



La actividad exportadora: ¿Causa o efecto de la competitividad de las pymes manufactureras españolas?

AREA: 2
TIPO: Aplicación

AUTORES

**Lucia Avella-
Camarero¹**
Universidad de
Oviedo
lavella@uniovi.es

**Francisco
García-Pérez**
Universidad de
Oviedo
fgarciap@uniovi.es

1. Autora de contacto:
Universidad de
Oviedo; Facultad de
Ciencias Económi-
cas y Empresariales;
Departamento de
Administración de
Empresas; Avenida de
El Cristo, S/N; 33006
Oviedo; España

Exports: Cause or effect of firm competitiveness in Spanish manufacturing SMEs?
*A actividade exportadora: Causa ou efecto da competitividade das PME's industriais
espanholas?*

En este trabajo se analiza la relación entre la actividad exportadora de las PYMEs españolas y su nivel de competitividad. Así, utilizando datos de la Encuesta Sobre Estrategias Empresariales, se estudia tanto si las exportaciones contribuyen a unos mejores resultados empresariales, como si un elevado nivel de competitividad constituye un requisito para la exportación. La evidencia obtenida muestra, por un lado, que los resultados empresariales mejoran muy ligeramente como consecuencia del inicio de exportaciones –pero no tras incrementar el volumen de exportación– y, por otro, que unos buenos resultados previos facilitan tanto el inicio de exportaciones, como una mayor presencia en el exterior de nuestras PYMEs.

In this paper we look at the relationship between export activity and competitiveness in Spanish SMEs. Utilizing data from the Encuesta Sobre Estrategias Empresariales survey, we study whether exporting contributes to improved firm competitiveness and whether competitiveness is a requirement for exporting. Our results show that, on the one hand, firm performance improves slightly after exporting –but not after increasing export volume– and, on the other hand, that the best firms not only become exporters but also are the ones that increase their commitment to export markets.

Neste trabalho é analisada a relação entre a actividade exportadora das PME's espanholas e o seu nível de competitividade. Assim, utilizando os dados da Sondagem Sobre Estratégias Empresariais, estuda-se tanto se as exportações contribuem para melhores resultados empresariais, como se um elevado nível de competitividade constitui um requisito para a exportação. A evidência obtida demonstra, por um lado, que os resultados empresariais melhoram muito ligeiramente como consequência do início das exportações – mas não após o aumento do volume de exportação – e, por outro, que os bons resultados anteriores facilitam tanto o início das exportações como uma maior presença no exterior das nossas PME's.

DOI
10.3232/
GCG.2010.
V4.N1.05

1. Introducción

Las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) están adquiriendo una importancia cada vez mayor como generadoras de empleo y riqueza. De hecho, las más de 19 millones de la Unión Europea (UE) dan empleo a aproximadamente 97 millones de personas (European Commission, 2004).

Por otra parte, relevantes organismos como la OCDE y la Comisión Europea señalan a la internacionalización como un factor de gran relevancia para la supervivencia, desarrollo y competitividad de estas empresas. En el plano académico, esto se ve reflejado en una creciente literatura que estudia la relación existente entre el comportamiento exportador de la empresa y su nivel competitivo. La evidencia empírica obtenida en estos estudios no ha sido concluyente. Mientras algunos autores encuentran que el éxito competitivo es una condición previa a la exportación, otros obtienen evidencia que muestra que es la exportación la que contribuye a mejorar los resultados empresariales.

Por todo ello, el objetivo de este trabajo es añadir nueva evidencia sobre la relación existente entre la actividad exportadora y la competitividad empresarial. Utilizando datos para una muestra representativa de PYMEs españolas, se ha tratado de averiguar si el desarrollo de exportaciones contribuye a la mejora de los resultados obtenidos por estas empresas y/o si son las PYMEs más competitivas las que deciden exportar. Los resultados obtenidos tienen importantes implicaciones tanto para las propias PYMEs, como para los organismos e instituciones encargadas de promover y apoyar el desarrollo de las actividades internacionales de las empresas.

PALABRAS CLAVE

Exportación,
PYMEs,
Resultados
empresariales,
Aprendizaje,
Auto-selección

KEY WORDS

Exports, SMEs,
Firm
performance,
Learning,
Self-selection

PALAVRAS-CHAVE

Exportação,
PMEs,
Resultados
empresariais,
Aprendizagem,
Auto-selecção

2. La relación entre la exportación y los resultados empresariales

Que la orientación hacia la exportación de una economía nacional se asocia con elevados niveles de crecimiento de la producción y de la productividad es una cuestión sobre la que existe cierto acuerdo en la literatura económica (Aw y Hwang, 1995). Si como unidad de análisis se toma la empresa, en lugar del país, diversos estudios (entre otros, Bernard y Jensen, 1999; Aw *et al.*, 2000) han comprobado que las empresas exportadoras muestran mejores niveles de desempeño, en términos de productividad, tamaño, supervivencia, salarios pagados, intensidad de capital y sofisticación tecnológica que las empresas no-exportadoras. Estos hallazgos han sido justificados en base a dos argumentos complementarios (y, por lo tanto, no mutuamente excluyentes): 1) la hipótesis de aprendizaje y 2) la hipótesis de autoselección.

La **hipótesis de aprendizaje** implica que es la exportación la que genera éxito competitivo, gracias fundamentalmente al proceso de aprendizaje que las empresas exportadoras desarrollan en los mercados extranjeros. El supuesto que se hace es que estas empresas, gracias a la interacción repetida con agentes pertenecientes a otros países (por

CÓDIGOS JEL

F23; L25;
L60

ejemplo, clientes o intermediarios), se encuentran expuestas a conocimientos a los que no pueden acceder aquellas empresas que operan únicamente en el mercado doméstico. Por tanto, competir en el extranjero permite a las empresas exportadoras la exposición a las mejores prácticas, así como la acumulación de información tecnológica y de mercado que posteriormente podrán incorporar a su función productiva y que les ayudará a mejorar.

Por su parte, la **hipótesis de autoselección** implica que es el éxito competitivo de una empresa el que permite que ésta sea capaz de exportar. Según este argumento, únicamente las empresas más productivas están en disposición de acceder a los mercados extranjeros, ya que sólo ellas serán capaces de afrontar la mayor intensidad competitiva existente en dichos mercados² y de superar los costes irrecuperables (por ejemplo, derivados de la adaptación de los productos o servicios al mercado de destino) a los que se debe hacer frente para entrar en ellos.

Por tanto, la evidencia de que las empresas exportadoras son más productivas que las no-exportadoras no indica claramente el sentido de la causalidad entre exportación y resultados empresariales. Es decir, puede ser que un alto nivel de eficiencia previa permita a las empresas vender en los mercados extranjeros, que la exportación genere efectos positivos *ex post* sobre la productividad de las empresas exportadoras o, por último, puede que ambas posibilidades se cumplan simultáneamente. De hecho, la evidencia empírica hasta el momento es dispar, encontrándose algunos trabajos que ofrecen apoyo significativo para la mayor productividad *ex ante* de las empresas exportadoras (véase, entre otros, Bernard y Jensen, 1999; Aw *et al.*, 2000), y otros que presentan evidencia empírica favorable al aprendizaje generado en el proceso de expansión internacional (véase, entre otros, Castellani, 2002; Salomon y Shaver, 2005).

Es por ello que en este trabajo se pretende añadir nueva evidencia al respecto, que ayude a una mejor comprensión de una cuestión tan relevante como ésta. Así, esta investigación se centra en el contraste empírico de las hipótesis de aprendizaje por la exportación y autoselección en una muestra de PYMEs españolas. En este sentido, por un lado, se trata de comprobar si la experiencia exportadora pasada de las PYMEs españolas influye positiva y significativamente en sus resultados actuales (lo que interpretaríamos como evidencia de que se produce aprendizaje por la exportación). Y por otro lado, se contrasta si un elevado nivel de competitividad constituye un requisito previo para que nuestras PYMEs puedan comercializar sus productos fuera del mercado español (existiendo por tanto un proceso de autoselección de las mejores empresas en los mercados internacionales).

² No obstante, este razonamiento pierde fuerza en la medida en que las condiciones competitivas en los mercados de origen y de destino sean semejantes, que por otra parte es lo que suele ocurrir en los mercados industriales de los países desarrollados.

3. Análisis empírico: Datos utilizados y marco metodológico

Para cumplir con los objetivos planteados, se han utilizado datos de la *Encuesta sobre Estrategias Empresariales* (en adelante, ESEE) para el período 1990-2002. La ESEE es una investigación estadística que encuesta anualmente a un panel de empresas representativo de las industrias manufactureras en España. Puesto que nuestro estudio se centra en las pequeñas y medianas empresas, de todos los datos disponibles se ha seleccionado una muestra de empresas que cumplan con los requisitos establecidos por la Comisión Europea para ser consideradas PYMEs: 1) Emplear menos de 250 trabajadores; 2) Tener un volumen de negocio anual no superior a los 50 millones de euros o un balance general total no superior a los 43 millones de euros; 3) Ser independiente de otras organizaciones (Commission of the European Communities, 2003).

En el estudio empírico se emplean las siguientes variables. La actividad exportadora de las empresas se mide con dos variables: una dicotómica que refleja si la empresa exporta o no exporta en un año determinado –denominada estado exportador–, y otra que refleja el porcentaje que las exportaciones representan sobre las ventas totales de la organización en ese año –denominada intensidad exportadora–. En cuanto a las medidas de resultados empresariales, se utiliza el valor añadido por empleado y la rentabilidad económica (ROA).

Con estas variables, por una parte, se trata de averiguar si los resultados de una empresa en un año concreto dependen de que esa empresa haya exportado (o del volumen de esas exportaciones en términos relativos respecto de la cifra de ventas) en años anteriores (hipótesis de aprendizaje). Y por otra parte, se contrasta si unos buenos resultados pasados influyen positivamente en que la empresa inicie exportaciones o incremente su volumen de ventas en los mercados internacionales (hipótesis de autoselección). Para ello se han incluido retardos de hasta tres años en las variables independientes de cada uno de los modelos estimados, con el fin de tener en cuenta la posibilidad de que el efecto de la actividad exportadora sobre los resultados (y viceversa) no sea inmediato, sino que se produzca con un desfase temporal.

Adicionalmente, se han incluido una serie de variables de control para tener en cuenta la influencia de otros factores bien sobre los resultados empresariales, bien sobre el comportamiento exportador. Así, en el contraste de la hipótesis de aprendizaje se ha controlado por el porcentaje de trabajadores eventuales que emplea, así como por la capacidad de innovación de la empresa, aproximada ésta por su intensidad en I+D (definida como los gastos totales en I+D sobre el volumen de ventas) y por dos variables que nos indican, respectivamente, si la empresa ha introducido innovaciones en producto o en proceso.

Por su parte, en el contraste de la hipótesis de autoselección se ha utilizado como control una variable que trata de aproximar el nivel de competencia existente en el mercado español. Dicha variable refleja si en dicho mercado la empresa tiene más de 10 competidores con cuota significativa. Esto es relevante puesto que entornos hostiles, caracterizados por una elevada intensidad de la competencia, tenderán a relacionarse positivamente con la exportación (Westhead *et al.*, 2001). Asimismo, también se ha tratado de analizar la influencia conjunta de las condiciones del mercado doméstico y de los resultados empresariales sobre la actividad exportadora. Para ello se ha construido una variable multiplicativa formada por el producto de los respectivos indicadores de resultados y de la variable que se acaba de describir.

En el contraste de ambas hipótesis se han incluido como controles adicionales una variable representativa del tamaño empresarial, una serie de *dummies* anuales, así como la variable dependiente correspondiente retardada un período, para tener en cuenta la posibilidad de que tanto las exportaciones como los resultados empresariales sean persistentes en el tiempo. Es decir, que posiciones favorables en el pasado sean la causa de posiciones favorables en la actualidad.

Los modelos propuestos se han estimado utilizando un panel no equilibrado que tiene 14.983 observaciones, correspondientes a 2.469 empresas, si bien la muestra final con la que se trabaja, por diversos motivos, es más reducida. En cuanto a la técnica econométrica empleada, se ha recurrido al estimador lineal para paneles dinámicos desarrollado por Arellano y Bond (1991) y conocido como método generalizado de los momentos, estimándose los distintos modelos en primeras diferencias. Esta técnica permite abordar los problemas de endogeneidad de algunas de las variables, así como eliminar los efectos específicos de empresa.

4. Resultados

Los resultados obtenidos con respecto a la hipótesis de aprendizaje (Tabla 1) muestran que las pequeñas y medianas empresas españolas apenas aprenden de la actividad exportadora. Esto es, la competitividad de nuestras PYMEs mejora muy ligeramente como consecuencia de la exportación. Así, el único indicador de competitividad que se ve afectado positiva y significativamente tras el inicio de actividades de venta internacional es la rentabilidad económica (los resultados para el valor añadido, aunque positivos, no son estadísticamente significativos). Además, esas mejoras no son inmediatas, sino que tardan en materializarse de 1 a 3 años a partir de que se haya llevado a cabo la exportación. Esto podría estar relacionado con el carácter de las exportaciones: esporádicas o estables. Para lograr un aprendizaje relevante de los mercados internacionales se requiere que las interacciones con los agentes extranjeros sean duraderas y repetidas (Eriksson *et al.*, 1997).

Sin embargo, cuando la actividad internacional se mide a través de la intensidad exportadora en lugar de a través del estado exportador se observa que un incremento en la proporción de exportaciones –tanto actual, como en los tres años anteriores– afecta negativamente a la eficiencia del personal (valor añadido por empleado). Podrían existir varios motivos para que esto sea así. En primer lugar, que las complicaciones e inversiones adicionales que supone aumentar el compromiso exportador compensen las ganancias obtenidas en este proceso. En segundo lugar, que las empresas agoten con cierta rapidez el potencial de aprendizaje de los mercados extranjeros, por lo que el simple incremento de la intensidad exportadora, de no ir acompañado de una diversidad de los mercados internacionales a los que se atiende (Ramírez-Alesón y Espitia-Escuer, 2001), no va a permitir acceder a nuevos conocimientos que contribuyan a mejorar la competitividad de la empresa. Y finalmente, podría suceder que la empresa no acometa los profundos cambios estratégicos que la internacionalización requiere para poder aprovechar plenamente sus beneficios (McDougall y Oviatt, 1996).

Tabla 1. Hipótesis de aprendizaje por la exportación

	Valor añadido	ROA		Valor añadido	ROA
Exportaciones _(t)	0,79424 (1,11)	0,04687 (0,56)	Intensidad export _(t)	-3,96128** (-2,28)	-0,28192 (-1,37)
ΣExportaciones _(t-3, t)	1,43460 (0,72)	0,38505* (3,25)	ΣIntens. export _(t-3, t)	-10,21322*** (10,07)	-0,75370 (2,42)
Resultados _(t-1)	0,07065*** (5,20)	0,08297*** (5,39)	Resultados _(t-1)	0,07794*** (5,68)	0,08780*** (6,08)
Tamaño _(t)	0,24344*** (6,07)	0,02435*** (3,84)	Tamaño _(t)	0,32348*** (8,24)	0,03293*** (5,32)
Intensidad I+D _(t)	-3,79218*** (-2,65)	-0,25522 (-1,46)	Intensidad I+D _(t)	-4,27192*** (-3,09)	-0,14797 (-1,01)
Innov. Procesos _(t)	-0,06605 (-1,20)	-0,00127 (-0,17)	Innov. Procesos _(t)	-0,01426 (-0,30)	-0,00141 (-0,20)
Innov. Productos _(t)	-0,12714** (-2,29)	-0,01366* (-1,74)	Innov. Productos _(t)	-0,05373 (-1,03)	-0,01027 (-1,28)
% eventuales _(t)	-0,10840 (-1,53)	0,00514 (0,42)	% eventuales _(t)	-0,08732 (-1,22)	0,01307 (1,11)
Dummies anuales	Incluidas	Incluidas	Dummies anuales	Incluidas	Incluidas
Constante	-0,93556*** (-4,70)	-0,16039*** (-4,77)	Constante	-1,37852*** (-6,61)	-0,19401*** (-5,67)
Test de Sargan	0,4714	0,7265	Test de Sargan	0,3614	0,8233
Test autocovarianza residuos orden 2	0,8265	0,3921	Test autocovarianza residuos orden 2	0,9186	0,5295
Nº observaciones (Nº empresas)	6.219 (1.182)	4.883 (1.024)	Nº observaciones (Nº empresas)	6.215 (1.182)	4.883 (1.024)

*: p<.10; **: p<.05; ***: p<.01* Valores z entre paréntesis.

Para ΣEXPORTACIONES _(t-3,t) y ΣINTENSIDAD.EXPORTADORA _(t-3,t) * (**) (***) indica que la hipótesis nula de la suma de coeficientes es cero puede ser rechazada con un nivel de confianza del 10% (5%) (1%). Valores Chi-2 entre paréntesis.

Por su parte, en relación a la hipótesis de autoselección nuestros resultados (Tabla 2) muestran que son las mejores empresas las que acceden a los mercados de exportación, siendo importante para ello tanto el nivel de competitividad actual, como el logrado durante los tres años anteriores al inicio de dichas exportaciones. Estos resultados prueban que también se produce autoselección a la hora de explicar una presencia más comprometida de las PYMES en los mercados internacionales. Adicionalmente, los coeficientes de las variables multiplicativas indican que unos buenos resultados empresariales (a corto y medio plazo) son importantes para que una PYME tome la decisión de exportar (o de incrementar su compromiso con los mercados internacionales) cuando las condiciones del mercado nacional son favorables (existen pocos competidores importantes). Pero cuando la situación competitiva en dicho mercado es desfavorable, la obtención de unos buenos resultados pierde relevancia para que la empresa exporte (o incremente su volumen de exportación).

Tabla 2. Hipótesis de autoselección

	Exportaciones	Intensidad exportadora		Exportaciones	Intensidad exportadora
V.A. _(t)	0,03706*** (3,50)	0,00735*** (3,09)	ROA _(t)	0,09445 (0,84)	-0,01190 (-0,45)
ΣV.A. _(t-3, t)	0,08308*** (9,78)	-0,00008 (0,00)	ΣROA _(t-3, t)	0,00197 (0,00)	0,15679* (3,19)
V.A.* Competidores _(t)	-0,01326 (-1,62)	-0,00644** (-2,52)	ROA* Competidores _(t)	-0,24264** (-1,97)	0,03851 (0,65)
ΣV.A.* Competidores _(t-3, t)	-0,04102 (2,06)	-0,00654 (2,03)	ΣROA.* Competidores _(t-3, t)	-0,90901** (6,45)	0,15238 (1,81)
Variable de exportación _(t-1)	0,41692*** (11,13)	0,61819*** (10,52)	Variable de exportación _(t-1)	0,47018*** (9,90)	0,48955*** (8,02)
Tamaño _(t)	0,00210 (0,36)	-0,00134 (-0,46)	Tamaño _(t)	0,01157 (1,57)	0,00081 (0,23)
Competidores _(t)	0,03160* (1,71)	0,01008** (2,02)	Competidores _(t)	0,01341 (1,27)	-0,00434 (-0,92)
<i>Dummies anuales</i>	Incluidas	Incluidas	<i>Dummies anuales</i>	Incluidas	Incluidas
Constante	-0,02294 (-0,73)	0,00345 (0,21)	Constante	-0,05709 (-1,32)	0,00239 (0,11)
Test de Sargan	0,1836	0,4966	Test de Sargan	0,6712	0,2327
Test autocovarianza residuos orden 2	0,1927	0,7746	Test autocovarianza residuos orden 2	0,5506	0,7118
Nº observaciones (Nº empresas)	5.042 (1.064)	1.668 (500)	Nº observaciones (Nº empresas)	3.934 (914)	1.386 (442)

*: p<.10; **: p<.05; ***: p<.01* Valores z entre paréntesis.

Para ΣEXPORTACIONES $\gamma_{(t-3,t)}$ y ΣINTENSIDAD.EXPORTADORA $\gamma_{(t-3,t)}$ * (**) (***) indica que la hipótesis nula de la suma de coeficientes es cero puede ser rechazada con un nivel de confianza del 10% (5%) (1%). Valores Chi-2 entre paréntesis.

5. Conclusiones

Las pequeñas y medianas empresas juegan un papel cada vez más relevante en la economía mundial en general, y en la española en particular, contribuyendo significativamente a la generación de empleo y riqueza. Por su parte, la internacionalización ha sido reconocida como una de las decisiones estratégicas más relevantes relacionadas con la competitividad de estas empresas. No obstante, hasta el momento la evidencia empírica con respecto a la causalidad entre la realización de exportaciones y la competitividad no es concluyente. Por todo ello, empleando datos de empresas manufactureras españolas, en este trabajo se ha analizado si unos buenos resultados empresariales permiten a las

PYMEs salir al exterior y/o si estas empresas mejoran sus resultados como consecuencia de la exportación.

Los resultados obtenidos muestran una evidencia dispar en cuanto al aprendizaje por la exportación que logran las pequeñas y medianas empresas españolas analizadas. A tenor de los mismos se puede afirmar que estas empresas obtienen ligeras mejoras en su rentabilidad como consecuencia de pasar de vender únicamente en su mercado doméstico a hacerlo también en los mercados internacionales. No obstante, y como es lógico, también se observa que los retornos de la exportación no son inmediatos, sino que debe pasar un cierto tiempo hasta que se materializan las citadas mejoras en la rentabilidad empresarial. Asimismo, se observa que incrementar su compromiso con los mercados internacionales se traduce en un peor desempeño para las PYMEs españolas.

En cuanto a la hipótesis de autoselección se refiere, se ha comprobado que las mejores empresas se autoseleccionan en los mercados de exportación. De acuerdo con nuestros resultados se puede concluir que en el caso español no sólo son las empresas más competitivas las que exportan (siendo importante para ello tanto el nivel actual, como el que se ha logrado durante los años previos), sino que una vez que se han iniciado las actividades de venta internacional unos mejores resultados empresariales también determinan que se exporte en mayor proporción. Adicionalmente, se ha comprobado que las condiciones competitivas del mercado nacional afectan a la influencia de los resultados empresariales sobre el comportamiento exportador. Ante condiciones desfavorables del mercado doméstico, unos buenos resultados empresariales (a corto y medio plazo) pierden relevancia como factor determinante de la decisión de exportación (o de incrementar el volumen de exportación).

Los resultados de esta investigación pueden ser muy relevantes tanto para empresarios y organizaciones empresariales, como para organismos e instituciones públicas encargadas de la promoción y fomento de la internacionalización empresarial. La información que se proporciona podría ser de utilidad para evaluar la adecuación de las medidas de fomento y apoyo a la exportación que se están aplicando, así como para el diseño de nuevas políticas al respecto.

No obstante, hay que tener en cuenta que las conclusiones de este estudio están limitadas al ámbito español. Además, sería interesante comprobar cómo varían las conclusiones del estudio si se toma un horizonte temporal más extenso.

.....

Bibliografía

Arellano, M.; Bond, S. (1991): «Some Tests of Specification for Panel Data: Monte Carlo Evidence and an Application to Employment Equations», *The Review of Economic Studies*, 58, p. 277-297.

Aw, B. Y.; Hwang, A. (1995): «Productivity and the Export Market: A Firm-Level Analysis», *Journal of Development Economics*, Vol. 47, núm. 2, p. 313-332.

Aw, B. Y.; Chung, S.; Roberts, M. J. (2000): «Productivity and Turnover in the Export Market: Micro evidence from Taiwan and South Korea», *The World Bank Economic Review*, Vol. 14, núm. 1, p. 65-90.

Bernard, A. B.; Jensen, J. B. (1999): «Exceptional Exporter Performance: Cause, Effect, or Both?», *Journal of International Economics*, Vol. 47, núm. 1, p. 1-25.

Castellani, D. (2002): «Export Behavior and Productivity Growth: Evidence from Italian Manufacturing Firms», *Weltwirtschaftliches Archiv*, Vol. 138, núm. 4, p. 605-628.

Commission of the European Communities (2003): «Commission Recommendation of 6 May 2003 Concerning the Definition of Micro, Small and Medium-Sized Enterprises (2003/361/EC)», *Official Journal of the European Union*, núm. L 124, 20/05/2003, p. 36-41.

Eriksson, K.; Johanson, J.; Majkgard, A.; Sharma, D. D. (1997): «Experiential Knowledge and Cost in the Internationalization Process», *Journal of International Business Studies*, Vol. 28, núm. 2, p. 337-360.

European Commission (2004): «Observatory of European SMEs 2003/7: SMEs in Europe 2003», Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.

McDougall, P. P.; Oviatt, B. M. (1996): «New Venture Internationalization: Strategic Change, and Performance: A Follow-Up Study», *Journal of Business Venturing*, Vol. 11, núm. 1, p. 23-40.

Ramírez-Alesón, M.; Espitia-Escuer, M. A. (2001): «The Effect of International Diversification Strategy on the Performance of Spanish-Based Firms During the Period 1991-1995», *Management International Review*, Vol. 41, núm. 3, p. 291-315.

Salomon, R. M.; Shaver, J. M. (2005): «Learning by Exporting: New Insights from Examining Firm Innovation», *Journal of Economics & Management Strategy*, Vol. 14, núm. 2, p. 431-460.

Westhead, P.; Wright, M.; Ucbasaran, D. (2001): «The Internationalization of New and Small Firms: A Resource-Based View», *Journal of Business Venturing*, Vol. 16, núm. 4, p. 333-358.