

BIBLIOGRAFÍA

- ACHE (varios años): *Las cadenas hoteleras en España*, Asociación de Cadenas Hoteleras Españolas, Madrid.
- AECIT (1998): "La actividad turística española en 1998", Asociación de Expertos Científicos en Turismo, Madrid.
- AGARWAL, S. (1994): "The life cycle approach and south coast resorts", en COOPER, C. Y LOCKWOOD, A. (Eds.), *Progress in Tourism Recreation and Hospitality Management*, vol. 5, John Wiley, Chichester, pp.194-208.
- AGARWAL, S. (1980): "Determinants of foreign direct investment: a survey", *Weltwirtschaftliches Archiv*, 116, pp.739-773.
- AGARWAL, S.; RAMASWAMI, S.N. (1992): "Choice of foreign market entry mode: impact of ownership, location and internalization factors.", *Journal of International Business studies*, first quarter, pp.1-27.
- AGUILÓ, E. (1992): "El sector turístico. Consideraciones sobre el ciclo y la tendencia", *Papeles de economía española*, núm. 50, pp.329-331, Fundación FIES, Madrid.
- AGUILÓ, E. (1996): "Evolución y expectativas de la actividad turística", en PEDREÑO, A. (1996) (dir.) op.ct.
- AHARONI, Y. Y NACHUM, L. (2000): *Globalization of services, some implications for theory and practice*, Routledge, London.
- AKEHURST, G.; ALEXANDER, N. (1995): "Developing a framework for the study of the internationalization of retailing", *The Service Industries journal*, vol. 15, nº4, pp. 204-220.
- AKHTER, S.H.; LUSCH, F.R. (1991): "Environmental determinants of U.S. Foreign direct investment in developed and developing countries: a structural analysis", *The International Trade Journal*, Vol. V, nº 3.
- ALBAUM, G.; STRANSDSKOF, J.; DUERR, E. DOWD, L. (1989): *International marketing and Export management*, Addison-Wesley, Workingham.
- ALBERTI, F. (1996): "Políticas de expansión empresarial de RIU hoteles", *I Foro Internacional de Turismo de Benidorm*, Fundación Cavanilles Altos Estudios Turísticos, Alicante.
- ALEXANDER, N.; LOCKWOOD, A. (1996): "Internationalization: a comparison of the hotel and retail sectors", *The service industry journal*, pp.458-473. Published by Frank Cass, London.

- ALIBER, R.Z. (1993): *The multinational paradigm*, The MIT Press, Cambridge, Mass.
- ALIBER, R.Z. (1970): "A theory of foreign direct investment", en C.P.KINDELBERGER, (ed.) *The international Corporation*, The MIT Press, Cambridge, Mass.
- ALISEAU, P. (2000): "U.S. based companies provide Latin America with growth", *Hotel and Motel Management*, Duluth, vol. 215, nº1, pp.48-51.
- ALONSO, J.A. (1994): "El proceso de internacionalización de la empresa", *Información Comercial Española*, nº725, enero, pp.127-143.
- ALONSO, J.A. (1999): "La inversión española en América Latina: ¿tiempos de crisis?", *Economistas*, nº80, marzo, pp.163-171.
- ALONSO, J.A.; DONOSO, V. (1996): "Obstáculos a la internacionalización y políticas públicas de promoción. El caso de España.", *Papeles de Economía Española*, nº66, pp.124-43.
- ALONSO, J.A.; DONOSO, V. (1998): *Competir en el exterior: la empresa española y los mercados internacionales*, Instituto Español de Comercio Exterior, Madrid.
- ALTINAY, L. (1999): *The influence and impact of culture on the capital investment decision making. Process in International Hotel Groups*, CHME Conference, University of Surrey, 7-9 April.
- ANDERSON, E.; GATIGNON, H. (1988): "Modes of market entry: a transaction cost analysis and propositions", *Journal of International Business Studies*, nº17, pp.1-26.
- ANDERSON, E.; COUGHLAN, A.T. (1987): "International market entry and expansion via independent of integrated channels of distribution", *Journal of Marketing*, nº 51, pp.71-82.
- ANDERSON, E.; GATIGNON, H. (1986): "Modes of foreign market entry: a transaction cost analysis and propositions", *Journal of International Business Studies*, pp.1-26.
- ANDERSSEN, O. (1993): "On the internalization process of firms: a critical analysis", *Journal of International Business studies*. Second quarter, pp.209-231.
- ICEX (2000): "Internacionalización turística de la empresa española. Un reto con futuro", *El Exportador*, abril., pp.7-17, Instituto de Comercio Exterior, Madrid.

- ARROW, K.J. (1962): "Economics welfare and the allocation of resources for invention", en NATIONAL BUREAU OF ECONOMIC RESEARCH: *The rate and direction on incentive activity: Economic and social factors*, Princenton University Press, Princenton.
- AXELSSON, B.; EASTON, G. (1992): *Industrial networks: a new view of reality*, London: Routledge.
- AYAL, I. (1981): "International product life cycle: a reassessment and product policy implications", *Journal of Marketing*, vol. 45. pp. 91-96.
- BAILEY, J.; CLARKE-HILL, C.; ROBINSON, T. (1995): "Towards a taxonomy of international retail alliances", *The Service Industries Journal*, vol.15, nº4.
- BAILEY, M. (1999): "Update on Asia's hotel sector", *TTL, Travel and Tourism Analyst*, nº3, pp.61-83.
- BAJO, O.; SOSVILLA, S. (1992): "Un análisis empírico de los determinantes macroeconómicos de la inversión extranjera directa en España, 1961-1989", *Moneda y Crédito*, nº194, pp.107-148.
- BANCO MUNDIAL (1999): *World Bank Atlas*, Washington, D.C.
- BANCO MUNDIAL (1999) *World Development Indicators*, Washington, D.C.
- BARLETT, C; GHOSHAL, S. (1991): *La empresa sin fronteras. La solución transnacional*, McGraw Hill. HBS Press.
- BAUM, T Y MUDAMBI, R. (1995): "An empirical analysis of oligopolistic hotel pricing", *Annals of Tourism Research*, vol.22, nº3, pp.501-516.
- BAUM, T; MUDAMBI, R. (1996): "Attracting hotel investment: insights from principal-agent theory", *Hospitality Research Journal*, vol. 20, nº2.
- BDO HOSPITALITY CONSULTING (varios años): *Industria hotelera en España*, BDO Hospitality Consulting, Madrid.
- BEATTIE, R. (1991): "Hospitality internationalization: an empirical investigation", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol. 3, nº4, pp.14-20 MCB University Press.
- BEATTIE, R. (1993): *Internationalization trends in the European hospitality industry with specific reference to hotel companies*, Dissert. Napier University, Edimburgo, Reino Unido.
- BECKER, K. ; ROSENBLOOM, B. (1991): "Problemas en el desarrollo de canales de distribución de servicios en los mercados internacionales.", *Información Comercial Española*, nº 692, abril, pp.51-66.

- BELL, C.A. (1993): "Agreements with chain-hotel companies", *Cornell Hotel and Restaurant Association Quarterly*, February, vol.34, nº1, pp.27-33, Cornell University.
- BENITO, I. (1998a): *Hotel chains international development: Group Sol Melia and Queens Moat Houses PLC*, MSc. Sheffield Hallam University.
- BENITO, I. (1998b): "De propietarios a operadores turísticos internacionales", *Congreso Internacionalización de empresas turísticas*, Menorca. 15-17 septiembre
- BENITO, I. (1998c): "Estrategias de desarrollo internacional en el sector hotelero", *Congreso Internacionalización de empresas turísticas*, Menorca. 15-17 septiembre
- BENNETT, O. (1994): "Financing for tourism projects in developing countries", en PEARCE, D. ET AL.(dir): *Tourism: The State of the arts*, pp.31-40.
- BERGSTEN, C.F.; GRAHAM, E.M. (1992): "Needed: new international rules for foreign direct investment.", *The International Trade Journal*, vol. VII, nº1, pp.15-44.
- BERMAN, S. (1998): "Tapping into deal flow. Enticing partners into development deals remains the hardest part about hotel prospecting in Latin America.", *Hotels: the magazine of the world-wide hotel industry*, IHRA, October, pp.58
- BERTRÁN, J. (1994): *Marketing internacional y exportación*, Ediciones Gestión. 2000. S.A.
- BESCOS, M; CREMADES, B; TOMAS, V.; DURÁN, J.J. (1987): *Establecimiento de la empresa en el exterior*, Banco Exterior de España. Servicio de Estudios Económicos.
- BHAGWATI, J. (1976): *La economía y el orden mundial en el año 2000*, Siglo veintiuno editores, S.A.
- BHAGWATI, J. (1991): *Political Economy and International Economics*, Ed. Douglas A. Irwin. The MIT Press.
- BJÖRKMAN, I.; FORSGREN, M. (1997): *The nature of the international firm*, Handelshojkskolens Forlag, Copenhagen Business School Press.
- BLANES CRISTÓBAL, J.V. (1995): "Determinantes del comercio intra-industrial en manufacturas de España con la Comunidad Europea (1983-1990)", *Documentos del Departament d'Economia Aplicada*. Universidad Autónoma de Barcelona.

- BLANKENBURG, D.; JOHANSON, J. (1997): "Business network connections and the atmosphere of international business relationships", en BJÖRKMAN, I.; FORSGREN, M., (1997) op.ct.
- BLOMSTRÖM, M.; LIPSEY, R.E. (1991): "Firm size and foreign operations of multinationals", *Scandinavian Journal of Economics* 93(1), 101-107.
- BLOMSTRÖM, M; ZEJAN, M. (1991): "Why do multinational firms seek out joint ventures?", *Journal of International Development*, vol.3, nº1, pp.53-63.
- BLOMSTRÖM, M; ZEJAN, M. (2000): "Modes of International Investment", en BLOMSTRÖM, M. ET. AL.: *Foreign direct investment. Firm and host countries strategies*, MacMillan Press, London.
- BLUM, S.C. (1997): "Current concerns: a thematic analysis of recent hospitality industry issues", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 9/7, pp.350-361, MCB University Press.
- BODDEWYN, J.J.; HALBRICH, M.B.; PERRY, D.C. (1986): "Services multinationals: conceptualization, measurement and theory", *Journal of International Business studies*, vol. 17, pp. 41-58.
- BODLENDER, J. (1995): "The case of the hotel industry", en *Seminar on GATS implications for tourism*, Organización Mundial de Turismo, Milan, pp.108-112.
- BOTE GÓMEZ, V; SINCLAIR, M.T. (1993): "Integration in the tourism industry: a case study approach", en SINCLAIR, T.M.; STABLER, M.J. (1993) *The tourism industry: an international analysis*. CAB International.
- BOTE V.; VALENZUELA, M.; SINCLAIR, T. ; SUTCLIFFE, C. (1991): "Vertical integration in the Spanish/English tourism industry", *Leisure Studies Association International Conference*, pp.80-95.
- BOTE, V. (1993): "La necesaria revalorización de la actividad turística española en una economía terciarizada e integrada en la CEE", *Estudios Turísticos* nº 118, pp.5-26, Instituto de Estudios Turísticos, Madrid.
- BOU GELI, J; DE CAMBRA BASSOLS, J. (1998): "Efectos de la reestructuración turística en el empleo y las relaciones laborales en Varadero (Cuba)", *VI Jornadas de Economía Crítica*. Marzo, Málaga.
- BRAY, R. (1996): "The package holiday market in Europe", *E.I.U. Travel and Tourism analyst*, nº4, pp.51-71.
- BRICKLEY, J.; DARK, F. (1987): The choice of organizational form. The case of franchising, *Journal of Financial Economics*, nº18, pp.401-420, North Holland.

- BROADMAN, H. (1994): "The Uruguay Round accord on international trade and investment in services", *The World Economy*, vol.17, nº3, pp.281-293.
- BRUGEUGH, S.G. (1987): "Determinants of direct foreign investment", *The review of economics and statistics*, vol.69, nº4, pp.149-152.
- BUCKLEY Y CASSON (1976): *The future of multinational enterprises*, MacMillan, segunda edición (última versión de 1991).
- BUCKLEY, P. (1989): "Foreign direct investment by small and medium sized enterprises: the theoretical background", *Small Business Economics*, nº1, pp.89-100
- BUCKLEY, P.; CASSON, M. (1992): *Multinational Enterprises in the world economy. Essays in honor of John Dunning*, Edward Elgar Publishing, Vermont.
- BUCKLEY, P.; CASSON, M.C. (1998): "Analyzing foreign market entry strategies: extending the internalization approach", *Journal of International business Studies*, vol.29, 3. Pp.:539-562.
- BUCKLEY, P.; PASS, C.; PRESCOTT, K. (1992): "The internationalization of service firms: a comparison with the manufacturing sector", *Scandinavian International Business Review*, n1, vol.1, pp.39-57.
- BUCKLEY, P.J. (1987): "Tourism-an economic transaction analysis", *Tourism Management*, vol.8-nº3, pp.190-194, Butterworth & Co Publis. Ltd.
- BUCKLEY, P.J. (1995): *Foreign direct investment and multinational enterprise*, Edith Penrose. Reino Unido.
- BUCKLEY, P.J. (1988): "The limits of explanations: testing the internalization theory of the multinational enterprise", *Journal of International Business studies*, summer, vol. XIX, pp.181-93.
- BUCKLEY, P.J. (1983): "New forms of International Industrial Co-operation", *Aussenwirtschats*, 38, pp.195-122.
- BUCKLEY, P.J.; BROOKE, M. (1988): "Foreign investment", en *Handbook of International trade*, McMillan Pub., Basingstoke, pp.203-254.
- BUCKLEY, P.J.; CASSON, M. (1988): "A theory of international corporation cooperation", en CONTRACTOR, F.; LORANGE, P. (eds.), *Cooperative strategies in international business*, Lexington, Mass.
- BUCKLEY, P.J.; MUCCHIELLI, J-L (1996): *Multinational firms and international relocation*, Edward Edgar, London.

- BUHALIS, D. (1997): "The virtual tourism enterprise: concepts, practices and lessons", *III Foro Internacional de Turismo de Benidorm: El turismo en la era de la globalización*, Fundación Cavanilles, Alicante.
- BUIGUES, P. Y JACQUEMIN, A. (1992): "Inversión extranjera directa y exportaciones en el Mercado Común: aspectos teóricos, empíricos y de política económica", *Moneda y Crédito*, nº194, pp.59-99.
- BUISAN, A. (1997): *El sector exterior en España*, Banco de España. Servicio de Estudios. Estudios Económicos, nº 60
- BULL, A. (1994): *La economía del sector turístico*, Alianza Ed., Sección Economía, Madrid.
- BULL, A. (1990): "Australian Tourism: effects of foreign investment", *Tourism Management*, dec. 1990, pp.325-331, Butterworth & Co Publis. Ltd.
- BURGESS, C.; HAMPTON, A.; PRICE, L.; ROPER, A. (1995): "International hotel groups: what makes them successful?", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol.7, nº2/3, pp.74-80, MCB University Press.
- BUTLER, R.W. (1980): "The concept of the tourist area cycle of evolution; implications for management of resources", *Canadian Geographer*, nº24, pp.5-12.
- BYWATER, M. (1998): "Who owns whom in the European travel industry", *E.I.U Travel and tourism analyst*, nº3, pp.41-59.
- CALDERÓN, A. (1999): "El boom de la inversión extranjera directa en América Latina y el Caribe: el papel de las empresas españolas", *Economistas* nº81, septiembre, pp.24-35.
- CALDERÓN, A.; MORTIMORE, M.; PERES, W. (1996): "Mexico: foreign investment as a source of international competitiveness", en DUNNING, J.N.; NARHULA, R.(dir.) *Foreign Direct Investment and Government: catalyst for economic restructuring*, Routledge, Reino Unido
- CALS, J. (1974): *Turismo y política turística en España. Una aproximación*, Ed. Ariel, Madrid.
- CALS, J. (1986): "Turismo y territorio: los términos de una dialéctica", en VV.AA.: *Ecología, economía y turismo en el Mediterráneo*, pp. 153-162, Ayuntamiento de Benidorm y Universidad de Alicante, Alicante.
- CALVET, A. L. (1981): "A synthesis of foreign direct investment theories and theories of the multinational firm", *Journal of International Business Studies*, nº12, pp.43-59.

- CALVET, A.L. (1982): "Mergers and the theory of foreign direct investment", en RUGMAN, A. (1982a) op.ct.
- CALLAN, R.J. (1998): "An attributional approach to hotel selection. Part 2: The customer's perception.", *Progress in tourism and hospitality research*, 4, pp. 67-84.
- CALLEJO, J. (1998): "Sobre el uso conjunto de prácticas cualitativas y cuantitativas", *Revista Internacional de Sociología*, nº21, sep-dic, pp. 101-126
- CALLOT, P. (1997): "Internationalization of the tourist enterprise", *III Foro Internacional de Turismo de Benidorm. El turismo en la era de la globalización*, Fundación Cavanilles, Alicante.
- CALLOT, P. (1997): "De l'internationalisation des entreprises de l'hotellerie et de la restauration", *Espaces* 144, abril, pp.19-24.
- CALLOT, P. (1999): "Un marche trop emiette pur etre international", *Hotellerie-tourisme, loisirs, environnement*, nº157, pp.37-41
- CAMISÓN, C. (1998): "El sector hotelero en la Comunidad Valenciana: cadenas frente a hotelería independiente", *Revista Valenciana de Estudios Autonómicos*, nº25, pp.197-116.
- CAMPA, J.M. Y GUILLÉN, M. (1996b): "Spain: a boom from economic integration", en DUNNING, J.N.; NARHULA, R.(eds.) *Foreing Direct Investment and Government: catalyst for economic restructuring*, Routledge, Reino Unido
- CAMPA, J.M. Y GUILLÉN, M.F. (1996a): "Evolución y determinantes de la inversión directa en el país extranjero por las empresas españolas.", *Papeles de Economía*, nº 66, pp.235-247.
- CAMPBELL, A.J.; VERBEKE, A. (1994): "The globalization of service multinationals", *Long Range Planning*, nº2, vol.27, pp.92-102.
- CANALES CERÓN, A: (1998): "Sobre la globalización: Propuestas conceptuales y desafíos metodológicos", *Alternatives for regional development on the context of NAFTA and the globalization process*, Inst.
- CANALS, J. (1994): *La internacionalización de la empresa. Cómo evaluar la penetración en mercados exteriores*, McGraw-Hill, Madrid.
- CANALS, J. (1992): *L'internacionalització*, Departament d'Industria, Generalitat Catalunya, Barcelona.
- CANTWELL, J. (1988): "Los factores determinantes de la internacionalización de las empresas", *Información Comercial Española*, octubre, nº662, pp.17-31.

- CANTWELL, J. (1995): "La globalización de la tecnología ¿qué queda del modelo del ciclo de vida del producto?", *Economía Industrial*, nº305, pp.33-48.
- CARLSON, E. (1970): "International Growth of Western International Hotels", *University of Whashington Business Review*, spring, pp.5-94.
- CASSON (1979): *Alternatives to multinationals*, MacMillan, London.
- CASSON (1985): "Alternative contractual arrangements for technology transfer: new evidence from business history", *International Investment and Business Studies*, nº95.
- CASSON, M. (1982): "Transaction costs and the theory of the multinational enterprise", en RUGMAN, A.(1982a) op.ct.
- CASSON, M. (1987): *The firm and the market*, Oxford, Basil Blackwell
- CASSON, M.; BUCKLEY, P.J. (1996): "An economic model of International Joint-ventures strategy", *Journal of International business studies*, special issue nº27, vol.5, pp.849-876.
- CASSON, M; WADESON, N. (1998): "Communication costs and the boundaries of the firm", *International journal of the Economics of Business*, vol.5, nº12, pp.5-27
- CASTILLO PÉREZ, P. (1994): "Inversión extranjera y código tributario en la República Dominicana", I *Foro Internacional de Turismo de Iberoamérica y las Islas Baleares*. Col.legi Oficial D'arquitectes.
- CAVES, E. Y MEHRA, K. (1986): "Entry of foreign multinational into U.S. manufacturing industries", en PORTER, M.E. (ed.) (1986) op.ct.
- CAVES, R. (1994): "Patterns of competition.", en FRISCHTAK, C.; MEWFARMER (eds.) *Transnational Corporations: market structure and industrial performance*. Roulledge, New York.
- CAVES, R. (1971): "International corporation: the industrial economic of foreign investment", *Economica*, nº38, pp.1-27
- CAVES, R. (1982): "Multinational enterprises and technology transfer", in RUGMAN, A. (1982a) op. ct.
- CAVES, R.E. (1974): "Causes of direct investment: foreign firms shares in Canadian and United Kingdom manufacturing industries", *Review of Economics and Statistics*, nº56, 279-93.

- CAVUSGIL, S.T. (1982): "Differences among exporting firms based on their degree of internationalization", *Journal of Business Research*, vol. 12, nº2, pp.195-208.
- CAVUSGIL, S.T. (1982): "Some observations on the relevance of the critical variables for internationalization stages", en *Export Management*, Czinkota, M.R. (ed.), New York: Praeger, pp.276-286.
- CAVUSGIL, S.T. (1980): "On the internationalization process of firms", *European Research*, nº8, vol.6, pp- 273-281.
- CELI, P. (1995): "Impact of GATS on tourism", en *Seminar on GATS implications for tourism*, Organización Mundial del Turismo, Milán.
- CERVERÓ; GOMES (1992): "La internacionalización de la inversión turística", *I Simposio internacional de Turismo en Cataluña*. ESADE, Barcelona, Tomo I.
- CHATFIELD, C.; COLLINS, A.J. (1980): *Introduction to multivariate analysis, Science Paperbacks*, Chapman and Hall Ltd.
- CICIC, M; PATTERSON, P.; SHOHAM, A. (1999): "A conceptual model of the internationalization of services firms", *Journal of Global Marketing*, vol.12, nº 3, pp.81-104.
- CLIFTON, W.J.; JOHNSON, K. (1994): "A structural analysis of the European hotel sector: a simple case of deja vu", *International Journal of Contemporary hospitality management*, vo.6, nº4, pp.vii-viii, MCB University Press.
- CLINE, R. (1999): "Private capital seeking hospitality returns", *Lodging hospitality*, vol.55, nº13, pp.45-48.
- CLINE, R. (1997): *The challenge facing the hospitality industry*, Urban Land, may, pp.5-13.
- COASE, R. (1937): "The theory of the firm", *Economica*, vol.4, pp. 386-405.
- COCKERELL, N. (1999): "Short-term trends and key issues in the tourism industry", *TTL, Travel and Tourism Analyst*, nº6, pp.65-77.
- COHEN, W; LEVINTHAL,D. (1990): "Absorptive capacity: a new perspective on learning and innovation", *Administrative Science Quarterly*, vol. 35, nº1, pp.128-52.
- CONNELL, J. (1997): "International hotel franchise relationships-UK franchisee perspectives", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 9/5/6, pp. 215-220, MCB University Press.

- CONNELL, J. (1997): "Generating grounded theory from qualitative data: the application of inductive methods in tourism and hospitality management research", *Progress in Tourism and Hospitality Research*, vol.3, 165-177.
- CONNER, F. (1999): "Big opportunities and small hotels", *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, vol. 40, n°4, pp.13-19, Cornell University.
- CONSEIL NATIONAL DU TOURISME (1999): *Le financement du tourisme et de l'hôtellerie en période de mutation*, Ministère de l'Équipement, des Transports et du Logement, Paris.
- CONTRACTOR, F. J. (1990): "Contractual and cooperative forms of international business: towards a unified theory of modal choice", *Management International Review*, vol.30, n°1., pp.31-54.
- CONTRACTOR, F. J.; KUNDU, S. K. (1998a): "Modal Choice in a world of alliances: analyzing organizational forms in International Hotel Sector.", *Journal of International Business Studies*, vol.29-n°2, pp.325-357.
- CONTRACTOR, F. Y KUNDU, S. (2000): "Globalization of hotel services. An examination of ownership and alliance patterns in a maturing service sector", en AHARONI, Y.; NACHUM, L.; op. ct.
- CONTRACTOR, F.; KUNDU, S.K. (1998b): "Franchising versus company-run operations: modal choice in the global hotel sector", *Journal of International Marketing*, vol.6, n°2, pp.28-53. John Wiley & Sons.
- CONTRACTOR, F.J. (1985): "A generalized theorem for joint venture and licensing negotiations", *Journal of International Business*, n°16, vol. 3, pp.23-50.
- CONTRACTOR, F; KUNDU, K. (1995): "Explaining variation in the degree of internationalization across firms: the case of the hotel industry", *Journal of International Management*, spring, vol. 1, n°1, pp.87-123. John Wiley & sons.
- COOPER, C.P. Y JACKSON, S. (1989): "Destination life cycle: the Isle of Man case study", *Annals of Tourism Research*, n°19, vol. 3.
- COSTA, J.; ECCLES, G.; TEARE, R. (1997): "Trends in hospitality: academic and industry perceptions", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 9/7, pp. 285-294, MCB University Press.
- COVIELLO Y MARTIN (1999): "Internationalization of service SMEs: an integrated perspective from the engineering consulting sector", *Journal of International Marketing*, vol.7, n°4, pp.42-66. John Wiley & sons.

- COVIELLO, N. Y MCAULEY, A. (1999): "Internationalization and the smaller firm: a review of contemporary empirical research", *Management International Review*, third quarter, vol. 39, nº3, pp.223-255.
- COWLING Y SUGDEN (1987): "Market exchange and the concept of Transnational Company", *British Review of Economic Issues*, vol. 9; pp.57-68.
- CRAWFORD-WELCH, S.; TSE, E. (1990): "Mergers, acquisitions and alliances in the European hospitality industry", *International Journal of Contemporary hospitality management*, pp.10-16. MCB University Press.
- CROSTON, F.; ROBINSON, S. (1996): "Setting the agenda for success in hospitality: the convergence of owners, operators and customers", *Hospitality and leisure executive report*, Amsterdam. Arthur Andersen, vol.3, nº4, pp.6-12
- CUERVO, A. (1999): "Razones para las fusiones y adquisiciones: factores organizativos y factores no explícitos como determinantes del éxito", *Economistas*, nº82, diciembre, pp.20-31.
- CULLEN, P. (1997): *Economics for hospitality management*, International Thomson Business Press, Reino Unido.
- CURWEN, P.J. (1976): *The theory of the firm*, McMillan, London
- CHAN, S. (1995): *Foreign Direct Investment in a changing global political economy*, MacMillan International Political Economy Series.
- CHANG, W.W.; CHEN, F. (1994): "Vertically related markets: export rivalry between DC and LDC firms", *Review of International Economics* 2(2), pp.131-142.
- CHEKITAN, D.S; KLEIN, S. (1993): "Strategic alliances in the hotel industry", *Cornell H.R.A. Quarterly*, pp.42-45, Cornell University.
- CHOI, S.R.; TSCHOEGL, A.E.; YU, C.M. (1986): "Banks and the world's major financial centers, 1970-1980", *Weltwirtschaftliches Archiu*, pp.48-64.
- CHON, K.S.; SINGH, A. (1993): "Current economic issue facing the US lodging industry", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol.5, nº3, pp.3-9, MCB University Press.
- DANIELS, J.; OGRAM, E. & RADEBAUGH, L. (1976): *International business: environments and operations*, Addison-Wesley, Reading.
- DANIELS, R; THRIFT, N; LEYSON, A. (1989): Internationalisation of Professional Producer Services: Accountancy Conglomerates, en ENDERWICK, P. (1989) (dir.) op.ct.

- DAVÉ, (1984): "US multinational involvement in the international hotel sector", *Service Industry Journal*, pp.48-63. Published by Frank Cass, London.
- DAVIDSON, W. (1980): "The location of foreign direct investment activity: country characteristics and experience effects", *Journal of International Business Studies*, fall, pp.9-23.
- DAVIDSON, W. (1982): *Global Strategic Management*, Ronald Press Publication
- DAWSON, J. (1994): "Internationalization of Retailing Operations", *Journal of Marketing Management*, nº10-pp.267-282.
- DE LA DEHESA, G. (2000): *Comprender la globalización*, Ed. Alianza, Madrid.
- DE LA FUENTE, J.M; GALÁN, J.I.; SUÁREZ, I. (1999): "La internacionalización de la empresa castellano-leonesa", *Boletín Económico del ICE*, nº2629, pp.11-20.
- DE MELLO L.R.; SINCLAIR, M.T. (1995): "Foreign direct investment, joint ventures and endogenous growth", *Studies in economics*, nº13, pp.1-17.
- DELGADO, J.M.; RAMÍREZ, M.; ESPITIA, M.A. (1999): "Comportamiento inversor de las empresas españolas en el exterior", *Información Comercial Española*, nº 780, pp.101-112.
- DENIA, A.; HIDALGO, M. (1991): "Actividades turísticas en España: análisis de las series de turistas y divisas y estudio de la crisis 1.989-90", en VV. AA.: *Apertura e internacionalización de la economía española*, Economistas Libros, Madrid.
- DENT, C.M. (1997): "Global and regional interdependence: the context of European challenge.", en DENT, M.C.(ed.) *The European economy. The global context*. Routledge. London and New York.
- DESINANO, P.; VIGO, C. (1994): "Developing information technology options in the hotel industry: the value chain approach.", *Tourism: The State of the arts*, PEARCE, D. ET AL.(dir.), pp.274-282.
- DILON, W. GOLDSTEIN, M. (1984): *Multivariate analysis. Methods and applications*, Wiley Series, NY.
- DEVAS, E. (1997): "Hotels in the Caribbean", *E.I.U. Travel and Tourism Analyst*, nº2, pp. 57-76. Economist Intelligent Unit.
- DICKENS, P. (1992): *Global Shift: the internationalization of economic activity*, Paul Chapman Publishing, London.
- DICKENS, P. (1998): *Global Sift*, Paul Chapman Publishing, London.

- DICKINSON, C. (1998): "Latin America market opportunities", *Lodging Hospitality*, vol. 54, nº 5, Cleveland, May, pp.9-15.
- DICKINSON, C.; CHONG-HON, G. (1999): "Hospitality industry trends in the Caribbean and in Latin America", *Lodging Hospitality*, vol. 55, nº6. Cleveland, pp.6-8.
- DONOSO, V. (1999): "Globalización y comercio internacional", *Economistas* nº 80, marzo, pp.122-131.
- DREXL, C.; AGEL, P. (1987): "Touoperators in West Germany", *EIU Travel and tourism analyst*, may, pp.29-43.
- DUMAN, F.; LITTELJOHN, D. (1999): "Searching for hotel chain competencies - a methodological approach", *CHME Conference*, University of Surrey, 7-9 April
- DUNNING, J. (1993): *Multinational Enterprises and the global economy*, Addison-Wesley, Reading.
- DUNNING, J. (1983): "Market power of the firm and international transfer or technology", *International Journal of Industrial Organization*, nº1, 333-351.
- DUNNING, J. (1995): "Revisión del paradigma ecléctico en una época de capitalismo de alianzas", *Economía Industrial*, nº305, pp.15-32
- DUNNING, J. (1977): "Trade location of economic activity and multinationals: a search for an eclectic approach", OHLIN, P.O. HESSELBORN Y P.M. WIJKMAN, (eds.), *The International Allocation of economic activity*, Macmillan, London.
- DUNNING, J. (1980): Towards an eclectic theory of international production: some empirical test, *Journal of International Business Studies*, spring/summer, pp.9-31.
- DUNNING, J. (1982c): "Non-equity forms of foreign economic involvement and the theory of international production", *International Investment and Business Studies*, nº59.
- DUNNING, J. ; McQUEEN, M. (1982a): "The eclectic theory of the multinational enterprise and the international hotel industry", *New Theories of multinationals* Rugman A.M (Ed.). (1982a).
- DUNNING, J. ; McQUEEN, M. (1982b): "Multinational Corporations in the international hotel industry", *Annals of Tourism Research*, vo.9, pp.69-90

- DUNNING, J.; MCQUEEN, M. (1981b): "The eclectic theory of international production: a case study of the international hotel industry", *Managerial and Decision Economics*, 2 (December), pp.197-210.
- DUNNING, J.; MCQUEEN, M. (1981a): *Transnational Corporations in the International Tourism*, UNCTC, New York
- DUNNING, J.; NORMAN, G. (1983): "The theory of the multinational enterprise: an application to multinational office location", *Environment and Planning A*; vol. 15, pp.675-692.
- DUNNING, J.; NORMAN, G. (1987): "The location choice of offices of international companies", *Environment and Planning A*, vol.19, pp.613-631.
- DUNNING, J.H. (1989): "Multinational enterprises and the growth of services: some conceptual and theoretical issues", *The Service industry journal*, vol.9, pp. 5-39. Published by Frank Cass, London.
- DUNNING, J.H. (1988a): "The eclectic paradigm of international production: restatement and some possible extensions", *Journal of International Business studies*, spring, pp.1-31.
- DUNNING, J.H. (1996): "Explaining foreign direct investment in Japan: some theoretical insights", YOSHITOMI, M; GRAHAM, E.M. (Ed.): *Foreign Direct Investment in Japan*.
- DUNNING, J.H. (1988b): *Explaining international production*, Unwin Hyman, London
- DUNNING, J.K. (1974): *Economic Analysis and the Multinational Enterprise*, London George Allen and Unwin.
- DUNNING, J.K. ; KUNDU, S.K. (1995): "The internationalization of the hotel industry: some new findings from a field study.", *Management International Review*, vol. 35, n°2, pp.101-133.
- DUNNING, J.N.; NARHULA, R. (1996): "The investment development path revisited. Some emerging issues", in DUNNING, J.N.; NARHULA, R. *Foreign Direct Investment and Government: catalyst for economic restructuring*, Routledge, Reino Unido.
- DURÁN HERRERA, J (1995): "Estrategia de localización de la empresa multinacional española", *Economía Industrial*, n°306; pp.15-26
- DURÁN HERRERA, J.J. (1997): "Sol-Meliá. Un nuevo Paradigma en la gestión hotelera.", en DURÁN HERRERA, J.J., *Multinacionales españolas II. Algunos casos relevantes*, Ed. Pirámide, Madrid.

- DURÁN HERRERA, J.J. (1994): “Factores de competitividad en los procesos de internacionalización de la empresa.”, *Información Comercial Española*. N° 735, noviembre, pp.21-41.
- DURÁN HERRERA, J.J. (1992): “Cross-Direct Investment and technological capability of Spanish domestic firms.”, CANTWELL, J. (ed.) *Multinational Investment in modern Europe*, pp.214-255.
- DURÁN HERRERA, J.J. (1999): “La fiscalidad de la empresa multinacional”, *Información Comercial Española*, marzo-abril, nº777, pp.113-124.
- DURÁN HERRERA, J.J. (1996): “La empresa multinacional española: estrategias de localización”, en Durán Herrera J.J: *Multinacionales españolas I*. Ed. Pirámide, Madrid.
- DURÁN, J.J. (1984): “Configuración de una teoría económica de la empresa multinacional”, *Información Española*, nº 616, pp.9-26.
- DWYER, L.; FORSYTH, P. (1994): “Foreign tourism investment: motivation and impact”, *Annals of Tourism Research*, vol.21, nº3, pp.512-37
- DWYER, R.F.; OH, S. (1988): “A transaction cost perspective on vertical contractual structure and interchannel competitive strategies”, *Journal of Marketing*, nº52, pp. 21-34.
- EADINGTON, W.; REDMAN, M. (1991): “Economics and Tourism”, *Annals of Tourism Research*, vol.18, pp.41-56.
- EAST, (1994): “Homogeneous Products, the future of established resorts”, en THEOBALD, W. (ED.), (1994) op.ct.
- EDGELL, D. (1995): “A barrier-free future for tourism”, *Tourism management*, vol. 16, nº2, pp.107-110, Butterworth & Co Publis. Ltd.
- EDITUR (varios años): *Editur*, Ediciones Turísticas S.A., Madrid
- EDVARDSSON, B.; L. EDVINSSON; H. NYSTROM (1993): “Internationalization in service companies”, *The service industries journal*, vol. 13, nº1, pp. 80-97.
- E.I.U. (1995): *The International Hotel industry*, The Economist Intelligent Unit.
- E.I.U. (1997): “Improvement for Spanish hotels, but cost still high”, *Travel Industry monitor*, The Economist Intelligent Unit.
- ENDERWICK, P. (1992): “The scale and scope of service sector multinationals”, BUCKLEY Y CASSON (eds.) (1992) op.ct.
- ENDERWICK, P. (1989)(dir.): *Multinational service firms*, Routledge, N.Y.

- ENDERWICK, P. (1989): "Multinational Contracting", en ENDERWICK, P. (1989)(dir.), op.ct., pp.133-151.
- ERAMILLI, M.K.; RAO, C.P. (1993): "Service firms international entry mode choice: a modified transaction-cost analysis approach", *Journal of Marketing*, nº57, pp.19-38
- ERNEST AND YOUNG (1998): "*Indicadores económicos en la industria hotelera española*", Ernest and Young, Madrid.
- EROGULU, S. (1992): "The internationalization process of franchise systems: a conceptual model", *International Marketing Review*, vol.9, nº5, pp.19-30.
- ERRAMILLI, M.K. (1991): "The experience factor in foreign markets entry behavior of services firms", *Journal of International Business studies*, vol.22, nº3, pp. 479-502
- ERRAMILLI, M.K.; RAO, C.P. (1990): "Choice of foreign market entry modes by service firms: role of market knowledge", *Management International Review*, vol.30, nº2, pp. 135-150
- ERRAMILLI, M.K.; SOUZA, D.E. (1993): "Venturing into foreign markets: the case of the small service firm", *Entrepreneurship theory and practice*, vol. 17, pp.29-41.
- ESPASA, A. (1996): "Características de la demanda en los estudios econométricos sobre el turismo e implicaciones de política económica y de estrategia empresarial", *Información Comercial Española*, nº749.
- ESPASA, A.; GÓMEZ-CHURRUCA, R.; JAREÑO, J. (1990): "Los ingresos por turismo en la economía española: evolución reciente y análisis causal", *Boletín Económico del Banco de España*, enero.
- ESPINA, A. (1995): "La internacionalización de la empresa española. El caso de Acerinox", *Economía Industrial*, nº306, pp.27-49.
- ESPINOSA, O. (2000): "Políticas y oportunidades del sector turístico", *Economía Exterior. Estudios de la revista de Política Exterior sobre la Internacionalización de la economía española*, nº12, pp.45-51.
- ESTADÍSTICAS INFORMATIVAS (varios años): "Inversiones españolas en el exterior y extranjeras en España", *Boletín Económico del ICE*, varios números.
- ESTEFANÍA, J. (1996): *La nueva economía. La globalización*, Ed. Debates S.A.

- ESTEVE SECALL, R. (1991): "Perspectivas del turismo en la década de los noventa", en VV. AA., *Apertura e internacionalización de la economía española*. Economistas libros, Madrid.
- EVANS, N. Y STABLER, M. (1995): "A future for the package tour operation in the 21st century", *Tourism Economics*, vol.1, nº3, pp.245-263.
- EYSTER, J. (1977): "Factors influencing the adoption of management contracts in the lodging industry", *The Cornell H.R.A. Quarterly*, February, pp.17-26, Cornell University.
- EYSTER, J. (1993): "The revolution in domestic management contracts", *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, vol. 34, nº1, pp.16-26, Cornell University.
- FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES (varios años): *El sector hotelero en España*, FEH, Madrid.
- FENELON, R. (1990): "The European and International hotel Industry", *Horwath book of tourism*. London Horwath Consulting. pp.185-193.
- FERNÁNDEZ, Z. (1999): "Banca, energía, telecomunicaciones: la nueva estructura de los "núcleos duros" de la economía española", *XIV Jornadas de Economía Española*, Universidad de Alicante, Alicante.
- FIGUEROLA PALOMO, M. (1993): "Políticas empresariales para el sector hotelero", *Estudios Turísticos*, nº118, pp.27-49.
- FLADMOE-LINDQUIST, K.; JACQUES, L. (1995): "Control modes in international service operations: the propensity to franchise", *Management Science*, nº41(7), pp.1238-1249.
- FLOWERS, B.E. (1976): "Oligopolistic reactions in European and Canadian direct investment in the United States", *Journal of International Business Studies*, vol.7, nº2, pp.43-55.
- F.M.I. (varios años): *World Economic Outlook*, Fondo Monetario Internacional.
- F.M.I. (varios años): *Estadísticas Financieras Internacionales*, Fondo Monetario Internacional.
- FONTRODONA, J.; HERNÁNDEZ, J.M. (1997): "Les multinationals industrials catalanes", *Papers de Economia industrial*. Generalitat de Catalunya.
- FRITS, P.K. (1987): "Understanding services complexities", *Transnational Data and Communications Report*, mayo, pp.10-11.
- FROOT, K. (1993): *Foreign direct investment*, National Bureau of Economic Research

- GAEDAKE, R. (1973): "Selected U.S. multinational service firms in perspective", *Journal of International business studies*, pp. 61-66.
- GALBRAITH, C.S.; KAY, N.M. (1986): "Towards a theory of multinational enterprise", *Journal of economic behavior and organization*, nº 7, pp.3-19, North Holland.
- GALLAGHER, M.; MANSOUR, A. (2000): "An analysis of hotel real estate market dynamics", *Journal of Real Estate Research*, vol. 19; nº ½, pp.133-164.
- GANNON, J.; JOHNSON, K. (1997): "Socialization control and market entry modes in the international hotel industry", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 9/5/6. Pp. 193-198, MCB University Press.
- GARCÍA C.E. (1996): "La internacionalización de los servicios: modalidades y tendencias reflejadas en la balanza de servicios", *Papeles de Economía Española*, nº66, pp.144-157.
- GARCÍA CANAL, E. (1992): "La cooperación interempresarial en España: características de los acuerdos suscritos entre 1986-1989", *Economía Industrial*, julio-agosto, pp.113-123.
- GARCÍA DE QUEVEDO RUIZ (1996): "Competencia internacional por la captación de inversiones", *Boletín Económico del ICE*, n.º2500.
- GARCÍA-FALCÓN;MEDINA-MUÑOZ (1999): "The relationship between hotel companies and travel agencies: an empirical assessment of the United States market", *The Service Industries journal*, vol. 19, nº4, pp.102-122.
- GARRO ARZA, J. (1998): "La comercialización de los hoteles urbanos independientes", *Tecno Hotel (Suplemento semanal Editur)*, pp.38-39.
- GELLER, L. (1998): "The demands of globalization on the lodging industry", *FIU hospitality review*, pp.1-6.
- GHOSAL S.; WESTNEY, E. (1993): *Organization theory and the multinational corporation*, St. Martin Press.
- GIDDY, I.H; YOUNG, S. (1982): "Conventional theory and unconventional multinationals: do new forms of multinational enterprise require new theories?", in RUGMAN, A. (1982a).
- GO, F. (1989): "International hotel industry-capitalizing on change.", *Tourism Management*, Septiembre, pp. 195-200. Butterworth & Co Publis. Ltd.

- GO, F. (1998): "El Turismo en el contexto de la globalización", *Papers de Turisme*, nº23, pp.6-47, Valencia.
- GO, F. (1991): "Competitive strategies for the international hotel industry", *Economist Intelligent Unit, Special Report*, nº 1180.
- GO, F. (1988): "Key problems and the prospects in the international hotel industry", *EIU, Travel and Tourism analyst*, nº1, pp.27-49
- GO, F. (1993): "The multinational firm", *VRN,s encyclopedia of hospitality and tourism*, New York, pp.354-365.
- GO, F.; CHRISTENSEN, J. (1989): "Going global", *The Cornell H.R.A. Quaterly*, noviembre, pp. 73-79, Cornell University.
- GO, F.; PINE, R. (1995): *Globalization strategy in the hotel industry*, Routledge, London
- GO, F.; PYO, S; UYSAL, M.; MIHALIK, B. (1990): "Decision criteria for transnational hotel expansion", *Tourism Management*, vol.11-nº4, pp.297-309. Butterworth & Co Publis. Ltd.
- GO, F.; RITCHIE (1990): "Tourism and transnationalism", *Tourism Management*, December, pp.287-290, Butterworth & Co Publis. Ltd.
- GOLDBEERG, L.; SAUNDERS, A. (1980): "The cause of the U.S. Bank expansion overseas", *Journal of Money, Credit and Banking*, vol. 12, nov. pp. 630-643.
- GOLDBERG; L.; JOHNSON, D. (1990): "The determinants of US banking activity abroad", *Journal of International Money and Finance*, nº9, 123-137.
- GOMES-CASSERES, B. (1994): "Group versus group: how alliance networks compete", *Harvard Business Review*, July-august, pp.62-74.
- GOMES-CASSERES, B. (1989): "Ownership structures of foreign subsidiaries. Theory and evidence.", *Journal of Economic behaviour and organization*, vol.11, pp.1-25.
- GRAHAM, E. (1978): "Trasanlantic Investment by Multinational Firms: a rivalistic phenomenon", *Journal of Post Keynesian Economics*, nº1, pp.82-99.
- GRAHAM, E. Y KRUGMAN, P. (1989): *Foreign direct investment in the United States*, Institute for International Economics, Washington DC.
- GRAHAM, E.M. (1992): "Los determinantes de la inversión extranjera directa: teorías alternativas y evidencia internacional", *Moneda y Crédito*, nº194, pp.13-49.

- GREENE, W.H. (1993): *Econometric Analysis*, Macmillan Publishing Co., New York.
- TRIL (1999): *Building global hotel brands: competition and consolidation among the leading international hotel companies*, Travel Research International Limited, London
- GRAY Y GRAY (1981): "A multinational bank: a financial multinational company", *Journal of banking and finance*, vol.5, pp.33-63.
- GRAY, P. (1982): "Macroeconomic theories of foreign direct investment: an assessment", in RUGMAN, A.(1982a) op.ct
- GREEN, M; McNAUGHTON, L. (1995): *The location of FDI. Geographic and business approaches*, Avebury. Ashgate Publishing Ltd.
- GREENAWAY, D. (1993): "Comercio exterior e inversiones directas extranjeras", *Revista del Instituto de Estudios Económicos*, pp. 43-104, Madrid.
- GROGAN, B. (1998): "Extended-stay hotels", *Urban Land*, may, pp.43-59.
- HAGEDOORN, J.; SCHAKENRAAD, J. (1991): "The internationalization of the economy, global strategies and strategic technology alliances", *Nouvelles de la science et des technologies*, vol.9, n° 2, pp.29-41.
- HALLWOOD, P. (1994): "A reconsideration of the theory of the multinational corporation", *Keio Economic Studies*, vo. 31, n°2.pp.1-11.
- HANDSZUH, H. (1996): "Turismo y Gats", *Información Económica Española*, n° 749, pp.123-129.
- HARRIGAN, K. (1985): "An application of clustering for strategic group analysis", *Strategic management Journal*, vol.6, pp. 55-73.
- HARVEY, C. (1997): *Country risk in global financial management*, Duke University web.
- HELPMAN, E. (1981): "Comercio internacional en presencia de diferenciación de productos, economías de escala y competencia monopolística. Enfoque: HOS", *Journal of International Economics*, vol.11.
- HENNART, J.F. (1982): *A theory of the mutinational enterprise*, University of Michigan Press.
- HENNART, J.F. (1988): "A transaction costs theory of equity joint-venture", *Strategic Management journal*, vol. 9, pp. 361-374

- HENNART, J.F. (1991): "The transaction cost theory of the multinational enterprise", PITELIS, C.; SUGDEN, R. (Eds.) *The Nature of the Transnational firm*. London, Routledge.
- HENNART, J.F. (1989): "Can the "new forms of investment" substitute for the "old forms"? A transaction costs perspective", *Journal of International Business Studies*, nº20, pp. 211-34.
- HERRERO MALLOL, C. (1999): *Precios de transferencia internacionales. Estudio tributario y microeconómico*, Ed. Aranzadi, Pamplona.
- HESKETT, J.L. (1987): "Lessons in the service industry", *Business Harvard Review*, march-april, pp.118-126.
- HILL, C.W; HWANG, P.; CHAN KIM, W. (1990): "An eclectic theory of the choice of international entry mode", *Strategic Management Journal*, 11.pp. 117-128.
- HIRSCH, S. (1976): "An International trade and investment theory of the firm", *Oxford Economic Papers*, vol. 28, pp. 258-270.
- HOFSTEDE, G. (1991): *Cultures and organizations, software of the mind*, McGraw-Hill, London.
- HOFSTEDE, G. (1980): *Culture's consequences, international differences in work related values*, Sage, Beverly-Hills, CA.
- HOFSTEDE, G.; NEUIJEN, B.; ET ALL. (1990): "Measuring Organizational cultures: a qualitative and quantitative study across twenty cases.", *Administrative Science Quarterly*, 35, pp.286-316
- HORSBURGH, L. (1991): "Resources in the international hotel industry: a framework for analysis", *International Journal of Contemporary hospitality*, vol.3, nº4, pp.30-36, MCB University Press.
- HORST, T. (1972): "Firm and industry determinants of the decision to investment abroad: an empirical study", *The review of economics and statistics*, vol. 54, nº3, pag. 258-66
- HORST, T. (1971): "Theory of the multinational firm: optimal behavior under different tariffs and tax rates", *Journal of Political Economy*, 1971, vol.79, nº5, pp. 1059-72
- HORWATH AND HORWATH INTERNATIONAL (varios años): *World-wide hotel industry*, Horwath International, New York
- HORWATH AND HORWATH INTERNATIONAL (1996): *La industria hotelera dominicana, 1996*, Santo Domingo, Horwath Consulting

- HOSTELMARKET (varios años): *Anuario de la Hostelería*, Publicaciones Alimarket S.A., Madrid.
- HOWARTH CONSULTING ESPAÑA (1996/1998): *La industria hotelera española*, Howarth Consulting España.
- HTR (1998): “Lodging Industry world-wide”, *Hotellerie-tourisme-restauration*, nº48-49, pp.26-91
- HUFBAUER, G.C. (1975): “The multinational corporation and direct investment”, en P.B. KENEN (ed.) *International Trade and Finance: frontiers for Research*, Cambridge, University Press.
- HUSZAGH, F.W.; MCINTYRE, F. (1992): “International franchising in the context of competitive strategy and the theory of the firm”, *International marketing review*, vol. 9, nº5, pp.5-18.
- HYMER, S.H. (1976): *The international operations of national firms: a study of direct foreign investment*, The MIT Press, Cambridge
- IHA (1993): *The case for hotel management contract*, International Hotel Association)
- IHA (1996): *Into the new millennium: a white paper on the global hospitality industry*, International Hotel Association, Paris
- IHRA (varios años): *Hotels: the magazine of the world-wide hotel industry*, Diario Oficial de International Hotel and Restaurant Association, Des Plaines, Illinois.
- INE (varios años): *Movimientos de viajeros en establecimientos hoteleros*, Instituto Nacional de Estadística, Madrid
- IOANNIDES, D.; DEBAGGE, K. (1998): “Neo-fordism and flexible specialization in the travel industry”, IOANNIDES, D.; DEBAGGE, K.(eds.): *The economic Geography of the tourist industry*, Routledge, London, pp. 99-122.
- ITAKI, M. (1991): “A critical assessment of the eclectic theory of the multinational enterprise”, *Journal of International Business studies*, third quarter, nº22, pp.445-60.
- IVARS, J. (1999): “Los espacios litorales ante las nuevas dinámicas de consumo y producción turísticas: entre la inercia y la reestructuración del espacio turístico”, en *El territorio y su imagen, Actas del XVI Congreso de Geógrafos Españoles*, Volumen I, pp. 553-562.
- JACQUEMIN, A. (1996): “Capitalismo, competencia, cooperación”, *Papeles de Economía Española*, nº 66, pp.2-9.

- JARILLO, J.C. (1989): "Ventaja competitiva y ventaja cooperativa", *Economía Industrial*, marzo-abril, pp.69-75
- JIMÉNEZ AGUIRRE, C.; MADRID JUAN, M. (1994): "Principales tendencias de la inversión extranjera directa: especial referencia a España", *Boletín Económico del ICE*, nº2.415, pp.1393-1402.
- JOHANSON, J.; MATTSSON, L.G. (1987): "Interorganizational relations in industrial systems: a network approach compared with the transaction costs approach", *International Studies of Management and Organization*, XVII, 1, pp.34-87.
- JOHANSON, J.; MATTSSON, L.G. (1988): "Internationalization in industrial systems-a network approach", en HOOD, N.; VAHLNE, J.E. (eds), *Strategies in global competition*, London: Croom Helm, pp.287-314.
- JOHANSON, J.; MATTSSON, L.G. (1992): "Network positions and strategic action- an analytical framework", en AXELSSON, B.; EASTON, G. (eds.) *Industrial networks: a new view of reality*, London: Routledge
- JOHANSON, J.; VAHLNE, J-E. (1992): "Management of foreign market entry", *Scandinavian International Business Review*, vol.1, nº3, pp.9-38.
- JOHANSON, J; VAHLNE (1977): "The internationalization process of firms. A model of knowledge development and increasing foreign market commitments.", *Journal of International Business Studies*, nº8, pp.23-32.
- JOHANSON; VANHLE (1990): "The mechanism of Internationalization", *International Marketing Review*, vol. 7, nº4, pp.11-24.
- JOHNSON C. (1996): "Globalization and the multinational hotel industry", *46 congreso de AIEST*, Rotorua (Nueva Zelanda), vol. 38, pp.335-363.
- JOHNSON, H.G. (1970): "The efficiency and welfare implications of the international corporations", en KINDLERBERGER, C.P. (ed.); *The International Corporations*, Mit Press, Cambridge, Massachusetts.
- JOHNSON, K. (1999): "Hotel management contract terms: still in flux", *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, April, vol. 40, nº2, pp.34-39, Cornell University.
- JONES, M.V. (1999): "The internationalization of small high-technology firms", *Journal of International marketing*, vol.7, nº4, pp.15-41. John Wiley & sons.
- JONES, P. ; PIZMAN, A. (1993): *The International Hospitality Industry. Organizational and Operational Issues.*, Pitman Publishing.

- KAKABADSE, M.A. (1995): "The general agreement on trade in services: opportunities for tourism", *Seminar on GATS implications for tourism*, OMT, Milan, Diciembre, 1994.
- KERR, J. (1989): "Export strategies", *Small Business Reports*, mayo, pp.20-26.
- KIM, C.; HWANG, P. (1992): "Global Strategy and multinationals entry mode choice", *Journal of International Business Studies*, vol. 23, n°1, pp.29-53.
- KIM, K Y OLSEN, M. (1999): "Determinants of successful acquisition processes in the US lodging industry", *International Journal of Hospitality Management*, vol.18, n°3, pp.285-308.
- KIM, W.C.; ARBEL A. (1998): "Predicting merger targets of hospitality firms (a Logit model)", *International Journal of Hospitality Management*, n°17, pp.303-318.
- KINDLEBERGER, C.P.; AUDRETSCH, D. (1986): *The multinational corporation in the 1980,s*, MIT Press Cambridge Mass.
- KINDLERBERGER, C.P. (1969): *American business abroad: six lectures on direct investment*, Yale University press, New Haven.
- KING, B. (1997): "Hotel investment in South Pacific", *E.I.U. Travel and Tourism Analyst*, n°5, pp63-87.
- KLEINWORTH BENSON SECURITIES (1995): *Quoted Hotel Companies*, Kleinworth Benson Securities. London.
- KNICKERBOCKER, F. (1973): *Oligopolistic reaction and multinational enterprises*, Division of Research Graduate School of Business Administration, Boston.
- KOGUT, B. (1988): "Joint ventures. A theoretical and empirical perspectives", *Strategic Management journal*, vol. 9, pp. 319-332.
- KOGUT, B. (1983): "Foreign direct investment as a sequential process", en C.P. KINDLERBERGER Y D. AUDRETSCH, (eds.), op. ct.
- KOGUT, B.; SINGH, H. (1988): "The effect of national culture on the choice of entry mode", *Journal of International Business Studies*, fall, pp.411-433.
- KOGUT, B.; ZANDER, U. (1993): "Knowledge of the firm and the evolutionary theory of the multinational corporation", *Journal of International Business studies*, fourth quarter, 24(4), pp.625-646.
- KOJIMA, K. (1982): "Macroeconomic versus international business approach to direct foreign investment", *Hitotsubashi Journal of Economics*, Junio, pp.1-19.

- KPGM (1998): "Las entidades financieras motor de la industria del ocio", *IH Economía*, 4º trimestre.
- KPMG INTERNATIONAL (1999): *Alliances, networks and virtual organizations*, KPMG International.
- KRAUSE, P.C.; GARFINKEL, L. (1991): "Trends in financing: be creative, flexible", *Hotels: the magazine of the world-wide hotel industry*, IHRA, September, pp.68-71.
- KRAUSE, P.; SLATTERY, P. (1996): "Desarrollo y análisis de las inversiones hoteleras", *Alta Hotelería Internacional*, nº34, pp.10-12. Mexico D.F.
- KRUGMAN, P. (1986): "The new theories of international trade and the multinational enterprise", en C.P. KINDLERBERGER Y D. AUDRETSCH, (eds.), op. ct.
- KRUGMAN, P. (1991): *Geography and trade*, MIT Press
- KRUGMAN, P.; VENABLES, A. (1995): "Globalization and the inequality of nations", *Quarterly Journal of Economics*, vol.CX, nº4, pp.857-80.
- KRUGMAN, P.R. (1980): "Scale Economies, product differentiation and the pattern of trade", *American Economic Review*, 70, pp. 950-59.
- KRUGMAN, P.R. (1979): "Rendimientos crecientes, competencia monopolística y comercio internacional", *Journal of International Economics*, 9, pp 47-56.
- KUNDU, S.K. (1994): *Explaining the globalization of service industries: the case of multinational hotels*, dissert. Rutgers, The State university of New Jersey, U.M.I.
- LALL, S. (1996): "The investment development path. Some conclusions", en DUNNING, J.N.; NARHULA, R.(dir.) *Foreing Direct Investment and Government: catalyst for economic restructuring*, Routledge, Reino Unido
- LALL, S. (1980): "Monopolistic advantages and foreign involvement by US manufacturing industry", *Oxford Economic Papers*, 32(marzo), pp.102-22.
- LANDESMANN, M.; PETIT, P. (1995): "International trade in producer services: alternative explanations", *The Service Industries Journal*, vo.15, nº2, pp.123-161
- LEDGERWOOD, C.E.; CROTTS, C.; EVERETT, A.M. (1998): "Antecedents of employee Burnout in the hotel industry", *Progress in tourism and hospitality research*, nº4, pp. 31-44

- LEVY-LIVERMORE, A. (1998): *Handbook on the globalization of the world economy.*, Edwar Elgar.
- LI, JIATEO; GUISSINGER, S. (1992): "The globalization of service multinationals in the "triad" nations: Japan, Europe, North America", *Journal of International Business studies*, fourth quarter, pp.675-696.
- LITTELJHON, D. (1997): "Hotels chains and their strategic appraisal", *Hospitality, tourism and leisure management: issues in strategy and culture*, Cassell, pp.229-246.
- LITTELJOHN D. ; ROPER, A. (1991): "Changes in international hotel companies' strategies", TEARE, R.; BOER, A.(eds.) *Strategy hospitality management*. London, Casell.
- LITTELJOHN, D. (1997): "Internationalization in hotels: current aspects and developments", *International Journal of Contemporary hospitality Management*, 9/5/6, pp.187-192, MCB University Press.
- LITTELJOHN, D. (1985): "Towards an economic analysis of Trans-multinational companies", *International Journal of Hospitality Management*, vol. 4-nº 4, pp.157-65
- LITTELJOHN, D; BEATTIE, R. (1992): "The European hotel industry: corporate structures and expansion strategies.", *Tourism Management*, march, pp.27-33., Butterworth & Co Publis. Ltd.
- LITTELJONH D. ; SLATTERY, P. (1993): "Macroanalysis techniques: an appraisal of Europe's main hotel markets", *International Journal of Contemporary hospitality management*, vol.3, nº4, pp. 6-13, MCB University Press.
- LIVINGSTONE, J.M. (1992): "The European hotel industry corporate and expansion strategies", *Tourism management*, vol.13, nº1, pp.27-33, Butterworth & Co Publis. Ltd.
- LODGING INDUSTRY WORLDWIDE (1998): "Lodging industry world-wide", *Hotellerie-tourisme-restauration: tendances & marketing*, Paris: Alcyon, nº48-49, pp.26-54.
- LÓPEZ DUARTE, C.; GARCÍA CANAL, E. (1997): "Internacionalización de la empresa española mediante inversión directa en el exterior: principales rasgos distintivos", *Información Comercial Española*, nº761, pp.17-31.
- LÓPEZ DUARTE, C.; GARCÍA-CANAL, E. (1998): "La estructura de propiedad de la inversión directa en el exterior", *Investigaciones Económicas*, vol. XXII (1), pp.19-44.

- LÓPEZ LÓPEZ, A.; MELLA MÁRQUEZ, J. (1990): Inversiones directas extranjeras en servicios, *Economistas*, nº55, pp.328-331.
- LORRAINE, E.; POTTER, E. (1993): *Multinationals in the global political economy*, MacMillan Press Ltd.
- LOVERSEED, H. (1998): "Dominican Republic", *International Tourism Report*, nº2, pp. 3-19. Travel and Tourism Intelligence.
- LUOSTARINEN, R. (1979): "The internationalization of the firm", *Helsinki School of Economic*, nº 65.
- MADRID, M. (1994): "Inversiones españolas en el exterior en el primer semestre de 1994", *Boletín Económico del ICE*, nº2.427, pp.2453-2427.
- MAGEE, S.P. (1977): "Technology and the appropriability theory of the multinational corporations", BHAWATI, J. (ed.), *The new international economic order*. Cambridge. MIT Press.
- MARCH POQUET, J.M^a (1998): "Inversión extranjera en Cuba: localización por actividades productivas", *VI Jornadas de Economía Crítica*. Málaga. Marzo, 1998.
- MARCHENA, M. (1994): "Un ejercicio prospectivo: de la industria del turismo fordista al ocio de producción flexible", *Papers de Turisme*, nº14/15, Valencia, pp.77-94.
- MARTÍN, C; VELÁZQUEZ, F.J. (1996): "Factores determinantes de la inversión directa en los países de la OCDE: una especial referencia a España.", *Papeles de Economía Española*, nº 66, pp.209-219.
- MARTIN, F. (1988): "Global consortia report 1.1 million rooms, 7% growth", *Hotel and Restaurants International*, pp.60-4.
- MARTÍN, ROJO I. (1998): "Crecimiento empresarial e internacionalización en el sector turístico", *Revista Información Hostelera*, diciembre.
- MARTÍN ROJO, I. (1995): *La cultura empresarial de los hoteles de la Costa del Sol*, Junta de Andalucía, Conserjería de Industria, Comercio y Turismo, Málaga.
- MARTÍNEZ BOBILLO, A. (1993): "La naturaleza de la empresa multinacional", *Información Comercial Española*, nº724, pp.151-167.
- MARTÍNEZ GONZÁLEZ-TABLAS (2000): *Economía política de la globalización*, Ariel Economía, Barcelona.
- MARTÍNEZ MORA, C. (1997): *Causas de la internacionalización de las empresas: un estudio aplicado a las pequeñas y medianas empresas de la*

provincia de Alicante, Generalitat Valenciana. Instituto Juan Gil Albert.
Diputación de Alicante

- MARTÍNEZ MORA, C. (1998): “Causas de la internacionalización de las empresas: una revisión teórica”, *Boletín Económico del ICE*, nº 2583, pp.17-21
- MARTÍNEZ, C.; PARDO, G. (1996): “La internacionalización de la empresa hotelera: inversiones extranjeras en España y españolas en el exterior”, *Información Comercial Española*, nº 749, pp.47-62.
- MATE RUBIO, J.M. (1996): “Factores determinantes del comportamiento diferencial de las empresas industriales españolas que invierten en el extranjero”, Fundación Fondo para la Investigación Económica y Social, Documento de trabajo nº129. *Obra Social de la Confederación Española de Cajas de Ahorros*
- MATÉ RUBIO, J.M. (1996): “La inversión directa española en el exterior”, *Papeles de Economía Española*, nº66, pp.220-234.
- MATHE, H. ; PERRAS, C. (1994): “Successful global strategies for service companies”, *Long Range Planning*, vol.27, nº1, pp.36-49.
- MATHEWS, V.E. (2000): “Competition in the international hotel industry”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol.12, nº2, pp. 114-118, MCB University Press.
- MATHEWSON, G.; WINTER, R. (1985): “The economics of franchise contracts”, *Journal of Law and Economics*, vol.28, nº3, pp.503-26.
- MCCONNELL, T; SUMMERS, J. (1997): “Hospitality investment: the view from Wall Street”, *Hospitality and Leisure executive report*, Arthur Andersen, vol.3, nº4, pp.6-12.
- MCGUFFIE, J. (1996): “Franchising in Europe”, *EIU Travel and Tourism Analyst*, nº 1, pp.36-52.
- MCGUFFIE, J. (1987): “UK hotel industry”, *EIU Travel and tourism analyst*, September, pp.15-31.
- MCNULTY, R. ; WAFER, P. (1990): “Transnational corporations and tourism issues”, *Tourism Management*, diciembre, pp.291-295, Butterworth & Co Publis. Ltd.
- MCQUEEN, M. (1983): “Appropriate policies towards multinational hotel corporations in developing countries”, *World Development*, vol11, nº 2, pp.141-152.

- McVEY, M. (1986): "International hotel chains in Europe", *EIU, Travel and tourism analyst*, september, pp.3-23.
- MELDRUM, D.H. (2000): "Country risk and foreign direct investment", *Business Economics*; vol. 35; nº1, pp.33-40.
- MELIN, L. (1992): "Internationalization as a strategy process", *Strategic Management Journal*, vol.13, pp.99-118.
- MELLA MÁRQUEZ, J.M. (1995): La transferencia de tecnología en la cooperación empresarial europea en el Norte de África. Estudio piloto, D.G.XII. *Instituto de prospectiva tecnológica. Sevilla.*
- MENGUZZATO BOULARD, M. (1999): "Empresas internacionales de reciente creación e intensidad empresarial", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol.8, nº9, pp.127-138.
- MENGUZZATO, M.; RENAU, J. (1995): "Estrategias de empresa y teoría de los costes de transacción", *Información Comercial Española*, nº 746, octubre, pp.7-24.
- MONTEBUGNOLI, E.; SCHIATTARELLA, R. (1989): "Consideraciones en torno a los acuerdos entre empresas: particular referencia a las PME.", *Economía Industrial*, marzo-abril, pp.87-97.
- MORA SÁNCHEZ, A. (1996): "La demanda de características de los servicios turísticos", en PEDREÑO, A. (dir.)op.ct.
- MORÁN REYERO, P. (1994): "La inversión directa española en el exterior", *Economistas*, 12(62), pp.11-16.
- MOUTINHO ET AL. (1995): "The future development of the hotel sector: an international comparison", *International Journal of Contemporary Hospitality*, vol.7, nº4, pp.10-15, MCB University Press.
- MOUTINHO, L; BIGNÉ, E. ; P. MCDONAG (1994): "Key factors contributing to the future development of the hospitality industry", *Journal of Hospitality and leisure management*, nº 6, pp.125-130.
- MOWLANA, H.; SMITH, G. (1990): "Tourism, telecommunications and transnational Bank", *Tourism Management*, diciembre, pp.315-324, Butterworth & Co Publis. Ltd.
- MÚGICA GRIJALBA, J.M.; YAGÜE GUILLÉN, M^aJ. (1996): "Franquicias internacionales", *Papeles de Economía Española*, nº66, pp.267-280.
- MUÑOZ GUARASA, M. (1999): *La inversión directa extranjera en España. Factores determinantes*, Civitas: Estudios y Monografías, Madrid.

- MYRO, R. (1999): "Tendencias recientes de la inversión internacional", *XIV Jornadas de Economía Española*, Universidad de Alicante, octubre 1999, Alicante.
- NACHIRA, F. (1998): "EC main emphasis in research and development in the field for the next 5 years", *IT and the dynamic tourism marketplace: new partnerships, new competition through virtual enterprise*, Instambul, Turkey, 21-23 January.
- NEFF, D.M. (1999): "Tax-liability protection key to management-company contracts", *Hotel and Motel Management*, vol. 214, n°9, pp.10-12.
- NICKSON, D. (1998): "A review of hotel internationalization with a particular focus on the key role played by American Organizations", *Progress in tourism and hospitality research*, n°4, pp.53-66.
- O'FARRELL Y WOOD (1995): "Internationalization by business services: a methodological critique of foreign market entry mode choice", *Environment and Planning A*, n°27., pp.683-97.
- O'FARRELL; WOOD; ZHENG (1998): "Internationalization by business service SMEs: an inter-industry analysis", *International Small Business Journal*, Jan-mar, vol.16, n°2, pp.13-33.
- O'FARRELL; WOOD; ZHENG (1998): "Regional influences on foreign market development by business services companies: elements of a strategic context explanation", *Regional Studies*, n°1, vol.32, pp.31-48 Cambridge.
- OCDE (1997): *The world in 2020. Towards a new age*, Organización de Cooperación y Desarrollo Económico, París
- OCDE (1999): *OECD in figures*, Organización de Cooperación y Desarrollo Económico, París
- OHMAE, K. (1992): *El mundo sin fronteras*, McGraw-Hill, Madrid
- OLMEDO, CARMONA, E. (1996): "Grupo Oasis", *Alta Hotelería Internacional*-n°34, pp.6-9. Mejico D.F.
- OLSEN, M. (1991): "Structural Changes: The international hospitality industry and firm", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. Vol. 3, n° 4, pp 21-24, MCB University Press.
- OLSEN, M.; CONNOLLY, D. (2000): "Experience-based travel: how technology is changing the hospitality industry", *Cornell hotel and Restaurant Administration Quarterly*, February, pp.30-40, Cornell University.
- OLSEN, M.; CRAWFORD-WELCH, S.; TSE, E. (1991): "The global hospitality industry no the 1990,s", en TEARE, R.; BOER, A. (EDS.), *Strategic*

- Hospitality Management. Theory and Practice for the 1990s.* Cassells, London.
- OLSEN, M.; WEST, J.; TSE, E. (1998): “*Strategic Management in the hospitality industry*, second edition, Jonh Wiley & Sons, New York.
- OLSEN, M.; ZHAO, J.L. (1997): “New management practice in the international hotel industry”, *EIU Travel and Tourism Analyst*, nº 1, pp.53-73.
- OLSEN, M.D. (1993): “International Growth strategies of major US hotel companies.”, *E.I.U. Travel and Tourism Analyst*, nº3, pp.51-64.
- OMT (varios años): *Anuario de Estadísticas de Turismo*, Organización Mundial de Turismo, Madrid.
- OMT (1995): *Seminar on GATS implications for tourism*, Organización Mundial de Turismo, Milan, Diciembre, 1994.
- OMT (1998): *International Global Tourism. A perspective*, Organización Mundial de Turismo, Madrid.
- OMT (varios años): *Tendencias del Mercado Turístico*, Organización Mundial de Turismo, Madrid.
- OMT (varios años): *Compendio de Estadísticas de Turismo*, Organización Mundial de Turismo, Madrid.
- OMT (1998): *Previsiones del Turismo Mundial*, Organización Mundial de Turismo, Madrid.
- ORTEGA, E. (1993): “La inversión extranjera en el sector servicios”, *Información Comercial Española*, nº 719, pp.67-76.
- ORTS, V; SUÁREZ, C. (1996): “La ronda de Uruguay y la Organización Mundial de Comercio.”, *Papeles de Economía Española*, nº 66.
- PALMER, C. (1987): “Using IT for competitive advantage at Thomson Holidays”, *Long Range Planning*, vol.21, nº6, pp.26-29.
- PATTERSON, M.CC.; AVIV, P. (1999): “A conceptual model of the internationalization of service firms”, *Journal of Global Marketing*, vol.12, nº3, pp.81-106.
- PEACOCK, R. (1993): “A question of size”, *International Journal of Contemporary Hospitality*, vol.5, nº4, pp. 29-32, MCB University Press.
- PEDREÑO, A. (1996) (dir.): *Introducción a la economía del turismo en España*, Ed. Civitas, Madrid.

- PELLEJERO, C; MARTIN ROJO, I. (1998): "Origen, desarrollo y consolidación de un líder hotelero: Sol-Meliá", *Revue de Tourisme*, nº2, pp.48-54.
- PÉREZ BUSTAMANTE, G. (1999): "Gestión del conocimiento en las alianzas tecnológicas", *Revista de Dirección y Organización de empresas*, nº22, Fundación General U. Politécnica de Madrid.
- PETERSON, J; BARRAS, R. (1987): "Measuring international competitiveness in services", *The service industries journal*, vol. 7, nº2, pp. 131-142.
- PLAZA CERESO, S. (1997): *Los bloques comerciales en la economía mundial*, Ed. Síntesis, Madrid.
- POON, A. (1993): *Tourism, Technology and competitive strategies*, Wallingford, CAB International.
- POON, A. (1998): "All-inclusive resorts", *Travel and Tourism Analyst*, nº6, pp. 63-77. Travel and Tourism Intelligence.
- POON, A. (1994): "The new tourism revolution", *Tourism Management*, nº15, vol.2, pp.91-93, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- PORTER, M. (1987): *Ventaja Competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior*, CECSA
- PORTER, M.E. (1986): "Changing patterns of international competition", *California Management Review*, vol.28, nº2, pp.27-57.
- PORTER, M.E. (1986): *Competition in global industries*, Harvard Business School Press, Boston, MA.
- PORTER, M.E. (1980): *Competitive Strategy: techniques for analyzing Industries and Competitors*, New York, Free Press.
- PORTER, M.E. (1990): *The competitive advantage of the nations*, Free Press, New York.
- PRABHU, S. (1996): "Challenges for hospitality and tourism operators: a North American perspective", *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, vol.36, nº3, pp.52-62, Cornell University.
- RANDROY, T. (1997): "Towards a firm-based model of foreign direct investment", en BJÖRKMAN, I.; FORSGREN, M. (eds.) op.ct., pp.257-279.
- RASTROLLO, M.A.; ALARCÓN, P.; RODRÍGUEZ, J. (2000): "Los intermediarios en la comercialización de los destinos turísticos a través de Internet", *II Congreso de Turismo Universidad y Empresa*. Universitat Jaume I, Castellón. Abril.

- REID, S. (1983): "Firm Internationalization, transaction costs and strategic choice", *International Marketing Review*, vol.1, nº2, pp.44-56.
- REID, S. (1980): "A behavioral approach to export decision making", en Bagozzi, R.P. et al.(eds.) *Marketing in the 80's: changes and challenges*, Chicago.
- REINDERS, J; BAKER, M. (1998): "The future for direct retailing of travel and tourism products: the influence of information technology", *Progress in Tourism and Hospitality Research*, nº4, pp. 1-15
- RENGIFO, A.; PEIRÓ, M. (1994): "La inversión española", *Boletín Económico del ICE*, nº2400-2401, pp.401-407.
- RIALP, A.; RIALP, J. (1996): "El papel de los acuerdos de cooperación en los procesos de internacionalización de la empresa española: un análisis empírico", *Papeles de Economía Española*, nº 66, pp.248-258.
- ROBERTS, J. (1999): "The internationalization of business service firms: a stages approach", *The service industries journal*, vol.19, nº4, pp.68-88.
- ROLDÁN, R.; SORIANO, A. (1999): "El fenómeno inversor en Latinoamérica", *Economía Exterior. Estudios de la revista Política Exterior sobre la internacionalización de la economía española*, nº9.
- RONQUILLO, A. (1997): *Estadística aplicada al sector turístico. Técnicas cuantitativas y cualitativas de análisis turístico*, Ramón Areces, Madrid.
- ROOT, F.R: (1987): *Entry strategies for international markets*, Lexington Mass, Lexington Books.
- ROPER, A. (1995): "The emergence of hotel consortia as transorganizational forms.", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol.7, nº 1, pp.4-9, MCB University Press.
- RUESGA, S.; BICHARA, J. (1998): "Inversiones españolas directas en Latinoamérica en los años 90", *VI Jornadas de Economía Crítica. Málaga. Marzo*, 1998.
- RUESGA, S.; BICHARA, J.S. (1998): "Inversiones españolas en América Latina en los años 90", *Boletín Económico del ICE*, nº 2574, pp.9-18.
- RUGMAN, A. (1987): "Multinational and trade in services: a transaction cost approach.", *The theory of multinational enterprises. The selected scientific papers of A. Rugman*. Edward Elgar Publishing, Reino Unido.
- RUGMAN, A. (1982a): *New Theories of the multinational enterprise*, Croom Helm, Londres.

- RUGMAN, A. (1981): *Inside the Multinationals. The Economics Internal Markets*, New York Columbia University Press.
- RUGMAN, A.; VERBEKE, A. (1992): "A note on the transnational solution and the transaction cost theory of multinational strategic management", *Journal of International Business studies*, first quarter, nº4, pp. 761-771.
- RUGMAN, A.M. (1996): *The theory of multinational enterprises: the selected scientific papers of Alan Rugman*, Edward Edlgar, Reino Unido
- RUGMAN, A.M. (1982b): "Internationalization and non-equity forms of international involvement", en RUGMAN, A. (1982a) op.ct.
- RUIZ LIGERO, A. (1994): "La internacionalización de la empresa española", *Economistas*, nº62, pp.6-10.
- SÁEZ LOZANO, J.L. (1994): *Industria y Territorio. Un análisis de las economías de aglomeración en España*, Instituto de Desarrollo Regional. Universidad de Granada.
- SALMON, W.; TORDJMAN, A. (1989): "The internationalization of retailing", *International Journal of Retailing*, vol. 4, nº2, pp.3-16.
- SANGREE, D; HATHAWAY, P. (1996): "Trends in hotel management contracts: shorter lengths and changing fees structures", *Cornell hotel and Restaurant Administration Quarterly*, October, pp.26-37, Cornell University.
- SANGSTER, A. (2000): "The impact of branding on the UK hotel industry", *Travel and Tourism Analyst*, nº2, pp.65-83.
- SARATHY, R. (1994): "Global Strategy in service industries", *Long Range Planning*, vol.27, nº6, pp.115-124.
- SAUNDERS, H.; RENAGHAN, L. (1992): "Southeast Asia: a new model for hotel development", *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, vol. 33, nº5, pp.16-30, Cornell University.
- SCOVIAK LERNER, M. (1998): "Chasing potential in Latin. Risk reward roller coaster continues to promise an interesting ride for global players", *Hotels: world-wide magazine, Special Report* October 1998. Pp.42-56.
- SCHAFFER, J.D. (1984): "Strategy, Organization structure and success in the lodging industry", *International Journal of Hospitality Management* vol.3, nº4, pp.159-165.
- SECRETARÍA DE ESTADO, COMERCIO Y PYMES (1998): *Foro sobre la internacionalización de la empresa turística española*, Ministerio de Economía y Hacienda, Madrid.

- CESTUR (1991): *Desarrollo turístico de América Latina: México, Costa Rica, Brasil, Cuba, Puerto Rico, Rep. Dominicana*, Secretaría de Turismo y Centro de Estudios Superiores, Mexico D.F.
- SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA (1996): “El sector exterior en España en 1996”, *Boletín Económico del ICE*, nº2.485
- SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA (1996): “Internacionalización de la producción: inversión directa, multinacionales y comercio intra-empresa”, *Boletín Económico del ICE*, nº 2496.
- SERRA RAMONEDA, A. (1994): “Aportacions recents al concepte d'empresa transnacional”, *Revista Económica de Catalunya*, nº 26, pp.76-81.
- SEYMOUR, FLANAGAN Y NORMAN (1985): *International Investment in the construction industry*, Discussion Papers in International investment and business studies, nº87. University of Reading.
- SEYMOUR, H. (1987): *The multinational construction industry*, Croom-Helm, London.
- SHAN, W.; HAMILTON, W. (1991): “Country-specific advantage and international cooperation”, *Strategic Management Journal*, vol.12, pp.419-432
- SHANE, S. (1996a): “Hybrid Organizational arrangements and their implications for firm growth and survival: a study of new franchisers”, *Academy of management journal*, vol. 39, nº1, pp. 216-34.
- SHANE, S. (1994): “The effect of national culture on the choice between licensing and direct foreign investment”, *Strategic Management journal*, vol. 15, pp.627-642.
- SHANE, S. (1996b): “Why franchise companies expand overseas”, *Journal of Business Venturing*, nº11, pp.73-88.
- SHARMA, D. (1992): “International business research: issues and trends”, *Scandinavian International Business Review*, winter, pp.20-29.
- SHARMA, D.; JOHANSON, J. (1987): “Technical consultancy in internationalization”, *International Marketing Review*, winter, pp. 20-29.
- SHELDON, P. (1986): “The touroperator industry. An Analysis”, *Annals of tourism research*, vol.13, pp.349-365
- SIMANCAS, V. (1994): “Debate sobre las multinacionales españolas”, *Economistas*, nº62, pp.108-113.

- SINCLAIR, M; STABLER, M (1997): *The economics of tourism*, Routledge, London.
- SINCLAIR, T.M.; STABLER, M.J. (1991): *The tourism industry: an international analysis*, CAB International
- SINGH, A.J (1999): “Capital investment in the US hotel industry to 2005”, *Travel and Tourism Analyst*, nº5, pp.69-87.
- SINGH, A.J; KWANSA, F.A: (1999): “Financing the lodging industry in the next millennium”, *International Journal of Hospitality Management*, vol.18-nº4, pp.415-425.
- SLATIN, P. (1998): “The ground floor: US investors, facing rising prices at home for luxury hotels cast their eyes and dollars toward Europe”, *Barron's* vol. 78, nº15, pp.50-52.
- SLATTERY, P. (1996): “International development of hotel chains”, *Environmental scanning and trends analysis*, pp.30-35.
- SLATTERY, P. (1991): “Hotel Branding in the 1990,s”, *EIU Travel and Tourism Analyst*, nº1, pp. 23-35
- SLATTERY, P. ; JOHNSON, S. (1993): “Hotel chains in Europe”, *EIU Travel and Tourism Analyst*, nº1, pp.65-80.
- SMERAL, E. (1998): “The impact of globalization on small and medium enterprises: new challenges for tourism policies in European countries”, *Tourism Management*, nº19, nº4, pp.371-380., Butterworth & Co Publis. Ltd.
- SMITH, C. Y JENNER, P. (1999): “Leveraging the new millennium for tourism”, *EIU Travel and tourism analyst*, nº3, pp.39-59.
- SOBERS, A. (1996): “USA to the Caribbean”, *Travel and Tourism Analyst*, nº3, pp.63-77.
- SOL-MELIA (1996): *Oferta Pública de Acciones de Sol-Meliá*, Documento informativo. Sol Meliá co.
- SOLBERG, C.A. (1991): “Respuesta al reto de la globalización. Sugerencia de un esquema para el análisis y la toma de decisiones”, *Información Comercial Española*, nº692, pp.9-24.
- STEIN, J. (1998): “Lenders and hotel management agreements”, *Real State Review*, vol. 28, nº1, pp.24-29, New York.
- STERN, R.M. (1985) (ed.): “*Traded and investment in services: Canada/US perspectives*”, Ontario Economic Council.

- STILES, R. (1998): "Capital flows in the Asian hotel sector", *E.I.U. Travel and Tourism Analyst*, nº3, pp.61-73
- STOPFORD, J.M.; WELLS, L.T. (1972): *Managing the multinational enterprises. Organization of the firm and ownership of the subsidiaries*, Basic Book, New York.
- SUBD. GRAL.ESTUDIOS SECTOR EXTERIOR (1997): "El ranking de las 100 empresas multinacionales más importantes por su actividad en el exterior (1990 y 1995).", *Boletín Económico del ICE*, nº 2560, pp.3-10.
- SUBD. GRAL.ESTUDIOS SECTOR EXTERIOR (1998): "La inversión directa mundial y el papel de las multinacionales (El informe de la UNCTAD)", *Boletín Económico del ICE*, nº 2593, pp.3-10
- SUBD. GRAL. ESTUDIOS SECTOR EXTERIOR (1999): "Inversiones exteriores directas y el reto del desarrollo. El informe de la UNCTAD", *Boletín Económico del ICE*, nº2629, pp.3-9.
- SUE, M; GRAHAM, T. (1993): *Tourism in the Caribbean*. EIU Special Report, Economist Intelligence Unit. Report nº R455.
- TAYLOR, P. (1996): "Oligopoly or contestable markets in the UK package tour industry?", *Service industries Journal*, vol. 16, nº3, pp.379-388.
- TEARE, R. (1995): "The international hospitality business: a thematic perspective", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol.7, nº 7., pp.55-73, MCB University Press.
- TEARE, R. (1991): "Developing hotels in Europe: some reflections on progress and prospects", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol. 3, nº4., pp. 55-59. MCB University Press.
- TEARE, R.; BOER, A. (1991): *Strategic Hospitality Management. Theory and Practice for the 1990s.*, Cassells. London
- TEARE, R; OLSEN, M. (1992): *International Hospitality Management*, Pitman, London
- TEARE, R; OLSEN, M. (1999): *International Hospitality Management: corporate strategy in practice*, Addison Wesley Longman.
- TECNO HOTEL (1998): "Las cadenas españolas en plena expansión", *Editur-Tecno Hotel*. Barcelona, enero, pp.14-18.
- TEECE, D. (1987): *The competitive challenge: strategies for the industrial innovation and renewal*, Cambridge, M.A.: Ballinger.

- TEECE, D. (1983): "Technology and organizational factors in the theory of the multinational enterprise", en CASSON (ed.) *THE GROWTH OF INTERNATIONAL BUSINESS*, Allen and Unwin, London.
- TEECE, D.J. (1981): "Multinational enterprise market failure and market power considerations", *Sloan Management Review*, September, n°22, pp.3-17.
- TEECE, D.J. (1986): "Transaction Cost Economies and the multinational enterprise: an assessment", *Journal of Economic behaviour and Organization*, n°7, pp.21-46.
- TEECE, D.J. (1987): "Profiting from technological innovation: implications for integration, collaboration, licensing and public policy", en TEECE, D.J., (ed.), *The competitive challenge: strategies for industrial innovation and renewal*. Cambridge, ME, Ballinger, 185-220.
- TERPSTRA, V.; YU, C. (1988): "Determinants of foreign investment of U.S. Advertising agencies", *Journal of International business studies*, spring, pp. 33-47.
- THARAKAN, P.; VAN DEN BULCKE, D. (1998): *International trade, foreign direct investment and the economic environment*", MacMillan Press. Ltd.
- THEOBALD, W. (ED.) (1994): *Global tourism: the next decade*, Butterworth-Heinemann.
- T.T.I. (1999): *The international hotel industry*, Travel and Tourism Intelligence.
- TREMBLAY, P. (1998): "The economic organization of Tourism", *Annals of Tourism Research*, vol.25, n°4, pp. 837-859.
- TREVOR, W. (1997): "Hotel markets trends in the UK", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 9/7 pp.270-273, MCB University Press.
- TRONDSSEN, E.; EDFELT, R. (1987): "New opportunities in global services", *Long Range Planning*, vol.20, n° 5, pp.53-61.
- TSCHOEGI, A.E. (1983): "International retail banking as a strategy: an assessment", *Journal of International Business Studies*, summer, pp.67-88.
- TSE E.; WEST, J. (1992): "Development Strategies for international hospitality markets", TEARE, R; OLSEN, M. (eds.)(1992) op.ct.
- TSE, E.; OLSEN, M.D. (1990): "Business strategy and organizational strategy: a case o US restaurant firms", *International Journal of Contemporary hospitality management*, vol.2, n°3, pp17-23, MCB University Press.

- TSHOEGI, A. (1987): "International retail banking as a strategy: an assessment", *The Journal of International business studies*, verano, pp.67-88.
- TSHOEGI, A.E. (1983): "Size, growth and transnationality among the world", *The Journal of Business*, April, pp.187-202
- TSUI, J. (1989): "Lodging finance goes global", *Lodging Hospitality*, vol.45, n°7, pp.78.
- TURNBULL, D.R. (1996): *The influence of political risk events on the investment decisions of multinational Hotel Companies in Caribbean Hotel Projects*, Dissert. Faculty of the Virginia Polytechnic Institute and State University.
- UNCTAD (1998/1999): *World Investment Report 1997/1998*, United Nations Centre Of Transnational Corporation Program of Transnational Corporation, Ginebra.
- UNITED NATIONS (UNCTAD) (1993): *The transnationalization of service industries*, United Nations, United Nations Centre of Transnational Corporation, NY.
- UNCTAD (1990): *Transnational Corporations, services and the Uruguay Round*, United Nations, United Nations Centre of Transnational Corporation NY
- UNCTAD (1981): *"Transnational Corporations in International Tourism"*, United Nations, New York.
- URRA URBIETA, A. (1999): "Cooperación interempresarial. Algunas puntualizaciones en una aproximación económica al fenómeno", *Revista de Dirección y Organización de empresas* n°22, Fundación General U. Politécnica de Madrid.
- URRY, J.D. (1990): *The tourist gaze*, Sage Publications, London
- VAHLNE, J.E.; NORDSTRÖM, K.A. (1993): "The internationalization process: impact of competition and experience.", *The International Trade Journal*, vo. VII, n°5, pp.529-549.
- VANDERMERWE, S.; CHADWICK, M. (1989): "The internationalization of services", *The service industries journal*, vol. 9, n°1, pp.79-93.
- VANHOVE, N. (1998): "Tourism demand globalization and its impact on marketing strategies", *Papers de Turisme*, Valencia, n°23, pp.48-87.
- VEAL, A.J. (1997): *Research Methods for leisure and tourism. A practical Guide*, Pitman Publishing. Leisure and management series.
- VELLAS, F; BÉCHEREL, L. (1995): *International Tourism*, MacMillan Press, London.

- VERA REBOLLO, J.F.; MARCHENA GÓMEZ, M. (1996): "El turismo español: perspectiva económica y territorial", en PEDREÑO, A., (dir.)(1996) op.ct. pp. 327-364.
- VERNON, R. (1980): "The product cycle hypothesis in a new international environment", *International Investment*, pp.230-242.
- VERNON, R. (1966): "International investment and international trade in the product cycle", *Quarterly journal of Economic*, vol. 83, nº1, pp. 190-207.
- VERNON, R. (1971): *Sovereignty at Bay: The mne spread of U.S. Enterprises*, Basic Books, Inc.
- VERNON, R. (1974): "Location of industry", En DUNNING, J.H. (ed.): *Economic analysis and the multinational enterprise*, George Allen & Unwin, London, pp.89-114.
- WAHEED, A. (1992): "The internalization theory of foreign direct investment: some empirical evidence", *Journal of Multinational Financial Management*, vol.2(1), pp.75-83.
- WEIERMAIR, K. (1997): "Globalization and new ways in tourism management", *III Foro Internacional de Turismo de Benidorm: El turismo en la era de la globalización*, FCAET, noviembre, Benidorm (Alicante)
- WEINSTEIN, A.K. (1977): "Foreign investment by service firms: the case of multinational advertising agencies", *The journal of International Business Studies*, pp.83-91.
- WELCH, L; LUOSTARINEN, R. (1988): "Internationalization: evolution of a concept", *Journal of General Management*, vol. 14, pp.34-55.
- WHITE, D.; GRIFFITH, D. (1999): "Profiling exporting and nonexporting service firms: critical differences to decision-makers", *Thunderbird International Business review*, vol. 41, nº2, 195-213.
- WHITFORD, M. (1998): "Merger and acquisition activity dominates lodging landscape", *Hotel and motel management*, 21 Sept, pp.48-67.
- WILSON, I. (1988): "Competitive strategies for service businesses", *Long Range Planning*, vol.21, nº6, pp.10-12.
- WILLIAMS, A. (1995): "Capital and the transnationalisation of tourism.", MONTANARY y WILLIAMS (Ed.). *European Tourism: Regions, spaces and restructuring*, European Science Foundation, J. Wiley&Sons Ltd.

- WILLIAMSON, O.E. (1979): "Transaction cost economies: the governance of contractual relations", *Journal of law and economics*, vol.22, nº2, pp.233-262.
- WILLIAMSON, O.E. (1975): *Markets and hierarchies: analysis and anti-trust implications*, New York: Free Press.
- WILLIAMSON, O.E. (1985): *The economic institutions of capitalism*, The Free Press. New York.
- WINTER, S. (1987): "Knowledge and competence as strategic assets", en TEECE, D.J., (ed.) (1987). op. ct., pp. 159-84.
- WITT ET AL. (1995): *The management of international tourism*, Routledge, Second Edition, London.
- WRIGHT, P. ET AL. (1981): "The developing world to 1990: trends and implications for multinational business", *Long Range Planning*, vol. 15, pp.116-25.
- YIP (1989): Global Strategy in a world of nations, *Sloan Management Review*, fall, pp. 29-41.
- YOUNG, S.; HAMILL, J.; WHEELER, C. (1989): *International market entry and development: strategies and management*, Prentice Hall, Reino Unido.
- ZAJAC, E.J.; OLSEN, C. (1993): From transaction cost to transactuibak vakye abaktsus: implications for the study of interorganizational strategies, *Journal of Management Studies*, nº30 (1), pp.131-145.
- ZHAO, J.L. (1994): *The antecedent factors and entry mode choice of multinational lodging firms: the case of growth strategies into new international markets*, Dissert. Faculty of Virginia Polytechnic Institute and the State University.
- ZHAO, J.L. (1998): "Globalization, multinationals and corporate strategies", OLSEN, M.; WEST, J.; TSE, E. (1998), op.ct.
- ZOIDO, E.M. (1998): "Un estudio de las participaciones accionariales de los bancos en las empresas españolas", *Investigaciones económicas*, vol.XXII (3), pp.427-467

ANEXOS



ANEXO 1

Características de la empresa

Origen	<ul style="list-style-type: none"> • ¿De quien es la propiedad de la empresa?
Expansión nacional	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Dónde se ha producido la expansión a nivel nacional y en respuesta a qué factores?
Formación mano de obra	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Ofrece algún tipo de reciclaje profesional para sus empleados?

Estructura del mercado al que se dirige

Competencia y rivalidad	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Han iniciado los hoteles con los que compete a nivel nacional su expansión empresarial? • ¿Ha incrementado mucho la competitividad nacional la entrada de cadenas hoteleras extranjeras? • ¿Existen empresas en el sector que dominan algunos mercados de clientes extranjeros? ¿Causas?
Competencia perfecta u oligopolio	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Existen grandes hoteles que dominan el mercado o está repartido entre muchos de tamaño similar?
Estrategia de diferenciación	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Se sustituyen fácilmente unos hoteles por otros o se potencia la diferenciación del producto? • ¿Utiliza distintas marcas para posicionar el producto ante diferentes mercados?
Características de la demanda	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Se dirige específicamente a un tipo de cliente concreto? • ¿Presenta su demanda un comportamiento estacional? • ¿Es la disminución de la estacionalidad un factor importante para su expansión internacional? • ¿Cuál es el porcentaje de clientes nacionales y extranjeros que recibe? • ¿De qué países extranjeros recibe clientes? ¿En qué proporción? • ¿Es allí donde se orienta la expansión empresarial?
Proveedores y empresas auxiliares	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo capta la demanda nacional? ¿Y la extranjera? • ¿Qué proporción de ventas totales se atribuye a sistemas de reservas? ¿Y a través de operadores turísticos? • ¿Qué tipos de acuerdo (accionarial, compras, reservas) tiene su cadena con... <ul style="list-style-type: none"> con compañías aéreas: con tour operadores: con otras empresas:

Estrategia de internacionalización

<p>Causas que la motivan</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuándo se planteó la empresa la posibilidad de salir al exterior? • ¿Se había producido previamente una expansión importante a nivel nacional? • ¿Es posible crecer más a nivel nacional? ¿Ha influido en su política de expansión la moratoria al crecimiento en la isla? • ¿Qué tipo de estudios de viabilidad se llevan a cabo? • ¿Presentan los países de destino una demanda potencial importante de clientes nacionales o extranjeros? • ¿Se ha debido a que la demanda en España se ha debilitado o a que presenta más posibilidades de crecimiento en el país extranjero? • ¿La amortización de un hotel en el extranjero es menor que en España? • ¿Presenta el país extranjero ventajas en costes salariales? • ¿Y otro tipo de incentivos para llevar a cabo la expansión?
<p>Forma de expansión</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué forma de expansión se elige? • ¿Por qué se elige....y no otra? • ¿Evolución experimentada en la forma de expansión elegida?
<p>Estrategia de posicionamiento</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Los hoteles en el exterior presentan las mismas características que el nacional o existen diferencias? • ¿Se dirige al mismo tipo de clientes extranjeros que en España? • ¿Intenta captar la demanda nacional que elige salir al extranjero? ¿ha sido la mayor salida al exterior de los españoles un motivo clave para su expansión? • ¿Utiliza los mismos canales de comercialización que para sus hoteles en España? ¿Varía su estrategia de marketing? • ¿Qué porcentaje de reservas de los hoteles en el exterior se capta a través de operadores turísticos?
<p>Estructura de mercado de los países de destino de las inversiones</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Presenta el país extranjero más posibilidades de crecimiento de la demanda que el país nacional? • ¿mejores infraestructuras? • ¿Presenta el país extranjero menor rivalidad empresarial que España? • ¿Se han producido en el país extranjero otras inversiones directas de otros países? ¿de cuáles? ¿Varía por tanto el origen geográfico de sus rivales? • ¿Está más o menos desarrollada la industria hotelera en que es España? • ¿Está dominada por capital nacional o extranjero? • ¿Se ha planteado su empresa expandirse por Europa?
<p>Transferencia de mano de obra</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Se han presentado problemas con el personal contratado allí para ofrecer un buen servicio? • ¿La productividad es allí la misma que en España?

	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Se han trasladado personas de la empresa en España hacia los hoteles en el extranjero? ¿Con qué nivel de especialización y de categoría profesional? • ¿Qué porcentaje de la plantilla es de aquel país?
Recursos financieros	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Utiliza financiación externa para hacer frente a sus instalaciones nacionales? • ¿Y en la expansión internacional de su empresa? ¿De qué forma?
Expectativas de futuro	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Existen perspectivas de continuar la expansión en ...o en otros países? • ¿Cuáles son los principales riesgos que observa en el proceso de internacionalización?



ANEXO 2

CUESTIONARIO

1.- Nombre de la cadena hotelera _____

Año de creación _____

Año de su expansión internacional _____

2.- Total de establecimientos hoteleros en los que el hotel tiene intereses accionariales, de gestión o de franquicia (a fecha de diciembre de 1998)

	Número de hoteles	Número de habitaciones
a) Domésticos o nacionales		
b) Internacionales		

3.- Sobre una escala de 5, clasifique las ventajas que perciba **en los países** en los que opera hoteles en relación con otros países donde podía haber abierto un hotel. (5= muy importante; 4= importante; 3 = de alguna importancia; 2 =poca importancia ; 1 = no importante)

VENTAJAS DE LOCALIZACIÓN	Países desarrollados	Países en desarrollo
Tamaño y ratio de crecimiento de la economía	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Tamaño y naturaleza de la ciudad en la que el hotel se localiza	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Oportunidades para el turismo	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Infraestructura en general del país	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Proximidad geográfica del país	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Proximidad cultural (ej. idioma)	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Política gubernamental hacia la inversión extranjera en términos de regulación e incentivos	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Estabilidad política, social y económica	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Disponibilidad de inputs a bajo coste (ej: trabajo, materias primas)	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Tratamiento fiscal favorable	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Otros (nombrar, por favor).....	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
.....	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
.....	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5

4.- Sobre una escala de 5, clasifique las **ventajas competitivas** que piensa que **posee su empresa** sobre los hoteles domésticos de los países en desarrollo y desarrollados en los que tiene actividades (5= muy importante; 4= importante; 3 = de alguna importancia; 2 =poca importancia ; 1 = no importante)

VENTAJA COMPETITIVA	Países desarrollados	Países en desarrollo
Tamaño de su empresa	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Experiencia internacional	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Experiencia nacional	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Imagen de marca	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Inversión en formación	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Sistema de reservas	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Conocimiento de los gustos de los turistas	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Estructura de comercialización propia (mayoristas)	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Tamaño y estructura de la industria hotelera española	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Ventajas por cooperación y asociacionismo (ej: compras, finanzas y marketing)	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Economías de escala debido a un proceso de aprendizaje más amplio y mayores habilidades de producción	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Otras (nombrar, por favor)	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
.....	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
.....	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5

5.-¿Qué porcentaje de sus ventas totales en 1998 proviene de las operaciones hoteleras fuera de España?

- I. Más del 75% _____
- II. Más del 50% _____
- III. Más del 25% _____
- IV. Menos del 25% _____

6.- En 1998, ¿qué porcentaje de las ventas totales de sus establecimientos hoteleros es orientado en formación de personal?

- a) en todos los hoteles: _____% de las ventas (aproximadamente)
- b) en los hoteles asociados en el extranjero _____% de las ventas (aproximadamente)

7.- Indique por favor, en qué sentido piensa usted que los distintos modos de entrar en un país extranjero (accionista-propietario, accionista-co-propietario, franquicia o contrato de gestión) ayudan a la empresa matriz a ejercer el control que desea. En una escala máxima de 5, ordene los factores que abajo se enumeran para ambos, países desarrollados y no desarrollados en relación a los distintos modos de entrada. (5= muy importante; 4= importante; 3 = de alguna importancia; 2 =poca importancia ; 1 = no importante).

PD= países desarrollados / PND= países no desarrollados

	Propietario 100%	Copropietario	Franquicia	Contrato de gestión
Para asegurarse un adecuado control de calidad				
PD.....	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
PND.....	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
Para coordinar las habilidades y la experiencia aprendida por la empresa matriz				
PD.....	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
PND.....	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
Para controlar las actividades de la empresa matriz en términos de marketing o desarrollo de actividades turísticas relacionadas				
PD.....	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
PND.....	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
Las condiciones económicas y financieras del país de destino				
PD.....	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
PND.....	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
La política del país de destino hacia regulaciones de la inversión directa extranjera				
PD.....	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
PND.....	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
Experiencia en negocios internacionales				
PD.....	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
PND.....	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
Fortaleza de la moneda y atractivos tipos de interés del destino				
PD.....	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
PND.....	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
Para minimizar los costes de negociación y transacciones diarias				
PD.....	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
PND.....	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
Para explotar economías de escala y alcance				

PD.....	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
PND.....	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
Otros (por favor, nombrar...)				
PD.....	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
PND.....	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
PD.....	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5
PND.....	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5	1-2-3-4-5

8.- Indique, por favor, en qué medida los siguientes objetivos forman parte de la **estrategia global** de su empresa

Conseguir economías de escala	1-2-3-4-5
Crecer en tamaño	1-2-3-4-5
Invertir en formación	1-2-3-4-5
Formar parte de sistemas de reservas centrales	1-2-3-4-5
Potenciar la imagen de marca	1-2-3-4-5
Estricto control de calidad	1-2-3-4-5

9.- En escala de 1 (sin importancia) a 5 (muy importante) por favor **evalúe las razones** por las cuales su empresa **decide operar en un país extranjero**:

RAZONES	IMPORTANCIA
Para incrementar mis ventas	1 2 3 4 5
Para incrementar mis beneficios	1 2 3 4 5
Para incrementar mi cuota de mercado	1 2 3 4 5
Simplemente porque el desarrollo actual de la industria lo convierte en necesario para sobrevivir en ella	1 2 3 4 5
Para ganar economías de escala (abaratamiento de costes al producir mayor número de unidades)	1 2 3 4 5
Por tener costes laborales más baratos	1 2 3 4 5
Para seguir a mis clientes nacionales cuando salen al extranjero	1 2 3 4 5
Porque en el mercado Español es muy caro y difícil seguir creciendo	1 2 3 4 5
Para expandir mi gama de servicios y penetrar en segmentos de mercado diferentes	1 2 3 4 5
Para diversificar riesgos	1 2 3 4 5
Para ganar en imagen de marca	1 2 3 4 5
Porque la amortización de la inversión es menor en determinados países	1 2 3 4 5
Para reducir la estacionalidad de mi actividad	1 2 3 4 5
Por la intensa competencia que sufren mis establecimientos en España	1 2 3 4 5
Para adaptarme a los cambios en las tendencias de la demanda turística	1 2 3 4 5
Por la disponibilidad de financiación local en algunos países	1 2 3 4 5
Beneficios fiscales	1 2 3 4 5
Repatriación de beneficios y capitales	1 2 3 4 5
Otros (por favor, nombrar).....	1 2 3 4 5
	1 2 3 4 5
	1 2 3 4 5

10.- Por último, por favor enumere todos los hoteles establecidos fuera de España en diciembre de 1999. Puede también enumerar aquellos que se encuentren en fase de construcción. Indique si éstos son:

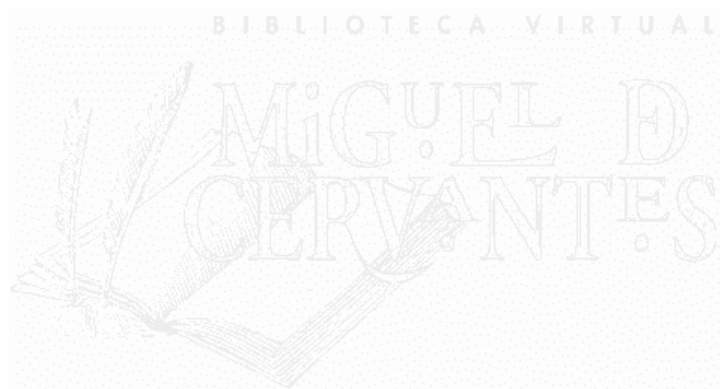
Totalmente suyas (100% propiedad): T
Parcialmente suyas: P
Franquicia: F
Contrato de Gestión: G
Alquiler: A

Nombre de la propiedad	Habitaciones	País	T	P	F	G	A
1.							
2.							
3.							
4.							
5.							
6.							
7.							
8.							
9.							
10.							
11.							
12.							
13.							
14.							
15.							
16.							
17.							
18.							
19.							
20.							

ANEXO 3

Profesionales del sector hotelero que han colaborado en esta investigación:

	NOMBRE	CARGO
BARCELÓ HOTELES	D. JOSÉ L. MULET	VICE-PRESIDENTE EJECUTIVO
BEST HOTELS	D. JOSÉ LUIS MATEO	DIRECTOR GENERAL
BLAU HOTELES	D. JORGE ROSELLÓ	DIRECTOR GENERAL
H10 GROUP HOTELS	D. JUAN MOLAS	CONSEJERO DELEGADO
HOTELES HESPERIA	D. JAVIER BERASTAIN D. EDUARD DE GISPERT	DIRECTOR GENERAL DEPARTAMENTO. DE EXPANSIÓN
HOTELES C	D. LUIS CALLEJÓN	DIRECTOR GENERAL
HOTELES CATALONIA	D. FRANC BALONGA	DIRECTOR DE EXPANSIÓN
HOTELES GLOBALES	D. JAIME SASTRE	DIRECTOR GENERAL
HOTELES PIÑERO	D. ENCARNA PIÑERO	CONSEJERA DELEGADA
HOTETUR CLUB	D. FRANCISCO GIMENA	DIRECTOR GENERAL
HUSA HOTELES	D. J. GASPART D. VICTOR MARTÍ	DIRECTOR DE EXPANSIÓN
IBEROSTAR HOTELES	D. FRANCISCO ALBERTI	DIRECTOR DE EXPANSIÓN
NH HOTELES	D. MÁXIMO ROMERO	SUBDIRECTOR EXPANSIÓN Y DESARROLLO
OCCIDENTAL HOTELS	D. ANGEL LORENZO	DIRECTOR DE RELACIONES CON HOTELES ASOCIADOS
PARTNER HOTELES	D. FERNANDO MATAS	DIRECTOR GENERAL
RENTHOTEL	D. JUAN MORRO	DIRECTOR GENERAL
RIU	D. JOS GRAVEN	DIRECTOR DE EXPANSIÓN
SIVA HOTELES	D. ERIC STAUB	HOTEL DIVISIÓN OPERATIONS MANAGER
SOL MELIÁ HOTELES	D. MARCELLO PIGGOZZO D. CORE MARTÍN	DIRECTOR ÁREA VACACIONAL ASSISTANT TO VICE-PRESIDENT
HOTELES TRYP	D. LUIS CARLOS CALERO D. MIGUEL ANGEL PÉREZ	ADJUNTO A DIRECCIÓN GENERAL ADJUNTO A DIRECTOR DE EXPANSIÓN
VISTA SOL HOTELES	D. JUAN JUAN MARI	DIRECTOR GENERAL
ZONTUR	D. PERE JOAN DEVESA	PRESIDENTE ZONTUR
ASOCIACION CADENAS HOTELERAS ESPAÑOLAS Y FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES	D. ALEJANDRO PICARDO	GERENTE ACHE Y FEH
SERVIGRUP HOTELES	JOSÉ M ^a CABALLÉ	DIRECTOR GENERAL
HOTUSA	MIGUEL CELADES	DIRECTOR DE COMUNICACIÓN
HOSTELMARKET	MIGUEL A. MERINO	REDACTOR JEFE HOSTELMARKET



ANEXO 4

CUADRO Nº A.1.- VENTAJAS COMPETITIVAS PERCIBIDAS POR LAS EMPRESAS MATRICES. POR TAMAÑO*.

	0-6.000		6000-19000		19.000-90.000		total empresas	
	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.
Específicas de la empresa								
Tamaño de su empresa	3,14	3,43	3,33	3,09	3,38	4,17	3,28	3,56
Experiencia internacional	3,29	3,86	2,70	3,13	3,53	4,33	3,18	3,78
Experiencia nacional	4,14	3,86	4,17	4,21	3,82	4,33	4,05	4,12
Imagen de marca	3,29	3,14	3,00	2,75	3,72	4,67	3,33	3,50
Formación del personal	3,39	3,66	3,67	3,71	4,13	4,17	3,71	3,86
Sistema de reservas	3,00	3,29	3,17	3,09	4,24	4,33	3,44	3,56
Conocimiento de los gustos de los turistas	4,14	4,57	4,17	4,25	4,01	4,67	4,11	4,50
Estructura de comercialización propia (mayoristas)	4,29	4,71	4,00	4,61	4,19	4,67	4,16	4,67
Específicas de la transacción								
Tamaño y estructura de la industria hotelera española	3,86	4,29	4,17	3,51	3,96	4,34	3,99	4,06
Economías de rango y gestión común (ej.: compras, finanzas y marketing)	3,66	3,22	3,67	3,59	3,78	3,83	3,70	3,53
Economías de escala	3,71	4,00	3,83	3,30	4,13	4,14	3,88	3,82

P.D.: País desarrollado; P.N.D.: País no desarrollado

*: El tamaño se define como el total de ventas ganadas por las empresas en el total de operaciones hoteleras mundiales.

Fuente: Cuestionario. Elaboración propia

CUADRO Nº A.2.- VENTAJAS LOCACIONALES PERCIBIDAS POR LAS EMPRESAS MATRICES. POR TAMAÑO DE LA EMPRESA*.

	0-6.000		6000-20000		20.000-90.000		Todas las empresas	
	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.
Tamaño y ratio de crecimiento de la economía	2,57	2,57	3,67	2,67	3,67	3,67	3,26	2,95
Tamaño y naturaleza de la ciudad	3,00	3,29	3,83	3,00	4,50	3,67	3,74	3,32
Oportunidades para el turismo	4,71	4,71	4,17	3,33	3,67	4,67	4,21	4,26
Infraestructura en general del país	4,43	3,71	4,50	2,83	4,83	4,00	4,26	3,53
Proximidad geográfica del país	2,86	2,43	2,67	2,00	2,33	2,33	2,63	2,26
Proximidad cultural (ej. Idioma)	2,71	2,71	3,17	3,50	3,83	4,00	3,21	3,37
Política gubernamental hacia la inversión extranjera	4,00	4,29	3,33	3,17	3,17	4,00	3,53	3,84
Estabilidad política, social y económica	4,43	4,57	4,17	3,33	3,83	4,33	4,16	4,11
Disponibilidad de inputs a bajo coste (je: trabajo, materias primas)	3,29	4,29	3,50	4,50	2,67	3,67	3,16	4,16
Tratamiento fiscal favorable	3,57	4,43	3,33	4,33	2,83	3,83	3,26	4,21

P.D.: País desarrollado; P.N.D.: País no desarrollado

*: El tamaño se define como el total de ventas ganadas por las empresas en el total de operaciones hoteleras mundiales.

Fuente: Cuestionario. Elaboración propia

CUADRO N° A.3.: VENTAJAS DE INTERNALIZACIÓN PERCIBIDAS POR LA EMPRESA MATRIZ, POR TAMAÑO.

	0-6.000		6000-20000		19.000-90.000		todas las empresas	
	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.
Asegurarse un adecuado control de calidad (Oa)	3,94	4,20	4,95	3,97	4,11	3,57	3,69	3,93
Experiencia en negocios internacionales (Oa)	3,98	4,04	3,92	4,11	3,29	3,61	3,74	3,93
Coordinar las habilidades y recursos de la empresa matriz (Ot)	3,75	3,75	3,92	3,73	3,50	3,40	3,72	3,63
Coordinar las actividades de la empresa matriz (marketing, etc.) (Ot)	4,06	3,88	4,11	3,97	3,71	3,68	3,96	3,85
Minimizar los costes de negociación y transacciones diarias (Ot)	3,62	3,65	3,49	3,53	2,98	3,12	3,38	3,44
Explotar economías de escala y rango (Ot)	4,45	4,42	3,84	3,87	3,44	3,58	3,94	3,98
Las condiciones económicas y financieras del país (L)	3,43	3,73	3,59	3,63	3,21	3,32	3,41	3,58
La política del país de destino hacia regulaciones de la inversión (L)	3,81	3,62	3,51	3,40	3,08	3,37	3,49	3,47
Fortaleza de la moneda y atractivos tipos de interés del destino (L)	3,54	3,56	3,58	3,49	2,85	3,06	3,33	3,38

Oa y Ot relacionadas con las ventajas específicas de la empresa; L: hace referencia a factores específicos del país
Fuente: Cuestionario.

CUADRO N° A.4.- VENTAJAS COMPETITIVAS PERCIBIDAS POR LAS EMPRESAS MATRICES. POR EXPERIENCIA INTERNACIONAL*.

	0-3 años		4-7 años		8-11 años		más 11 años		todas las empresas	
	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.
Específicas de la empresa										
Tamaño de su empresa	3,33	3,11	3,57	3,50	3,00	4,19	3,00	4,33	3,28	3,56
Experiencia internacional	2,80	3,00	3,80	4,50	3,00	4,26	3,67	4,67	3,18	3,78
Experiencia nacional	3,89	3,68	4,74	4,50	3,67	4,71	4,00	4,33	4,05	4,12
Imagen de marca	2,89	2,44	3,58	4,25	3,67	4,50	4,00	4,67	3,33	3,50
Formación del personal	3,22	3,22	4,19	4,50	4,25	4,10	4,00	4,67	3,71	3,86
Sistema de reservas	2,89	2,44	4,36	4,50	3,00	4,52	4,33	4,67	3,44	3,56
Conocimiento de los gustos de los turistas	4,11	4,22	4,52	4,75	4,00	4,83	3,67	4,67	4,11	4,50
Estructura de comercialización propia (mayoristas)	4,44	4,44	4,78	4,75	3,00	4,89	3,67	5,00	4,16	4,67
Específicas de la transacción										
Tamaño y estructura de la industria hotelera española	4,00	3,56	4,47	4,50	3,67	4,69	3,63	4,35	3,99	4,06
Economías de rango y gestión común (ej.: compras, finanzas y marketing)	3,56	3,00	4,41	4,50	3,55	3,69	3,33	3,67	3,70	3,53
Economías de escala	3,67	3,22	4,47	4,50	4,00	4,61	3,63	3,94	3,88	3,82

P.D.: País desarrollado; P.N.D.: País no desarrollado

*: Los años de experiencia internacionales se definen como el número de años desde que el hotel establece su primera operación en el extranjero, mediante inversión directa, contrato de gestión o franquicia.

Fuente: Cuestionario. Elaboración propia

CUADRO N° A.5.- VENTAJAS LOCACIONALES PERCIBIDAS POR LAS EMPRESAS MATRICES. POR EXPERIENCIA INTERNACIONAL*.

	0-3 años		4-7 años		8-11 años		más 11 años		todas las empresas	
	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.
Tamaño y ratio de crecimiento de la economía	3,00	2,78	3,75	2,75	3,00	3,00	3,67	3,67	3,26	2,95
Tamaño y naturaleza de la ciudad	3,89	3,44	3,75	3,50	2,67	3,00	4,33	3,00	3,74	3,32
Oportunidades para el turismo	4,33	3,89	5,00	4,75	3,67	4,00	3,33	5,00	4,21	4,26
Infraestructura en general del país	4,00	2,78	5,00	4,75	4,33	3,67	4,00	4,00	4,26	3,53
Proximidad geográfica del país	2,56	1,67	3,00	3,25	2,33	2,33	2,67	2,67	2,63	2,26
Proximidad cultural (ej. Idioma)	3,33	3,56	2,75	2,75	2,67	2,67	4,00	4,33	3,21	3,37
Política gubernamental hacia la inversión extranjera	3,33	3,44	5,00	4,75	2,67	3,67	3,00	4,00	3,53	3,84
Estabilidad política, social y económica	4,44	3,78	4,50	5,00	3,33	3,67	3,67	4,33	4,16	4,11
Disponibilidad de inputs a bajo coste (ej.: trabajo, materias primas)	3,00	4,22	4,25	4,00	3,00	4,67	2,33	3,67	3,16	4,16
Tratamiento fiscal favorable	2,89	4,11	4,50	4,25	3,00	4,67	3,00	4,00	3,26	4,21

P.D.: País desarrollado; P.N.D.: País no desarrollado

*: Los años de experiencia internacionales se definen como el número de años desde que el hotel establece su primera operación en el extranjero, mediante inversión directa, contrato de gestión o franquicia.

Fuente: Cuestionario. Elaboración propia

CUADRO N° A.6. VENTAJAS DE INTERNALIZACIÓN PERCIBIDAS POR LA EMPRESA MATRIZ, POR EXPERIENCIA INTERNACIONAL.

	0-1 años		4-7 años		8-11 años		más 11 años		todas las empresas	
	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.
Asegurarse un adecuado control de calidad (Oa)	3,73	4,04	3,94	3,91	3,18	3,73	3,75	3,83	3,69	3,93
Experiencia en negocios internacionales (Oa)	3,83	4,02	4,08	4,32	4,03	4,14	2,75	2,92	3,74	3,93
Coordinar las habilidades y recursos de la empresa matriz (Ot)	3,77	3,77	3,94	3,74	3,20	2,88	3,83	3,83	3,72	3,63
Coordinar las actividades de la empresa matriz (marketing, etc.) (Ot)	4,07	4,02	4,19	3,82	3,30	3,03	4,00	4,17	3,96	3,85
Minimizar los costes de negociación y transacciones diarias (Ot)	3,57	3,63	3,50	3,73	3,53	3,46	2,50	2,50	3,38	3,44
Explotar economías de escala y rango (Ot)	4,16	4,14	4,06	4,27	4,13	4,15	2,92	2,92	3,94	3,98
Las condiciones económicas y financieras del país (L)	3,63	3,57	3,45	4,13	3,28	3,61	2,83	2,83	3,41	3,58
La política del país de destino hacia regulaciones de la inversión (L)	3,56	3,53	3,73	3,63	3,35	3,08	3,08	3,50	3,49	3,47
Fortaleza de la moneda y atractivos tipos de interés del destino (L)	3,55	3,55	3,37	3,70	3,56	3,59	2,42	2,17	3,33	3,38

Oa y Ot relacionadas con las ventajas específicas de la empresa; L: hace referencia a factores específicos del país

Fuente: Cuestionario.

CUADRO N° A.7.- VENTAJAS COMPETITIVAS PERCIBIDAS POR LAS EMPRESAS MATRICES. POR GRADO DE INTERNACIONALIZACIÓN*.

	0,01-0,30		0,31-0,60		0,61-0,90		todas las empresas	
	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.
Específicas de la empresa								
Tamaño de su empresa	3,56	3,06	3,05	4,17	3,00	3,75	3,28	3,56
Experiencia internacional	2,80	2,98	3,03	4,33	4,25	4,75	3,18	3,78
Experiencia nacional	3,89	3,80	3,82	4,17	4,75	4,75	4,05	4,12
Imagen de marca	3,22	2,83	3,39	4,50	3,50	3,50	3,33	3,50
Inversión en formación	3,78	3,85	3,63	3,83	3,69	3,91	3,71	3,86
Sistema de reservas	3,11	2,84	4,07	4,33	3,25	4,00	3,44	3,56
Conocimiento de los gustos de los turistas	4,11	4,17	4,01	4,67	4,25	5,00	4,11	4,50
Estructura de comercialización propia	4,11	4,41	4,19	4,83	4,25	5,00	4,16	4,67
Específicas de la transacción								
Tamaño y estructura de la industria hotelera española	4,11	3,67	3,96	4,18	3,75	4,75	3,99	4,06
Economías de rango y gestión común (ej.: compras, finanzas y marketing)	3,56	3,17	3,61	3,83	4,16	3,88	3,70	3,53
Economías de escala	3,78	3,20	4,13	4,30	3,75	4,50	3,88	3,82

P.D.: País desarrollado; P.N.D.: País no desarrollado

*: El grado de internacionalización se define como el número de habitaciones fuera del país de origen como porcentaje de todas las habitaciones en las operaciones globales de la cadena.

Fuente: Cuestionario. Elaboración propia

CUADRO N° A.8.- VENTAJAS LOCACIONALES PERCIBIDAS POR LAS EMPRESAS MATRICES. POR GRADO DE INTERNACIONALIZACIÓN*.

	0,01-0,30		0,31-0,60		0,61-0,90		todas las empresas	
	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.
Tamaño y ratio de crecimiento de la economía	3,44	2,78	3,17	3,17	3,00	3,00	3,26	2,95
Tamaño y naturaleza de la ciudad	3,89	3,33	4,17	3,17	2,75	3,50	3,74	3,32
Oportunidades para el turismo	4,11	3,56	4,17	4,83	4,50	5,00	4,21	4,26
Infraestructura en general del país	4,22	2,89	4,50	4,67	4,00	3,25	4,26	3,53
Proximidad geográfica del país	2,67	1,78	2,33	2,33	3,00	3,25	2,63	2,26
Proximidad cultural (ej. Idioma)	3,22	3,44	3,67	3,83	2,50	2,50	3,21	3,37
Política gubernamental hacia la inversión extranjera	3,33	3,33	4,17	5,00	3,00	3,25	3,53	3,84
Estabilidad política, social y económica	4,22	3,56	4,00	4,67	4,25	4,50	4,16	4,11
Disponibilidad de inputs a bajo coste (ej.: trabajo, materias primas)	3,22	4,33	3,17	4,00	3,00	4,00	3,16	4,16
Tratamiento fiscal favorable	3,11	4,22	3,67	4,67	3,00	3,50	3,26	4,21

P.D.: País desarrollado; P.N.D.: País no desarrollado

*: El grado de internacionalización se define como el número de habitaciones fuera del país de origen como porcentaje de todas las habitaciones en las operaciones globales de la cadena.

Fuente: Cuestionario. Elaboración propia

CUADRO N° A.9: VENTAJAS DE INTERNALIZACIÓN PERCIBIDAS POR LA EMPRESA MATRIZ, POR GRADO DE INTERNACIONALIZACIÓN.

	0,01-0,30		0,31-0,60		0,61-0,90		todas las empresas	
	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.
Asegurarse un adecuado control de calidad (Oa)	3,60	3,91	3,66	3,75	3,95	4,17	3,69	3,93
Experiencia en negocios internacionales (Oa)	3,67	3,94	4,17	4,42	3,27	3,16	3,74	3,93
Coordinar las habilidades y recursos de la empresa matriz (Ot)	3,80	3,71	3,50	3,38	3,89	3,84	3,72	3,63
Coordinar las actividades de la empresa matriz (marketing, etc.) (Ot)	3,96	3,92	3,91	2,79	4,04	3,75	3,96	3,85
Minimizar los costes de negociación y transacciones diarias (Ot)	4,00	4,02	3,98	4,12	3,74	3,68	3,38	3,44
Explotar economías de escala y rango (Ot)	3,64	3,66	3,40	3,54	2,77	2,80	3,94	3,98
Las condiciones económicas y financieras del país (L)	3,63	3,62	3,04	3,71	3,46	3,28	3,41	3,58
La política del país de destino hacia regulaciones de la inversión (L)	3,44	3,38	3,54	3,79	3,51	3,22	3,49	3,47
Fortaleza de la moneda y atractivos tipos de interés del destino (L)	3,46	3,44	3,51	3,67	2,79	2,83	3,33	3,38

Oa y Ot relacionadas con las ventajas específicas de la empresa; L: hace referencia a factores específicos del país
Fuente: Cuestionario.

CUADRO N°A.10.- VENTAJAS COMPETITIVAS PERCIBIDAS POR LAS EMPRESAS MATRICES. POR ESTRUCTURA DE SU PROPIEDAD*.

	no accionarial		0,01-0,99		1,00-3,00		accionarial		todas las empresas	
	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.
Específicas de la empresa										
Tamaño de su empresa	2,00	2,64	3,50	4,50	3,32	3,75	3,86	3,43	3,28	3,56
Experiencia internacional	3,25	3,95	3,75	4,75	3,30	4,00	2,74	3,00	3,18	3,78
Experiencia nacional	3,75	4,03	4,00	4,50	3,99	4,25	4,29	3,87	4,05	4,12
Imagen de marca	2,25	2,63	3,5	3,50	3,58	4,00	3,71	3,71	3,33	3,50
Inversión en formación	4,00	3,91	3,50	3,75	4,19	4,25	3,39	3,66	3,71	3,86
Sistema de reservas	3,00	3,39	3,75	3,50	4,11	4,00	3,14	3,43	3,44	3,56
Conocimiento de los gustos de los turistas	4,50	4,38	4,25	4,50	3,77	4,50	4,00	4,57	4,11	4,50
Estructura de comercialización propia	4,00	4,67	4,25	5,00	4,28	4,50	4,14	4,57	4,16	4,67
Específicas de la transacción										
Tamaño y estructura de la industria hotelera española	3,75	3,77	4,00	4,00	3,94	4,27	4,14	4,14	3,99	4,06
Economías de rango y gestión común (ej.: compras, finanzas y marketing)	3,00	3,38	4,00	3,50	3,66	3,75	3,95	3,50	3,70	3,53
Economías de escala	4,00	3,71	4,00	4,00	4,19	3,96	3,57	3,71	3,88	3,82

P.D.: País desarrollado; P.N.D.: País no desarrollado

*: La estructura de propiedad se define como el número de habitaciones bajo intereses accionariales sobre los que no tienen estos intereses. En un extremo, tenemos las empresas que, tienen todas sus habitaciones bajo la modalidades no accionariales (franquicia, contrato de gestión o alquiler) o todo en propiedad (total o parcial). Otro grupo de empresas tienen habitaciones bajo ambas modalidades. El ratio bajo indica una menor presencia de habitaciones bajo modalidades accionariales y el ratio grande una mayor presencia bajo modalidades accionariales.

Fuente: Cuestionario. Elaboración propia

CUADRO N° A.11.- VENTAJAS LOCACIONALES PERCIBIDAS POR LAS EMPRESAS MATRICES. POR ESTRUCTURA DE SU PROPIEDAD*.

	no accionarial		0,01-0,5		0,51-0,99		accionarial		todas las empresas	
	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.
Tamaño y ratio de crecimiento de la economía	2,50	2,50	3,25	3,50	4,00	3,50	3,29	2,57	3,26	2,95
Tamaño y naturaleza de la ciudad	2,25	2,25	3,75	3,00	4,75	4,00	4,00	3,71	3,74	3,32
Oportunidades para el turismo	4,00	4,00	4,00	4,25	3,75	4,50	4,71	4,29	4,21	4,26
Infraestructura en general del país	4,50	4,50	3,50	2,75	4,00	4,00	4,71	3,14	4,26	3,53
Proximidad geográfica del país	2,00	2,00	1,50	1,25	2,50	2,75	3,71	2,71	2,63	2,26
Proximidad cultural (ej. Idioma)	1,75	1,75	3,00	3,25	4,00	4,00	3,71	4,00	3,21	3,37
Política gubernamental hacia la inversión extranjera	2,75	3,25	3,00	4,00	3,75	3,75	4,14	4,14	3,53	3,84
Estabilidad política, social y económica	4,00	4,00	3,75	3,25	4,00	4,25	4,57	4,57	4,16	4,11
Disponibilidad de inputs a bajo coste (ej.: trabajo, materias primas)	3,75	4,50	2,50	4,25	2,50	3,25	3,57	4,43	3,16	4,16
Tratamiento fiscal favorable	4,75	5,00	2,25	4,25	3,00	3,25	3,14	4,29	3,26	4,21

P.D.: País desarrollado; P.N.D.: País no desarrollado

*: La estructura de propiedad se define como el número de habitaciones bajo intereses accionariales sobre los que no tienen estos intereses. En un extremo, tenemos las empresas que, tienen todas sus habitaciones bajo la modalidades no accionariales (franquicia, contrato de gestión o alquiler) o todo en propiedad (total o parcial). Otro grupo de empresas tienen habitaciones bajo ambas modalidades. El ratio bajo indica una menor presencia de habitaciones bajo modalidades accionariales y el ratio grande una mayor presencia bajo modalidades accionariales.

Fuente: Cuestionario. Elaboración propia

CUADRO N° A.12.: VENTAJAS DE INTERNALIZACIÓN PERCIBIDAS POR LA EMPRESA MATRIZ, POR ESTRUCTURA DE LA PROPIEDAD.

	no accionarial		0,01-0,5		0,51-0,99		accionarial		todas las empresas	
	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.
Asegurarse un adecuado control de calidad (Oa)	3,77	3,97	3,35	3,75	3,73	3,64	3,87	4,16	3,69	3,93
Experiencia en negocios internacionales (Oa)	3,96	3,81	3,36	3,35	3,90	3,80	3,77	3,66	3,74	3,93
Coordinar las habilidades y recursos de la empresa matriz (Ot)	4,27	4,15	3,60	3,60	4,09	3,87	3,99	3,84	3,72	3,63
Coordinar las actividades de la empresa matriz (marketing, etc.) (Ot)	3,66	3,61	3,10	3,30	3,58	3,36	3,41	3,85	3,96	3,85
Minimizar los costes de negociación y transacciones diarias (Ot)	4,02	3,78	3,25	3,50	3,17	3,24	3,49	3,38	3,38	3,44
Para explotar economías de escala y rango (Ot)	3,67	4,02	3,82	4,00	2,75	3,14	4,14	4,16	3,94	3,98
Las condiciones económicas y financieras del país (L)	3,92	3,83	3,30	3,25	2,44	2,96	3,41	3,40	3,41	3,58
La política del país de destino hacia regulaciones de la inversión (L)	3,85	3,80	3,33	3,35	2,63	2,90	3,45	3,54	3,49	3,47
Fortaleza de la moneda y atractivos tipos de interés del destino (L)	4,42	4,48	3,49	3,50	3,31	3,58	3,25	4,21	3,33	3,38

Oa y Ot relacionadas con las ventajas específicas de la empresa; L: hace referencia a factores específicos del país

Fuente: Cuestionario.

CUADRO N° A.13.: VENTAJAS DE INTERNALIZACIÓN PERCIBIDAS POR LA EMPRESA MATRIZ, CUANDO SE EXPANDE EN PROPIEDAD TOTAL, POR TAMAÑO.

	0-6.000		6000-20000		19.000-90.000		todas las empresas	
	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.
Asegurarse un adecuado control de calidad (Oa)	4,91	4,99	4,95	4,98	4,11	4,82	4,67	4,93
Experiencia en negocios internacionales (Oa)	4,16	4,16	4,36	4,40	3,68	3,86	4,07	4,14
Coordinar las habilidades y recursos de la empresa matriz (Ot)	3,84	4,16	4,66	4,43	3,31	3,69	3,93	4,10
Coordinar las actividades de la empresa matriz (marketing, etc.) (Ot)	4,20	4,34	4,70	4,68	3,74	3,68	4,21	4,36
Minimizar los costes de negociación y transacciones diarias (Ot)	4,65	4,68	4,38	4,46	3,76	3,96	3,86	4,15
Explotar economías de escala y rango (Ot)	3,94	4,07	4,14	4,55	3,48	3,86	4,20	4,32
Las condiciones económicas y financieras del país (L)	3,20	3,68	3,95	3,89	4,00	3,8	3,69	3,79
La política del país de destino hacia regulaciones de la inversión (L)	4,24	4,19	4,61	4,51	4,17	4,39	4,33	4,36
Fortaleza de la moneda y atractivos tipos de interés del destino (L)	4,20	4,18	4,69	4,38	3,52	3,68	4,14	4,08

Oa y Ot relacionadas con las ventajas específicas de la empresa; L: hace referencia a factores específicos del país
Fuente: Cuestionario.

CUADRO N° A.14: VENTAJAS DE INTERNALIZACIÓN PERCIBIDAS POR LA EMPRESA MATRIZ, CUANDO SE EXPANDE EN PROPIEDAD TOTAL, POR EXPERIENCIA INTERNACIONAL.

	0-1 años		4-7 años		8-11 años		más 11 años		todas las empresas	
	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.
Asegurarse un adecuado control de calidad (Oa)	4,96	4,98	4,84	4,75	3,89	4,98	4,33	5,00	4,67	4,93
Experiencia en negocios internacionales (Oa)	4,13	4,17	4,29	4,75	4,69	4,38	3,00	3,00	4,07	4,14
Coordinar las habilidades y recursos de la empresa matriz (Ot)	4,65	4,52	3,97	4,50	1,98	2,05	3,67	4,33	3,93	4,10
Coordinar las actividades de la empresa matriz (marketing, etc.) (Ot)	4,71	4,71	4,61	4,75	2,07	2,12	4,33	5,00	4,21	4,36
Minimizar los costes de negociación y transacciones diarias (Ot)	4,48	4,57	4,39	4,60	4,52	4,59	3,33	3,33	3,86	4,15
Explotar economías de escala y rango (Ot)	4,21	4,50	3,86	4,09	3,90	4,10	3,00	3,33	4,20	4,32
Las condiciones económicas y financieras del país (L)	3,74	3,57	3,92	5,00	3,56	3,60	3,33	3,00	3,69	3,79
La política del país de destino hacia regulaciones de la inversión (L)	4,63	4,49	4,33	4,50	4,11	3,79	3,67	4,33	4,33	4,36
Fortaleza de la moneda y atractivos tipos de interés del destino (L)	4,57	4,48	3,82	4,02	4,10	4,39	3,33	2,67	4,14	4,08

Oa y Ot relacionadas con las ventajas específicas de la empresa; L: hace referencia a factores específicos del país
Fuente: Cuestionario.

CUADRO N° A.15.: VENTAJAS DE INTERNALIZACIÓN PERCIBIDAS POR LA EMPRESA MATRIZ, CUANDO SE EXPANDE EN PROPIEDAD TOTAL, POR GRADO DE INTERNACIONALIZACIÓN.

	0,01-0,30		0,31-0,60		0,61-0,90		todas las empresas	
	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.
Asegurarse un adecuado control de calidad (Oa)	4,93	4,97	4,11	4,83	4,92	5,00	4,67	4,93
Experiencia en negocios internacionales (Oa)	4,02	4,08	4,51	4,67	3,52	3,50	4,07	4,14
Coordinar las habilidades y recursos de la empresa matriz (Ot)	4,53	4,43	3,16	3,67	3,73	4,00	3,93	4,10
Coordinar las actividades de la empresa matriz (marketing, etc.) (Ot)	4,63	4,64	3,87	4,17	3,80	4,00	4,21	4,36
Minimizar los costes de negociación y transacciones diarias (Ot)	4,40	4,50	4,43	4,56	3,82	3,85	3,86	4,15
Explotar economías de escala y rango (Ot)	4,19	4,51	3,98	4,33	2,93	3,08	4,20	4,32
Las condiciones económicas y financieras del país (L)	3,82	3,77	3,67	4,17	3,42	3,25	3,69	3,79
La política del país de destino hacia regulaciones de la inversión (L)	3,67	4,52	4,33	4,67	3,58	3,50	4,33	4,36
Fortaleza de la moneda y atractivos tipos de interés del destino (L)	4,48	4,38	4,19	4,17	3,32	3,29	4,14	4,08

Oa y Ot relacionadas con las ventajas específicas de la empresa; L: hace referencia a factores específicos del país
Fuente: Cuestionario.

CUADRO N° A.16: VENTAJAS DE INTERNALIZACIÓN PERCIBIDAS POR LA EMPRESA MATRIZ, CUANDO SE EXPANDE EN PROPIEDAD TOTAL, POR ESTRUCTURA DE LA PROPIEDAD.

	no accionarial		0,01-0,5		0,51-0,99		accionarial		todas las empresas	
	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.
Asegurarse un adecuado control de calidad (Oa)	4,84	4,98	4,00	5,00	4,89	4,64	4,95	4,98	4,67	4,93
Experiencia en negocios internacionales (Oa)	3,79	4,04	4,40	4,40	3,02	3,38	4,45	4,35	4,07	4,14
Coordinar las habilidades y recursos de la empresa matriz (Ot)	4,47	4,79	3,40	3,80	4,29	4,38	3,85	3,79	3,93	4,10
Coordinar las actividades de la empresa matriz (marketing, etc.) (Ot)	4,61	4,84	3,80	4,20	4,47	4,45	4,17	4,15	4,21	4,36
Minimizar los costes de negociación y transacciones diarias (Ot)	4,64	4,69	4,06	4,08	3,43	3,79	4,61	4,68	3,86	4,15
Para explotar economías de escala y rango (Ot)	4,43	4,58	4,00	4,20	2,95	3,38	3,82	4,21	4,20	4,32
Las condiciones económicas y financieras del país (L)	4,57	4,54	4,40	4,20	2,71	3,36	4,33	4,05	3,69	3,79
La política del país de destino hacia regulaciones de la inversión (L)	4,67	4,84	4,40	4,80	4,00	3,79	4,24	4,01	4,33	4,36
Fortaleza de la moneda y atractivos tipos de interés del destino (L)	3,34	3,70	4,00	3,80	4,00	3,60	3,53	3,91	4,14	4,08

Oa y Ot relacionadas con las ventajas específicas de la empresa; L: hace referencia a factores específicos del país
Fuente: Cuestionario.

CUADRO N° A.17.: VENTAJAS DE INTERNALIZACIÓN PERCIBIDAS POR LA EMPRESA MATRIZ, CUANDO SE EXPANDE EN PROPIEDAD PARCIAL, POR TAMAÑO.

	0-6.000		6000-20000		19.000-90.000		todas las empresas	
	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.
Asegurarse un adecuado control de calidad (Oa)	3,66	3,83	3,58	3,90	3,60	3,63	3,62	3,79
Experiencia en negocios internacionales (Oa)	3,98	4,16	4,06	4,27	3,47	4,03	3,85	4,15
Coordinar las habilidades y recursos de la empresa matriz (Ot)	4,45	4,14	3,95	4,00	4,06	3,83	4,17	4,00
Coordinar las actividades de la empresa matriz (marketing, etc.) (Ot)	3,99	3,69	3,95	4,10	3,82	3,81	3,92	3,86
Minimizar los costes de negociación y transacciones diarias (Ot)	4,58	4,44	4,06	4,06	3,23	3,69	3,40	3,44
Explotar economías de escala y rango (Ot)	3,69	3,69	3,44	3,44	3,07	3,07	4,08	4,08
Las condiciones económicas y financieras del país (L)	4,29	4,92	4,00	4,31	3,69	4,08	4,00	4,46
La política del país de destino hacia regulaciones de la inversión (L)	4,78	4,76	4,62	4,82	3,83	4,27	4,43	4,62
Fortaleza de la moneda y atractivos tipos de interés del destino (L)	4,24	4,33	4,06	4,41	3,14	3,69	3,83	4,15

Oa y Ot relacionadas con las ventajas específicas de la empresa; L: hace referencia a factores específicos del país
Fuente: Cuestionario.

CUADRO N° A.18.: VENTAJAS DE INTERNALIZACIÓN PERCIBIDAS POR LA EMPRESA MATRIZ, CUANDO SE EXPANDE EN PROPIEDAD PARCIAL, POR EXPERIENCIA INTERNACIONAL.

	0-1 años		4-7 años		8-11 años		más 11 años		todas las empresas	
	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.
Asegurarse un adecuado control de calidad (Oa)	3,69	3,95	3,97	3,90	3,54	2,93	4,00	4,00	3,62	3,79
Experiencia en negocios internacionales (Oa)	3,97	4,16	3,88	4,33	4,28	4,72	3,00	3,33	3,85	4,15
Coordinar las habilidades y recursos de la empresa matriz (Ot)	4,04	4,22	4,38	3,75	4,45	3,67	4,00	4,00	4,17	4,00
Coordinar las actividades de la empresa matriz (marketing, etc.) (Ot)	4,20	4,30	3,69	3,43	3,31	2,62	4,00	4,33	3,92	3,86
Minimizar los costes de negociación y transacciones diarias (Ot)	4,35	4,36	4,31	4,54	4,06	3,72	3,00	3,00	3,40	3,44
Explotar economías de escala y rango (Ot)	3,76	3,69	3,31	3,46	3,28	3,28	2,67	2,67	4,08	4,08
Las condiciones económicas y financieras del país (L)	4,56	4,60	3,75	4,73	3,67	4,82	3,00	3,33	4,00	4,46
La política del país de destino hacia regulaciones de la inversión (L)	4,76	4,88	4,21	4,32	4,48	4,88	3,67	4,00	4,43	4,62
Fortaleza de la moneda y atractivos tipos de interés del destino (L)	4,30	4,59	3,63	4,08	3,89	4,44	2,67	2,67	3,83	4,15

Oa y Ot relacionadas con las ventajas específicas de la empresa; L: hace referencia a factores específicos del país
Fuente: Cuestionario.

CUADRO N° A.19.: VENTAJAS DE INTERNALIZACIÓN PERCIBIDAS POR LA EMPRESA MATRIZ, CUANDO SE EXPANDE EN PROPIEDAD PARCIAL, POR GRADO DE INTERNACIONALIZACIÓN.

	0,01-0,30		0,31-0,60		0,61-0,90		todas las empresas	
	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.
Asegurarse un adecuado control de calidad (Oa)	3,61	3,80	3,60	3,67	3,66	3,95	3,62	3,79
Experiencia en negocios internacionales (Oa)	3,82	3,97	4,14	4,67	3,46	3,79	3,85	4,15
Coordinar las habilidades y recursos de la empresa matriz (Ot)	4,08	4,11	4,06	3,67	4,54	4,25	4,17	4,00
Coordinar las actividades de la empresa matriz (marketing, etc.) (Ot)	3,96	4,05	3,65	3,67	4,23	3,72	3,92	3,86
Minimizar los costes de negociación y transacciones diarias (Ot)	4,26	4,27	4,19	4,35	3,52	3,27	3,40	3,44
Explotar economías de escala y rango (Ot)	3,74	3,68	3,40	3,50	2,71	2,71	4,08	4,08
Las condiciones económicas y financieras del país (L)	4,33	4,48	3,50	4,50	4,00	4,37	4,00	4,46
La política del país de destino hacia regulaciones de la inversión (L)	4,63	4,80	4,17	4,50	4,36	4,41	4,43	4,62
Fortaleza de la moneda y atractivos tipos de interés del destino (L)	4,15	4,51	3,81	4,17	3,17	3,33	3,83	4,15

Oa y Ot relacionadas con las ventajas específicas de la empresa; L: hace referencia a factores específicos del país
Fuente: Cuestionario.

CUADRO N° A.20.: VENTAJAS DE INTERNALIZACIÓN PERCIBIDAS POR LA EMPRESA MATRIZ, CUANDO SE EXPANDE EN PROPIEDAD PARCIAL, POR ESTRUCTURA DE LA PROPIEDAD.

	no accionarial		0,01-0,5		0,51-0,99		accionarial		todas las empresas	
	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.
Asegurarse un adecuado control de calidad (Oa)	3,56	3,65	3,40	3,80	4,21	3,93	3,55	3,80	3,62	3,79
Experiencia en negocios internacionales (Oa)	3,67	3,83	4,20	4,80	2,95	3,38	4,08	4,21	3,85	4,15
Coordinar las habilidades y recursos de la empresa matriz (Ot)	4,34	4,25	3,83	4,00	4,39	4,00	4,22	3,86	4,17	4,00
Coordinar las actividades de la empresa matriz (marketing, etc.) (Ot)	4,21	4,18	3,80	4,00	4,31	3,95	3,68	3,53	3,92	3,86
Minimizar los costes de negociación y transacciones diarias (Ot)	4,54	4,54	3,82	3,82	3,36	3,69	4,32	4,18	3,40	3,44
Para explotar economías de escala y rango (Ot)	3,71	3,71	3,60	3,60	2,81	2,81	3,38	3,38	4,08	4,08
Las condiciones económicas y financieras del país (L)	4,50	4,73	3,40	4,00	4,33	4,15	4,00	4,77	4,00	4,46
La política del país de destino hacia regulaciones de la inversión (L)	4,71	4,82	4,40	4,80	3,67	3,88	4,61	4,70	4,43	4,62
Fortaleza de la moneda y atractivos tipos de interés del destino (L)	4,42	4,58	4,00	4,20	2,61	3,38	3,90	4,21	3,83	4,15

Oa y Ot relacionadas con las ventajas específicas de la empresa; L: hace referencia a factores específicos del país
Fuente: Cuestionario.

CUADRO N° A.21.: VENTAJAS DE INTERNALIZACIÓN PERCIBIDAS POR LA EMPRESA MATRIZ, CUANDO SE EXPANDE EN FRANQUICIA, POR TAMAÑO.

	0-6.000		6000-20000		19.000-90.000		todas las empresas	
	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.
Asegurarse un adecuado control de calidad (Oa)	2,47	2,15	2,72	2,95	3,24	3,55	2,83	2,92
Experiencia en negocios internacionales (Oa)	3,07	3,10	3,61	3,72	3,55	3,88	3,45	3,58
Coordinar las habilidades y recursos de la empresa matriz (Ot)	3,01	2,45	3,05	2,45	3,17	3,05	3,08	2,67
Coordinar las actividades de la empresa matriz (marketing, etc.) (Ot)	3,25	2,86	3,50	3,11	3,71	3,43	3,50	3,17
Minimizar los costes de negociación y transacciones diarias (Ot)	2,98	2,95	3,30	3,08	3,99	3,96	2,55	2,45
Explotar economías de escala y rango (Ot)	2,26	2,08	2,36	2,30	2,95	2,91	3,42	3,36
Las condiciones económicas y financieras del país (L)	2,17	2,29	2,91	3,00	2,75	2,93	2,62	2,75
La política del país de destino hacia regulaciones de la inversión (L)	2,00	2,24	2,09	2,11	2,97	2,83	2,38	2,42
Fortaleza de la moneda y atractivos tipos de interés del destino (L)	2,23	2,41	2,24	2,30	2,58	2,62	2,36	2,45

Oa y Ot relacionadas con las ventajas específicas de la empresa; L: hace referencia a factores específicos del país
Fuente: Cuestionario.

CUADRO N° A.22.: VENTAJAS DE INTERNALIZACIÓN PERCIBIDAS POR LA EMPRESA MATRIZ, CUANDO SE EXPANDE EN FRANQUICIA, POR EXPERIENCIA INTERNACIONAL.

	0-1 años		4-7 años		8-11 años		más 11 años		todas las empresas	
	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.
Asegurarse un adecuado control de calidad (Oa)	3,00	2,33	3,12	2,96	3,28	3,31	2,50	2,96	2,83	2,92
Experiencia en negocios internacionales (Oa)	2,67	2,67	3,81	3,79	3,47	3,53	3,47	3,81	3,45	3,58
Coordinar las habilidades y recursos de la empresa matriz (Ot)	3,67	3,00	3,56	2,84	3,36	3,22	2,58	2,30	3,08	2,67
Coordinar las actividades de la empresa matriz (marketing, etc.) (Ot)	3,33	3,00	3,88	3,08	4,17	4,06	3,17	2,96	3,50	3,17
Minimizar los costes de negociación y transacciones diarias (Ot)	2,33	2,33	3,34	3,43	3,97	3,91	3,71	3,49	2,55	2,45
Explotar economías de escala y rango (Ot)	2,00	1,67	2,91	2,98	2,36	2,30	2,63	2,54	3,42	3,36
Las condiciones económicas y financieras del país (L)	2,00	2,00	2,56	3,13	2,87	3,25	2,76	2,67	2,62	2,75
La política del país de destino hacia regulaciones de la inversión (L)	2,33	2,67	2,69	2,71	2,13	1,81	2,35	2,41	2,38	2,42
Fortaleza de la moneda y atractivos tipos de interés del destino (L)	1,67	1,67	2,52	2,98	2,58	2,64	2,45	2,42	2,36	2,45

Oa y Ot relacionadas con las ventajas específicas de la empresa; L: hace referencia a factores específicos del país

Fuente: Cuestionario.

CUADRO N° A.23.: VENTAJAS DE INTERNALIZACIÓN PERCIBIDAS POR LA EMPRESA MATRIZ, CUANDO SE EXPANDE EN FRANQUICIA, POR GRADO DE INTERNACIONALIZACIÓN.

	0,01-0,30		0,31-0,60		0,61-0,90		todas las empresas	
	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.
Asegurarse un adecuado control de calidad (Oa)	3,21	3,48	3,31	2,83	2,35	2,72	2,83	2,92
Experiencia en negocios internacionales (Oa)	3,34	3,83	4,07	4,00	2,60	2,40	3,45	3,58
Coordinar las habilidades y recursos de la empresa matriz (Ot)	2,71	2,34	3,35	2,50	3,52	3,67	3,08	2,67
Coordinar las actividades de la empresa matriz (marketing, etc.) (Ot)	3,06	2,89	3,75	3,17	4,13	3,79	3,50	3,17
Minimizar los costes de negociación y transacciones diarias (Ot)	3,47	3,24	3,32	3,39	3,61	3,59	2,55	2,45
Explotar economías de escala y rango (Ot)	2,64	2,53	2,59	2,50	2,27	2,23	3,42	3,36
Las condiciones económicas y financieras del país (L)	2,68	2,72	2,33	2,83	2,90	2,69	2,62	2,75
La política del país de destino hacia regulaciones de la inversión (L)	1,99	2,06	2,67	2,83	2,85	2,60	2,38	2,42
Fortaleza de la moneda y atractivos tipos de interés del destino (L)	2,20	2,19	2,89	3,17	1,93	1,98	2,36	2,45

Oa y Ot relacionadas con las ventajas específicas de la empresa; L: hace referencia a factores específicos del país

Fuente: Cuestionario.

CUADRO N° A.24.: VENTAJAS DE INTERNALIZACIÓN PERCIBIDAS POR LA EMPRESA MATRIZ, CUANDO SE EXPANDE EN FRANQUICIA, POR ESTRUCTURA DE LA PROPIEDAD.

	no accionarial		0,01-0,5		0,51-0,99		accionarial		todas las empresas	
	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.
Asegurarse un adecuado control de calidad (Oa)	2,92	2,96	2,60	2,40	2,28	2,31	3,19	3,53	2,83	2,92
Experiencia en negocios internacionales (Oa)	3,46	4,29	3,40	3,20	2,47	2,53	3,81	3,90	3,45	3,58
Coordinar las habilidades y recursos de la empresa matriz (Ot)	2,54	2,34	2,80	2,20	2,03	2,89	3,62	3,10	3,08	2,67
Coordinar las actividades de la empresa matriz (marketing, etc.) (Ot)	3,25	3,08	3,00	2,60	3,50	3,06	4,00	3,67	3,50	3,17
Minimizar los costes de negociación y transacciones diarias (Ot)	3,98	3,93	2,69	2,67	3,15	3,12	3,83	3,64	2,55	2,45
Para explotar economías de escala y rango (Ot)	2,77	2,73	2,40	2,20	2,18	2,15	2,68	2,61	3,42	3,36
Las condiciones económicas y financieras del país (L)	2,31	2,38	2,40	2,40	2,33	2,25	3,07	3,43	2,62	2,75
La política del país de destino hacia regulaciones de la inversión (L)	2,69	2,71	2,00	2,20	2,33	2,47	2,51	2,38	2,38	2,42
Fortaleza de la moneda y atractivos tipos de interés del destino (L)	2,68	2,73	2,20	2,20	2,12	2,48	2,40	2,47	2,36	2,45

Oa y Ot relacionadas con las ventajas específicas de la empresa; L: hace referencia a factores específicos del país

Fuente: Cuestionario.

CUADRO N° A.25.: VENTAJAS DE INTERNALIZACIÓN PERCIBIDAS POR LA EMPRESA MATRIZ, CUANDO SE EXPANDE EN CONTRATO DE GESTIÓN, POR TAMAÑO.

	0-6.000		6000-20000		19.000-90.000		todas las empresas	
	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.
Asegurarse un adecuado control de calidad (Oa)	3,95	4,45	3,32	4,05	3,61	3,68	3,64	4,08
Experiencia en negocios internacionales (Oa)	4,23	3,95	3,65	4,06	2,94	3,47	3,64	3,83
Coordinar las habilidades y recursos de la empresa matriz (Ot)	3,53	3,65	4,02	4,05	3,62	3,63	3,71	3,77
Coordinar las actividades de la empresa matriz (marketing, etc.) (Ot)	4,32	4,00	4,27	4,00	4,04	4,00	4,21	4,00
Minimizar los costes de negociación y transacciones diarias (Ot)	4,56	4,58	3,63	3,89	3,47	3,69	3,69	3,75
Explotar economías de escala y rango (Ot)	3,91	3,93	4,01	3,83	3,12	3,46	3,92	4,08
Las condiciones económicas y financieras del país (L)	3,48	3,37	3,50	3,32	3,00	3,22	3,33	3,31
La política del país de destino hacia regulaciones de la inversión (L)	3,26	2,71	2,73	2,17	2,33	2,58	2,80	2,50
Fortaleza de la moneda y atractivos tipos de interés del destino (L)	3,14	3,10	3,33	2,89	2,50	2,47	3,00	2,83

Oa y Ot relacionadas con las ventajas específicas de la empresa; L: hace referencia a factores específicos del país
Fuente: Cuestionario.

CUADRO N° A.26: VENTAJAS DE INTERNALIZACIÓN PERCIBIDAS POR LA EMPRESA

MATRIZ, CUANDO SE EXPANDE EN CONTRATO DE GESTIÓN, POR EXPERIENCIA INTERNACIONAL.

	0-1 años		4-7 años		8-11 años		más 11 años		todas las empresas	
	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.
Asegurarse un adecuado control de calidad (Oa)	3,77	4,26	3,82	4,04	3,00	3,69	2,67	4,00	3,64	4,08
Experiencia en negocios internacionales (Oa)	3,77	3,93	4,32	4,42	3,67	3,94	2,33	2,67	3,64	3,83
Coordinar las habilidades y recursos de la empresa matriz (Ot)	3,79	4,03	3,86	3,89	3,00	1,59	4,00	4,00	3,71	3,77
Coordinar las actividades de la empresa matriz (marketing, etc.) (Ot)	4,18	4,11	4,61	4,00	3,67	3,33	4,33	4,33	4,21	4,00
Minimizar los costes de negociación y transacciones diarias (Ot)	4,09	4,15	4,21	4,52	3,97	4,35	3,00	3,00	3,69	3,75
Explotar economías de escala y rango (Ot)	3,68	3,78	4,10	4,44	4,56	4,17	2,33	2,33	3,92	4,08
Las condiciones económicas y financieras del país (L)	3,44	3,44	3,58	3,65	3,00	2,77	3,00	3,00	3,33	3,31
La política del país de destino hacia regulaciones de la inversión (L)	2,49	2,33	3,70	3,00	2,67	1,83	2,67	3,00	2,80	2,50
Fortaleza de la moneda y atractivos tipos de interés del destino (L)	2,89	2,81	3,50	3,71	3,67	2,89	2,00	1,67	3,00	2,83

Oa y Ot relacionadas con las ventajas específicas de la empresa; L: hace referencia a factores específicos del país
Fuente: Cuestionario.

CUADRO N° A.27.: VENTAJAS DE INTERNALIZACIÓN PERCIBIDAS POR LA EMPRESA MATRIZ, CUANDO SE EXPANDE EN CONTRATO DE GESTIÓN, POR GRADO DE INTERNACIONALIZACIÓN.

	0,01-0,30		0,31-0,60		0,61-0,90		todas las empresas	
	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.
Asegurarse un adecuado control de calidad (Oa)	3,51	4,16	3,61	3,83	4,00	4,27	3,64	4,08
Experiencia en negocios internacionales (Oa)	3,51	3,85	3,94	4,33	3,50	2,96	3,64	3,83
Coordinar las habilidades y recursos de la empresa matriz (Ot)	3,87	3,98	3,45	3,67	3,75	3,44	3,71	3,77
Coordinar las actividades de la empresa matriz (marketing, etc.) (Ot)	4,20	4,11	4,37	4,17	4,00	3,50	4,21	4,00
Minimizar los costes de negociación y transacciones diarias (Ot)	3,85	4,06	3,97	4,18	4,00	4,00	3,69	3,75
Explotar economías de escala y rango (Ot)	3,97	3,94	3,62	3,83	3,17	3,19	3,92	4,08
Las condiciones económicas y financieras del país (L)	3,70	3,50	2,67	3,33	3,50	2,83	3,33	3,31
La política del país de destino hacia regulaciones de la inversión (L)	2,47	2,11	3,00	3,17	3,25	2,38	2,80	2,50
Fortaleza de la moneda y atractivos tipos de interés del destino (L)	3,00	2,67	3,17	3,17	2,75	2,71	3,00	2,83

Oa y Ot relacionadas con las ventajas específicas de la empresa; L: hace referencia a factores específicos del país
Fuente: Cuestionario.

CUADRO N° A.28.: VENTAJAS DE INTERNALIZACIÓN PERCIBIDAS POR LA EMPRESA MATRIZ, CUANDO SE EXPANDE EN CONTRATO DE GESTIÓN, POR ESTRUCTURA DE LA PROPIEDAD.

	no accionarial		0,01-0,5		0,51-0,99		accionarial		todas las empresas	
	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.	P.D.	P.N.D.
Asegurarse un adecuado control de calidad (Oa)	3,75	4,29	3,40	3,80	3,55	3,69	3,79	4,33	3,64	4,08
Experiencia en negocios internacionales (Oa)	3,75	3,92	3,40	2,40	2,55	3,28	4,22	4,19	3,64	3,83
Coordinar las habilidades y recursos de la empresa matriz (Ot)	4,50	3,89	3,40	3,40	3,90	3,92	3,41	3,90	3,71	3,77
Coordinar las actividades de la empresa matriz (marketing, etc.) (Ot)	5,00	4,50	3,80	3,60	4,07	4,00	4,12	4,00	4,21	4,00
Minimizar los costes de negociación y transacciones diarias (Ot)	4,50	4,77	3,38	3,42	3,31	3,69	4,24	4,33	3,69	3,75
Para explotar economías de escala y rango (Ot)	4,50	4,19	3,40	3,40	2,56	3,25	3,92	3,96	3,92	4,08
Las condiciones económicas y financieras del país (L)	4,50	3,65	2,60	3,00	3,67	3,44	3,05	3,27	3,33	3,31
La política del país de destino hacia regulaciones de la inversión (L)	4,00	2,75	2,20	3,60	2,67	2,83	2,60	2,43	2,80	2,50
Fortaleza de la moneda y atractivos tipos de interés del destino (L)	4,00	3,46	2,60	3,40	2,33	2,61	3,00	2,88	3,00	2,83

Oa y Ot relacionadas con las ventajas específicas de la empresa; L: hace referencia a factores específicos del país
Fuente: Cuestionario.