

ESTRATEGIAS DE ENTRADA DE LA BANCA ESPAÑOLA EN AMÉRICA LATINA: ANÁLISIS TEÓRICO Y EMPÍRICO

Clara Cardone Riportella * y Leonardo Cazorla Papis **

Resumen

Desde una perspectiva dinámica y temporal, este trabajo pretende aportar luz sobre las estrategias de internacionalización y modos de entrada desplegados por los cuatro grupos bancarios españoles que tienen una mayor presencia física en el continente —Banco Bilbao Vizcaya, Banco de Santander, Banco Central-Hispano, y ARGENTARIA—. Entre las principales conclusiones del trabajo, podemos señalar que el inicio de la década de los años 90 constituye el punto de inflexión del proceso, pudiendo diferenciar en función del modelo de internacionalización empleado “*un antes*” y “*un después*”. Observamos que teniendo en cuenta la “*percepción del riesgo*” y el “*nivel de recursos a comprometer*”, las entidades bancarias españolas han adoptado en el tiempo dos estrategias de internacionalización diferenciadas: un modelo “*lineal o gradual*” y un modelo “*oportunista o contingente*”. Por último, indicar que la decisión de efectuar Inversión Directa en el Exterior, además del nivel de recursos comprometidos y del nivel de riesgo percibido, ha estado condicionadas en el tiempo por variables relativas al sector y factores de localización del país destino de la inversión.

Palabras Claves: Proceso de Internacionalización, Decisiones de entrada en mercados extranjeros, Internacionalización de los servicios, Internacionalización de la banca española

* Departamento de Economía de la Empresa. Universidad Carlos III de Madrid. C/ Madrid, 126. 28903 Getafe (Madrid). Tfn.: 34-916249650. Fax: 34-916249607. E-mail: ccardone@emp.uc3m.es

** Departamento de Dirección y Gestión de Empresas. Universidad de Almería. Cañada de San Urbano s/n. 04120 La Cañada (Almería). Tfn.: 34-950215177. Email: lcazorla@ualm.es

Estrategias de entrada de la banca española en América Latina: análisis teórico y empírico

1. Introducción

El sector servicios ha tenido un crecimiento espectacular en las economías tanto de los países industrializados como de los países en desarrollo¹. Paralelamente, se ha producido un crecimiento de los flujos internacionales de capital con origen en el sector servicios. Hemos asistido por tanto a una vertiginosa internacionalización de las empresas de servicios —restaurantes de comida rápida, hoteles, empresas de transporte, servicios de consultoría, etc.—, y en especial, de las entidades bancarias.

Cuando hablamos de *internacionalización bancaria*, en realidad, hacemos referencia a dos cuestiones distintas aunque estrechamente relacionadas. En un sentido amplio, dicho término puede ser entendido tanto en términos de *actividad* como en términos de *presencia física en el exterior* (Aliber, 1984). El primer aspecto hace referencia a la exportación e importación de servicios bancarios a residentes y no residentes, la realización de transacciones en moneda extranjera desde el país local, y al papel que las entidades bancarias juegan en los flujos internacionales de capital (Durán y Lamothe, 1991). El segundo aspecto alude a la estrategia de internacionalización desplegada por este tipo de empresas, con especial referencia, a la naturaleza de los factores determinantes del proceso —¿por qué?—, a los modos de entrada utilizados —¿cómo?—, así como la elección del país o países de localización de la actividad—¿dónde?.

En el contexto de la estrategia internacional de la empresa, la *elección del modo de entrada* constituye una de las decisiones más complejas, arriesgadas y críticas del proceso (Win y Perlmutter 1977). El trabajo que aquí presentamos trata, desde una perspectiva dinámica y temporal, de aportar alguna luz acerca del *proceso de internacionalización* y los *modos de entrada* desplegados por las entidades bancarias españolas en su expansión geográfica en América Latina. Para lograr nuestro objetivo el trabajo se desarrolla en cuatro partes diferenciadas. En la primera, efectuaremos una revisión de los principales modelos teóricos que centran su atención en las decisiones relativas a los *modos de entrada* en mercados extranjeros. En la segunda, se analizan cuales son los rasgos distintivos que caracterizan a los servicios en general y, en particular, a los servicios bancarios, y que pueden condicionar la estrategia de internacionalización desplegada. En la tercera parte, utilizando fuentes de información alternativas, examinaremos la naturaleza del proceso de internacionalización desplegado y modos de entrada utilizados por los cuatro grupos bancarios españoles con mayor presencia en América Latina, esto es: Banco Bilbao

¹ De acuerdo con los últimos datos disponibles del Banco Mundial, en 1990 los servicios representaban, respectivamente, el 61% y 45% del PIB de los países industrializados y los países en desarrollo (Banco Mundial, 1992)

Vizcaya, Banco Exterior de España; así los Bancos de Santander y Central Hispano antes de fusión. Finalizaremos exponiendo los principales resultados y conclusiones del trabajo².

2. Proceso de internacionalización y modos de entrada: una revisión de las teorías.

2.1. Introducción. La mayoría de autores conciben la *internacionalización de la empresa* como un proceso dinámico y evolutivo que implica la proyección hacia el exterior —extranjero— de totalidad o parte de la actividad empresarial (Turnbull, 1987). Sin embargo, no existe un acuerdo generalizado acerca del significado real del término. Algunos autores han interpretado la internacionalización como un proceso secuencial resultado de la experiencia acumulada, que supone para la empresa el compromiso creciente de recursos en fórmulas organizativas cada vez más complejas — Johanson y Wierdersheim-Paul (1975), Bilkey y Tesar (1977), Johanson y Valhne (1977, 1990); Cavusgil (1980), Reid (1981)—. Para otros autores, la internacionalización es percibida como parte del proceso estratégico de la empresa, es decir, un vector específico de la estrategia competitiva general (Melin, 1992). En este orden de ideas, Luostarinen (1979) define la internacionalización como una estrategia de crecimiento, en la que la empresa toma en cuenta escenarios geográficos ajenos al doméstico para desplegar su política de expansión. Sin embargo, la consideración del marco internacional aporta a la estrategia de la empresa unos rasgos y contenidos propios³. En este sentido, Calof y Beamish (1995) definen la internacionalización como un proceso de adaptación de las operaciones y actividades de la empresa —estrategias, estructura, recursos, etc.— a un contexto internacional. Recientemente, Beamish, Morrison y Rosenzweig (1997) definen la internacionalización como un proceso en el cual las empresas: 1) toman conciencia de la importancia que las actividades internacionales juegan en su proceso de planificación estratégica; y 2) establecen relaciones con empresas de otros países.

Frente a otro tipo de estrategias de crecimiento, los procesos de internacionalización se caracterizan por dos aspectos fundamentales. En primer lugar, supone la transferencia hacia un país extranjero de productos, servicios o recursos. En segundo lugar, implica la selección de la *estrategia o modo de entrada* que mejor se adapta a los objetivos, capacidades, recursos y características de la empresa, así como a las condiciones del entorno —fundamentalmente variables relativas al sector de actividad y país extranjero de localización— (Andersen, 1997).

² La internacionalización de las entidades financieras españolas es un hecho que forma parte de un proceso de crecimiento económico en un mundo más global en el que se produce la progresiva eliminación de las barreras de naturaleza financiera. Aunque en este trabajo centramos la atención en el estudio del proceso de internacionalización de la banca española, no podemos olvidar la importancia que esta adquiriendo en América Latina el sector asegurador español —impulsado en la mayoría de los casos a través de la banca española—.

³ Internacionalizarse no es reduplicar en mercados extranjeros alternativos aquellas funciones que una empresa desarrolla en su mercado de origen. Los cambios pueden afectar a diversos ámbitos de su organización, en sus formas de gestión, en los contenidos de su programa de marketing y, eventualmente, en las condiciones de producción y de coste previamente existentes. En un contexto internacionalizado nacen nuevas funciones e instrumentos, al tiempo que se hacen más complejos los objetivos y posibilidades competitivas de la empresa.

2.2. Modos de entrada. Tipos y desarrollo teórico Como ya ha sido mencionado, los *modos de entrada* constituye una decisión clave para aquellas empresas que deciden expandir internacionalmente su actividad. Aquella empresa que dispone de ciertas ventajas en propiedad y decide explotar éstas en el extranjero, tendrá que decidirse entre tres opciones estratégicas genéricas: *exportación*, *inversión directa en el exterior* —IDE— y *contratos de licencias*. En los dos primeros casos la empresa *internaliza* sus ventajas en propiedad en el seno de su organización, localizando la producción bien en país de origen —*exportación*—, o bien en el exterior —IDE—. En el segundo caso la empresa *externaliza* la producción, es decir, cede contractualmente en favor de empresarios extranjeros la explotación de la totalidad o parte de sus ventajas en propiedad. Tanto la IDE como la *exportación* puede ser realizada en solitario o en colaboración con otras empresas, dando lugar por tanto a nuevas fórmulas híbridas de entrada basadas en el establecimiento de acuerdos de colaboración —alianzas, acuerdos de cooperación, *joint-ventures*, etc. —. De otra parte, la IDE puede adoptar diversas modalidades en función de cual sea la estrategia establecida —creación de una nueva o adquisición de una ya existentes— y el grado de participación/control del inversor. En consecuencia, cada empresa en función de sus objetivos, del grado de control, del nivel de recursos y capacidades, o del riesgo que este dispuesta a asumir, podrá seleccionar entre un amplio abanico de *modos de entrada* alternativos.

Las investigaciones desarrolladas sobre el tema han tenido como principal objetivo determinar la naturaleza de los factores que pueden condicionar este tipo de decisiones. Los principales modelos conceptuales que analizan las decisiones relativas a los *modos de entrada* en el extranjero son: 1) el *enfoque de costes de transacción* —en adelante ECT—; 2) el *modelo ecléctico* —en adelante ME— y 3) la *perspectiva de las capacidades organizacionales* —en adelante PCO—; y 4) los *modelos dinámicos o aproximaciones evolucionistas del proceso de internacionalización* —tabla 1—(Andersen, 1997)⁴.

[Tabla 1: Modelos Teóricos que analizan los “modos de entrada”: principales características]

El Enfoque de los costes de transacción [ECT]. Cuando una empresa decide entrar en un mercado extranjero tendrá que seleccionar un modo de entrada, esto es, una fórmula institucional y contractual que le permita explotar sus ventajas en propiedad en dichos mercados (Anderson y Gatignon, 1986; Root, 1987). Desde el punto de vista del ECT, la empresa se enfrenta a dos posibles alternativas. Bien *internalizar* sus ventajas en el seno de su organización interna y jerarquía, o bien *externalizarlas* utilizando el mecanismo fijado en el mercado⁵. De acuerdo a este enfoque, la unidad de análisis sería la transacción, y el objetivo consistiría en minimizar los costes de transacción asociados a cada alternativa. Éstos, estarían condicionados por dos grupos de factores: de un lado, los relativos a la frecuencia,

⁴ En el contexto de los denominados “*Modelos dinámicos*”, Andersen (1997) tan sólo tiene en cuenta el “*Modelo gradual de fases de desarrollo*” o “*Modelo de la cadena de establecimientos*”. Además de este último, nosotros hemos incluido el “*Modelo temporal de transición desde la exportación hacia la IDE*” de Buckley y Casson (1981)

⁵ La *Teoría de los Costes de Transacción* se ha ido abriendo paso desde el artículo seminal de Coase (1937), desarrollándose posteriormente por las aportaciones de Williamson (Williamson, 1975, 1979, 1981 y 1985). De acuerdo a la Teoría de los Costes de Transacción, la empresa como estructura organizativa, nace con el objetivo de integrar bajo su jerarquía aquellas transacciones que el mercado lleva de forma ineficiente y costosa debido a la existencia de elevados *costes de transacción*.

incertidumbre y grado de especificidad de los activos involucrados en la transacción; y de otro lado, los relativos al comportamiento de los agentes, caracterizado por las hipótesis de racionalidad limitada y oportunismo⁶.

Sin embargo, la aplicación del ECT a este tipo de decisiones —*modos de entrada en mercados extranjeros*—, ha supuesto ciertas modificaciones respecto del enfoque original (Erramilli y Rao, 1993). Así, al margen de los *costes de transacción*, se han incluido en el análisis nuevas variables como el *grado de control e integración* de las actividades, asumiendo, además, que ambas variables se encuentran estrechamente relacionadas (Kobrin, 1988; Andersen y Gatignon, 1986; etc.). Este nuevo enfoque considera la existencia de una relación positiva entre la especificidad de los activos y la utilización de estrategias de entrada que supongan un mayor grado de control de la actividad⁷. De este modo, los *modos de entrada* son clasificados en función del *grado de control* alto, medio o bajo que el inversor extranjero tiene sobre la operación. En consecuencia, al margen de la exportación, la IDE y la cesión contractual a través de licencias, este enfoque contempla la posibilidad de utilizar formas cooperativas como estrategia de entrada⁸.

El Modelo ecléctico [ME]. El denominado *paradigma* o *teoría ecléctica* (Dunning, 1979; 1980; 1988) representa, en realidad, una aproximación “multiteórica” que intenta dar una explicación global al fenómeno de multinacionalización empresarial, aportando nuevas ideas sobre las decisiones relativas a los *modos de entrada* en exterior. La *Teoría del Comercio Internacional*, la *Teoría Basada en los Recursos y Capacidades* y la *Teoría de los Costes de Transacción*, constituyen el núcleo fundamental de este enfoque, estando la estrategia de entrada condicionada por tres conjuntos de factores: i) las *ventajas en propiedad de la empresa* — en adelante VPE—⁹; ii) las *ventajas de la internalización* — en adelante VI—; y iii) las *ventajas de localización del país receptor* — en adelante VLP—.

⁶ La *frecuencia* se refiere al carácter ocasional o recurrente de las transacciones, pudiendo esperarse que cuando el número de transacciones sea elevado los costes de transacción sean menores. La *incertidumbre* está ligada a la cantidad y calidad de la información que tienen los agentes y el grado de asimetría informativa existente entre los mismos. La *especificidad de los activos* se refiere a su carácter específico o general, pudiendo esperarse que los costes de transacción serán mayores cuanto más específicos sean los bienes involucrados. La *racionalidad limitada* hace referencia a las restricciones por no disponer de toda la información relevante para la toma de las decisiones. Por su parte, el *oportunismo* que surge de la *racionalidad limitada* y de la búsqueda del propio interés, tiene como manifestaciones más importantes: i) el *riesgo moral*, esto es, cuando el agente actúa de manera distinta a la pactada, y ii) la *selección adversa*, esto es, cuando el agente oculta información relevante al principal.

⁷ Si bien, debemos ser conscientes de la existencia de factores asociados a un mayor grado de control riesgo, que condicionan el empleo de estas alternativas —volumen de recursos comprometidos, regulación legal, etc.— (Anderson y Gatignon, 1986; Erramilli y Rao, 1993).

⁸ Aunque las extensiones del MCT podría enriquecer nuestro conocimiento sobre los *modos de entrada*, sin embargo, en la práctica su aplicación no esta exenta de problemas. Podemos destacar como principales inconvenientes: i) cambios en la unidad de análisis —de la transacción como unidad básica de análisis a la empresa—; ii) la sustitución del criterio original de decisión —por criterios basados en beneficios o creación de valor— puede llevar a conclusiones diferentes; y iii) los problemas para la definición y medida de las variables (Anderson, 1997; pp.33-34)

⁹ La existencia de ventajas en propiedad constituyen uno de los factores explicativos de los flujos de IDE — Hymer, 1960 (publicado en 1976); Kindleberger, 1969—

Las VPE se derivan de la propiedad y explotación de los activos “específicos” propiedad de misma —fundamentalmente de carácter intangible basados en conocimientos, tecnología, know-how, etc.—. Éstas, se concretan en la habilidad de la empresa para crear, fabricar, distribuir y comercializar bienes y servicios más baratos y/o de mejor calidad que la competencia (Duran, 1990). Las VPE deben de ser únicas y sostenibles en el tiempo con objeto de proveer a la empresa de una *ventaja competitiva* a la hora de seleccionar la fórmula óptima de entrada (Brouthers *et al*, 1996). Por su parte, las VI supone que para la empresa, ha de ser más beneficioso explotar las VPE por si misma, esto es, *internalizarlas* en el seno de su organización y jerarquía, en lugar de *externalizarlas* en el mercado mediante la cesión contractual de las mismas a otras empresas extranjeras¹⁰. Por último, las VLP ayudan a configurar y diseñar el modo de entrada definitivo. Estas VLP se basan fundamentalmente en factores “de demanda”, esto es, tamaño del mercado actual y potencial, así como las características y gustos de los consumidores. A estas variables haría que añadir otros elementos relativos a factores de producción —abundancia, coste y calidad de los mismos—, así como variables relacionadas con el entorno —distancia psicológica, marco político-legal, riesgo-país, etc.— (Dunning, 1993). En consecuencia, el ME constituye un modelo conceptual de enorme riqueza explicativa en el que están presentes las principales teorías explicativas del fenómeno de multinacionalización empresarial. A pesar de ello, el modelo no está exento de detractores¹¹, resultando complejo en muchos casos su aplicación práctica y validación empírica¹².

La Perspectiva de las capacidades organizacionales [PCO]. Recientemente, la *Perspectiva de las Capacidades Organizacionales* ha sido introducida como enfoque complementario y/o alternativo a la *Teoría de los Costes de Transacción*, en un intento por ofrecer una nueva explicación a los *modos de entrada* en el extranjero —Madhok, 1997; Aulakh y Kotabe, 1997—¹³. La PCO está basada en las nociones relativas a la *racionalidad limitada* y se encuentra arraigada en la *Teoría Basada en los Recursos* y Capacidades de Penrose (1959). De acuerdo con este enfoque, la empresa es considerada un conjunto de recursos relativamente estáticos y transferibles, que son transformados en capacidades a través de un proceso dinámico y específico que tienen lugar en su interior (Amit y Shoemaker, 1993). Los recursos de naturaleza intangible, como habilidades y conocimientos adquiridos, están configurados por componentes de carácter genérico y otros de naturaleza más específica. De acuerdo con el PCO, en aquellas empresas en las que la ratio de recursos “específicos” sobre recursos “genéricos” es elevada, se tiende a mostrar una mayor preferencia por estrategias de entrada que supongan la *internalización* de las actividades¹⁴. Los conocimientos acerca del mercado también pueden ser catalogados de “genéricos” y

¹⁰ Las *Ventajas de la Internalización* guardan una estrecha relación con la *Teoría de los Costes de Transacción*, estando presentes entre otros en los trabajos de Buckley y Casson (1976, 1985) y Casson (1979; 1991).

¹¹ En el contexto de la internacionalización de las entidades bancarias —tema central del presente trabajo— un reciente trabajo de Williams (1997) hace un juicio crítico del Modelo Ecléctico con relación a la Teoría de la Internalización.

¹² Véase Andersen (1997; p. 34-36)

¹³ Mientras en el ECT gira en torno a la transacción y selecciona aquella alternativa que hace mínimo los costes de transacción; por su parte la PCO centra la atención en las capacidades de la empresa.

¹⁴ En perfecta concordancia con lo postulado en el ME relativo a las VPE y VI.

“específicos”. En este caso, cuando la ratio de conocimientos “específicos” sobre conocimientos “genéricos” es elevada, la empresa mostrará una mayor preferencia por colaborar con socios locales a través del empleo de fórmulas híbridas de entrada.

Como el ME, la PCO analiza también los *efectos derivados de la localización en el país receptor*, si bien desde una perspectiva distinta. De acuerdo a este enfoque, éstos son definidos a partir de las dificultades que encontraría una empresa para explotar sus conocimientos en un mercado extranjero, debido a existencia de diferencias entre este último y su mercado local de origen. Así, si el potencial de erosión en el valor del conocimiento debido al “*efecto localización*” es mayor que el debido al “*efecto propiedad*”, la empresa preferirá la utilización de fórmulas híbridas de colaboración. En el caso contrario, se inclinará por la *internalización* de las actividades en su propia organización y jerarquía. Aunque la PCO ofrece un nuevo punto de vista para el análisis de las decisiones relativas a los *modos de entrada*, no obstante es bastante restrictiva con relación a las estrategias a disposición de la empresa, las cuales se centran en la *internalización* frente a la *colaboración* (Anderson, 1997; p. 37-36).

Modelos dinámicos. Aproximación evolucionista del proceso de internacionalización empresarial.

La principal limitación de los modelos teóricos descritos hasta el momento radica en su carácter estático —ECT, ME y PCO—. Son modelos que analizan las *estrategias de entrada* como una decisión aislada que la empresa toma en un instante del tiempo. Frente a éstos, parte de la literatura intenta examinar la secuencia temporal del proceso de internacionalización, esto es, intentan conocer la dinámica del proceso en el tiempo y las formas que adopta en su secuencia histórica. Bajo la denominación “*modelos dinámicos o aproximaciones evolucionistas*”, existen dos desarrollos teóricos que, aunque diferenciados, se complementan entre sí, nos referimos al *Modelo temporal de transición desde la exportación hacia la IDE* y el “*Modelo gradual de las fases de desarrollo*”.

El “*Modelo temporal de transición desde la exportación hacia la IDE*” —Buckley y Casson, 1981— se sustenta en el *Teoría Basada en Recursos y Capacidades*, y en la *Teoría de los Costes de Transacción*. De acuerdo al modelo, en el proceso de internacionalización sería posible distinguir tres etapas en el tiempo: 1) la internacionalización vía exportación; 2) la internacionalización vía IDE; y 3) la internacionalización contractual a través de contratos de licencia. Según la secuencia descrita, los contratos de licencia tendrían lugar en la fase de madurez del ciclo de vida del producto y de su ciclo tecnológico¹⁵. Hasta ese momento, la *internalización* de las ventajas propiedad de la empresa —VPE— en el seno de su organización y jerarquía, favorecería la realización de las otras dos alternativas. Respecto de la exportación, la realización de IDE supondría para la empresa el desplazamiento hacia el extranjero

¹⁵ En el contexto de los “*modelos dinámicos*”, también se debería incluir el “*Modelo del Ciclo de Vida del Producto*” de Vernon (1966). De acuerdo a la teoría expuesta por Vernon (1966), los *modos de entrada* y la naturaleza del proceso desplegado sería función de la vida tecnológica del producto/servicio. En la *fase de introducción*, el nuevo producto se fabrica en el país de origen introduciéndose en el extranjero vía exportaciones. En la *etapa de madurez*, la pérdida de cuota de mercado en el mercado local, puede llevar a la empresa a la realización de IDE de naturaleza comercial —filiales de venta— o productiva —filiales productivas— en aquellos mercados donde exista una demanda potencial del producto. Por último, en la *fase de declive*, tendería a situar la producción en aquellos mercados con importantes ventajas de localización basadas en menores costes de producción. En las fases de madurez y declive, la empresa podrá alternativamente ceder contractualmente sus ventas en forma de licencias cuando las condiciones del mercado así lo aconsejen.

de parte de sus recursos —materiales, financieros, humanos, etc.—, mediante el establecimiento de fórmulas organizativas más complejas y costosas. En consecuencia, dado un objetivo de penetración en el mercado extranjero, la empresa seleccionaría aquel *modo de entrada* que resultase menos costoso —figura 1—.

[Figura 1. Modelos evolucionistas sobre el proceso de internacionalización]

El “*Modelo gradual de las fases de desarrollo*” —Johanson y Wierdersheim-Paul, 1975; Johanson y Vahlne, 1977, 1979; etc.—, concibe la internacionalización empresarial como un proceso gradual y evolutivo, a través del cual la empresa adquiere mayores cotas de compromiso internacional en función del nivel de experiencia y conocimientos acumulados en el exterior, y del nivel de recursos comprometidos en el extranjero. El modelo describe la senda que seguiría una empresa en su proceso de internacionalización, distinguiendo la existencia de cuatro fases en el tiempo: a) *fase 1*: la empresa desarrolla una actividad exportadora esporádica; b) *fase 2*: la exportación se realiza de forma estable a través de agentes independientes; c) *fase 3*: consistente en la apertura en el exterior de filiales comerciales; y d) *fase 4*: apertura en el exterior de filiales de producción. La secuencia gradual y acumulativa descrita deriva del efecto aprendizaje, el cual supone para la empresa una reducción del riesgo percibido al operar en mercados internacionales. La naturaleza gradual se manifiesta, además, en un compromiso creciente de recursos en fórmulas organizativas más complejas que suponen un mayor grado de control de las operaciones. Aunque no se establece de manera explícita, el MFD descansa en la *Teoría Basada en los Recursos y Capacidades* (Andersen y Khean, 1996). Los conocimientos acumulados por la empresa en su proceso de internacionalización permite incrementar el nivel de recursos comprometidos en el mercado —y viceversa—. En este sentido, Johanson y Vahlne (1977) define dos tipos de conocimientos: los *conocimientos objetivos* que pueden ser fácilmente transmitidos, y la *experiencia* que solamente puede ser aprendida a través de la experiencia personal. El MFD guarda también alguna similitud con el ME y la PCO, en el sentido de que los conocimientos y experiencia internacional acumulada constituyen el núcleo fundamental de las ventajas en propiedad de la empresa. De la naturaleza gradual del proceso descrito deriva también una consecuencia sobre la selección del mercado extranjero de destino. Así, tratando de incurrir en el mínimo riesgo, inicialmente, la empresa proyectaría su actividad internacional hacia aquellos mercados geográficos con los que guarde una menor “*distancia*” o “*barrera psicológica*”, esto es, aquellos mercados que sean más próximos desde un punto de vista cultural¹⁶.

Pese al gran avance que el *modelo gradual* ha supuesto sobre el conocimiento de la naturaleza del proceso de internacionalización, éste presenta ciertas limitaciones que dificultan su aceptación generalizada. Estas carencias se basan fundamentalmente en una interpretación excesivamente lineal y un tanto esquemática del proceso, visión que resulta poco compatible con la complejidad del mundo actual y

¹⁶ Bajo el término “*distancia*” o “*barrera psicológica*” se agrupan todo un conjunto de factores relacionados con la lengua, el nivel educativo, los hábitos en los negocios, el clima de mercado, el marco institucional o el grado de desarrollo industrial que afectan a los niveles de riesgo percibidos por la empresa (Wierdersheim-Paul, 1972).

con la diversidad de opciones estratégicas a disposición de la empresa (Alonso, 1993)¹⁷. Por ello, en los últimos tiempos se ha desarrollado una interpretación más abierta del proceso, la cuál, sin abandonar su naturaleza evolutiva —fruto de existencia de factores acumulativos—, subraya la naturaleza “contingente” de las decisiones de internacionalización (Reid, 1983). De acuerdo a esta interpretación, los *modos de entrada* serán resultado de la interacción de un conjunto de variables entre los que podemos destacar, la existencia de factores ambientales relativos tanto al entorno externo como al ámbito interno de la empresa¹⁸. Entre los *factores ambientales externos* podemos destacar: la *existencia de barreras legales a la IDE*, el *nivel de riesgo país*, y el *tamaño del mercado*. Por su parte, entre los *factores internos* se encontrarían: los *objetivos*, el *nivel de recursos y capacidades de la empresa*, y su *política corporativa*.

3. La elección del modo de entrada y naturaleza del proceso de internacionalización en el contexto de las empresas de servicios

3.1. Internacionalización de las empresas de servicios: aspectos generales. Siguiendo la línea argumental de Casson (1990), el análisis de la internacionalización bancaria debe ser realizado en el contexto global del fenómeno de internacionalización empresarial y, en particular, en el ámbito concreto de la internacionalización de las empresas de servicios. Sin embargo, la mayor parte de la literatura existente sobre los fenómenos de multinacionalización e internacionalización de la empresa se han desarrollado en el contexto del sector industrial, siendo escasos hasta el momento presente los trabajos que analizan estos fenómenos en el sector servicios. Al respecto, los estudios existentes centran su atención en aspectos diferentes. Así, algunas investigaciones han intentado desarrollar un modelo que explique la relación existente entre el crecimiento del sector servicios y la expansión de las empresas multinacionales —Dunning, 1989; Hirsch, 1993; Li y Guisinger, 1992, y Sauvant y Mallapally, 1993, etc.—. Otros trabajos han analizado los factores distintivos que caracterizan los procesos de internacionalización en el sector servicios respecto de las empresas de naturaleza industrial —Boddewyn, Halbrich y Perry, 1986; Buckley, Pass y Prescott, 1991, etc.—. También los investigadores han centrado la atención en el impacto que las Multinacionales de servicios han tenido, tanto en las economías de los países industrializados, como en las economías de los países en desarrollo —Blomstrom y Lipsey, 1989, UNCTAD, 1989 y 1990—. Por último, señalar que no faltan los trabajos que analizan los procesos de internacionalización desarrollados en sectores específicos como el de transporte marítimo —Kindleberger, 1985—, publicidad —Terpstra y Yu, 1988—, hoteles —Dunning y McQueen, 1981, Dunning y Kundu, 1995— o sector bancario —Gray y Gray (1981); Giddy (1983); Aliber (1984); Cho (1986) Nigh *et al* (1986) y Goldberg y Johnson (1990); Jones (1990); Heinkel y Levi (1992); Mahajan *et al* (1996) y Williams (1997)—.

¹⁷ Una revisión crítica del modelo gradual puede consultarse Andersen (1993).

¹⁸ La importancia de los factores ambientales ha sido destacada entre otros por Davison y McFetridge, 1985; Goodnow, 1985; Gatignon y Anderson, 1988; Root, 1987; Kogut y Sigh, 1988; etc.

Con relación a los bienes de naturaleza tangible, en general, los servicios presentan una serie de rasgos propios que pueden condicionar la elección del *modo de entrada*, así como la naturaleza del proceso de internacionalización desplegado. En este sentido, podemos destacar como características diferenciales de los servicios: i) el *grado de intangibilidad*; ii) la *simultaneidad* entre producción y consumo; y iii) el grado de *interacción* entre consumidor y productor —Vandermerwe y Chadwick (1989)—; Buckley *et al* (1991); etc.—. En función de dichas variables es posible identificar distintos tipos de servicios. De acuerdo a Vandermerwe y Chadwick (1989), se podrían distinguir los *servicios en "sentido puro"*, los *servicios "sustentados"*, y los *servicios de carácter "complementario"*. Los primeros se refieren a servicios de naturaleza intangible no vinculados a bienes físicos, y donde producción y consumo se producen de forma simultánea. Por contra, los *sustentados y complementarios* serían aquellos servicios que se integran en mayor o menor medida en bienes de naturaleza física. Por su parte, Lovelock y Yip (1996) distinguen los *servicios "basados en información"*, los *"basados en procesos sobre clientes"* y los *"basados en procesos sobre bienes físicos"*. En los primeros —servicios *"basados en la información"*— la variable clave consiste en la capacidad de la empresa para recopilar, manipular, interpretar y transmitir información. En estos servicios el grado de interacción entre cliente y productor suele ser bastante alto, y la calidad y capacidad del personal de la empresa se convierte entonces en una variable clave para la prestación del mismo. Por su parte, los *"basados en procesos sobre clientes"* y los *"basados en procesos sobre activos"* se caracterizan, respectivamente, por la simultaneidad entre producción y consumo, y el grado de integración en bienes físicos.

Respecto a los *modos de entrada*, la *exportación* sería la estrategia óptima para aquellos servicios sustentados en bienes físicos en los que exista además una baja interacción entre productor y consumidor. Por su parte, las *formas contractuales* como licencias, franquicias, o *joint-ventures*, serían utilizadas cuando los servicios, sin estar totalmente "sustentados" en bienes físicos, requieren de éstos para su prestación, máxime cuando el grado de interacción cliente/productor es elevado — restaurante comida rápida, etc. —. Por último, la IDE será la estrategia más adecuada en aquellos servicios en los que la interacción entre productor y cliente es muy elevada, y donde la proximidad a éste constituye un factor clave del éxito (Vandermerwe y Chadwick, 1989) —tabla 2—.

[Tabla 2: Modos de entrada y características de los servicios]

Las características diferenciales de los servicios también pueden condicionar la naturaleza del proceso de internacionalización desplegado. Enderwick (1989) sugiere que la hipótesis incremental y evolutiva del proceso no se cumpliría en aquellos servicios caracterizados por la simultaneidad entre producción y consumo. En estos casos, las empresas se verían obligadas, desde el primer momento, a localizar la producción en el extranjero, utilizando alternativamente, bien la IDE, o bien, fórmulas contractuales como los *contratos de licencia*; y sin pasar por tanto por una fase previa de exportación.

Frente a esta postura, algunas investigaciones defienden la naturaleza incremental del proceso¹⁹. Se observa así como algunas empresas de servicios —servicios en “sentido puro”— desarrollan su proceso de internacionalización de manera gradual, penetrando en el mercado extranjero a través de fórmulas contractuales de bajo riesgo, o mediante la constitución de *joint-ventures* con socios locales (Buckley *et al.*, 1992).

En consecuencia, en función del “riesgo percibido” y el “nivel de recursos comprometidos en el exterior”, a nuestro juicio, las empresas de servicios se han internacionalizado siguiendo dos *esquemas de comportamiento o modelos* diferenciados, esto es: bien de acuerdo a un “modelo gradual o lineal”; o bien, de acuerdo a un “modelo oportunista o contingente”. En el primer caso, la internacionalización se produce en dos etapas. La primera de carácter exploratorio, tiene por objetivo la acumulación de experiencia y conocimientos necesarios. En esta fase la empresa utiliza *modos de entrada* poco costosos y de bajo riesgo como la apertura de *oficinas de representación* y la firma de *acuerdos de colaboración* con socios locales. En la segunda etapa, la experiencia acumulada en la fase anterior, permitirá a la empresa incrementar su presencia física en el exterior, a través de fórmulas organizativas más complejas que supongan un mayor grado de control. Por su parte, en el “modelo oportunista o contingente” la entrada en un mercado extranjero se produce de una sola vez, bien a través de fusiones o bien mediante la compra total o parcial de empresas ya existentes. En este caso el objetivo consiste en explotar con la mayor rapidez posible las grandes oportunidades existentes en el mercado —figuras 2 y tabla 3—.

[Figura 2: Estrategias de Entrada a los mercados extranjeros]

[Tabla 3: Característica de los diferentes modos de entrada de las empresas de servicios en los mercados extranjeros]

3.2. Internacionalización bancaria: modos de entrada en el extranjero. Los *modos de entrada* utilizados por las entidades bancarias en su proceso de internacionalización estarán condicionados por las características propias del negocio bancario. De acuerdo a Grubel (1977) es posible distinguir dos grandes tipos de negocio bancario: la “*banca al por mayor y de servicios*” y la “*banca al por menor*”. La primera se trata de una banca dirigida a la gran empresa, esto es, una banca especializada que efectúa pocas operaciones de elevado volumen, cobrando altas comisiones por la realización de un servicio muy específico y profesionalizado. Entre sus principales funciones podemos destacar: i) operaciones de adquisición, venta, toma de participaciones, emisión y colocación de títulos; ii) operaciones de ingeniería financiera —*FRAS, caps, floors, futuros, opciones y swaps* de tipos de cambio y tipos de interés—; y iii) financiación del comercio exterior. Por su parte la “*banca al por menor*”— tradicionalmente conocida como banca “*banca minorista o comercial*”— se trata de un tipo de banca dirigida fundamentalmente a las economías domésticas y a las pequeñas y medianas empresas.

La “*banca al por mayor y de servicios*” no exige con carácter imperativo la presencia física de unidades operativas en el exterior, siendo posible la realización de estos servicios desde el país local. Por el contrario, en la denominada “*banca al por menor*”, resulta conveniente la localización de unidades

¹⁹ Al respecto, pueden consultarse el trabajo de Terpstra y Yu (1988) sobre la internacionalización del sector de agencias de publicidad, y el trabajo de Welch (1990) sobre el sector de franquicias en Australia

operativas en los principales centros financieros internacionales y, en general, en aquellas plazas donde se obtienen *economías de aglomeración*. Ésta última exige el establecimiento de una amplia red de oficinas y medios electrónicos en los países en los que se opera, lo cual implica la presencia física mediante la creación de oficinas de representación, sucursales y filiales. Los servicios de la *banca al por menor* se caracterizan también por su *intangibilidad*, no pudiendo ser almacenados y/o transportados. En este tipo de banca se requiere además del contacto directo con el cliente, teniendo lugar de manera simultánea producción y consumo. En cualquier caso, tanto la “*banca al por mayor*” como la “*banca al por menor*” se tratan de servicios en “*sentido puro*”, en los que información, trato al cliente y calidad del personal constituyen variables claves del éxito. Todas estas circunstancias llevarían a la entidad bancaria a *internalizar* su actividad escogiendo *estrategias de entrada* que permitan un mayor grado de control, esto es, la realización de IDE —en solitario o en colaboración con socios locales— (Duran y Lamothe, 1991).

4. Internacionalización de la Banca Española en América Latina

4.1. Introducción. En la década de los noventa América Latina se han convertido de nuevo en foco de atracción de los flujos de Inversión Directa española en el exterior, en especial, de aquéllos que tienen origen y destino el *sector bancario y de servicios de naturaleza financiera* —véase tablas 4 y 5—. Para los grandes grupos bancarios españoles Hispanoamérica constituye la prolongación natural para exportar la misma forma de hacer y entender el negocio bancario.

[Tabla 4: Inversión Directa Española en el exterior]

[Tabla 5: Inversión Directa Española en América Latina: sectores de destino]

En el plano académico, la importancia adquirida por el fenómeno en los últimos años, ha supuesto el desarrollo de diversos trabajos teóricos y empíricos, que analizan distintos aspectos relativos al proceso de internacionalización de la banca española. Entre éstos podríamos destacar, entre otros, los trabajos de: Durán (1988; 1997; 1999); Durán y Lamothe (1991); De la Maza (1994); Bonache y Cerviño (1996); y Casilda (1997a y 1997b)

Entre los principales argumentos que podrían justificar la expansión de la banca española en esta zona geográfica, siguiendo a Casilda (1997b), podemos destacar los siguientes: i) la escasa “distancia” o “barrera psicológica” existente por regla general entre estos países y España; ii) la estructura y características de los mercados latinoamericanos —dimensión actual y el potencial de crecimiento, unido a la escasa competencia de otros inversores extranjeros en el sector—; iii) el escaso grado de bancarización existente en la zona; iv) la mayor estabilidad económica; v) la liberalización creciente del

sector financiero en estos países; y vi) la importancia estratégica de esta área geográfica de cara a establecer alianzas y/o acuerdos con otros bancos europeos y americanos —véanse Anexo I, II y III—²⁰.

Al margen de estos factores, en España, la actividad bancaria ha sufrido una profunda transformación en los últimos tiempos. La entrada en la Comunidad Europea, y, con posterioridad, el establecimiento en su seno del Mercado Único y de la Unión Monetaria ha supuesto: i) un incremento de la rivalidad; ii) la caída de los márgenes de rentabilidad —Anexo IV—; y iii) la liberalización y transformación del nuestro sector bancario. Además de estos factores, la incorporación de nuevas tecnologías y el cambio en los hábitos de consumo —clientes más sofisticados con nuevas necesidades y mayor cultura financiera—, han configurado un nuevo entorno de referencia que ha condicionado la propia naturaleza del negocio bancario, así como la capacidad de respuesta y estrategias desarrolladas por la banca española. Asistimos, pues, a un entorno más global y competitivo que implica nuevos retos y oportunidades de negocio, y al que las entidades de crédito han intentando responder combinando o alternando estrategias de *especialización*²¹ y estrategias de *crecimiento*²². Desde el punto de vista del *crecimiento*, en los últimos años, el sector bancario español ha apostado por dos tipos de estrategias genéricas. Algunas entidades han llevado a cabo procesos de *fusión y alianzas estratégicas* con el objetivo de lograr la dimensión óptima necesaria para hacer frente a los retos que supone el nuevo entorno competitivo²³. Igualmente, algunas entidades —hasta ahora exclusivamente grandes bancos— han desarrollado una activa estrategia de internacionalización, con el objetivo de incrementar su presencia física en aquellos mercados internacionales que ofrecen nuevas oportunidades de negocio²⁴.

²⁰ En el contexto de los acuerdos del GATT, los compromisos en liberalización y desregulación de servicios bancarios —incluido seguros— se organizaron alrededor de 11 temas. 63 países adoptaron compromisos, de ellos 24 países desarrollados, 35 en vías de desarrollo —10 latinoamericanos— y 4 en transición. Los países en vía de desarrollo asumieron compromisos en las actividades básicas del negocio financiero como la oferta de depósitos y otros fondos al público y la concesión de préstamos. En actividades más novedosas que se desarrollan en mercados financieros más avanzados y otros instrumentos negociables, como la negociación de títulos, de derivados financieros y otros instrumentos financieros, solamente entre 11 y 21 países en desarrollo ofrecieron compromisos (Mauer y Mora, 1996)

²¹ Desde el punto de vista de la *especialización*, la banca ha ido abandonando la función tradicional de intermediación, esto es, captación de ahorro vía depósitos y concesión de préstamos, para convertirse en una banca de servicios especializados para un cliente cada vez más sofisticado que exige una mayor eficiencia de los sistemas operativos, tiempo real de las operaciones, capacidad de distribución y nuevas innovaciones financieras. Dicha estrategia ha supuesto, además, el desarrollo en nuestro país de un modelo de “banca universal” con un alto nivel de especialización en áreas de negocio diferenciadas.

²² Sobre la evolución del sistema bancario español y el proceso de liberalización puede consultarse Canals (1996) y Casilda (1997a y 1997b)

²³ En 1987, el sector bancario español podía describirse del siguiente modo: siete bancos poseían la quinta parte del total de activos. El Banco Central poseía el 3,8%; el Banco Vizcaya el 3,3%; el Banco Nacional de Crédito el 3%; los bancos Bilbao, Hispano y Santander poseían, cada uno, un 2,9% y, finalmente el Banco Popular poseía el 1,7%. A finales de los años 80, principios de los '90, se inician los procesos de fusiones para conseguir aquellos tamaños permitiesen competir en el mercado único. En 1994 el sector bancario español es el siguiente: la mitad del total de los activos bancarios está en manos de sólo 5 bancos, ellos son: Santander 15,1%; ARGENTARIA, 11,9%; BBV, 10,6%; Popular 3,2% y Banco Central-Hispano 1,3%.

²⁴ Pese a la importancia de las Cajas de Ahorro en el Sistema Financiero español, todavía, su internacionalización, aunque necesaria, constituye una asignatura pendiente. En la actualidad, la Confederación Española de Cajas de Ahorro —CECA— está apoyando a aquellas cajas dispuestas a aprovechar las oportunidades de negocio que brinda el mercado latinoamericano. En este sentido, en 1995 la CECA firmó un acuerdo con el Banco Interamericano de Desarrollo —BID— con el objetivo de impulsar la creación de este tipo de entidades en América Latina. Iniciativa que está sirviendo para el establecimiento de estrechos lazos de colaboración entre cajas españolas y latinoamericanas (Casilda, 1997b).

4.2. El proceso de internacionalización de la banca española en América Latina: análisis empírico. A continuación, analizaremos desde una perspectiva dinámica y temporal la naturaleza del proceso de internacionalización desplegado por los cuatro grupos bancarios de mayor presencia en América Latina, esto es: el Banco de Santander, el Banco Bilbao Vizcaya, el Banco Central Hispano y Banco Exterior de España. Los datos para el análisis han sido obtenidos a través de tres fuentes de información: a) memorias anuales de las entidades bancarias; b) datos obtenidos de publicaciones especializadas —Salomon Smith Barney (1997, 1998); Latin America Equity Research (1998)—; y c) noticias publicadas en prensa nacional e internacional.

4.2.1. Banco de Santander [BS]: estrategias de entrada en América Latina. El BS es el grupo bancario que antes inicio su expansión geográfica en América Latina, con casi cuarenta años de presencia en el continente. En cuanto a la naturaleza del proceso de internacionalización desplegado, se observa que la expansión geográfica ha tenido lugar en dos fases bien diferenciadas. La *primera etapa*, que abarca desde principios de los sesenta hasta el inicio de la década de los noventa, consistió en la apertura de *oficinas de representación* en 4 países —Argentina, Brasil Chile y Méjico—, y la firma de *acuerdos de colaboración* con entidades bancarias de Puerto Rico. En la *segunda etapa* —iniciada en los años 90—, el BS ha incrementado considerablemente su presencia física en el continente, penetrando en nuevos mercados, e intensificando su presencia en aquellos en los que ya venía operando. La estrategia seguida ha consistido básicamente en la fusión y adquisición mayoritaria —compras parciales o totales— de bancos locales que no tenían una cuota significativa de participación en el mercado. La expansión del BS en el continente descansa en los siguientes aspectos: a) propiedad y control mayoritario de las entidades —compras totales y mayoritarias que van desde el 37,06% al 98% del capital—; b) gestión en manos del BS; c) implantación de su imagen corporativa e imagen de marca²⁵; y d) estrategia basada en un modelo de *banca universal* —véase Tabla 10—.

4.2.2. Banco Bilbao Vizcaya [BBV]: estrategias de entrada en América Latina. Respecto del BS, la expansión del Grupo BBV en América Latina se ha producido con cierto retraso²⁶, si bien la dinámica inversora desarrollada en los últimos años —especialmente desde 1998— ha sido espectacular, constituyendo en la actualidad uno de los principales bancos extranjeros en la zona²⁷. Podemos diferenciar en el proceso dos grandes etapas. La *primera etapa*, que abarca los años 1994-98, consistió en el posicionamiento del grupo en aquellos mercados emergentes de América Latina —Colombia, Argentina, Méjico, Perú, Uruguay y Venezuela—. En esta fase las estrategias desarrolladas se basan en los siguientes aspectos: a) acuerdos con socios locales mediante el establecimiento de paquetes de control mayoritario —las compras parciales van del 3,9% al 71,75%—; b) selección de entidades locales líderes

²⁵ La confianza que inspira la imagen corporativa permite la aplicación de modelos de banca, previamente aplicados con éxito en los mercados locales —ej. : Comercialización de iguales productos financieros que los comercializados en España en épocas pasadas

²⁶ Las primeras operaciones se producen al inicio de los ochenta en Panamá y Puerto Rico.

²⁷ El BBV está presente en diez países de LA. En Junio de 1998 se perfecciona la compra del 55% del Banco Hipotecario de Fomento de Chile, país en el que tenía pendiente su ingreso junto a Brasil, y donde su principal competidor es el BS.

que deben aportar el conocimiento sobre el mercado y los modelos institucionales; c) aportación de equipo humano —aunque reducido— para apoyar a los gestores locales; d) implantación de imagen corporativa y de marca —si bien en una primera fase la estrategia consistió en mantener el nombre de los socios locales como un modo de aprovechar su experiencia y reconocimiento en sus propios mercados—; y e) estrategia basada en un modelo de *banca universal*. La *segunda etapa*, iniciada en el año 1998, tiene por objetivo convertir al Grupo en una franquicia global con ámbito de actuación en todo el continente. Ello supone la puesta en marcha de un grupo global multidoméstico que combina las ventajas locales con las ventajas globales—véase Anexo VI—.

4.2.3. Banco Central-Hispano [BCH]: estrategias de entrada en América Latina. La internacionalización del BCH en América Latina se ha producido también en dos etapas diferenciadas. En la *primera etapa* —anterior al año 1990— el BCH sólo actuó a través de oficinas de representación —también durante la segunda etapa este modo de entrada ha sido utilizado en algún país como Uruguay—. En la *segunda etapa*, la estrategia desarrollada ha consistido en la adquisición parcial y total de algunas entidades bancarias locales, si bien la estrategia fundamental ha consistido en la constitución de un gran *holding* inversor a través del cual actúa en muchos países del área²⁸. Básicamente la estrategia inversora del BCH se puede resumir en los siguientes aspectos: a) búsqueda de oportunidades de negocio en entidades con alto potencial de crecimiento; b) aprovechamiento de la red de oficinas existentes; y c) no-intervención en la gestión —este punto constituye otro de los rasgos distintivos de la estrategia del BCH—véase Anexo VII—.

4.2.4. Banco Exterior de España [BEX] (ARGENTARIA): estrategias de entrada en América Latina. Inicialmente el BEX entró en América Latina para financiar las operaciones de comercio exterior realizadas entre España y los países de la zona. En los años ochenta, el estallido de la crisis de pago de la deuda externa, llevó al Banco a iniciar una activa estrategia de desinversión, reduciendo de manera significativa su presencia física en el continente. En la actualidad, existe el *BEX "América"*, Banco que unificó sus filiales de Argentina, Brasil, Chile y Paraguay. Por otra parte, participa con un 19,9% del capital de EXTEBANDES en Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela.

Con relación a la naturaleza del proceso de internacionalización desarrollado por los bancos españoles en América Latina, el análisis efectuado permite distinguir dos etapas en el tiempo claramente diferenciadas. La *primera etapa* llega hasta el inicio de la década de los noventa. En esta fase, los bancos españoles desarrollaron su expansión geográfica en continente de forma gradual, esto es, a través de oficinas de representación, sucursales, *joint-ventures*, acuerdos de Cooperación, e IDEs —Fusiones y Adquisiciones—. En estos años, todavía no se había producido el redimensionamiento del mercado europeo, caracterizándose el sector bancario español por ser un mercado protegido que ofrecía importantes márgenes de rentabilidad. Por su parte, el mercado latinoamericano, que arrastraba todavía el

²⁸ En 1993 el BCH poseía una sucursal en Chile, que integra al Banco O'Higgins —local— dando origen así al Holding O'Higgins Central-Hispano [OHCH]. A través de este holding financiero el BCH actúa en Argentina, Uruguay, Paraguay y Perú.

enorme peso del problema de la deuda, se caracterizaba por su elevado riesgo e incertidumbre. Tal situación provocaba el desinterés de los bancos por la zona, reduciendo su presencia física a la apertura de oficinas de representación en los mercados más significativos, y en alguno caso, la firma de acuerdos con bancos locales. La percepción del riesgo, la existencia de barreras legales a la IDE y limitaciones al comercio internacional de servicios financieros en la mayoría de países latinoamericanos, llevo a la utilización de fórmulas de entrada de bajo riesgo y volumen de inversión²⁹. En estos primeros años, la estrategia de internacionalización de los bancos españoles ha seguido una estrategia de “*seguimiento al cliente*”, muy relacionada con la extensión de los negocios domésticos. Estrategia, que en el caso de la banca española, tenía como principales puntos de referencia: el flujo de emigrantes y, en especial, la presencia física de empresas españolas en la zona³⁰. En consecuencia, en estos años, el tipo de actividad bancaria desarrollada principalmente fue la de *banca al por mayor y banca de servicios*.

En la *segunda etapa* —inicios de la década de los noventa en adelante—, los bancos han desarrollado su internacionalización de acuerdo a un esquema “*oportunista*” o “*contingente*” —*joint-venture*; acuerdos de cooperación y IDE (fusiones y adquisiciones)—. En esta fase, los cambios en el sector bancario español, junto con la recuperación económica de la zona, y la liberalización de los flujos internacionales de capital y del sector bancario, han configurado un nuevo entorno de referencia. Este contexto de menor riesgo y de grandes expectativas de crecimiento, ha llevado a los principales grupos bancarios españoles ha incrementar significativamente su presencia física en el continente mediante un vertiginoso proceso de fusiones y adquisiciones. En esta fase, la actividad bancaria a derivado hacia una *banca al por menor* que requiere el contar con una amplia red de establecimientos que permitan el trato directo con el cliente. Asistimos pues a una nueva etapa en la que la internacionalización de los servicios financieros precede a la internacionalización de la actividad industrial, generando así un proceso de confianza bidireccional en la que las empresas financieras eligen mercados que perciben con bajo riesgo, estrategia que es seguida por empresas industriales a modo de “*follow-the-lider*”.

En figura 3 mostramos las características del proceso de internacionalización de las empresas según el riesgo percibido por las mismas y los recursos que están dispuestas a comprometer. Cuando el riesgo percibido es alto —etapa I— las empresas arriesgan muy pocos recursos. A medida que el riesgo percibido disminuye, las empresas que ya conocían el mercado siguen un proceso gradual de inversión; mientras que las empresas que no estaban presentes aprovechan las oportunidades y entran al mercado de modo oportunista.

[Figura 3: Estrategias de Internacionalización de las entidades bancarias españolas en América Latina]

²⁹ Países como Puerto Rico y Panamá constituyeron la excepción como punto de destino de la inversión por parte de los bancos españoles durante esta primera etapa. Puerto Rico era un destino intermedio que permitía el posterior acceso al mercado de USA. Por su parte Panamá ofrecía las ventajas propias de un paraíso fiscal El Banco de GALICIA también puede verse como una excepción, así por ejemplo, este Banco entró en Argentina a principios de siglo para atender los grandes movimientos migratorios. Hoy es el Banco privado más importante del país de capital local.

³⁰ Estos aspectos son también destacados por Durán y Lamothe, 1991

En el contexto de la actividad bancaria internacional, las estrategias de entrada hacen también referencia al “nombre comercial” y la naturaleza de los productos financieros comercializados. Tales aspectos son incluso más relevantes en aquellos mercados en los que el grado de bancarización es bajo. Respecto a la implementación del nombre comercial, los Bancos españoles han seguido estrategias diferentes. Mientras el Banco de Santander añade a su nombre comercial el nombre del país en el que localiza su actividad —por ejemplo Banco Santander Brasil o Banco Santander Chile—, el BBV suele mantener el nombre comercial del socio local. Por su parte, el BCH tiene una sociedad *holding* con nombre regional, y el Banco Exterior de España —ARGENTARIA— mantiene nombres híbridos —tabla 6 y 7—.

[Tabla 6: Mayores Bancos en América Latina (I) —Cuota de Mercado (December 1997)—]

[Tabla 7: Mayores Bancos en América Latina (II) —Cuota de Mercado (December 1997)—]

Con respecto a la naturaleza de los productos financieros comercializados, salvo pequeñas modificaciones, en la mayoría de los casos los Bancos españoles han lanzado en estos países aquellos productos que años antes habían sido desarrollados y lanzados en su mercado doméstico —tabla 8—.

[Tabla 8. Estrategias de marketing desarrolladas en diferentes países]

5. Resumen y Conclusiones

El trabajo que presentamos analiza, desde una perspectiva dinámica y temporal, la naturaleza del proceso de internacionalización desarrollado, y la naturaleza de los *modos de entrada* utilizados por los cuatro grupos bancarios españoles en su proceso de expansión en América Latina —Banco de Santander, Banco Bilbao Vizcaya, Banco Central Hispano y Banco Exterior de España—.

En el contexto de la estrategia internacional de la empresa, la *elección del modo de entrada* constituye una de las decisiones más complejas, arriesgadas y críticas del proceso de internacionalización. Una parte de los modelos teóricos relativos a los modos de entrada analizan el problema desde una perspectiva estática, esto es, como una decisión aislada que es adoptada en un instante puntual del tiempo —*Enfoque de costes de transacción, Modelo ecléctico y Perspectiva de las capacidades organizacionales*—. Frente a éstos, han surgido otros modelos dinámicos que intentan conocer la dinámica del proceso en el tiempo y las *formas de entrada* que son utilizadas en su secuencia histórica —*Modelo temporal de transición desde exportación hacia IDE y el Modelos de las fases de desarrollo*—. En todos los casos, las características propias de la actividad desarrollada constituye una de los principales factores determinantes del tipo de estrategia utilizada.

En consecuencia, el sector servicios en general y, en particular, la actividad bancaria presenta rasgos propios que condicionan la naturaleza del proceso de internacionalización desarrollado, y la elección del modo entrada utilizado. Tanto la “*banca al por mayor*” como la “*banca al por menor*”, son servicios en

“sentido puro basados en información”, en los que el grado de interacción entre cliente y suministrador es muy importante. Servicios en los que además el factor humano —calidad y experiencia del personal— es esencial para la prestación del mismo, y, por tanto, servicios en los que es importante mantener un cierto grado de control de la actividad. Todas estas circunstancias llevan a las entidades bancarias a *internacionalizar* sus actividades, mediante el empleo de aquellas estrategias como la IDE, que permiten el trato directo con el cliente.

Respecto a la naturaleza del proceso de internacionalización desarrollado, en función del nivel de riesgo percibido y el nivel de recursos comprometidos en el exterior, las empresas de servicios se internacionalizan de acuerdo a dos modelos genéricos: a) Modelo *gradual o lineal*. y b) Modelo *Oportunista o Contingente*. En el primer caso, la internacionalización se produce en dos fases, la primera de carácter exploratoria tiene por objetivo la acumulación de experiencia y conocimientos necesarios. En la segunda la empresa adquiere un mayor compromiso internacional a través de fórmulas organizativas más complejas que implican un mayor grado de control. Por su parte, en el *Modelo Oportunista* la entrada en el mercado se produce de una sola vez a través de fusiones o la compra total o parcial de empresas locales con el objetivo de explotar las grandes oportunidades existentes en el mercado.

Respecto a la naturaleza del proceso de internacionalización desplegado por los grandes grupos bancarios españoles en América Latina, el inicio de la década de los noventa constituye un importante punto de inflexión, pudiéndose destacar dos grandes etapas en el tiempo. En la *primera etapa* —hasta 1990—, el desconocimiento del mercado y el nivel de riesgo existente en las economías de los países de la región, ha llevado a los bancos en general a utilizar estrategias que no suponían elevadas cifras de inversión. Esta etapa se caracteriza por un modelo de internacionalización gradual —lineal—, donde se comienza con la implantación de oficinas de representación, se sigue con la firma de acuerdos de cooperación y *joint-ventures*, y, con posterioridad, se realizan IDE mediante compra parciales o totales. En la *segunda etapa* —1990 en adelante—, la recuperación económica de la zona y la liberalización creciente del sector financiero de estos países, ha llevado a los bancos españoles a iniciar un dinámico y “feroz” proceso de expansión con el objetivo de aprovechar las grandes oportunidades de negocio que se presentan. Esta etapa se identifica con la aplicación de una *estrategia oportunista*, basada en la compra total o parcial de las Bancos locales

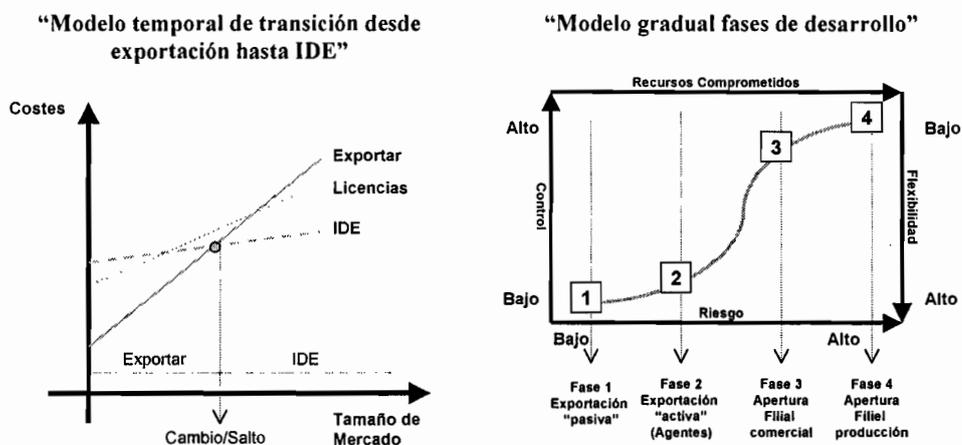
Para concluir, podemos señalar que otras posibles extensiones del trabajo consistiría en el análisis de la relaciones cliente-proveedor como factor explicativo de la estrategia de internacionalización y modos de entrada. Esto es analizar desde una perspectiva dinámica y temporal, la interrelación existente entre el flujo de IDE española en América Latina con destino sectores no financieros, y aquél con destino en el sector bancario. Simultáneamente y como consecuencia del estudio anterior podría analizarse la participación que tienen los bancos en empresas, de otros sectores industriales, también presentes en el mercado iberoamericano.

Tabla 1: Modelos Teóricos que analizan los “modos de entrada”: principales características

	Enfoque de los costes de transacción	Modelo “eclectico”	Perspectiva de las capacidades organizacionales	Modelos dinámicos. Aproximación evolucionista del proceso de internacionalización	
				Modelo temporal de transición desde la exportación hacia la IDE	Modelo gradual de las fases de desarrollo
Teoría de base	Teoría de los costes de transacción	Teoría de los costes de transacción Teoría del Comercio internacional Teoría basada en los recursos y capacidades	Teoría basada en los recursos y capacidades	Teoría de los costes de transacción Teoría basada en los recursos y capacidades	Teoría basada en los recursos y capacidades
Unidad de análisis	Transacción	Empresa	Empresa	Empresa	Empresa
Hipótesis de Comportamiento	Racionalidad Limitada y oportunismo	Racionalidad Limitada y oportunismo	Racionalidad Limitada	Racionalidad Limitada y oportunismo	Racionalidad Limitada
Criterio de decisión	Minimizar los costes de transacción	Compensación entre retornos, riesgo, control y recursos	Compensación valor y coste	Compensación entre retornos, riesgo, control y recursos	Compensación entre crecimiento y riesgo
Naturaleza	Estático	Estático	Estático	Dinámico	Dinámico
Modos de entrada	Algunas clasificaciones Transferencia contractual Joint-venture Filial de propiedad total	Algunas clasificaciones Modo independiente Modo cooperativo Modo de integración	Internalización Externalización Cooperación	Proceso evolutivo en fases: a) exportación; b) IDE; y c) licencias	Proceso secuencial y determinado: a) no-exportación; b) exportación via representantes independientes; c) filiales de venta; y d) producción en el exterior

Fuente: Elaboración propia y Andersen (1997)

Figura 1. Modelos evolucionistas sobre el proceso de internacionalización



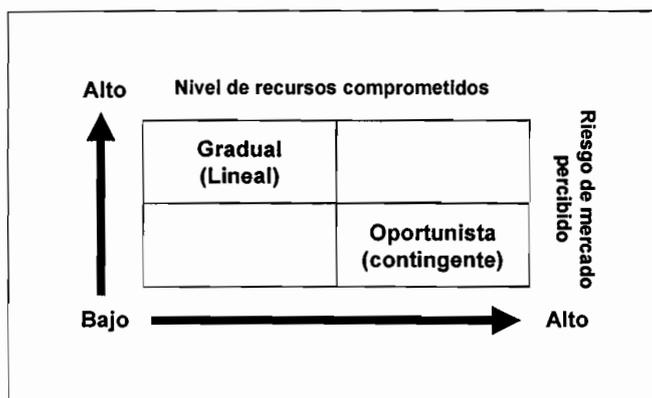
Fuente: Elaboración propia

Tabla 2: Modos de entrada y características de los servicios.

	Grado de Interacción productor/cliente	Grado de Intangibilidad
Exportar	BAJO	ALTO
Alianzas (Licencias, joint-ventures)	MEDIO-ALTO	MEDIO
IDE	ALTO	BAJO

Fuente: elaboración propia a partir Vandermerwe y Chadwick (1989)

Figura 2: Estrategias de Entrada a los mercados extranjeros



Fuente: Elaboración propia

Tabla 3: Característica de los diferentes modos de entrada de las empresas de servicios en los mercados extranjeros

	Estrategia "gradual"	Estrategia Oportunista
Aproximación	Lineal	Contingente
Modos de entrada	Holding; Oficinas de Representación; <i>Joint-Ventures</i> ; Acuerdos de Cooperación	Fusiones; Adquisiciones totales y parciales
Percepción de riesgo	Medio-alto	Normalmente alto
Nivel de recursos comprometidos	Gradual	Alto
Competencia	Bajo-medio	Alto
Regulación de mercado	Cambia lentamente	Cambios vertiginosos
Épocas de aplicación	Hasta la década de los 70	En la década de los 80 y 90
Sector de servicios de aplicación	Servicios complementarios a la industria	Servicios en sentido puro

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4: Inversión Directa Española en el exterior

	Total Miles de millones	En América Latina	
		Miles de millones	%
1991	633,2	82,8	13,1
1992	518,0	23,3	5,5
1993	442,8	67,1	15,2
1994	1020,0	453,8	44,5
1995	948,3	197,4	20,8
1996	1233,7	525,8	42,6
1997	1957,4	1059,1	54,1

Fuente: Registro de Inversiones Españolas en el Exterior

Tabla 5: Inversión Directa Española en América Latina: sectores de destino

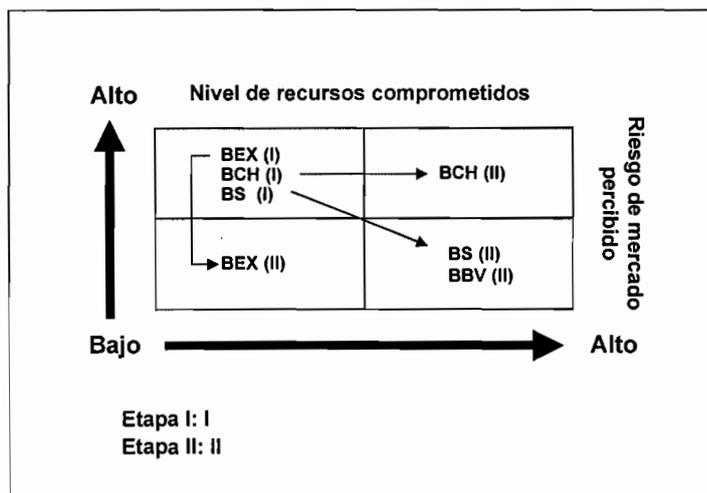
	Sector A	Sector B	Sector C	Sector D	Sector E	Sector F	Sector G
1990	1,12	22,58	9,18	0,62	12,09	0,12	54,28
1991	2,02	26,48	6,35	0,82	2,66	46,80	14,87
1992	3,45	33,99	6,19	2,60	6,63	0,07	47,07
1993	0,00	2,24	5,25	1,06	0,00	20,35	71,10

1994	0,53	1,66	4,35	1,53	0,00	65,26	26,67
1995	2,10	8,21	4,43	3,69	3,01	10,28	68,29
1996	0,22	16,19	3,56	1,11	1,56	4,37	73,00
1997	0,00	11,39	5,09	2,77	0,92	6,87	72,96
Media	1,18	15,34	5,55	1,77	3,36	19,27	53,53

Sector A: Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca
Sector B: Energía y agua, extracción y transformación de minerales no energéticos y productos derivados industria química
Sector C: Industrias Manufactureras
Sector D: Construcción
Sector E: Comercio y hostelería
Sector F: Transporte y comunicación
Sector G: Intermediación financiera, banca, seguros, *holdings* y otros servicios

Fuente: Registro de Inversiones Españolas en el Exterior

Figura 3: Estrategias de Internacionalización de las entidades bancarias españolas en América Latina



Fuente: Elaboración propia

Tabla 6: Mayores Bancos en América Latina (I) —Cuota de Mercado (December 1997)—

Argentina		Brazil		Colombia		Chile	
Nación	11.3	Banco do Brasil	24.88	Bancolombia	15.3	Santiago	16.1
Prov. De BA	8.9	Bradesco	14.10	Ganadero	10.4	Santander-Chile	12.0
Galicia	8.7	Banespa	13.33	Bogotá	8.4	Estado	12.3
Río	7.9	Itau	10.60	Bancafé	7.6	Chile	11.2
Francés	6.3	Unibanco	6.43	Davivienda	7.2	Sud Americano	7.3
Boston	4.9	Real	3.55	Caja Agraria	6.0	Crédito	7.5
Citybank	4.5	Safra	3.36	Santander-Colombia	5.6	A. Edwards	7.7
Bansud	2.8	BCN	3.16	Popular	5.3	Citibank	3.2
Roberts	2.5	Bamirindus	2.98	Occidente	4.1	Bhif	4.9
BNL	2.1	Bozano-Simonsen	2.85	Citibank	3.2	Corpbanca	3.7
Deutsche Bank	2.1	Excel-Económico	2.66	Estado	2.5	Bice	2.1
Cdad. De BA	1.8	CCF do Brasil	2.13	Caja Social	2.2	Desarrollo	3.8
Quilmes	1.4	Sudamiris	1.96	Crédito	2.1	Security	2.0
Suquía	1.2	Mercantil de Sao Pablo	1.41	Coopdesarroll	2.0	Internacional	0.6
		Noreste	1.32	Uconal	2.0		
TOTAL	66.4		94.72		83.9		94.4

Fuentes: Smith Barney Inc/Salomon Brothers Inc. calculations based on data from company reports, press releases, Superintendencia de Entidades Financieras y Cambiarias (Argentina); Brazilian Central Bank., Federação Brasileira de Bancos (Brazil); Brazilian Stock Exchange, Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (Chile), Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia (Colombia), *Boletín Estadístico de Banca Múltiple*, The National Banking Commission (Mexico), Superintendencia de Banca y Seguros (Peru), and Superintendencia de Bancos y Otras Instituciones Financieras (Venezuela).

Tabla 7: Mayores Bancos en América Latina (II) —Cuota de Mercado (December 1997)—

Mexico		Peru		Venezuela	
Banamex	22.4	Crédito	23.4	Provincial	17.7
Bancomer	21.5	Wiese	15.6	Mercanti	11.5
Serfin	14.5	Continental	12.5	Venezuela	8.5
Internacional	9.3	Banco de la Nación	10.8	Unión	6.4
Santander-Mexicano	5.9	Interbank	6.7	Industrial	4.7
BBV-Probursa	6.2	Bancosur	4.3	Consolidado	4.0
Banorte	4.8	Lima	3.9	Caribe	3.5
Inbursa	1.0	Latino	3.8	Banesco	3.4
Citibank	1.6	Santander-Peru	3.6	Interbank	2.8
Quadrum	0.1	Nuevo Mundo	2.2	Lara	2.2
		Sudamericano	1.9	Exterior	2.1
		Citibank	1.5	Caracas	2.1
		Reg. Del Norte	1.4	Fivenez	2.1
		Financiero	1.4	Citibank	2.1
		Probank	1.3	Federal	2.0
	87.3		94.3		75.1

Fuentes: Smith Barney Inc/Salomon Brothers Inc. Calculations based on data from company reports, press releases, Superintendencia de Entidades Financieras y Cambiarias (Argentina); Brazilian Central Bank., Federação Brasileira de Bancos (Brazil); Brazilian Stock Exchange, Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (Chile), Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia (Colombia), *Boletín Estadístico de Banca Múltiple*, The National Banking Commission (Mexico), Superintendencia de Banca y Seguros (Peru), and Superintendencia de Bancos y Otras Instituciones Financieras (Venezuela).

Tabla 8. Estrategias de marketing desarrolladas en diferentes países

Banco	Año	País	Productos
Banco de Santander	1994	Chile	"SUPERHIPOTECA": 20% de nuevas hipotecas sobre el mercado son obtenidas. Reembolso del 20% del capital si los términos son realizados
	1997	Méjico	"SUPERLIBRETA" en España "SUPERCUENTA"
BBV	1997	Venezuela	"LIBRETON" en España
		Perú	"LIBRETAZO"
		Argentina	"SUPERDEPOSITO" Hipotecas con plazo de máximo 15 años
BCH	1997	Argentina	"CUENTA TOTAL" consiste en asociar una cuenta corriente con una tarjeta de crédito, con la posibilidad de obtener créditos automáticos Hipoteca a interés variable

Fuente: Elaboración propia

Anexo I: Ranking y cuota de mercado de los 20 mayores bancos de la región

País	Activos		Préstamos		Depósitos	
	Dic. 1997	Dic. 1994	Dic. 1997	Dic. 1994	Dic. 1997	Dic. 1994
Brasil	47.6% (8)	39.9% (8)	41.0% (6)	32.0% (5)	35.6% (6)	37.7% (8)
México	15.1% (4)	27.1% (5)	22.3% (6)	34.2% (6)	22.2% (5)	27.4% (5)
Argentina	8.6% (4)	6.7% (3)	8.5% (4)	10.0% (5)	10.9% (4)	4.9% (2)
Chile	7.7% (4)	8.7% (4)	7.4% (4)	7.2% (4)	9.1% (5)	8.9% (4)
Venezuela						1.6% (1)
TOTAL	79.0% (20)	82.4% (20)	79.2% (20)	83.4% (20)	77.8% (20)	80.5% (20)

Número de bancos entre paréntesis.
Fuente: Salomon Smith Barney, (1998) Latin America Bank Annual Report.

Anexo II: Utilización de los Servicios Bancarios en determinados países. Unidades por personas (*) 1992

País	Cuentas de Depósitos	Cuentas Corrientes	Tarjetas de Créditos
USA	2,2	1,3	1,0
Argentina	0,6	0,6	0,1
Brasil	2,9	0,3	1,4
Colombia	1,4	0,2	0,2
Venezuela	1,9	0,4	0,4
México	1,2	0,8	0,2
Chile	3,1	0,4	0,2

(*) Entre personas de más de 18 años. En España, 9,9 de 10 personas tiene alguna relación con entidades financieras. En América Latina la relación es 4 de 10.
Fuente: McKinley Global Institute, 1994.

Anexo III: Principales ratios de los bancos españoles

Ratios	Bancos Españoles	
	1991	1995
Promedio de Márgenes Financieros	3,6%	2,41
ROE (B° Neto / Capital)	16,3%	9,78
ROI (B° Neto / Total de Activos)	1,1%	0,56

Fuente: Asociación Europea de Bancos

Anexo IV: Regulación de la IDE en los países de América Latina

Entrada (a)	1988		1995		
	Salida (b), Repatriación de:		Entrada (a)	Salida (b), Repatriación de:	
	Beneficios	Capital		Beneficios	Capital
Libertad total			Libertad Total		
Ningún país			Argentina Brasil Costa Rica Ecuador México Perú	Libre	Libre
Relativamente Libre			<i>Relativamente Libre</i>		
Argentina	Restringido	Después de 3 años	Chile	Libre	Después de 1 año
Chile	Libre	Después de 5 años	Venezuela	Algunas Restricciones	Algunas Restricciones
Costa Rica	Algunas Restricciones	Algunas Restricciones			
Venezuela	Algunas Restricciones	Algunas Restricciones			
Clase Especial					
México	Libre	Libre			
Fondos Autorizados			<i>Fondos Autorizados</i>		
Brasil	Libre	Algunas Restricciones	Colombia	Libre	Libre
Cerrado					
Colombia	Algunas Restricciones	Libre			
Perú	Restringido	Restringido			

Fuente: World Investment Report, 1996, a partir "Inversiones españolas directas en América Latina en los años 90", 1998, RUESGA, S. y Bichara, J., Boletín ICE Económico.

(a) Entrada: Libre entrada: No existe restricción de ningún tipo.
Relativamente Libre: Algunas restricciones para asegurar los derechos de repatriación.
Clase Especial: IDE restringida a algunas clases de inversiones.
Fondos Autorizados: Solo algunas IDE autorizadas.
Cerrado: IDE restringida, sólo para no residentes.

(b) Salida: Repatriación de renta: Dividendos, interés y beneficios.
Repatriación de Capital: Capital inicialmente invertido.
Libre: Repatriación hecha frecuentemente.
Algunas restricciones: Requiere del permiso de autoridades competentes.

Anexo V: Proceso de internacionalización del Banco de Santander en América Latina

País	Nombre del Banco	Nivel de recursos comprometidos					
		Holding & Oficina de representa.	Sucursal	Joint-Venture & Acuerdos	Fusión	Compra Adquisición	
						Parcial	Total
Argentina	Banco de Santander	1963					
	Banco Río de la Plata					1997 (35,06%)	
Brasil	Apertura Banco Noroeste	1970-80				1997 (50,00%)	
	Banco General do Comercio = Banco Santander Brasil				1998		
	Banco General do Comercio = Banco Santander Brasil + Banco Noroeste = Banco Santander Brasil						
Chile	Apertura Banco Santander Chile	1978					
	Banco Santander Chile + Banco Español Chile = Banco Español de Chile				1982		
	FINCARD						1993
	Financiera FUSA						1995
	FINCARD+FUSA=BANEFÉ				1995		
Colombia	Banco Santander Chile + Banco Osbornó				1996		
	Banco Comercial Antioqueño					1997 (55,00%)	
Méjico	IVERCREDITO						1997
	Apertura G. Financiero Invermécic. + Grupo Financiero Santander	1951			1997	1997 (51,00%)	
Perú	Banco Interandino = Banco Santander Perú						1995
	Banco Mercantil					1995 (98,00%)	
	Banco Mercantil + Banco Santander Perú = Banco Santander Perú				1996		
Puerto Rico	First National Bank = Banco Santander Puerto Rico						1976
	Banco Crédito Ahorro Ponceño			1978			
	Santander Federal Saving & Santander Overseas Bank Incorporation						
	Caguas Central Bank						
	Santander National Bank						1990
Uruguay	Santander Mortgage Corporation						
	Banco Central Hispano Puerto Rico + Banco Santander Puerto Rico = Banco Santander Puerto Rico				1994		
Venezuela	Santander National Bank + Banco Santander Puerto Rico = Banco Santander Puerto Rico				1996		
	Banco Litoral Asociados						1982
	Banco Venezuela					1997 (94,00%)	

Fuente: Bank Reference Guide (1997); Salomon Smith Barney. Informe Anuales Banco de Santander. Referencias de prensa "Cinco días" y "Revista Tribuna"

Anexo VI: Proceso de internacionalización del Banco Bilbao Vizcaya en América Latina

País	Nombre del Banco	Nivel de recursos comprometidos					
		Holding & Oficina de representa.	Sucursal	Joint-Venture & Acuerdos	Fusión	Compra Adquisición	
						Parcial	Total
Argentina	Banco Francés					1996 (30,00%)	
	Banco de Crédito Argentino					1997 (71,75%)	
	Banco Francés + Banco de Crédito Argentino = Banco Bilbao Francés				1997		
	Banco Francés					1997 (18,05%)	
	Banco Francés					1998 (3,95%)	
Brasil	Banco Excel Económico					1998 (55,00%)	
Chile	Banco BIHF					1998 (55,00%)	
Colombia	Banco Ganadero					1996 (3,50%)	
	Banco Ganadero					1997 (4,20%)	
	Banco Ganadero					1998 (5,10%)	
	Banco Ganadero					1998 (14,70%)	
	Banco Nacional de Comercio						1998
Méjico	Banco Mercantil PROBUSA					1991 (64,00%)	
	Banco Oriente + Banca Remi (Oficina de integración)						1996
Panamá	BBV Panamá	1983					
Perú	Banco Continental					1995 (37,60%)	
Pto. Rico	Banco Occidental						1982
	Banco Comercial de Magañez						1982
	BBV Puerto Rico Group						1982
	Royal Bank of Puerto Rico						1993
	Chase Manhattan Poncebank			1998	1998		
Uruguay	Banco Banesto Uruguay (*)						1995
Venezuela	Banco Provisional					1997 (44,50%)	
	Banco Popular y de los Andes						1997
	Banco Provincial					1998 (3,90%)	

(*) Adquisición por Banco Francés

Fuente: Bank Reference Guide (1997); Salomon Smith Barney. Informe Anuales BBV. Referencias de prensa "Cinco días" y "Revista Tribuna"

Anexo VII: Proceso de internacionalización del Banco Central Hispano en América Latina

País	Nombre del Banco	Nivel de recursos comprometidos					
		Holding & Oficina de representa.	Sucursal	Joint-Venture & Acuerdos	Fusión	Compra Adquisición	
						Parcial	Total
Argentina	Banco Torquinst						1996
Brasil	Apertura	Antes década 90				1998 (55,00%)	
Bolivia	Banco Santa Cruz de Bolivia					1998 (90,00%)	
Chile	Holding O'Higgins Central Hispano [HOHCH]					1993 (44,57%)	
	Inversiones Salto Grande					1993 (50,00%)	
	Banco O'Higgins					1996 (38,93%)	
	Banco Santiago					1996 (25,04%)	
	Banco O'Higgins + Banco Santiago = Banco Santiago				1997		
Colombia	Apertura	Antes década 90					
República Dominicana	Apertura	Antes década 90					
Ecuador	Apertura	Antes década 90					
Méjico	Apertura	Antes década 90					
	Grupo PRIME internacional					1993 (8,28%)	
	Grupo PRIME internacional —vendido en 1996—					1994 (8,28%)	
Panamá	Apertura	Antes década 90					
Paraguay	Banco Asunción					1994 (77,76%)	
	Integración OHCH Holding					1996 (38,88%)	
Perú	Banco del Sur						1994
	Banco del Libertador						1994
	Banco del Sur + Banco del Libertador = Bancosur				1996		
Pto. Rico	Banco Central Hispano P. Rico —vendido en 1996—					1994 (99,22%)	
	Banco Central Hispano Internacional					1995 (0,03%)	
Uruguay	Central Hispano Uruguay	1994					1995
	Integración OHCH EUROBANCO (1998) —vendido en 1997—						1996
Venezuela		Antes década 90					

Fuente: Bank Reference Guide (1997); Salomon Smith Barney. Informe Anuales BCH. Referencias de prensa "Cinco días" y "Revista Tribuna"

Bibliografía

- Aliber, R.Z. (1984): "International Banking. A survey". *Journal of Money, Credit and Banking* (16); pp. 661-678.
- Alonso, J.A. (1993): "Capacidades exportadoras y estrategia de la empresa". En Velarde et al (eds.) "Empresas y empresarios españoles en la encrucijada de los noventa". Editorial Cívitas, Madrid.
- Amit, R. y Shoemaker, P.J.H. (1993): "Strategic Asset and Organisational Rent". *Strategic Management Journal* (14); pp. 33-46.
- Andersen, O y Khean, L.S. (1996): "Resource-Based Theory and International Growth Strategies: and exploratory study. En Bauer, A. y Simon, J. (eds.)" *Marketing for an Expanding Europe*". 25 Conference de la EMAC (1); pp. 17-34.
- Andersen, O. (1993) "On the Internationalisation Process of Firms: A critical Analysis"; *Journal of International Business Studies* (24) 2: pp. 209-231.
- Andersen, O. (1993): "On the internationalization process of the firm: a critical analysis". *Journal of international Business Studies* (24); pp. 209-231.
- Andersen, O. (1997): "Internationalization an Market Entry Mode: A review of Theories and Conceptual Frameworks". *Management International Review* (2); pp. 27-42.
- Anderson, E. y Gatignon, H. (1986): "Modes Entry: a transactions cost analysis and propositions". *Journal of international Business Studies* (17); pp. 1-26.
- Aulakh, P.S. y Kotabe, M. (1997): "Antecedents and performance implications of Channel Integration in Foreign Markets". *Journal of International Business Studies* (28); pp. 145-175.
- Beamish, P.; Morrison, A. y Rosenzweig, P.M. (1997): *International Management, Text and Cases*". Homewood/Ill.:Irwing.
- Bilkey W.J. y Tesar (1977): "The Export behaviour of smaller Wilconsin Manufacturing Firms". *Journal of International Business Studies* (8) 1; pp. 93-98.
- Blomstrom, M. y Lipsey, R. (1989): "US multinationals in Latin America services industries". *World development*, 17, noviembre 1989; pp. 1769-1776.
- Boddewyn, J.J.; Halbrich, M.B. y Perry, A.C. (1989): "Service multinationals: conceptualisation, measurement and theory". *Journal of International Business Studies* (16); pp. 41-58
- Bonache, J. y Cerviño, J. (1996): "Banco de Santander: el valor de los directivos internacionales". En Durán (eds.): "Multinacionales españolas I. Algunos casos relevantes". Editorial Pirámide, S.A.
- Bowman, E. and Hurry, D. (1993) "Strategy through the Option Lens: An integrated view of resource investments and the incremental-choice process"; *Academy of Management Review* (18) 4: 760-782.
- Brouthers, K.D.; Brouthers, L.E. y Werner, S. (1996): "Dunning's Eclectic Theory and the smaller Firm: The Impact of Ownership an Locational Advantages on the Choice of entry-modes in the Computer Software Industry. *International Business review* (5); pp. 377-394.
- Buckley, P.J. (1983) "New Theories of International Business: some unresolved Issues"; in Casson, M. (Ed.), *The Growth of International Business*; George Allen & Unwin, London.
- Buckley, P.J. (1988) "The Limits of Explanation: Testing the Internalization Theory of the Multinational Enterprise"; *Journal of International Business Studies*; XIX 2: 181-93.
- Buckley, P.J. and Casson, M. (1976) "The future of the multinational enterprise"; Macmillan, London.
- Buckley, P.J. y Casson, M. (1981): "The optimal timing of Foreign Direct Investment". *Economic Journal*, (91); pp. 75-87
- Buckley, P.J. y Casson, M. (1985): "The Economic Theory of the Multinational Enterprise". Mcmillan. Londres.
- Buckley, P.J., Pass C.L. y Prescott, K. (1991): "The internationalization of service firms: a comparison with de manufacturing sector". *Scandinavian International Business Review*, (1) 1; pp. 39-56.
- Calof, J.L. y Beamish, P.W. (1995): "Adapting to foreign markets: Explaining internationalization". *International Business Review*, (4) 2; pp. 115-131.
- Camino, D.; Cardone, C. and Lado, N. (1997) "Foreign Market Entry Decisions and Distribution Channels by Spanish Insurers in Latin America: The MAPFRE Experience. Seminar Proceedings of the 33rd Annual Seminar; International Insurance Society, Inc; New York (97): 209-233.
- Campbell, A. J. and Verbeke, A. (1994) "The globalization of service multinationals"; *Long Range Planning* (27) 2: 95-102.
- Canals, J. (1996): "Bancos Universales y diversificación empresarial" Alianza Económica. Madrid.
- Cardone, C y Cazorra, L (1998) " The Internationalisation process of Spanish Banks: A tale of two times"; *Actas de la 24 Conferencia Anual de la European Internacional Business Academy*. Israel.
- Casilda Béjar, R. (1997a): "La banca española. Análisis y Evolución". Ed. Pirámide, Madrid.
- Casilda Béjar, R. (1997b): "La banca española en Iberoamérica. Situación y perspectivas". *Banca y Finanzas*, (21); pp. 5-22.
- Casson, M. (1990): *Evolution of multinational banks: a theoretical perspective*". En Jones, G. (eds.) , *Banks as multinationals*. Routledge. Londres
- Casson, M.C. (1979): "Alternatives of Multinational enterprise". Mcmillan. Londres
- Casson, M.C. (1991): "Beyond internalisation". En Buckley (eds.). "New Directions in International Business". Edward Elgar. Cheltenham
- Caves, R.E. (1971) "International corporations: The industrial economics of foreign investment"; *Economica* (38) 1: 1-27.
- Caves, R.E. (1982) *Multinational Enterprise and economic analysis*. Cambridge. Cambridge University Press.

- Cavusgil, S.T. (1980): "On the internationalization process of a firm". *European research*, (8); pp. 273-281.
- Cazorla-Papis, L. (1997) La inversión Directa de la PYME industrial Española en los países en vías de desarrollo: Un análisis de los factores determinantes" *Información Comercial Española* (761), abril: 49-66.
- Cho, K.R. (1986): "Determinants of international banks". *Management International Review*, vol. 26; pp. 10-23
- Coase, R. (1937): "The nature of the firm". *Economica*, (4), 16; pp. 386-405.
- Davinson, W.H. y McFetridge, D.G. (1985): "Key characteristics in the choice of international technology transfer mode". *Journal international Business Studies*, (16); pp. 5-21.
- De la Maza, S. (1994): "Internacionalización de la banca española. Alianzas y acuerdos de colaboración". *Información Comercial Española*, nº 735; pp. 104-118
- Dunning, J.H. (1979): "Explaining changing patterns of international production: In developing of Eclectic Theory". *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, (161) 4; pp. 269-295
- Dunning, J.H. (1980): "Toward an eclectic Paradigm of International Production: Some empirical test". *Journal of International Business Studies*, (11) 1; pp. 9-31.
- Dunning, J.H. (1988). "The Eclectic Paradigm of International production: A restatement and some possible extension". *Journal of International Business Studies*, (19); pp. 1-31.
- Dunning, J.H. (1989): "Multinational enterprise and the growth of service: some conceptual and theoretical issues". *The Services Industrial Journal*, (9); pp. 5-39
- Dunning, J.H. (1993): "Multinational Enterprise an the global economy". New York. Addison-Wesley.
- Dunning, J.H. y Kundu, S.K. (1995): "The internationalization of the hotel industry. Some new findings from a field study. *Management International Review*, (35); pp. 101-133.
- Dunning, J.H. y McQueen, M. (1981): "Transnational corporations in the International Tourism". Serie nº ST/CTC/18, UNCTC, New York.
- Durán, J.J. (1988): "Banca multinacional e internacionalización de la banca en España". *Información Comercial Española*, nº 629
- Durán, J.J. (1990): "Estrategia y evaluación de inversiones directas en el exterior". Secretaria de Estado de Comercio.
- Durán, J.J. (1997): "BBV. Una empresa financiera multinacional con diversificación industrial". En Durán (eds.): "Multinacionales españolas II. Nuevas Experiencias de internacionalización". Editorial Pirámide, S.A.
- Durán, J.J. (1999): "Multinacionales españolas en Iberoamérica". Editorial Pirámide, S.A.
- Durán, J.J. y Lamothe, P. (1991): "El proceso de internacionalización de la banca española". *Información Comercial Española*, (692); pp. 187-203.
- Enderwick, P. (1989): "Some economics of Service-sector Multinational Enterprise". En Enderwick (eds.) "Multinational Service Firms". Routledge. Londres
- Erramilli, M.K. y Rao, C.P. (1993): "Service firms' international entry mode choice: a modified transaction-cost analysis approach". *Journal of Marketing*, (57); pp. 19-38.
- Fina, E. and Rugman, A.M. (1996) "A test of Internalization Theory and Internationalisation Theory: The Upjohn Company; *Management International Studies* (36) 3: 199-213.
- Giddy, I.H. (1986): "The theory and industrial organisation of international banking". En Gray (eds.) "Research in international business and finance". Greenwich, Connecticut: JAI Press INC., 3; pp. 195-243
- Goldberg, L.G. y Johnson, D. (1990): "The determinants of U.S. banking activity abroad". *Journal of International Money and Finance*, (9); pp. 123-137.
- Goodnow, J.D. (1985): "Developments in International Mode of Entry Analysis". *International Marketing Review* (2), pp. 17-30.
- Gray, J.M. y Gray, H.P. (1981): "The multinational bank: a financial MNC". *Journal of Banking and Finance*" (5); pp. 33-63
- Grubel, H.G. (1977): "A theory of Multinational Banking". *Banca Nazionale del Lavoro Quertely Review*. Diciembre
- Heinkel, R.L. y Levi, M.D. (1992): "The structure of international banking". *Journal of International Money and Finance*, (11); pp. 251-272.
- Hennart, J.F. (1982) "A theory of Multinational Enterprise" Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.
- Hirsch, S. (1993): "The globalization of service and service-intensive goods industries". En Aharoni (de.) "Coalitions and Competitions: the Globalization of Professional Business Services". London, Routledge, 1993, pp. 66-78.
- Horst, T.O. (1972) "Firm and Industry Determinants if the decision to Invest Abroad: An Empirical Study"; *Review of Economics and Statistic* (54): 258-66.
- Hymers, S.H. (1976): "The international operations of national firms: A study of Foreign direct Investment". (Phl Tesis MIT, 1969). MIT Press, Cambridge, M.A.
- Johanson, J. and Mattson, L.G. (1988) "Internationalisation in Industrial Systems a Network Approach"; in HOOD, H., and VAHLNE, J.E. *Strategies in Global Competition*; Croom Helm.
- Johanson, J. y Vahlne, J.E. (1977): "The Internationalization Process of a Firm. A model of knowledge, development and increasing foreign market commitments". *Journal of International Business*, (8) 1; pp. 23-32
- Johanson, J. y Vahlne, J.E. (1990): "The mechanism of Internationalization" *International Marketing of Review*, (7) 4; pp. 11-24
- Johanson, J. y Wierdersheim-Paul, F. (1975): "The internationalization of the Firm. Four Swedish Cases". *Journal of Management Studies*, (12) 3; pp. 11-24
- Jones, G. (1990): "Banks as Multinationals" London and New York. Routledge.

- Katrishen, F. A. and Scordis, N.A. (1998) "Economics of Scale in Services: A Study of Multinational Insurers"; *Journal of International Business Studies* (29) 2: 305-324.
- Kindleberger, C.P. (1969): "American Business Abroad: Six Lectures on Direct Investment". Yale University Press, New Haven, C.T.
- Kindleberger, C.P. (1985): "Multinational ownership of shipping activities". *World Economy*, (8) septiembre; pp. 249-265.
- Kobrin, S.J. (1988): "Trends in ownership of American Manufacturing Subsidiaries in Developing Countries: An Inter-industry Analysis". *Management International Review* (35); pp.325-336
- Kogut, B. y Singh, H. (1988): "The effect of national culture on the choice of entry mode". *Journal of International Business Studies*, (19); pp. 411-432.
- Kumar, K. and Kim, K.Y. (1984) "The Korean manufacturing multinational"; *Journal of International Business Studies*; summer: 45-61.
- Kwon, Y.C. and Hu, M.Y. (1995) "Comparative Analysis of Export-oriented and Foreign Production-oriented Firms Foreign Market Entry Decisions"; *Management International Review* (35): 325-336.
- Lain America Equity Research (1998): "Latin America-Banks. LA Bank Annual
- Li, J. y Guisinger, S. (1992): "The globalization of service multinational in the "triad" regions: Japan, Western Europe and North America". *Journal of International Business Studies*, 23 (4); pp. 675-696.
- Lovelock, C.H. y Yip, G.S. (1996): "Developing global strategies for services business". *California Management Review*, (38) 2; pp. 64-86
- Luostarinen, R. (1979): "The internationalization of the firm". *Acta Academica Serie A*, n° 30. Helsinki School of Economics. Helsinki.
- Madhok, A. (1997): "Cost, value and foreign market entry mode: The transaction and the firm". *Strategic Management Journal* (18); pp. 39-61.
- Magee, S.P. (1977) "Information and Multinational Corporation: An Appropriability theory of Foreign Direct Investment". In BHAGWATI, J.N.: "The New Economic Order". MIT Press.
- Mahajan, A., Ragan, A. y Zardkoohi, A. (1996): "Cost structures in multinational and domestic banking. *Journal of Banking and Finance*, (20); pp. 283-306.
- Maurer, M. y Mora, H. (1996): "Los procesos de integración de mercados de servicios financieros en América Latina". *Situación*; pp. 263-293.
- Miller, S.R. and Parkhe, A. (1998) "Patterns in the Expansion of U.S. Banks Foreign Operations"; *Journal of International Business Studies* (29) 2: 359-390.
- Murdick, R.G.; Render, B. and Russell, R. (1990) "Service Operations Management".
- Nigh, D. Cho, K.R. y Krishnan, S. (1986): "The role of localisation related factors in US banking involvement abroad". *Journal of International Business Studies*, (17) 3; pp. 59-72.
- Penrose, E. (1959): "The theory of the growth of the firm". Basil Blackwell. Londres.
- Reid, S.D. (1981): "The decision market and export entry and expansion". *Journal of International Business Studies*, (12) 2; pp. 101-112.
- Reid, S.D. (1983): "The decision-Maker and Export Entry and Expansion". *Journal of International Business Studies* (12).
- Root, F.R. (1987): "Entry strategies for international markets". Lexington Books, Lexington. Massachusetts.
- Ruesca, S.M. y Bichara, J.D. (1998): "Inversiones españolas directas en América Latina en los años 90". *Boletín ICE*; (2574); pp. 9-18.
- Rugman, A. M. (1980) "A new theory of international enterprise: Internationalisation versus internalisation"; *Columbia Journal of World Business* (15) 1: pp. 23-29.
- Rugman, A.M. (1981) "Inside the Multinationals: The Economics of Internal Markets; New York: Columbia University Press.
- Salomon Smith Barney, December (1997) *Bank Reference Guides of Argentina, Brazil, Chile, Colombia, Mexico, Peru and Venezuela*.
- Salomon Smith Barney, May (1998) *Latin American Equity Research: Latin America-Banks Latin American Bank Annual*.
- Sauvant, K.P. y Zimny, Z. (1987): "Foreign Direct Investment in services: the neglected dimension in international service negotiations". *World Competition* (31) octubre, pp. 27-55
- Terpstra, V. y Yu, C.M. (1988): "Determinants of foreign investment of US advertising agencies". *Journal of International Business*, (19) 1; pp. 33-46.
- Trondsen, E. and Edfelt, R. (1987) "New Opportunities in Global Services"; *Long Range Planning* (20) 5: pp. 40-56.
- Turnbull, P.W. (1987): "A challenge to the stages theory of the internationalization process". En Reid, S y Roson, P. (eds.) "Managing Export Entry and Expansion" New York Praeger; pp. 21-40.
- UNCTAD (1989): "Trade in service: sector issues". Génova y Nueva York, Naciones Unidas.
- UNCTAD (1990): "services in Asia and the Pacific. Selected paper. Nueva York, Naciones Unidas.
- Vandermemerwe, S. Y Chadwick, M. (1989): "The internationalization of services". *The Service Industrial Journal*, (9) 1.
- Vernon, R. (1966): "International Investment and International Trade in Product Cycle". *Quarterly Journal of economics*.(80) junio; pp. 190-207.
- Welch, I.S. (1990): "Internationalization by Australian Franchisors". *Asia Pacific Journal of Management*, (7) 2; pp. 101-121.
- Wiersheim-Paul, F. (1972): "Uncertainty and Economic distance: Studies in international Business, Uppsala.

- Williams, B. (1997): "Positive Theories of Multinational Banking: Eclectic Theory versus Internationalisation Theory". *Journal of Economics Surveys*, (11) 1; pp. 71-100
- Williamson, O. (1975): "Markets and hierarchies". Free Press, Nueva York
- Williamson, O. (1979): "Transaction-costs economics: the governance of contractual relation". *Journal of Law and economics*, (22), 2; pp. 233-261
- Williamson, O. (1981): "The modern corporation: origins, evolution, attributes". *Journal of Economic Literature*, (19), diciembre; pp. 1537-1568.
- Williamson, O. (1985): "The economic institutions of capitalism". Free Press, Nueva York.
- Win, Y. Y Perlmutter, H.V. (1977): "On the identification of frontier issues in international marketing". *Columbia Journal of World Business*, (12); pp. 131-139
- World Development Report (1997).