado, ha

sido posible identificar cuatro *clusters* o grupos de CP claramente diferenciados que aglutinan 4, 69, 209 y 16 códigos respectivamente. Los Cuadros 3 y 4 muestran las características de los mismos. Los *clusters* 1 y 3 son los más distantes entre sí, mientras que los *clusters* 2 y 3 son los más cercanos o similares.

El *cluster* 1 engloba un total de cuatro CP localizados en el Estado de Nueva York, y más en concreto, en el condado de Nueva York. Si bien el número de casos/códigos resulta muy reducido, el *cluster* muestra una serie de características distintivas claramente diferenciadas en lo que a rasgos cognitivos y regulativos se refiere. Así, presenta el mayor número medio de subsidiarias españolas localizadas en este área, no solo en términos generales, sino también cuando se considera el sector de actividad en el que compiten las mismas. De igual forma, los códigos englobados en este *cluster* son los que ofrecen un mayor número de programas dirigidos a atraer la inversión y fomentar la competitividad empresarial, al tiempo que muestran el mayor atractivo en términos de tamaño del mercado, poder adquisitivo de la población y actividad

³ Dicho algoritmo estima de forma iterativa los valores medios de los diferentes *clusters* y asigna cada caso al *cluster* más cercano atendiendo a dichos valores medios.

⁴ El análisis se repitió utilizando las dos variables relativas al origen hispano/español de la población, así como los dos cortes de edad diferenciados para la identificación de la población hispanoparlante. Dado que los resultados se mantienen consistentes, se muestran en el análisis únicamente las variables inherentes a la población de origen hispano y al porcentaje de población hispanoparlante cuya edad supera los 18 años.

CUADRO 4
CARACTERÍSTICAS DE LOS CLUSTERS

Variable	Cluster 1			Cluster 2			Cluster 3			Cluster 4		
	N=4			N=69			N=209			N=16		
	Media	DS	CV	Media	DS	CV	Media	DS	CV	Media	DS	CV
Población raza blanca (%).....	73,71	9,73	0,13	69,57	13,99	0,20	73,08	20,11	0,28	65,79	17,14	0,26
Población origen hispano/latino (%).....	11,15	6,04	0,54	17,88	19,66	1,10	23,38	25,01	1,07	8,48	4,63	0,55
Población hispanoparlante (%).....	9,05	4,47	0,49	11,39	16,41	1,44	16,41	21,81	1,33	2,38	3,59	1,51
Número subsidiarias en el CP.....	6,75	2,21	0,33	2,49	5,69	2,29	1,42	1,54	1,08	3,44	2,37	0,69
Número subsidiarias mismo sector en el CP.....	0,25	0,50	2,00	0,01	0,12	12,00	0,04	0,19	4,75	0	0	—
Número de programas estatales.....	58	0	0,00	39,77	16,57	0,42	42,87	13,67	0,32	45,44	16,44	0,36
Tamaño del mercado.....	29.020,00	11.160,96	0,38	25.574,27	15.758,20	0,62	28.873,21	16.829,69	0,58	15.000,93	14.624,66	0,97
Actividad económica.....	5.642,25	791,23	0,14	1.740,78	686,32	0,39	900,61	556,67	0,62	3.167,13	1.897,59	0,60
Poder adquisitivo.....	16.991.268,00	1.277.627,00	0,08	2.452.854,00	773.152,00	0,32	555.207,70	394.041,60	0,71	6.786.081,00	1.655.867,00	0,24
	n	n	n	n	n	n	n	n	n	n	n	n
Número de subsidiarias.....	27			172			297			55		
Número de subsidiarias mismo sector.....	1			1			8			0		
Número de subsidiarias / CP.....	6,75			2,49			1,40			3,44		

NOTAS: DS: desviación estándar; CV: coeficiente de variación.
FUENTE: Elaboración propia.

económica desarrollada. En otras palabras, los rasgos distintivos del *cluster* apuntan a la existencia de comportamientos miméticos en la elección de localización, así como a la relevancia de los estímulos legales, políticos y económicos dirigidos a crear un marco favorable para las empresas. En breve, este grupo puede ser catalogado como localizaciones que ofrecen a las empresas españolas legitimidad coercitiva y mimética en sus procesos de localización de subsidiarias dentro del país. Un total de 27 empresas subsidiarias se localizan en los códigos englobados en este *cluster*, por lo que la ratio de concentración es elevada (más de seis subsidiarias por CP).

El *cluster 2* muestra un perfil menos diferenciado que los restantes, al presentar valores medios en prácticamente todas las variables consideradas, excepto en la relativa al marco legal (este *cluster* aglutina los códigos que ofertan el menor número de programas dirigidos a atraer la inversión y/o fomentar la competitividad empresarial). Al margen de este último aspecto, el único rasgo distintivo remarcable es su posición en lo que a instituciones normativas se refiere, ya que ocupa el segundo lugar en términos de población de origen hispano y población hispanoparlante. Aunque la dispersión geográfica de los 69 códigos englobados en el *cluster* es elevada, el sudeste del país es la región que presenta el mayor peso (30 por 100 de los códigos), siendo Texas el Estado que proporciona un mayor número de casos al *cluster*. El mismo engloba áreas que intentan ofrecer legitimidad normativa a las empresas españolas para la localización de sus subsidiarias. Un total de 172 subsidiarias se localizan en los códigos incluidos en este *cluster*, apuntando a un grado de concentración medio-bajo.

El *cluster 3* es el que aglutina un mayor número de áreas o CP (un total de 209) localizadas mayoritariamente en la costa este del país (un 40 por 100 en el sudeste y aproximadamente un 30 por 100 en el noreste). Florida y Miami Dade son, respectivamente, el Estado y condado que muestran el mayor peso en el *cluster*. Este grupo presenta rasgos distintivos

inherentes a los aspectos normativos y cognitivos, pero no regulativos; así aglutina los CP que presentan un mayor porcentaje de población de origen hispano y población hispanoparlante, así como el menor número medio de subsidiarias españolas. Si bien el número medio de programas dirigidos a atraer la inversión y fomentar la competitividad y el tamaño del mercado se mantienen en niveles medios, tanto el poder adquisitivo de la población como el grado de actividad económica muestran los menores valores de la muestra. En definitiva, el *cluster* puede ser identificado como el que aglutina los CP que ofrecen principalmente legitimidad normativa a las empresas españolas para la localización de sus subsidiarias. Un total de 297 subsidiarias se localizan en los 209 códigos o áreas clasificadas en este grupo, apuntando a una muy elevada dispersión.

El *cluster 4* engloba un total de 16 CP mayoritariamente localizados en el noreste del país —principalmente en New York, Massachusetts y Pensilvania—, y en el oeste del mismo —con California como principal Estado receptor—. Es un *cluster* fuerte y negativamente caracterizado en términos de instituciones normativas ya que presenta el menor porcentaje de población de origen hispano e hispanoparlante. Presenta, asimismo, el menor volumen de población y, por tanto, menor tamaño del mercado, y mantiene posiciones intermedias en las restantes variables que aproximan el grado de atractivo del mercado en términos económicos o legales, así como la presencia de subsidiarias españolas. El *cluster* puede ser identificado, por tanto, como el que aglutina *los CP* que no proporcionan a las empresas españolas legitimidad normativa para la localización de sus subsidiarias. Presenta un total de 55 subsidiarias distribuidas en los ya mencionados 16 CP, presentando una ratio de concentración media.

4. Conclusiones

En este trabajo se analiza el papel que juegan las instituciones subnacionales (estatales, locales) en la decisión de localización de inversiones extranjeras.

Sobre la base de la Teoría Institucional se estudia el impacto de las instituciones normativas, cognitivas y regulativas. Las instituciones normativas se contemplan a través de las características étnicas de la población en las diferentes localizaciones, tales como raza, origen y lengua. Las instituciones cognitivas se observan a través de comportamientos miméticos y aglomeraciones de filiales compatriotas (de empresas del mismo país de procedencia u origen). Por último, las instituciones regulativas se consideran a través de la existencia de entornos o marcos favorables para atraer inversiones.

El análisis empírico se desarrolla con una muestra de 551 filiales españolas localizadas en EE UU y distribuidas en 36 Estados con 228 diferentes localizaciones a nivel de CP. El análisis *cluster* de K-medias nos ha permitido identificar cuatro diferentes grupos de ubicaciones (CP) mostrando perfiles diversos según las instituciones normativas, cognitivas y regulativas de las correspondientes localizaciones. Este análisis nos permite identificar la relevancia de cada dimensión institucional en la atracción de inversión directa española a nivel de CP. Aunque las instituciones normativas en términos lengua y población de origen parecen jugar un papel relevante, los resultados alcanzados claramente indican la relevancia del tamaño del mercado, el poder adquisitivo de la población y la existencia de un entorno legal favorable, como variables clave en las decisiones de localización. El comportamiento mimético también muestra ser un factor condicionante de estas decisiones.

Adicionalmente, nuestro análisis permite identificar los tipos de legitimación que las multinacionales españolas buscan cuando eligen localizaciones concretas para sus inversiones directas en EE UU. La mayoría de ellas buscan la legitimidad normativa, que es en gran medida proporcionada por los CP que conforman el *cluster* 3 (297 filiales —esto es, el 53,9 por 100 del total— se ubican en estos CP) y en menor medida por las áreas del *cluster* 2 (31,2 por 100, 172 filiales). En realidad solo un 9,9 por 100 (55 filiales)

están localizadas en el *cluster* 4 que agrupa aquellos códigos que se encuentran relativamente alejados de poseer las características que dotan de legitimidad normativa a las decisiones de localización para las multinacionales españolas. Finalmente, un pequeño grupo de empresas españolas buscan legitimidad coercitiva —basada en el atractivo de las instituciones regulativas— y mimética —otorgada por las instituciones cognitivas— que es ofrecida por los códigos en el *cluster* 1 en el que se localizan 27 filiales (4,9 por 100 del total).

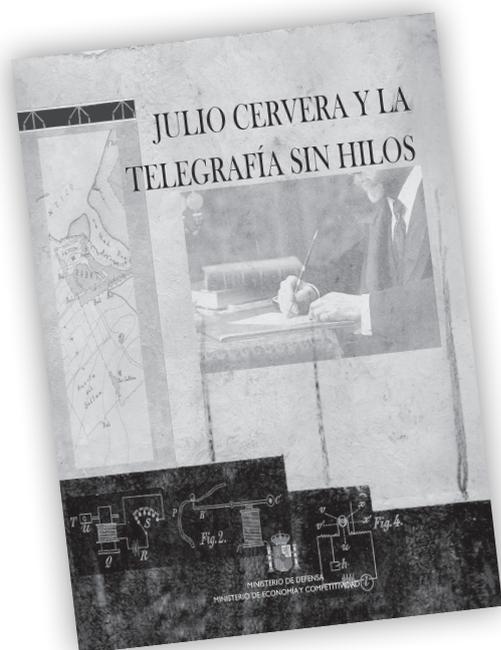
Como principales limitaciones de este estudio se encuentra la dimensión individual con la que hemos considerado las instituciones normativa, regulativa y cognitiva. Aunque es este el enfoque fundamentalmente seguido por la literatura existente (véase, por ejemplo, Meyer *et al.*, 2009), es preciso tener en cuenta que estas tres dimensiones institucionales están interconectadas, se refuerzan entre sí de manera recíproca y adoptan la forma de configuraciones institucionales (Szyliowicz y Galvin, 2010). Como las EMN están expuestas a diferentes entornos institucionales en un mismo país (Meyer y Nguyen, 2005) en el que operan e interaccionan grupos más o menos dispersos de instituciones regulativas, normativas y cognitivas, se dispone de distintas opciones institucionales para elegir y dotarse de legitimidad en las decisiones de localización. En este contexto la empresa multinacional utilizará sus habilidades para seleccionar y decidir la mejor manera de alcanzar sus objetivos, reduciendo incertidumbre y riesgo en el proceso de decisión (Meyer *et al.*, 2009). En consecuencia, cabe esperar que las empresas multinacionales elijan las configuraciones institucionales (normativas, regulativas y cognitivas) que mejor se adecúen a sus objetivos y que les permitan reducir costes de transacción cuando toman decisiones de localización dentro de un país. En este sentido una futura línea de investigación se enfocará en torno a tales configuraciones. Adicionalmente, una extensión de este trabajo se realizará mediante la utilización de un modelo logístico condicional que permita organizar jerárquicamente

las decisiones de localización de forma que se pueda analizar de una manera comprensiva la elección de la localización de la inversión en los niveles de Estado, condado y código postal.

Referencias bibliográficas

- [1] BEUGELSDIJK, S.; ROBBERT MASELAND, R.; ONRUST, O.; VAN HOORN, A. y SLANGEN, A. (2015). «Cultural Distance in International Business and Management: From Mean-based to Variance-based Measures». *International Journal of Human Resource Management*, vol. 26, nº 2, pp. 165–191.
- [2] BROUHERS, K. D. y HENNART, J. F. (2007). «Boundaries of the Firm: Insights Form International Entry Mode Research». *Journal of Management*, vol. 33, nº 3, pp. 395–425.
- [3] CHADEE, D. D.; QIU, F. y ROSE, E. L. (2003). «FDI Location at the Subnational Level: A Study of EJV's in China». *Journal of Business Research*, vol. 38, pp. 835–845.
- [4] CHANG, S. J. y PARK, S. (2005). «Types of Firms Generating Network Externalities and MNCs' Co-location Decisions». *Strategic Management Journal*, vol. 26, pp. 595–615.
- [5] DÉNIZ-DÉNIZ, M. C. y GARCÍA-CABRERA, A. M. (2014). «Management and Ownership Control in Foreign Investments: An Analysis of the Influence of Isomorphism and Quality of Institutions». *Journal of Management Organization*, vol. 20, nº 6, pp. 764–783.
- [6] CENTRO DE COMUNICACIONES DE POLÍTICA DEMOCRÁTICA (2008). *Hispanic Small Businesses: Diversity, Economic Growth, and Job Creation in America*. DEMOCRATIC POLICY & COMMUNICATIONS CENTER (DPCC). Recuperado el 6 de julio de 2015 de: www.DPC.senate.gov
- [7] DUNNING, J. H. (1980). «Toward an Eclectic Theory of International Production: Some Empirical Tests». *Journal of International Business Studies*, vol. 11, nº 1, pp. 9–31.
- [8] DUNNING, J. H. y LUNDAN, S. M. (2008). «Institutions and the OLI Paradigm of the Multinational Enterprise». *Asia Pacific Journal of Management*, vol. 25, pp. 573–593.
- [9] HOFFMAN, A. J. y VENTRESCA, M. (2002). «Introduction». En HOFFMAN y VENTRESCA (Ed.). *Organizations, Policy and the Natural Environment: Institutional and Strategic Perspectives*. Palo Alto, CA: Standford University Press, pp. 1–27.
- [10] HOFSTEDE G. (1980). *Culture's Consequence: International Differences in Work-Related Values*. Beverly Hills, CA: Sage.
- [11] KIM, J.Y y MINER, A.S. (2007). «Vicarious Learning From the Failures and Near-Failures of Others: Evidence From the US Commercial Banking Industry». *Academy of Management Journal*, vol. 50, pp. 687–714.
- [12] KOGUT, B. y SINGH, H. (1988). «The Effect of National Culture on the Choice of Entry Mode». *Journal of International Business Studies*, vol. 19, nº 3, pp. 411–432.
- [13] LU, J.W. (2002). «Intra and Inter-organizational Imitative Behaviour: Institutional Influences on Japanese Firms' Entry Mode Choice». *Journal of International Business Studies*, vol. 33, nº 1, pp. 19–37.
- [14] MARIOTTI, S. y PISCITELLO, L. (1995). «Information Costs and Location of FDIs within the Host Country: Empirical Evidence from Italy». *Journal of International Business Studies*, vol. 26, nº 4, pp. 815–841.
- [15] MEYER, K. y NGUYEN, V. C. (2005). «Foreign Investment Strategies and Sub-national Institutions in Emerging Markets: Evidence from Vietnam». *Journal of Management Studies*, vol. 42, pp. 22–80.
- [16] MEYER, K. E.; ESTRIN, S.; BHAUMIK, S. K. y PENG, M. W. (2009). «Institutions, Resources and Entry Strategies in Emerging Economies». *Strategic Management Journal*, vol. 30, pp. 61–80.
- [17] NIELSEN COMPANY (2012). *State of the Hispanic Consumer: The Hispanic Market Imperative. Quarter, 2*. Recuperado de: http://multicultural.com/images/books/Nielsen_The%20Hispanic%20Market%20Imperative%20_2012.pdf
- [18] NORTH, D. C. (1990). *Institutions, Institutional Change, and Economic Performance*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- [19] SCOTT, W. R. (1995). *Institutions and Organizations*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- [20] SZYLIOVICZ, D. y GALVIN T. (2010). «Applying Broader Strokes: Extending Institutional Perspectives and Agendas for International Entrepreneurship Research». *International Business Review*, vol. 19, pp. 317–332.
- [21] VANHONACKER, W. R. y PAN, Y. (1997). «The Impact of National Culture, Business Scope and Geographic Location on Joint Venture Operations in China». *Journal of International Marketing*, vol. 5, nº 3, pp. 11–30.
- [22] ZAHEER, S.; LAMIN, A. y SUBRAMANI, M. (2009). «Cluster Capabilities or Ethnic Ties Location Choice by Foreign and Domestic Entrants in the Services Offshoring Industry in India». *Journal of International Business Studies*, vol. 40, nº 6, pp. 944–968.

Julio Cervera y la telegrafía sin hilos



Julio Cervera Baviera fue un personaje apasionante que destacó en campos profesionales muy diversos. Vivió en Marruecos y en Puerto Rico además de en España. Fue explorador del desierto africano, militar, político, enseñante y masón. Inició la educación a distancia y fundó en Valencia las escuelas libres de ingenieros electricistas y mecánicos.

Su mayor logro fue la investigación en la telegrafía sin hilos. Hoy se reconoce así y este libro sostiene que su mérito es incuestionable pues mejoró de forma notable la tecnología existente en el momento. Aunque esta monografía tiene como núcleo sus trabajos sobre la telegrafía sin hilos, no descuida sus otras facetas vitales que no por menos conocidas son menos apasionantes. Este libro es un tributo a la memoria de un inventor poco conocido que fue a la vez un personaje asombroso y de gran complejidad.

Número de páginas: 84

Papel: 8,00 €

PDF: 4,00 €

IPad: 6,00 €

Precios incluido IVA