

David de Matías Batalla\*

## ¿DEBE SER REVISADO EL PARADIGMA ECLÉCTICO ANTE LAS NUEVAS REFORMAS DE HACER NEGOCIOS INTERNACIONALES?

En este artículo se presenta la pregunta abierta acerca de una actualización del paradigma ecléctico, con motivo de las nuevas formas en las que se puede invertir en otro país y que han emergido con fuerza desde la última década del siglo xx. A través de una revisión teórica de todas las teorías habidas hasta la fecha, el desarrollo del modelo OLI de JH Dunning y su contraposición con la realidad que nos envuelve, se plantea la inadecuación de este modelo desarrollado hace varias décadas para explicar la realidad de la empresas multinacionales desde finales del siglo xx.

**Palabras clave:** globalización, comercio internacional, inversión directa en el extranjero, empresa multinacional, internacionalización, *offshoring*, *greenfield investment*, fusiones y adquisiciones.

**Clasificación JEL:** F01, F21, G34.

### 1. Introducción

La actual ola de globalización, a nivel económico, presenta dos componentes principales: la globalización de los mercados (cambio hacia un único mercado mundial con mayor grado de integración e interdependencia) y la globalización de la producción (creciente característica de las empresas de abastecerse de bienes y servicios en distintas localizaciones geográficas, de ubicar los procesos productivos en diferentes países para aprovechar la cercanía al mercado y de las diferencias de costes, calidad y disponibilidad de factores de producción).

La globalización implica una transformación histórica multidimensional definida por la transformación de los sistemas productivo, organizativo, cultural e institucional sobre la base de la revolución

tecnológica, que no es la causa pero sí el soporte indispensable (Castell, 2000). La principal diferencia entre la actual ola de globalización con las anteriores se encuentra en el incremento del comercio «intraindustrial», que supone alrededor del 30 por 100 del comercio mundial y el 20 por 100 de las exportaciones de los países pertenecientes a la OCDE.

Los diferentes enfoques que en este trabajo se exponen hacen referencia, en primer lugar, a las explicaciones vinculadas al análisis de las operaciones internacionales de la empresa multinacional, con especial atención a sus actividades de inversión directa, mientras que, en segundo término, se explicará el modelo más aceptado hasta la fecha, el paradigma ecléctico.

Posteriormente, se analizarán los cambios en el mundo empresarial que están ejerciendo una gran influencia en la manera en que las empresas internacionalizan sus actividades a través ▷

\* Universidad de Alcalá.  
Versión de abril de 2014.

de la inversión directa. También se mencionarán las nuevas teorías sobre la internacionalización de la empresa que han surgido en los últimos años. Finalmente, la influencia que está ejerciendo la globalización sobre la internacionalización de la empresa, vía inversión directa, nos ha llevado a considerar si el paradigma ecléctico sirve realmente para explicar la expansión internacional llevada a cabo por las empresas tradicionales.

## **2. Repaso de las diferentes teorías de la internacionalización de las empresas**

### **2.1. Las bases de la internacionalización de las empresas: teoría del comercio internacional**

La importancia del comercio internacional y de las actividades empresariales en el exterior viene siendo estudiada y documentada por numerosos investigadores desde que en 1776 Adam Smith publicara *La riqueza de las naciones*, realizando una primera aproximación al comercio internacional y asentando las bases de la teoría clásica del comercio internacional sobre la ventaja absoluta de una nación. Los planteamientos de Adam Smith pronto fueron reconsiderados dado el gran auge que el comercio internacional estaba experimentado. El autor más importante que condujo a un nuevo enfoque sobre el comercio internacional fue David Ricardo, a través de su obra *Principios de Economía Política y Tributación*, publicada en 1817, que bajo una serie de supuestos (existen dos países y dos bienes, se cumple la teoría del valor trabajo, costes unitarios constantes, y no existen costes de transportes ni aranceles) desarrolló el principio básico de la teoría de la ventaja comparativa. A diferencia de Adam Smith, David Ricardo afirma que no es necesario que existan ventajas absolutas en costes, sino que es suficiente con que las diferencias entre dos naciones sean relativas.

Los modelos clásicos suponen una absoluta inmovilidad internacional de los factores productivos,

por lo que en realidad no pueden dar respuesta a los flujos financieros de inversión directa extranjera. Para acabar con esta problemática, Heckscher (1919) y Ohlin (1933) desarrollaron el modelo Heckscher-Ohlin (H-O), que predice un patrón de comercio basado en las dotaciones relativas de factores de las distintas naciones y ofrece la primera justificación al desplazamiento internacional del capital de las naciones con grandes acumulaciones de capital hacia los países con abundante mano de obra. Sin embargo, se trata de desplazamientos indirectos a través de flujos de bienes, ya que el desplazamiento de los factores de producción solo tendría cabida en el modelo H-O en el caso de existir diferencias a nivel internacional en su remuneración.

### **2.2. Teorías sobre la internacionalización de las empresas**

El interés por la forma de entrada de las empresas en los países extranjeros empezó a tener importancia para los investigadores a partir de la segunda mitad del siglo xx. La primera corriente que apareció fue la Escuela de la Organización Industrial, que trató la disyuntiva entre exportación e inversión directa (ambas alternativas de expansión internacional de la empresa) a partir de la tesis doctoral de Hymer (1960). Según este autor, la expansión internacional de una empresa se basa en la existencia de ventajas únicas pertenecientes a la compañía, cuyo origen puede encontrarse en técnicas de producción superiores como consecuencia de las imperfecciones de los mercados de *inputs*, lo que se traduce en la posibilidad de obtener economías de escala, una diferenciación del producto o ventajas absolutas en costes. Hymer (1976), además, llega a la conclusión de que la inversión directa en el exterior es consecuencia de la eliminación del conflicto entre empresas competidoras cuando los mercados en los que operan son imperfectos. Por otro lado, Kindlerberger (1969) consideró que las ventajas ▷

de propiedad de las empresas se fundamentan en la posesión de un derecho de monopolio sobre cinco activos específicos: 1) acceso a la tecnología, 2) conocimientos de gestión de equipos, 3) economías de escala, 4) mejores ideas comerciales y 5) marcas conocidas. Todo ello, bajo el supuesto de la imperfección del mercado reconociendo de esta manera la existencia de fallos que permiten a las compañías obtener dicha ventaja competitiva.

La economía industrial dominó durante dos décadas el ámbito de la empresa internacional, hasta que a partir de la segunda mitad de la década de los setenta aparecen los teóricos de la internacionalización (Williamson, 1975; Buckley y Casson, 1976, 1979; Rugman, 1982; Hennart, 1982). Basada en las imperfecciones del mercado (Coase, 1937), dicha teoría se fundamenta en dos axiomas: que existan ventajas por localizar las actividades en el exterior y que la organización interna de estas actividades resulte más eficiente que la realización de las mismas por una tercera empresa en el país extranjero en cuestión. El primero de ellos está relacionado con la comparación de los costes unitarios ligados a la producción nacional y su posterior exportación, mientras que el segundo está fundado en la teoría de los costes de transacción.

Desde otro punto de vista interno de la empresa, tenemos a los defensores de la teoría de los recursos (Wenerfelt, 1984; Barney, 19991; Rugman y Verbecke, 1992) y de la teoría de las capacidades organizativas (Teece, 1982; Kogut y Zander, 1993; Nonaka y Takeuchi, 1995) que consideran a los recursos (tangibles e intangibles) y a las capacidades de la empresa como la unidad básica de la misma. Sus planteamientos defienden la identificación, la protección y la explotación de los activos y capacidades específicas de las empresas para alcanzar una ventaja competitiva en los mercados extranjeros, donde las políticas y acciones encargadas de gestionar las mismas resultan clave en el proceso de internacionalización.

A partir de una visión externa de la empresa, se plantea un modelo basado en la localización

de la organización empresarial (Kojima, 1976; Cantwell, 1988; Porter, 1990), que nace como respuesta a la falta de consideración, por parte de las anteriores teorías, de la importancia real que tienen los factores de localización sobre la internacionalización de las empresas. La existencia de recursos naturales (Owen, 1982), las infraestructuras (Agodo, 1978; Root y Ahmed, 1978, 1979), las dotaciones en tecnología y calidad de la investigación en el país receptor de la inversión (Cantwell, 1988; Brooke y Buckley, 1988), así como el tamaño de su mercado (Papanastassiou y Pearce, 1990; Nigh, 1985), son características de tipo local defendidas por las teorías de localización y justificadas empíricamente como determinantes de la recepción de flujos de inversión. De mayor calado han sido las propuestas de Kojima y Porter. La teoría macroeconómica de Kojima (1976) es una extensión de la teoría H-O del comercio internacional. Los flujos de capital tendrían lugar cuando el capital desplazado pueda ser combinado con los factores de producción existentes en el país receptor de los flujos de inversión, a fin de conseguir unos menores costes de producción. Por otra parte, Porter (1990), en una tentativa de análisis y de explicación de los factores que determinan las características de liderazgo de diversas regiones o países sobre otras, desarrolló su famoso modelo llamado «diamante». Dicho modelo sugiere que las condiciones del país de origen de una empresa desempeñan un papel importante para crear y mantener ventajas competitivas a nivel global. Estas condiciones se pueden clasificar en cuatro grupos: condiciones de los factores, condiciones de la demanda interna, industrias relacionadas o de apoyo y estrategia de la empresa, y la estructura y rivalidad de la industria.

Desde un enfoque más dinámico, existe una serie de modelos pertenecientes a corrientes académicas que consideran que la empresa desarrolla su internacionalización a través de un proceso, a lo largo del cual va acumulando conocimiento experimental de los mercados extranjeros. Por un lado tenemos la teoría secuencial (Vernon, 1966; ▷

Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975; Johanson y Vahlne, 1977) y por otro lado el enfoque de la innovación (Bilkey y Tesar, 1977; Czinkota, 1982; Barlett y Ghoshal, 1991). Englobado dentro de la teoría secuencial, Vernon (1966) estableció una relación directa entre el ciclo de vida del producto y las fases de internacionalización que una empresa experimenta, respondiendo no solo al dónde localizar las actividades de la empresa, sino también al cómo se desarrolla ese proceso de expansión internacional (Plá Barber y Suárez Ortega, 2001). Vernon introduce aspectos como la innovación de producto, las economías de escala y la incertidumbre que implica la realización de actividades comerciales internacionales a los postulados de la teoría del comercio internacional.

Dentro de este enfoque secuencial, en el que se ha agrupado a una serie de teorías y modelos, destaca el modelo de internacionalización de la Escuela de Uppsala. El modelo de Uppsala predice que la empresa incrementará de manera gradual sus recursos comprometidos en un país concreto a medida que vaya adquiriendo experiencia de las actividades que se realizan en dicho mercado (Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975). El modelo tiene como base teórica los postulados de la teoría del comportamiento de la empresa (Cyert y March, 1963; Aharoni, 1966) y la teoría del crecimiento de la empresa (Penrose, 1959), que consideran que la empresa desarrollará actividades internacionales de manera gradual. El modelo de Uppsala recurre al concepto de «distancia psíquica», según la cual la internacionalización tendería a producirse por el mercado –país psicológicamente más próximo al de origen–, dado que representa una menor incertidumbre para la empresa. Posteriormente, Johanson y Vahlne (1977, 1990) reformularon esta visión dinámica del proceso de la internacionalización de la empresa. Ambos autores previeron la existencia de una relación entre la adquisición y el desarrollo del conocimiento de los mercados exteriores por un lado y de las operaciones en los mismos y el incremento de los recursos comprometidos en los mercados exteriores por otro.

Según este enfoque secuencial, una vez iniciado el proceso de internacionalización, la compañía irá gradualmente cambiando su modo de entrada en los distintos mercados, a medida que obtenga más conocimientos sobre los mismos y pueda predecir mejor las circunstancias que se va a encontrar, comprometiendo cada vez más recursos a medida que disminuye el riesgo percibido. Root (1987) afirma que la empresa irá eligiendo con el paso del tiempo modos de entrada que impliquen mayor compromiso y un mayor grado de control sobre las operaciones.

A raíz de la teoría secuencial también aparece en los EEUU en paralelo a la escuela escandinava, el enfoque de la innovación (Bilkey y Tesar, 1977; Reid, 1981; Czinkota, 1982; Cavusgil, 1990). Al igual que el modelo de Uppsala, este enfoque se caracteriza por el reconocimiento de factores dirigidos por una secuencia manifiestamente acumulativa, no determinista, beneficiándose la empresa de la dinámica temporal que caracteriza a aquellas decisiones fundamentales en el proceso del aprendizaje. Desde el primer estudio (Simmonds y Smith, 1968) han surgido autores que defienden que la internacionalización de la empresa es un proceso constituido por diferentes etapas, aunque cada uno de ellos especifica un número distinto y muestra, a su vez, una visión diferente sobre el inicio del proceso. Por ejemplo, mientras que Bilkey y Tesar (1977) y Czinkota (1982) sugieren que debe existir algún tipo de mecanismo de empuje o agente externo que motive la decisión de exportar, Cavusgil (1990) y Reid (1981) argumentan que es la propia empresa la que impulsa el inicio del proceso expansivo hacia el exterior.

En una línea más directiva y de gestión, nos encontramos con lo que serían las corrientes pertenecientes a las teorías del *management*, otorgando al papel del directivo una importancia postergada en las teorías más clásicas. Destacan dos líneas de investigación: el enfoque de la dirección y el enfoque estratégico. El enfoque de la dirección (Gallo, 1987; Calof y Beamish, 1995; Alonso ▷

y Donoso, 1996) indica que no se puede entender el desarrollo de capacidades, sobre las que apoyar la competitividad o el incremento del compromiso internacional de la empresa, sin asumir la existencia de decisiones deliberadas asentadas en la plena conciencia de los potenciales resultados derivados de la opción escogida (Alonso y Donoso, 1996). No obstante, no todos los empresarios o directivos tienen la misma intuición para expandir los negocios de la empresa fuera de las fronteras nacionales. Esto convierte a la actitud del empresario y del equipo directivo en un factor relevante a la hora de explicar el desarrollo del proceso de internacionalización de la empresa. Los estudios más importantes sobre la inclusión del papel del equipo directivo en el proceso de internacionalización llegan de la mano de Calof y Beamish (1995), que presentan un modelo de adaptación internacional. Este modelo emerge desde la búsqueda de un patrón en el modo de entrada, donde los directivos inciden sobre dos factores explicativos importantes: percepción sobre los modos de entrada y percepción sobre la gestión por parte de la empresa de cada modo de entrada.

Por otro lado, la aproximación a la internacionalización de la empresa propuesta por el enfoque estratégico (Kogut, 1985; Porter, 1985; Hamel y Prahalad, 1986; Aaby y Slater, 1989; Root, 1994) parte de la consideración de que dicho proceso está integrado por tres etapas: análisis de los factores de competitividad, formulación de las estrategias e implantación de las mismas. Hamel y Prahalad (1986; 1988) establecen un marco de análisis para la estrategia global a partir de dos dimensiones: el tipo de ventaja competitiva internacional y el propósito estratégico que persigue la firma; mientras que Kogut (1985) teoriza que la competencia internacional se basa en la existencia separada o simultánea, tanto de ventajas competitivas de la empresa como de ventajas comparativas de los países.

Partiendo de la premisa en la que la empresa debe mantener un equilibrio entre los factores externos e internos, contemplando una conexión

clara entre la empresa y su entorno (Alonso, 1993), Aaby y Slater (1989) desarrollan el modelo que mayor difusión ha tenido. En él se distinguen entre una serie de factores pertenecientes a distintas variables, como las ambientales o las relativas al entorno, las características de la empresa, las competencias, la estrategia y el rendimiento, dividiendo las variables independientes en dos categorías diferentes: aquellas asociadas con el entorno, sobre las que la empresa no ejerce control alguno, y aquellas internas en las que la empresa sí tiene el control.

Durante las dos últimas décadas del siglo pasado, la evolución de la competencia en algunos sectores representó a la vez una consecuencia y una condición de la globalización, donde su estructura e intensidad influyen directamente en las estrategias internacionales de las empresas, surgiendo el enfoque de la globalización (Porter, 1982, 1986; Kim y Hwang, 1992; Buckley, 1995; Strategor, 1995). Este enfoque determina que la competencia se aleja progresivamente de las fronteras nacionales, al mismo tiempo que la globalización hace desaparecer aquellos mercados protegidos, también denominados plazas fuertes nacionales o santuarios (Strategor, 1995). Por lo tanto, conviene considerar las distintas formas de competencia existente bajo su punto de vista. Éstas son perfectamente definidas por Porter (1982, 1986), que distingue dos tipos de industrias: las industrias multidomésticas (mercados nacionales) y las industrias globales (mercados internacionales). Para Buckley (1995), este enfoque ofrece una visión idealizada de la organización de las empresas que se encuentran en el extremo opuesto a las que están, a su vez, en la fase de inicio de su proceso de internacionalización. Por su parte Casson (1993), a pesar de que parte de la hipótesis contraria, considera que todos los mercados son diferentes entre sí, llegando a la misma conclusión que plantea el enfoque.

Relacionado también con el proceso de globalización nace en la última década del siglo anterior, como una nueva corriente investigadora de la internacionalización de empresas, el enfoque ▷

de redes (Casson, 1986; Johanson y Mattson, 1988, 1992; Coviello y Mc Auley, 1999; Rialp, 2005). Esta corriente está orientada a sistemas de relación y organización no jerárquicos donde las empresas invierten para afianzar su poder de mercado y controlar su posición en la industria internacional. Este enfoque de redes sostiene que gran parte del éxito internacional de la compañía depende de las relaciones establecidas entre la empresa y sus clientes, proveedores, competidores e instituciones, que son los actores en una red social de negocios. Johanson y Mattson (1988) consideran la internacionalización de las empresas como un proceso interactivo, entre las ventajas competitivas de la empresa y las ventajas competitivas pertenecientes al resto de los integrantes de la red en la que la empresa desarrolla sus actividades, y también entre el conjunto de estas ventajas y las que tiene la localización de los países. Además, identifican en su modelo de redes internacionales cuatro categorías de empresas internacionales según el grado de internacionalización del mercado y de la propia empresa: empresa iniciadora, empresa rezagada, empresa internacional solitaria y empresa internacional junto a otras.

Casson (1996) especifica las dos características fundamentales que toda red debe tener: confianza en cada uno de los miembros que la conforman e independencia de los distintos miembros, en el sentido de que cada integrante posee y controla sus propios recursos. Del mismo modo, Coviello y McAuley (1999), ponen énfasis en el hecho de que la configuración de las redes y los acuerdos alcanzados entre las empresas que las componen sirven para promover y facilitar el alcance de los objetivos. Estas redes internacionales no jerarquizadas constituyen sistemas de relaciones de carácter orgánico, desde las que una determinada empresa puede reforzar y supervisar su posicionamiento estratégico a nivel internacional (Rialp y Rialp, 2005).

### 3. Dunning y el modelo OLI

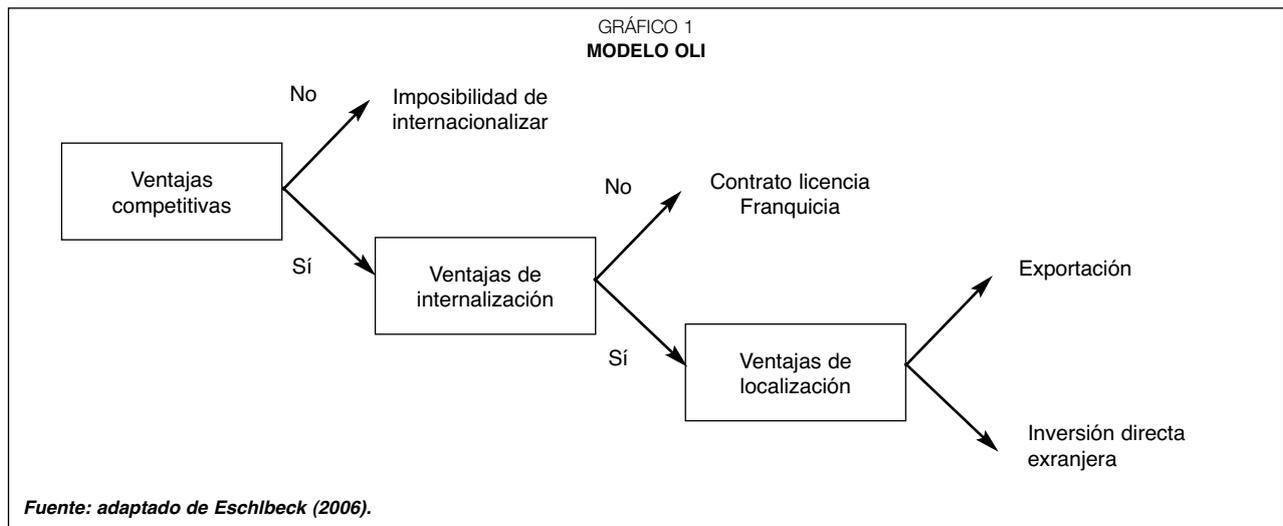
A pesar de que en el punto anterior se han visto de forma resumida las principales teorías de la

internacionalización de la empresa, hasta la fecha el modelo más aceptado en el ámbito académico internacional y el de mayor influencia es el que proporciona el paradigma ecléctico de Dunning (1974, 1981, 1988a, 1991b). El autor británico justifica la integración de las demás teorías de internacionalización en su modelo ecléctico en que dichas teorías son parcialmente correctas e incorrectas para explicar cada tipo de inversión directa extranjera, por lo que en su opinión resultan incompletas. De esta forma el autor británico intentó elaborar un marco teórico analítico general para posteriores investigaciones empíricas, que tendrían como objetivo la internacionalización de las empresas a través de inversión directa extranjera.

El paradigma ecléctico (o modelo OLI) explica el proceso de internacionalización (a través de inversión directa como muestra el Gráfico 1) de las empresas como una serie de pasos que deben cumplirse para poder pasar al siguiente y cuyos condicionantes son:

1. Ventajas competitivas (O)
2. Factores de localización (I)
3. Ventajas de internalización (L)

La explicación del gráfico es bien sencilla y lógica: para que una empresa cualquiera pueda competir y sobrevivir en cualquier mercado doméstico debe tener una serie de ventajas de propiedad que la hagan de algún modo única frente a sus adversarios. Si la empresa es capaz de incorporar esas ventajas competitivas, podrá realizar esa serie de actividades en otros mercados, pero si no es capaz de hacerlo o no le interesa por tratarse de actividades «no nucleares», decidirá que no puede internacionalizar sus actividades, pues no ofrece nada que le haga diferente frente al resto de los competidores para sobrevivir en el mercado. Si la empresa que ha logrado incluir esas ventajas competitivas, obteniendo ventajas por tal decisión, quiere establecer la producción en otro país, deberá decidir si lo hace a través de ella misma o no. Si elige la primera posibilidad optará por producir o comercializar sus productos por medio de contratos de licencias y/o ▷



franquicias. Si decide realizarlo internamente, deberá llevar a cabo un estudio exhaustivo de los factores de localización relevantes del país donde quiere establecerse. En este segundo supuesto, si las condiciones no son idóneas, optará por la exportación para evitar la pérdida de sus *core competences* si cree que sus derechos de propiedad o *knowledge* peligran si lo lleva a cabo otra empresa que no sea ella. Y si las condiciones del país receptor son idóneas para la producción o la comercialización mediante el establecimiento de una filial, la empresa realizará la inversión directa extranjera. En caso contrario, puede optar por exportar sus productos, ya sea directamente o a través de algún exportador con residencia en el país importador.

La implicación económica de las empresas, tanto en el mercado doméstico como en otros mercados foráneos, puede ser explicada por medio del suministro de mercancías o productos. La producción de un mercado en particular puede ser localizada completa o parcialmente en el propio país, en un país foráneo, en un tercer país o en una combinación de estos tres supuestos. Del mismo modo, la producción para abastecer al propio mercado nacional puede ser realizada tanto a nivel doméstico como a nivel internacional. Esta situación se basa en las imperfecciones estructurales y transaccionales existentes en el mercado y sobre ella el propio Dunning ofrecía una

serie de argumentos para explicar la dotación de recursos de la producción internacional. Lo hizo en el famoso *The endowment/market failure paradigm of international production*, basándose en la internacionalización de la empresa por medio de filiales. En esta obra, Dunning explica la actividad internacional de la empresa multinacional y argumenta que la localización de la dotación de recursos puede establecerse en un tercer país gracias a la obtención de ventajas de propiedad, internalización y localización. A través del cual se explica la actividad de la empresa multinacional, argumentando que la localización de la dotación de recursos puede ser en un tercer país gracias a los fallos de mercados existentes, gracias a la obtención de ventajas de propiedad, de internalización o de localización.

Durante las décadas de los ochenta y noventa tuvieron lugar una serie de acontecimientos no muy numerosos, pero sí de gran relevancia, que provocaron que el paradigma ecléctico recibiera críticas. Este hecho provocó que, a partir de entonces, Dunning centrara sus investigaciones en algunos de los nuevos fenómenos que estaban ocurriendo, con el objetivo de explicar ciertos conceptos que no habían sido incluidos en su paradigma. Estas investigaciones han sido criticadas por otros autores del *management* internacional. Las críticas más destacadas giran en torno al papel de la estrategia de la empresa internacional ▷

(*Restatement of the OLI paradigm*, publicado en 1988), de las relaciones institucionales (*The competitive advantages of countries and the activities of transactional corporations*, publicado en 1992) y las alianzas (*Reappraising the eclectic paradigm in an age of alliance capitalism*, publicado en 1995). A pesar de sus estudios y conclusiones, el propio autor justifica que no hay motivos para cambiar las bases del modelo OLI y del modelo de la dotación de la producción internacional, siendo estos nuevos factores externos al modelo.

## 4. Situación actual

### 4.1. Nuevas formas de inversión directa extranjera

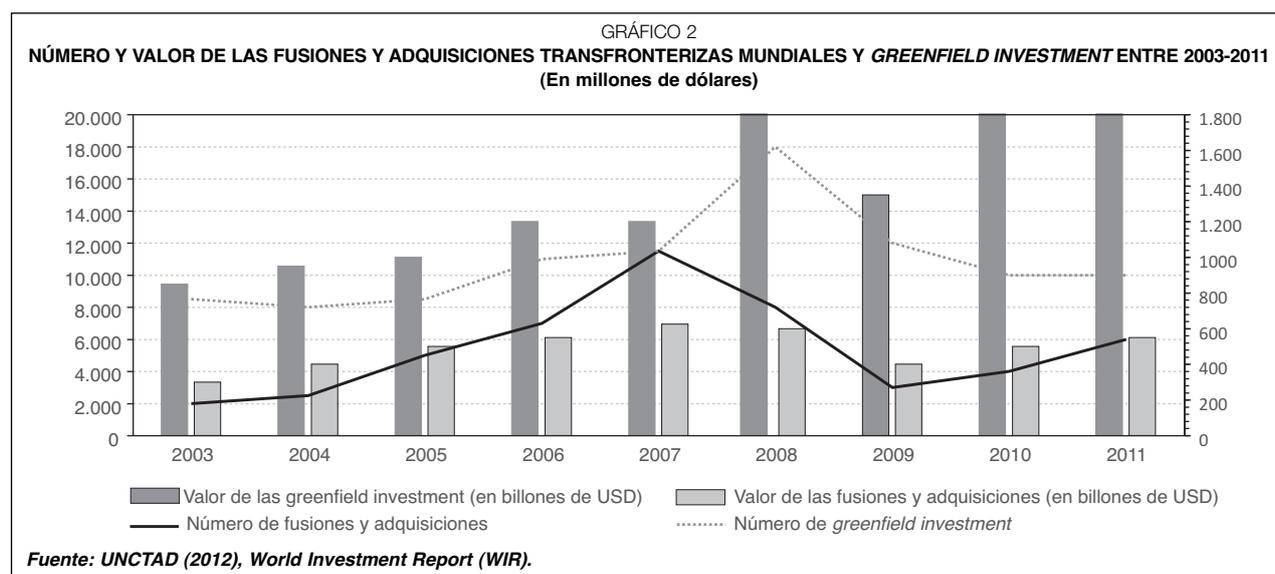
A partir de 1990 comienzan a tener gran importancia en el proceso de internacionalización empresarial una serie de prácticas englobadas dentro de las inversiones directas extranjeras que se empiezan a postular como una alternativa muy seria a la simple creación de filiales. El modo más importante de entrada a nuevos mercados, por volumen monetario, ha sido el de fusiones y adquisiciones mencionadas en el punto anterior. Los motivos por los que se realiza este tipo de inversión es diferente en cada caso, pero hay algunas razones que pueden ser comunes en muchos de ellos: conseguir rápidamente cuota de mercado en dicho país, tener interés en los recursos y capacidades de la empresa absorbida o fusionada, o la creación de valor para el accionista de la empresa que compra, entre otras.

El auge de las fusiones y adquisiciones durante la década de 1990 fue motivado por una serie de circunstancias adicionales a las meras de índole económico-financiero-empresarial, como por ejemplo el desarrollo de la sociedad del conocimiento y la información y el uso extensivo de tecnologías de la información. A partir de 2004 se produjo una nueva ola de fusiones y adquisiciones, influida por las mejores condiciones económicas globales,

la consolidación sectorial de cada industria y la globalización. A nivel geográfico, las fusiones y adquisiciones transnacionales tuvieron su mayor apogeo en la Unión Europea (UE-15), seguida de Norteamérica, Asia y el resto de Europa. Las empresas españolas han utilizado esta forma de entrada a nuevos mercados en numerosas ocasiones, y tenemos como ejemplo la adquisición de la entidad financiera británica Abbey National por parte del Grupo Santander y la fusión de la aerolínea española Iberia con la británica British Airways, dando lugar a la nueva aerolínea IAG.

Otra de las nuevas formas de entrada de mayor importancia y de gran uso ha sido la realización de alianzas empresariales para acceder a los nuevos mercados o sectores, predominando las *international joint ventures* en los flujos de inversión directa extranjera. Estas alianzas buscan combinar tanto los recursos como las capacidades de los socios para planificar una actuación coordinada en los mercados internacionales. Se busca un acceso conjunto a nuevos mercados mediante la unión de las competencias de los socios, compartiendo los costes de acceso y acelerando así el proceso de internacionalización. Adicionalmente, en algunos casos estas alianzas internacionales son útiles para reducir los riesgos en aquellas industrias caracterizadas por una alta tasa de crecimiento y/o un elevado grado de incertidumbre, realizando en la mayoría de los casos una alianza donde uno de los socios pertenece al país destino de la inversión.

En el caso de las empresas españolas, se puede decir que la elección de este tipo de estrategia de entrada está correlacionada de manera negativa con las fusiones y adquisiciones, ya que, en las últimas décadas, a medida que han aumentado los flujos de inversión, han descendido los adoptados bajo la forma de *joint venture*. No obstante, para algunas empresas o sectores sigue siendo una manera importante de internacionalizar sus actividades, como por ejemplo para las multinacionales como Endesa o Telefónica, que a través de sus alianzas globales con Enersis y ▷



British Telecom y MCI, respectivamente, consiguieron acceder a nuevos mercados y crear valor para el accionista. Por otro lado, una de las *international joint venture* más importantes a nivel mundial tiene como protagonista a una empresa española, la cadena hotelera AC, que forma una alianza con la norteamericana Marriot para acceder a nichos de mercados más selectos tanto en mercados ya explorados como en nuevos.

Aunque, como hemos mencionado anteriormente, las fusiones y adquisiciones han hecho reactivar de nuevo los flujos de inversión directa extranjera, el valor total de las inversiones en nuevas instalaciones sigue siendo significativamente superior al de dichas fusiones y adquisiciones. Esta situación ocurre desde hace años, con la excepción del 2007, año de inicio de la crisis financiera. De entre estas inversiones destaca una por encima de otras, las *greenfield investment*, el valor de sus flujos de inversión sobrepasa al de las fusiones y adquisiciones (Gráfico 2).

Desde finales de la década de los ochenta hasta el inicio del nuevo milenio las fusiones y adquisiciones predominaron en valores absolutos de inversión sobre las inversiones en forma de *greenfield investment*, pero a partir del año 2001 los flujos de IDE (inversión directa extranjera) en forma de esta última opción han crecido en importancia. Un ejemplo español de este tipo de inversión lo encontramos

en los EEUU, donde Atento (filial de la actual Movistar, tradicionalmente llamada Telefónica) ha invertido 26,6 millones de dólares en la ciudad de San Antonio (Texas).

Esto se ha debido, entre otros motivos, a que la diferencia del nivel tecnológico de las empresas locales y el de la empresa que internacionaliza sus actividades a este nuevo mercado es demasiado grande. Otro de los motivos se encuentra en el propio sector industrial y su ritmo de crecimiento, mostrando altas tasas de entrada a través de la implantación de nuevas instalaciones en aquellas industrias con un mayor ritmo de crecimiento. Este hecho es contrastable con la tendencia de la distribución geográfica de este tipo de inversión, pues desde el año 2000 existe un cambio en el destino de las IDE, predominando aquellos países pertenecientes a economías en vías de desarrollo en transición. Estos países llegan a absorber en la actualidad más del 50 por 100 de los flujos de inversión directa totales.

Por último, el otro tipo de inversión de interés en la que se crean nuevas instalaciones, y que es otro de los más importantes modos de entrada, es el *offshoring*. Sin embargo, su peso sobre el total de flujos de IDE es muy inferior al de los vistos anteriormente, aunque cada vez tiene más importancia, sobre todo desde la ruptura de la cadena de valor tradicional. Las actividades que ▷

están más involucradas en este tipo de inversión son las de desarrollo del producto y del *software*, los servicios administrativos, las actividades de IT (innovación tecnológica) y los *contact centers*.

El fenómeno del *offshoring* no es nuevo, ya que en el periodo de la clásica multinacionalización (1950-1975) las actividades productivas intensivas en mano de obra y el procesamiento de ciertas partes de la cadena de producción fueron trasladadas por las multinacionales a países menos desarrollados, localizados en América Latina y en Asia. Desde entonces, ha habido dos oleadas claramente diferenciadas: una en la década de los noventa, en la que las protagonistas fueron las empresas manufactureras, y otra a mediados de la década pasada, cuando las empresas del sector servicios fueron las que ejercieron un uso más intenso de esta estrategia, gracias sobre todo a los avances tecnológicos.

Las principales regiones receptoras de este tipo de inversión, que se caracterizan por ser economías en desarrollo con bajos costes de producción y una mano de obra cada vez más cualificada, son India, China, los países latinoamericanos y los países del este de Europa. Además de los motivos relacionados con los costes productivos y la cualificación de los empleados, el afán de la empresa por ser cada vez más grande y la presión de la competencia son otros de los motivos más influyentes a la hora de elegir este tipo de inversión.

En el caso español, el sector de la actividad económica en el que predomina este tipo de inversión es el sector industrial, aunque a partir del año 2004 se intensifican las desinversiones en el sector servicios (principalmente en las actividades de *contact centers* e *IT services*), con excepciones de la intermediación financiera, banca y seguros. Dentro del sector industrial, el *offshoring* tiene un papel importante en aquellas subindustrias en las que los *inputs* intraindustriales predominan sobre los interindustriales, como son las industrias de fabricación de material electrónico, vehículos de motor y remolques, máquinas de oficina y equipos informáticos y la industria textil. Dentro de este último, podemos

citar varios ejemplos de empresas que llevan a cabo este tipo de estrategia, como son Inditex, Amichi o Custo.

#### **4.2. Tipos diferentes de IDE vs paradigma ecléctico**

Como se ha comprobado en el punto anterior, han surgido nuevas formas de flujos de inversión directa extranjera, que vienen a completar un *portfolio* más amplio de inversiones que el ya clásico establecimiento de filiales productivas o comerciales. En las últimas décadas, estas nuevas formas de entrada han sido las que han hecho que los flujos de inversión directa hayan sido protagonistas de los procesos de internacionalización de la empresa. A nivel teórico, han sido muchos los académicos (fusiones y adquisiciones: Hennart y Park, 1993; *international joint ventures*: Barkema, 1997; *greenfield investment*: Anderson y Svensson, 1994; *offshoring*: Bernstein, 2004) que han abordado el estudio de cada uno de estos flujos de forma individualizada, sin aportar ninguno de ellos un modelo de internacionalización más completo que el ofrecido por Dunning.

A pesar de ser el modelo explicativo más completo sobre el proceso de internacionalización desarrollado hasta ahora, dado que el desarrollo de las nuevas formas de IDE fue posterior, éste no recoge en sus planteamientos iniciales ninguna de dichas formas, tan sólo contempla la posibilidad de crear filiales de producción. No obstante, Dunning (1988, 1993, 1995, 1996, 1999, 2000, 2003) revisa sus planteamientos para introducir nuevas variables a tener en cuenta en los procesos de internacionalización de las empresas. Sus principales trabajos se centran en incluir las alianzas, fusiones y adquisiciones como modos de entrada en nuevos mercados, en una mayor consideración de los Gobiernos e instituciones públicas a la hora de atraer flujos de inversión y en incluir la importancia de la estrategia en la toma de decisiones.

En lo que se refiere al término *offshoring*, Dunning no lo usa como tal y habla en algunos ▷

de sus estudios de *outsourcing*. No obstante, los académicos expertos en *offshoring* parten de la perspectiva dada por el modelo ecléctico (1977, 1988), al considerar que aporta un punto de inicio muy relevante para la explicación del *offshoring*, al unir los factores internos de la empresa y los factores ambientales de una localización en particular. Por otra parte, Dunning (1995) menciona el término *greenfield investment* en su estudio referente a las actividades extranjeras de desarrollo e innovación en los EEUU como alternativa a la adquisición de empresas que ya realicen esas actividades, pero no incluye este término en su modelo, ni lo trata en profundidad.

## 5. Conclusión

El rápido crecimiento de la economía global ha sido uno de los factores con mayor repercusión en los negocios internacionales en general, y en los procesos de internacionalización en particular, desde hace tres décadas. Las aproximaciones teóricas a la internacionalización de las empresas necesitan ser supervisadas por un modelo estratégico más global que incluya la mayor parte de posibilidades que la inversión directa puede revestir, así como los nuevos factores que indiquen sobre la misma. Todo ello debe de ser incluido en un modelo aún más holístico que el paradigma ecléctico propuesto por Dunning. Para ello no sólo debe ser revisado el modelo OLI, sino también sus cimientos, destacados en *The endowment/market failure paradigm of international production*, modelo explicativo del comportamiento de la producción internacional que desarrolla el propio Dunning.

El modelo, como resumen la mayoría de los académicos, es muy útil y aproximado a la realidad (de hace varias décadas), a pesar de sus deficiencias, entre ellas la falta de consideración explícita de la estrategia, la relevancia de las instituciones públicas sobre los flujos de inversión o su falta de dinamismo, entre otros. A partir de este modelo se puede desarrollar uno mejor extendiendo y actualizando parte de sus planteamientos, de forma

que tengan en cuenta los factores que han condicionado los procesos de internacionalización de las últimas tres décadas, dando lugar de esta forma a un mejor paradigma explicativo más cercano a la realidad.

## Bibliografía

- [1] AXIM, C.N. y MATTHYSSENS, P. (2002). «Viewpoint: Limits of internationalization theories in an unlimited world». *International Marketing Review*, nº 19, pp. 436-449.
- [2] BUCKLEY, P.J. (2002). «Is the international business research agenda running out of stream?». *Journal of International Business Studies*, nº 33, pp. 365-373.
- [3] CALDERÓN, C.; LOAYZA, N. y SERVÉN, L. (2004). «Greenfield foreign direct investment and mergers and acquisitions: feedback and macroeconomics effects». *World Bank Policy Research Working Paper*, nº 3192.
- [4] DURÁN HERRERA, J.J. (2002). «Estrategias de localización y ventajas competitivas de la empresa multinacional española». *Revista ICE*, nº 799, pp. 41-53
- [5] GUILLÉN RODRÍGUEZ, M.F. (2004). «La internacionalización de las empresas españolas», *Boletín de Información Comercial Española*, nº 812, pp. 211-224.
- [6] MARTÍN ARMARIO, J. (2004). «Formas de entrada en los mercados exteriores: una investigación en las PYMES andaluzas», *Revista ICE*, nº 2823, pp. 33-48.
- [7] MARTÍNEZ BOBILLO, A. y TEJERINA GAITE, F. (1999). «Adquisiciones internacionales y control en las empresas industriales españolas». *Revista ICE*, nº 781, pp. 129-143.
- [8] MORGAN, R.E. y KATSIKEAS, C.S. (1997). «Theories of international trade, foreign direct investment and firm internationalization: a critique». *Management Decision*, nº 35, pp. 68-78.
- [9] MUÑOZ GUARASA, M. (2009). «Inversión, desinversión extranjera y deslocalización». *Papeles de Europa*, nº 18, pp. 68-92.
- [10] ORTIZ DE URBINA CRIADO, M.; MONTORO SÁNCHEZ, M.A. y GUERRAS MARTIN, L.A. (2009). «Adquisiciones y acuerdos de cooperación en la Unión Europea durante el período 2000-2007». *Universia Business Review*. nº 22, pp. 118-133. ▷

- [11] RIALP CRIADO, A. (1999). «Los enfoques micro-organizativos de la internacionalización de la empresa: una revisión y síntesis de la literatura». *Revista ICE*, nº 781, pp. 117-128.
- [12] RUIZ MORENO, F. y MAS RUIZ, F.J. (2007). «Entrada de la empresa española en mercados exteriores». *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 13 nº 1, pp. 183-208.
- [13] RUGMAN, A.M.; VERBEKE, A. y NGUYEN, Q. (2011). «Fifty years of international business theory and beyond». *Management International Review*, nº 51, pp. 755-786.
- [14] SANTANGELO, G.D. y MEYER, K.E. (2011). «Extending the internationalization process model: Increases and decreases of MNE commitment in emerging economies». *Journal of International Business Studies*, nº 42, pp. 894-909.
- [15] VIDAL SUÁREZ, M.M. (2000). «Las alianzas estratégicas globales para la internacionalización. Su contribución a la creación de valor en la empresa». *Economía Industrial*, nº 333, pp. 49-56.