



## RESUMEN

**Título:** La influencia de los factores de selección de mercados exteriores en la diversificación geográfica

**Autores y e-mails:**

Cos Sánchez, Pilar: [cspilar@aegern.udl.es](mailto:cspilar@aegern.udl.es)

Escardíbul Ferrá, Blanca: [efblanca@aegern.udl.es](mailto:efblanca@aegern.udl.es)

Colom Gorgues, Antonio: [antonio\\_colom@hotmail.com](mailto:antonio_colom@hotmail.com)

**Departamento:** Administración de Empresas

**Universidad:** Universidad de Lleida (Facultad de Derecho y Economía)

**Área Temática:** *(indicar el área temática en la que se inscribe el contenido de la comunicación)*

06. Globalización, sector exterior, inversión directa extranjera y flujos interregionales

**Resumen:** *(máximo 300 palabras)*

La estrategia de expansión internacional seguida por la empresa (concentración *versus* diversificación) y la selección de mercados exteriores, aunque generalmente consideradas de forma independiente, conforman un amplio ámbito de estudio. Se hace necesaria una selección previa para adoptar una estrategia de expansión internacional determinada, o a la inversa, el enfoque de expansión condicionará el número de mercados finalmente seleccionados y su naturaleza. La relación de ambas disciplinas se ha visto obstaculizado por un alto grado de fragmentación en las diversas corrientes de investigación en la selección de mercados, y por una mayor relación de esta disciplina con trabajos enfocados hacia la decisión sobre las formas de entrada en mercados internacionales. Sobre una muestra de un tejido exportador concreto, se estudia cómo afectan los factores externos de selección de mercados exteriores en la tendencia a su diversificación. Los datos de los países destino se recogen de diversas fuentes secundarias, tales como el Banco Mundial, la OCDE, el World Economic Forum y el



Hofstede Centre, mientras la evolución de las exportaciones proviene de la base de datos de DataComex, del Ministerio de Economía y Competitividad de España. Los resultados demuestran que el desarrollo económico y el tamaño del mercado se configuran como variables influyentes en la diversificación de mercados exteriores, no afectando, no obstante, la distancia psicológica.

**Palabras Clave:** *(máximo 6 palabras)*

Selección de mercados exteriores; Diversificación geográfica; Comercio Internacional; Internacionalización; Empresas Españolas.

**Clasificación JEL:** F14; M16; C31.