

LOS ENFOQUES MICRO-ORGANIZATIVOS DE LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA: UNA REVISIÓN Y SÍNTESIS DE LA LITERATURA

*Alex Rialp i Criado**

En este trabajo se identifican los principales enfoques existentes en torno al fenómeno de la internacionalización desde un punto de vista empresarial o micro-organizativo: las teorías de la empresa multinacional/IDE, el denominado «modelo del proceso de internacionalización» (enfoque gradualista) y la reciente literatura sobre los modos de entrada al exterior. Aunque intrínsecamente relevantes, ninguno de estos enfoques se muestra capaz, por sí solo, de recoger y explicar en toda su amplitud la compleja naturaleza de la internacionalización de la empresa, por lo que se requiere una perspectiva más amplia que aglutine sus principales aportaciones. Esta concepción más integradora del proceso internacionalizador debería entrelazar la existencia de ciertas ventajas específicas de la empresa (de carácter productivo, tecnológico, organizativo, gerencial y/o comercial) con un relativo gradualismo.

Palabras clave: *comercio exterior, empresas multinacionales, empresas exportadoras, inversiones directas, inversiones multinacionales, análisis teórico, revisiones bibliográficas.*

Clasificación JEL: *F23, M10.*

1. Introducción

Con este trabajo —en la búsqueda de un marco teórico más integrado desde el que considerar el fenómeno de la internacionalización empresarial— se pretende realizar una revisión amplia, pero a la vez sintética, de los principales enfoques microorganizativos de la internacionalización existentes hasta el

momento. Constituye, por tanto, un intento de esclarecer sus aspectos más relevantes y delimitar sus inherentes rasgos de parcialidad, con el objetivo final de elaborar una propuesta integrada, a modo de conclusión.

Por internacionalización de carácter empresarial se entiende aquí todo aquel conjunto de operaciones que facilitan el establecimiento de vínculos más o menos estables entre la empresa y los mercados internacionales, a lo largo de un proceso de creciente implicación y proyección internacional de la misma (Welch y Loustarinen, 1988; Root, 1994); esto es, un proceso

* Departamento de Economía de la Empresa. Universidad Autónoma de Barcelona.

amplio y complejo de definición del grado de compromiso internacional adoptado por la organización¹. Por tanto, se contempla toda una amplia gama o variedad de fórmulas institucionales y/o vías de penetración alternativas en el mercado exterior, susceptibles de modificarse en el tiempo, a medida que la empresa va redefiniendo sus niveles relativos de presencia, compromiso de recursos, control y/o riesgo operativo a escala internacional.

Los distintos enfoques a considerar hacen referencia, en primer lugar, a las explicaciones relativas al análisis de las operaciones internacionales de la empresa multinacional y, más concretamente, de sus actividades de inversión directa en el extranjero. En segundo lugar, se recoge el llamado «modelo del proceso de internacionalización» (enfoque gradualista), que concibe la internacionalización de la empresa como un proceso gradual de aprendizaje basado en la acumulación de una base de conocimientos a través de la experiencia. Finalmente, se identifica también buena parte de las aportaciones realizadas desde la perspectiva más reciente en este campo: la literatura sobre los «modos de entrada» al exterior; la cual, orientándose hacia un análisis más dinámico de los costes de transacción, admite el desarrollo de estrategias altamente innovadoras de penetración en los mercados exteriores capaces, por sí mismas, de flexibilizar la secuencia seguida por la empresa durante su proyección internacional.

¹ El amplísimo cuerpo de literatura referida a las causas explicativas del comercio entre los distintos países, así como de la competitividad internacional a nivel de un determinado país-sector (PORTER, 1991) se conciben como otras aproximaciones alternativas al fenómeno internacionalizador, si bien de índole macroeconómica, cuya principal limitación radica, precisamente, en la escasa atención prestada al papel determinante representado por la propia empresa y/o por sus directivos — en términos de sus capacidades o competencias distintivas, ventajas competitivas específicas o decisiones estratégicas— en el marco de su actividad internacional. De aquí que queden explícitamente excluidas de nuestra revisión de los distintos enfoques micro-organizacionales de la internacionalización.

2. Las explicaciones tradicionales de la inversión directa en el exterior (IDE)

La rama de interés predominante en la literatura sobre la empresa internacional ha venido tradicionalmente constituida por el análisis de las operaciones exteriores de la denominada empresa multinacional (EMN) y, más concretamente, de sus actividades de inversión directa en el exterior (IDE). Así, las principales explicaciones de dichas inversiones directas, y de la propia existencia de la multinacional, constituyen un nutrido conjunto de interpretaciones fuertemente solapadas entre sí, sin que pueda hablarse de una única aproximación teórica en este campo (Calvet, 1981; McDougall *et al.*, 1994).

Tales explicaciones analizan dicha cuestión desde la perspectiva de la teoría de la empresa y la organización industrial, compartiendo todas ellas un mismo supuesto inicial: la capacidad inversora potencial de una empresa en el exterior se basa en el dominio o posesión de algún tipo de activo o ventaja específica —generalmente de carácter intangible— que resulta inaccesible, al menos durante algún tiempo, para los competidores locales. Ello tendería a compensarla de posibles desventajas de carácter localizacional, resultantes del mayor conocimiento que tienen estos últimos sobre las condiciones de sus respectivos mercados locales, permitiéndole explotar dicha ventaja en otros mercados distintos al de origen. A partir de aquí, las numerosas contribuciones se han desarrollado en dos direcciones distintas: una más ligada con el efecto de las imperfecciones del mercado, y otra más relacionada con el análisis (estático) de los costes de transacción.

Así, según la llamada «teoría de la ventaja monopolística», asociada con las interpretaciones sobre la aparición de las multinacionales propuesta por Kindleberger (1969) o Hymer (1976), la existencia de tales compañías se debe a que éstas tienen algún tipo de conocimiento o ventaja competitiva —de origen productivo, tecnológico, organizativo, gerencial o comercial— cuya naturaleza, prácticamente monopolística, les permite competir con las empresas locales, quienes pese a que supuestamente se hallan mejor establecidas y tienen un mayor conocimiento de

sus propios mercados, se verían obligadas a asumir el coste de desarrollar dicha ventaja, por lo que no pueden competir con la empresa extranjera. Además, para que tales ventajas condujeran, de hecho, a una inversión directa deberían ser específicas de la empresa inversora, así como fácilmente transferibles a través de las fronteras nacionales o de suficiente magnitud y durabilidad como para soportar la erosión competitiva de las empresas rivales.

De esta forma, Kindleberger y Hymer describen las ventajas específicas de la empresa como una manifestación de las imperfecciones estructurales del mercado y de la consiguiente existencia de beneficios oligopolísticos. Así pues, el motivo para la realización de inversiones directas en el exterior aparece relacionado con la habilidad de las multinacionales para aprovecharse de ciertas imperfecciones del mercado de carácter endógeno, reforzando los niveles ya existentes de ineficiencia: las ventajas específicas de la empresa multinacional guardarían relación con el ejercicio de poder de mercado, revelando las características de una ventaja cuasi-monopolística (Alonso, 1993b).

Sin embargo, esta concepción oligopolística de las inversiones directas no acierta a explicar completamente el motivo por el cual las empresas tenderían a escoger la IDE como mecanismo de operación en el exterior. Así, ¿por qué no ceder —mediante una licencia, por ejemplo— los conocimientos sobre cómo fabricar y/o comercializar un producto diferenciado a otras empresas que cuenten, a su vez, con la información necesaria sobre las condiciones de un determinado mercado local? La respuesta a esta pregunta ha permitido formular las denominadas «ventajas de internalización», producidas cuando las imperfecciones del mercado a nivel internacional determinan que la utilización de este mecanismo asignador de recursos sea demasiado costosa.

De este modo, la condición de la ventaja cuasi-monopolística basada en imperfecciones estructurales del mercado puede no resultar del todo imprescindible para explicar la existencia de las multinacionales. Estas también podrían surgir a partir de los habituales «fallos del mercado» o imperfecciones de carácter

natural, relacionadas con su relativa incapacidad para gobernar determinadas transacciones, erigiéndose la organización como un mecanismo alternativo más eficiente². Aunque la idea de que el mercado podría mostrarse ineficiente para llevar a cabo determinadas transacciones fuese expuesta inicialmente para explicar el origen de la empresa integrada con múltiples plantas (Coase, 1937; Williamson, 1975, 1985), también parece adecuarse para el caso de la multinacional. Hacia el análisis de este tipo de imperfecciones se ha dirigido el cuerpo de la literatura posterior a la tradición de Hymer en este campo, otorgando un papel trascendente a los costes de transacción derivados de la movilización de activos intangibles más allá de las fronteras nacionales. En esta línea cabe destacar, como aproximaciones más novedosas, la llamada teoría de la internalización y el paradigma eclético.

Según el enfoque conocido como la «teoría de la internalización» (Buckley y Casson, 1976, 1985; Rugman, 1981, 1986; Caves, 1982; Hennart, 1982; Buckley, 1988, 1990 o Casson, 1986, 1992), la internacionalización de la empresa se fundamenta en dos axiomas básicos: «en primer lugar, ésta localiza sus actividades allí donde los costes son menores —ventajas de localización—; en segundo lugar, la empresa crece internalizando mercados hasta el punto en que los beneficios de dicha internalización compensen sus costes —ventajas de internalización— (Buckley, 1988: 181-2).

Así pues, esta teoría enfatiza la importancia de los fallos del mercado en las transacciones de ciertos activos intangibles y específicos ante la presencia de elevados costes de transacción inherentes a la utilización de dicho mecanismo. La empresa debería explotarlos bajo su control si desea extraer el valor que se les otorga, en tanto en cuanto los costes de transacción del

² Los ejemplos típicamente asociados con este proceso de internalización serían los mercados de factores y/o bienes intermedios de naturaleza más bien específica e intangible, tales como activos tecnológicos, habilidades directivas, de marketing o de producción, capital humano, etcétera, por el carácter de «bien público» atribuible a los conocimientos (BUCKLEY y CASSON, 1976). Dicha internalización, sin embargo, no puede hacerse de manera gratuita y suele crear problemas de comunicación, coordinación y control.

mercado superen a los costes administrativos asociados con el recurso a la propia organización. Estos casos tenderían a producirse más, cuanto más intensivo fuese el conocimiento y más específico el activo de la compañía. Si bien esto no dependería, en principio, del hecho de si el mercado en el que se explotara dicho activo fuera el doméstico o el exterior, si tuviera lugar en el extranjero y las barreras comerciales, costes de transporte, etcétera, favorecieran igualmente su explotación local, con mayor razón induciría la IDE. Como tal, esta hipótesis nace con la pretensión de convertirse en una teoría general de la multinacional aunque, dada su inherente generalidad, acaba operando a un nivel conceptual demasiado elevado, lo cual dificulta dotarla de un mayor contenido empírico (Buckley, 1990).

El enfoque o «paradigma ecléctico» (Dunning, 1979, 1980, 1988) atribuye tanto a las ventajas de propiedad o específicas de la empresa, como a las de localización e internalización la explicación de la capacidad y disposición de la misma a internacionalizar sus actividades de producción en forma de inversiones directas en el extranjero. Así, la empresa debería poseer, en primer lugar, una ventaja específica asociada con algún activo intangible que fuera, cuanto menos temporalmente, inaccesible para los competidores locales. Supuesta dicha ventaja, la empresa debería decidir si opta por internalizarla (rentabilizándola ella misma en nuevos mercados mediante el mecanismo de la exportación o de la inversión), o bien si la cede a otra/s empresa/s a través de un contrato o licencia. Para decantarse por una fórmula inversora debería resultar beneficioso explotar tales ventajas junto con algún otro factor de localización propio del mercado de destino; porque, de lo contrario, se optaría por exportar en vez de invertir.

Como su propio nombre indica, este último enfoque trata de reunir en una sola propuesta las ventajas específicas de la empresa, las de internalización y las derivadas de las condiciones de coste del mercado receptor de la inversión. Aunque, como tal, haya sido utilizado como marco de referencia en algunos estudios empíricos sobre la elección de los modos de entrada al mercado exterior (Agarwal y Ramaswami, 1992; Woodcock *et al.*, 1994), el paradigma ecléctico ha sido acusado de

redundancia en cuanto a la distinción realizada entre ventajas de propiedad o específicas de la empresa y las derivadas de la internalización (Buckley, 1988; Itaki, 1991; Piggot y Cook, 1993).

En su conjunto, las explicaciones en torno a la IDE se caracterizan, principalmente, por estar basadas en el análisis económico. De aquí que fundamenten sus principales variables explicativas tanto en los costes de transacción como en el de los factores, partiendo del supuesto de la toma de decisión racional por parte de la empresa inversora en el exterior. Sin embargo, las propuestas anteriores adolecen, por lo general, de una falta de consideraciones dinámicas y de una relativamente escasa aplicación a las PYME. Así, no parecen distinguir adecuadamente entre empresas que inician su proceso de internacionalización y aquéllas otras situadas en estadios más avanzados del mismo. Tienen, por lo demás, un carácter marcadamente estático al investigar las razones que motivan tales inversiones directas, pero sin hacer un especial hincapié en la dimensión temporal del fenómeno inversor. Por último, todos estos enfoques suelen tomar como único referente válido a las empresas de gran tamaño y/o considerable grado de implantación extranjera, típicamente multinacionales, pero sin llegar a analizar realmente la evolución seguida por las PYME en su proceso internacionalizador, ni investigar el recurso a otros modos de entrada alternativos que éstas utilizan habitualmente.

3. El modelo del proceso de internacionalización o enfoque gradualista

Un enfoque alternativo se fundamenta en una visión más conductista de la organización (Cyert y March, 1963), recogiendo determinados supuestos relacionados con la escasez de información completa y la importancia del riesgo o la incertidumbre en la toma de decisiones empresariales.

La naturaleza altamente innovadora que parece caracterizar las primeras etapas del proceso de internacionalización de la empresa, sobre todo las que constituyen la adopción de la actividad exportadora, lleva a asumir una lógica más incremental en la toma de decisiones y un patrón gradual en su comportamiento.

to a lo largo del tiempo. En ello influye tanto el escaso conocimiento inicial que ésta —en particular, la PYME— suele tener de los mercados exteriores, como las incertidumbres que asocia con la decisión misma de internacionalizarse (Cavusgil y Godiwalla, 1982; Andersen, 1993). De aquí el interés puesto en el análisis de las distintas fases identificables a lo largo del desarrollo de las operaciones internacionales y, principalmente, de las etapas iniciales que constituyen su desarrollo exportador, en la medida que pueden sentar las bases de todo avance posterior.

La razón principal para delimitar las posibilidades de internacionalización de las PYME al ejercicio de la exportación obedece al hecho de que dicho mecanismo exportador, en sus múltiples facetas, constituye el modo más frecuente de operar en los mercados exteriores, sobre todo durante las primeras etapas de su proceso de internacionalización (Miesenböck, 1988; Albaum, *et al.*, 1994; Bradley, 1995). A menudo se les presenta como el modo de entrada más favorable inicialmente ya que les permite graduar su esfuerzo exportador a medida que consiguen resultados más o menos positivos en el exterior. De esta manera, exportar se convierte, generalmente antes que ningún otro método, en toda una experiencia de aprendizaje en el ámbito internacional (Root, 1994). Se detecta, por tanto, un cierto consenso a la hora de considerar la exportación como la base de un proceso experimental a través del cual la empresa va incrementando gradualmente su nivel de implicación y compromiso exterior. Durante este desarrollo de la actividad exportadora a lo largo del tiempo, el aprendizaje se erige como un factor determinante clave: la lenta, aunque creciente, acumulación de experiencia, resultante de dicha actuación en el exterior, origina un aprendizaje que aumenta tanto los conocimientos, como las capacidades de la empresa exportadora (Alonso y Donoso, 1994).

En este sentido, la abundante investigación empírica desarrollada en torno al comportamiento exportador de las PYME se propone, básicamente, determinar cómo y de qué manera éstas se involucran en actividades de exportación, identificando los motivos y las estrategias exportadoras de las mismas, sus capacidades para ejercer la exportación y el tipo de interacción que

establecen con su entorno (Miesenböck, 1988; Aaby y Slater, 1989). Aunque la mayoría de estos trabajos relativos a la decisión de exportar no llegan a desglosar explícitamente las etapas existentes en la adopción de esta actividad, algunos sí han concebido la participación de la empresa en las operaciones de exportación como un proceso de desarrollo gradual que tiene lugar en distintas fases o etapas y durante un período de tiempo relativamente largo. Así, se han ido estableciendo paulatinamente distintos modelos empíricos que ofrecen una cierta conceptualización —si bien altamente descriptiva y parcial— de la naturaleza dinámica del proceso exportador de la PYME³.

Si bien el número de propuestas desarrolladas desde esta concepción gradualista y evolutiva del proceso exportador es ciertamente considerable, destaca, como la aportación más significativa, el llamado «modelo del proceso de internacionalización» (*Uppsala-Model*). Dicho modelo constituye el marco general de referencia sobre el que se apoya toda una amplia variedad de intentos empíricos, basados en establecer los niveles del desarrollo exportador de la empresa. De aquí que pueda considerarse pionero en la interpretación del fenómeno internacionalizador como un proceso de desarrollo gradual en el tiempo, poniéndose un especial énfasis en la naturaleza secuencial del aprendizaje obtenido a través de una serie de etapas que reflejan un compromiso creciente con los mercados exteriores.

En la versión empírica original del U-Model, Johanson y Wiedersheim-Paul (1975) citaban la escasez de conocimientos, o de recursos, junto con la incertidumbre que ello puede ocasionar a la empresa, como el principal obstáculo para su internacionalización. Este se vería reducido a través de un proceso de decisión y aprendizaje creciente relacionado con los mercados y las operaciones exteriores. Así, el desarrollo de la actividad en el exterior tendría lugar a lo largo de una serie de etapas sucesivas que representarían un grado cada vez mayor de implicación por parte de la empresa en sus operaciones internacionales. Dicha

³ Para una revisión amplia, sistemática y comparativa de los mismos puede verse BILKEY (1978); DICHTL *et al.* (1984); THOMAS y ARAUJO (1986); ANDERSEN (1993); LEONIDOU y KATSIKEAS (1996) o RIALP (1997).

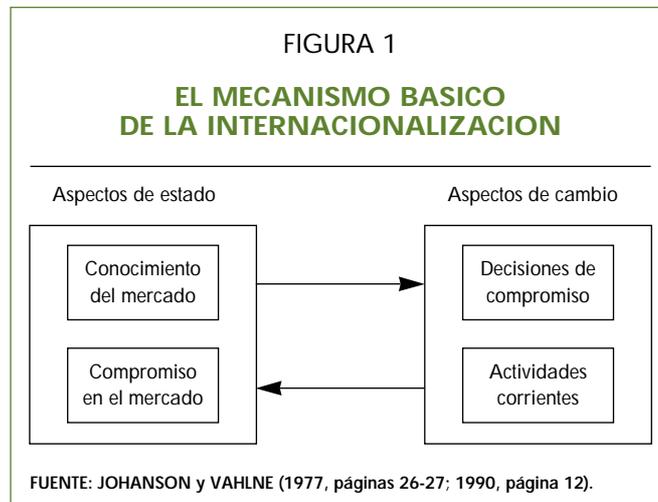
secuencia, conocida como la «cadena de establecimiento»⁴, quedaba restringida a cada país o mercado en concreto.

Asimismo, en términos de la extensión internacional de tales operaciones, los propulsores de este enfoque recurrían al concepto de la «distancia psíquica» según la cual, la entrada al exterior tendería a producirse por el mercado-país psicológicamente más próximo al de origen, dado que éste representaría un menor grado de incertidumbre para la empresa. Desde allí, ésta iría extendiendo gradualmente sus actividades hacia otros nuevos mercados cada vez más distantes desde un punto de vista psicológico. Así, se abordarían, paulativamente, mercados cuya distancia psíquica con el país de origen fuera cada vez mayor.

Posteriormente, Johanson y Vahlne (1977, 1990) reformularon esta visión dinámica del proceso de internacionalización de la empresa en términos de una interacción permanente entre el desarrollo de conocimientos sobre los mercados y las operaciones exteriores, por un lado, y un compromiso creciente de recursos hacia estos mercados, por el otro. La estructura principal del U-Model viene presidida por la distinción realizada por estos autores entre los «aspectos de estado» y los «aspectos de cambio» de las variables de internacionalización (Figura 1). Con ello se intentaba recoger el hecho de que «el estado actual de internacionalización es un factor explicativo importante del curso que ésta seguirá más adelante» (Johanson y Vahlne, 1977: 26).

Así pues, la internacionalización empresarial tiende a contemplarse, desde el U-Model, como un proceso gradual de aprendizaje de conocimientos basados en la experiencia, capaces de generar nuevas oportunidades y de reducir la incertidumbre presente en los mercados exteriores⁵.

De aquí que la experiencia acumulada se considere una fuerza



directriz en el proceso de internacionalización. Sin embargo, dicha experiencia es, en gran parte, específica para cada mercado; ello quiere decir que «no podrá generalizarse fácilmente a otros mercados o países» (Johanson y Vahlne, 1990, página 12). Por este motivo, los compromisos adicionales en el mercado exterior se desarrollarán, por regla general, en forma de pequeños pasos incrementales.

Como principal exponente de este enfoque evolutivo-conductista, el U-Model constituye una de las principales contribuciones existentes en el análisis de las actividades internacionales de la empresa y, sin duda, la más citada desde la perspectiva del comportamiento exportador. Sin embargo, numerosas veces se han cosechado resultados sumamente confusos al tratar de validar sus dos principales supuestos: el concepto de la cadena de desarrollo y el de la distancia psíquica (Hedlund y Kverneland, 1985; Turnbull, 1987; Welch y Loustarinen, 1988). Pese a ello, la propuesta se ha revelado especialmente útil para referir, a nivel

⁴ En concreto, se postulaban las fases siguientes: (i): actividades no regulares de exportación; (ii): exportación vía representantes independientes o agentes; (iii): establecimiento de subsidiarias de ventas en el extranjero; y (iv): (eventualmente) establecimiento de unidades de producción en el extranjero.

⁵ Se sigue aquí a PENROSE (1959) en la distinción de dos tipos de conocimiento: uno, objetivo, que se puede codificar, transmitir y/o ser adquirido fácilmente, y otro, más tácito e idiosincrásico, ligado a la

experiencia, que sólo puede adquirirse a través de un proceso de aprendizaje eminentemente práctico. Sería, básicamente, el protagonismo de este último el que condicionaría la secuencia gradual del proceso de internacionalización. Más tarde, ERIKSSON *et al.* (1997) han profundizado en esta cuestión, distinguiendo entre las distintas clases de conocimientos basados en la experiencia —*experiential knowledge*—, y estableciendo su relación con los costes percibidos durante el proceso de internacionalización.

empírico, la experiencia internacional de aquellas empresas — PYME, generalmente— situadas en las fases iniciales de su internacionalización, especialmente durante el desarrollo de su actividad exportadora, ya que difícilmente pueden prescindir del gradualismo sugerido por el modelo (Forsgren, 1989; Johanson y Vahlne, 1990; Alonso, 1993a). Esto confirma la relativa importancia de la acumulación creciente o gradual de experiencia para explicar el comportamiento internacional de la PYME exportadora.

En su conjunto, el enfoque gradualista no parece concebir la internacionalización de la empresa como una secuencia planeada deliberadamente, fruto de un análisis económico-racional previo; sino, más bien, como un patrón de desarrollo lento y evolutivo en el tiempo donde adquiere una especial trascendencia la naturaleza ascendente del aprendizaje a través del transcurso —aparentemente determinado— por una secuencia de etapas sucesivas. El aspecto central de este enfoque radica, por tanto, en asumir que una gran parte de las capacidades requeridas por las empresas para internacionalizar sus actividades se adquiere a través de un proceso de aprendizaje de carácter secuencial o acumulativo, en forma de una serie de estadios que reflejan un compromiso creciente con los mercados exteriores (Melin, 1992). Una aportación adicional radica en enfatizar la importancia de la percepción de oportunidades y riesgos por parte de los directivos de la empresa y, por tanto, de las capacidades y actitudes del equipo directivo ante la toma de decisiones internacionales (Dichtl *et al.*, 1990).

Sin embargo, el carácter manifiestamente descriptivo de esta propuesta no acierta a explicar la dinámica de las decisiones que lleva a la empresa a desplazarse de un nivel a otro de compromiso internacional. Así, tanto el U-Model como los restantes modelos propuestos desde este enfoque, postulan la senda seguida por la empresa a lo largo de su trayectoria exportadora, pero se muestran ciertamente débiles a la hora de explicar las causas de dicha progresión entre las distintas fases o etapas consideradas. Por lo demás, su consideración «dinámica» del proceso tampoco refleja la creciente proliferación de fórmulas mixtas de naturaleza contractual (licencias y/o franquicias) u

otros mecanismos más recientes para la proyección internacional de la empresa como, por ejemplo, las *joint-ventures* internacionales. Incluso en el propio ámbito de la actividad exportadora, autores como Reid (1983, 1984) señalan que las estructuras finalmente adoptadas son altamente específicas, dependiendo básicamente de la heterogeneidad de las transacciones realizadas. De este modo, el arreglo estructural elegido para organizar esta actividad constituye una elección sumamente estratégica que resalta la diversidad del comportamiento exportador de la empresa.

Se pone de manifiesto, pues, la necesidad de flexibilizar los principales supuestos que presenta este enfoque gradualista, dado el carácter aparentemente indeterminado y eminentemente selectivo de las opciones estratégicas de la empresa en el ámbito internacional. Al liberarlo de su visión excesivamente determinista del proceso de internacionalización, entendido prácticamente como una mera transición a través de una secuencia de fórmulas institucionales altamente predefinidas (Alonso, 1993a, 1993b, 1994), podrán agilizarse las fases del compromiso internacional de la empresa e incorporar la aparición de nuevas fórmulas —más adaptables, flexibles e innovadoras— de presencia en los mercados exteriores. De aquí el interés por analizar un tercer enfoque basado en la literatura sobre la elección de los modos de entrada al exterior; el cual, apoyándose firmemente en el análisis de los costes de transacción, parece gozar de una mayor capacidad explicativa de la progresión experimentada por la empresa a lo largo de su evolución internacional.

4. Los modos de entrada al exterior: una propuesta de síntesis

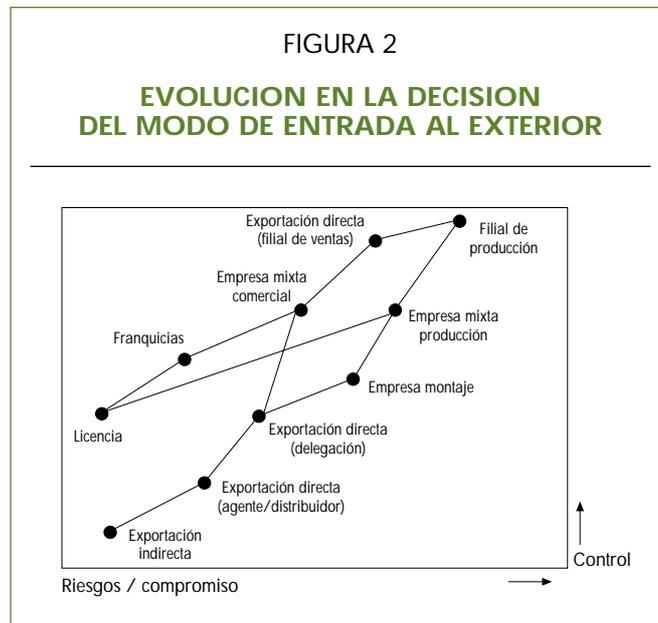
Tal y como ya ha quedado expuesto, la principal condición que posibilita la internacionalización es la disposición de alguna ventaja específica (productiva, tecnológica, organizativa, gerencial y/o comercial), susceptible de rentabilizarse —al menos durante algún tiempo— más allá del mercado doméstico por medio de una variedad de estrategias genéricas o modos de

entrada al mercado internacional entre las que pueden optar las empresas.

Una empresa fabricante puede, en primer lugar, tratar de rentabilizar tales ventajas desde su propio país de origen, sirviendo su producto a los mercados exteriores mediante el mecanismo de la exportación, entendida como una clase de actividad internacional susceptible de internalizarse en mayor o menor grado. Alternativamente, podría rentabilizarlas directamente en los mercados de destino cuando determinados factores (como ventajas de localización, barreras arancelarias y no arancelarias al comercio internacional, elevados costes de transporte, etcétera) favorezcan dicha explotación local, desplazando, por sí misma, parte de su capacidad productiva al exterior mediante la creación de filiales o subsidiarias propias (IDE), o bien co-invirtiendo con otras empresas (empresas conjuntas o *joint ventures*). Cabe, por último, la posibilidad de ceder —vía contrato— la explotación de tales ventajas a otra entidad extranjera, a cambio de alguna fórmula de compensación, mediante el establecimiento de acuerdos contractuales internacionales entre empresas (licencias, franquicias, contratos de producción, de distribución o de dirección, etcétera).

Las diferentes opciones y niveles que dichas vías integran pueden verse en la Figura 2, donde también se observa la existencia de una cierta tensión o compromiso entre el grado de control deseado por la empresa sobre las operaciones en el exterior y el volumen de recursos comprometidos y, con ello, el riesgo asumido en cada caso. En general, desplazarse hacia estadios más elevados de internacionalización comporta la obtención de un mayor nivel de conocimientos y experiencias a escala internacional, fruto del aprendizaje acumulativo realizado por la empresa a lo largo del proceso (Root, 1994; Alonso y Donoso, 1994; Rialp y Rialp, 1996).

Por tanto, cada una de estas vías o trayectorias de internacionalización —que hasta podrían llegar a solaparse para una misma empresa a lo largo del tiempo— representan un *continuum* de crecientes compromisos internacionales al admitir, las tres, una cierta gradación de fórmulas institucionales específicas con diversos niveles de control, riesgo, flexibilidad operativa



y compromiso de recursos/activos por parte de la empresa, según el grado de presencia y/o conocimiento del mercado exterior que se pretenda obtener en cada momento.

Por lo demás, el proceso presenta un carácter dinámico y acumulativo, dado que se tiende a ascender hacia niveles superiores de compromiso una vez que se ha acumulado experiencia en los tramos previos. De aquí su naturaleza predominantemente evolutiva, sobre todo cuando afecta a PYME y a empresas con una escasa experiencia en el exterior. Esta se deriva del efecto que tiene el aprendizaje sobre la disminución de los niveles de incertidumbre con que operan las empresas en los mercados internacionales. Una parte de este aprendizaje adquiere la forma de conocimientos genéricos, fácilmente codificables y trasladables entre países o empresas; mientras que en otra parte, sin duda la más relevante, está relacionada con la adquisición gradual o incremental de conocimientos específicos relativos al mercado exterior mediante el propio despliegue de las actividades en dicho mercado (experiencia), lo cual reduce las condiciones de incertidumbre en que se adoptan las decisiones ligadas con el compromiso de recursos en el extranjero.

Sin embargo, también es necesario otorgar un cierto margen

CUADRO 1

MODELOS DE SELECCION DEL MODO DE ENTRADA AL EXTERIOR BASADOS EN EL ACT

| Autor | Objetivo | Operacionalización | Resultado/conclusión |
|----------------------------------|---|---|--|
| ANDERSON y GATIGNON (1986) | Explicar la elección entre las <i>joint-ventures</i> y las subsidiarias propias de producción. | Se determina la estructura de propiedad asociada al ejercicio de control sobre cada modo de entrada. | Los factores que tienden a incrementar los costes de transacción están positivamente asociados con el grado de control obtenido sobre el modo de entrada. |
| NICHOLAS (1986) | Elaborar un modelo dinámico de la elección del modo de entrada al exterior. | Partiendo de la «estructura» o formas alternativas para la realización de las transacciones internacionales y del «proceso» o posibles cambios entre dichas formas organizativas, se plantea la transición entre tales modos alternativos en base a los costes que generan. | Las variables frecuencia de la transacción, naturaleza del producto —especialmente si requiere de la realización de inversiones específicas— y la presencia de economías de escala constituyen los factores que más determinan el coste de las distintas alternativas. |
| HENNART (1989) | Explicar los principales rasgos asociados con los distintos tipos de arreglos contractuales que no implican propiedad —formas nuevas— frente a la realización de IDE —formas tradicionales—. | Identificar los costes de transacción asociados con las formas nuevas y tradicionales para organizar los intercambios internacionales. | Las nuevas formas contractuales pueden ser más eficientes que la IDE para organizar ciertos intercambios, pero se muestran altamente ineficientes para la adquisición de determinados tipos de conocimientos tecnológicos y/o de acceso al mercado exterior. |
| HILL <i>et al.</i> (1990) | Establecer un marco «eclectico» de la elección del modo de entrada al exterior. | Se plantea cómo difieren los distintos modos con respecto al compromiso de recursos, el nivel de control inherente a cada modo de entrada y el riesgo de que las ventajas específicas de la empresa (sus conocimientos) se diseminen en el exterior. | La interacción que se produce entre determinadas variables de carácter estratégico, ambiental y de transacción con los requerimientos de recursos, niveles de control y riesgo de diseminación de los conocimientos empresariales atribuible a cada modo de entrada determinan su selección final. |
| ALONSO (1993b, 1994) | Analizar el proceso de selección de las formas de proyección de la empresa sobre los mercados internacionales aplicando una versión dinámica de los costes de transacción. | Se someten los costes de transacción a una dinámica evolutiva de manera que varíe su percepción a partir de la experiencia acumulada previamente. | El carácter aparentemente indeterminado de las diversas fuerzas concurrentes en el proceso de selección de las vías de penetración en los mercados exteriores obliga a un análisis más pormenorizado tanto de la empresa, como de su entorno. |
| ROOT (1994) | Listar las variables que ayudarán a los directivos a decidir sobre el modo de entrada más apropiado en cada caso. | Se trata de definir y aplicar criterios para la identificación de factores relevantes para la elección del modo de entrada al exterior. | La identificación de los siguientes factores críticos: los factores de mercado, ambientales y de producción en el país objetivo: los factores en el país de origen, y los factores vinculados al producto, los recursos y el compromiso de la empresa. |
| DRISCOLL (1995) | Determinar el impacto teóricamente esperado de las variables que modulan la relación entre el nivel deseado y el observado de las distintas características relativas a cada modo de entrada. | Se definen, caracterizan y relacionan los distintos métodos de entrada al exterior (IDE, modos contractuales y mecanismos para la exportación) en términos del grado de control, riesgo, compromiso de recursos, flexibilidad estratégica y nivel de propiedad que comporta cada uno. | La elección del arreglo institucional o modo de entrada al exterior más apropiado es una decisión enormemente crítica por su impacto en el éxito o fracaso de las operaciones internacionales de la empresa, sobre todo en las fases iniciales de su internacionalización. |

FUENTE: Elaboración propia.

de discrecionalidad a la alta dirección según las posibilidades estratégicas que brindan los recursos y capacidades dinámicas y específicas que tiene la empresa, o bien los factores del entorno al que ésta se enfrenta. Por tanto, conviene remarcar, también, el carácter fundamentalmente estratégico de la elección deliberada y racional entre las diversas trayectorias o alternativas de internacionalización; aunque tales decisiones suelen venir condicionadas —si bien no totalmente predeterminadas— por la secuencia previa y singularmente seguida por la empresa a lo largo del proceso. En esta línea, han ido surgiendo trabajos que establecen distintos marcos de elección entre los modos disponibles de entrada al exterior, tratando cada uno de ellos de identificar las distintas opciones a las que se va a enfrentar una empresa a la hora de explotar sus ventajas específicas más allá de sus fronteras nacionales.

Este nuevo marco teórico se ha visto considerablemente reforzado por toda una tradición de literatura basada en el análisis de los costes de transacción (ACT) (Coase, 1937; Williamson, 1975, 1979), la cual contribuye a la formulación de la estrategia internacional en la medida que proporciona un marco analítico adecuado donde explorar las ventajas relativas en términos del coste relativo de las diferentes formas de organización y bajo distintas condiciones ambientales⁶. En el Cuadro 1 se recogen algunas de las principales aportaciones realizadas recientemente.

5. Conclusión

El resultado de la amplia revisión de la literatura —teórica y empírica— realizada en este trabajo nos ha permitido obtener una serie de conclusiones relativas a la naturaleza del proceso de internacionalización de la empresa y, más concretamente, según la variedad o diversidad de opciones que puede adoptar

su estrategia internacional. Esta concepción ampliada del fenómeno internacionalizador dibuja un proceso de creciente implicación y proyección internacional de la empresa que admite no sólo una, sino toda una variedad de fórmulas institucionales o vías de penetración. Estas reflejan, a su vez, distintos grados de compromiso y, por tanto, diferentes niveles de control y/o de riesgo operativo para la empresa. Además, el proceso es *per se* dinámico, en el sentido de que dichas formas de actuación son susceptibles de variarse en el tiempo, a medida que la empresa va consolidando su presencia en el ámbito internacional.

Desde esta perspectiva más amplia, ninguna de las aportaciones o enfoques individualmente considerados permiten explicar, en toda su extensión, la compleja naturaleza de la internacionalización empresarial. Sin embargo, una consideración conjunta y, en muchos aspectos, complementaria de los mismos facilita enormemente la comprensión del fenómeno. Se obtiene así una visión menos parcial, y sí más integradora, del proceso de internacionalización, capaz de entrelazar el gradualismo basado en el aprendizaje —fundamental durante las fases iniciales— con una concepción altamente dinámica de los modos de entrada al exterior en estadios posteriores.

Dicho proceso se revela, pues, como un camino abierto y flexible ante la diversa gama de formas institucionales o vías de compromiso que se le presentan a la empresa a lo largo de su proyección internacional, si bien condicionado por el volumen de experiencia adquirido en base a la trayectoria escogida previamente. La elección entre todas estas formas posibles dependerá, en definitiva, tanto de los niveles ya adquiridos de compromiso por parte de la empresa, como del volumen y la calidad de los recursos o activos que ésta esté dispuesta a desplazar a los mercados de destino en cada momento.

Referencias bibliográficas

- [1] AABY, N. E. y SLATER, S. F. (1989): «Management Influence on Export Performance: A Review of the Empirical Literature 1978-1988», *International Marketing Review*, volumen 6, número 4, páginas 7-22.
- [2] AGARWAL, S. y RAMASWAMI, S. (1992): «Choice of Foreign

⁶ En principio, la empresa preferiría internalizar las transacciones internacionales, con fórmulas que determinasen su presencia directa en los mercados de destino, cuanto mayores fueran los costes de transacción implicados en la provisión de tales mercados.

Market Entry Mode: Impact of Ownership, Location and Internalization Factors», *Journal of International Business Studies*, primer trimestre, páginas 1-27.

[3] ALBAUM, G. *et al.* (1994): *International Marketing and Export Management*, 2.ª edición, Addison-Wesley, Cambridge.

[4] ALONSO, J. A. (1993a): «Capacidades exportadoras y estrategia internacional de la empresa», en VELARDE, J. *et al.* (directores), *Empresas y empresarios españoles en la encrucijada de los 90*, Editorial Civitas, Madrid, España, páginas 205-258.

[5] ALONSO, J. A. (1993b): «Internationalisation Process and Forms of Market Penetration: A Dynamic Proposal», *Documento de Trabajo n.º 9410*, Universidad Complutense, Madrid.

[6] ALONSO, J. A. (1994): «El proceso de internacionalización de la empresa», *Información Comercial Española. Revista de Economía*, número 725, enero, páginas 127-143.

[7] ALONSO, J. A. y DONOSO, V. (1994): *Competitividad de la empresa exportadora española*, ICEX, Madrid.

[8] ANDERSEN, O. (1993): «On the Internationalization Process of Firms: A Critical Analysis», *Journal of International Business Studies*, 2.º trimestre, páginas 209-231.

[9] ANDERSON, E. y GATIGNON, H. (1986): «Modes of Foreign Entry: A Transaction Cost Analysis and Propositions», *Journal of International Business Studies*, volumen 17, octubre, páginas 1-26.

[10] BILKEY, W. J. (1978): «An Attempted Integration of the Literature on the Export Behaviour of Firms», *Journal of International Business Studies*, volumen 9, número 1, páginas 33-46.

[11] BRADLEY, F. (1995): *International Marketing Strategy*, 2.ª edición, Prentice Hall, Londres.

[12] BUCKLEY, P. J. (1988): «The Limits of Explanation: Testing the Internalization Theory of the Multinational Enterprise», *Journal of International Business Studies*, volumen 19, número 2, páginas 181-193.

[13] BUCKLEY, P. J. (1990): «Problems and Developments in the Core Theory of International Business», *Journal of International Business Studies*, volumen 21, número 4, páginas 657-665.

[14] BUCKLEY, P. J. y CASSON, M. C. (1976): *The Future of the Multinational Enterprises*, Holmes and Mayer, Nueva York.

[15] BUCKLEY, P. J. y CASSON, M. C. (1985): *The Economic Theory of the Multinational Enterprise*, McMillan, Londres.

[16] CALVET, A. L. (1981): «A Synthesis of Foreign Direct Investment Theories and Theories of the Multinational Firm», *Journal of International Business Studies*, primavera-verano, páginas 43-59.

[17] CASSON, M. (1986): «General Theories of the Multinational Enterprise: Their Relevance to Business History», en HERTNER, P. y JONES, G. (ed.), *Multinationals: Theory and History*, Gower Publishing Ltd., England, páginas 42-63.

[18] CASSON, M. (1992): «Internalization Theory and Beyond», en BUCKLEY, P. J. (ed.), *New Directions in International Business*, Edward Engar Ltd., England, páginas 4-27.

[19] CAVES, R. E. (1982): *Multinational Enterprise and Economical Analysis*, Cambridge University Press, Cambridge.

[20] CAVUSGIL, S. T. y GODIWALLA, Y. (1982): «Decision-making for International Marketing: A Comparative Review», *Management Decision*, volumen 20, número 4, páginas 48-57.

[21] COASE, R. (1937): «The Nature of the Firm», *Economica*, número 4, páginas 386-405.

[22] CYERT, R. M. y MARCH, J. G. (1963): *A Behavioral Theory of the Firm*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ.

[23] DICHTL, E. *et al.* (1984): «The Export Decision of Small and Medium Sized Firms: A Review», *Management International Review*, volumen 24, número 2, páginas 49-60.

[24] DICHTL, E. *et al.* (1990): «International Orientation as a Precondition for Export Success», *Journal of International Business Studies*, volumen 21, número 1, páginas 32-41.

[25] DRISCOLL, A. (1995): «Foreign Market Entry Methods: A Mode Choice Framework», en PALIWADA, S. T. y RYANS, J. K. (eds.), *International Marketing Reader*, Routledge, Londres, páginas 15-34.

[26] DUNNING, J. H. (1979): «Explaining Changing Patterns of International Production: In Defence of the Eclectic Theory», *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, volumen 41, número 4, páginas 269-295.

[27] DUNNING, J. H. (1980): «Toward an Eclectic Theory of International Production: Some Empirical Tests», *Journal of International Business Studies*, volumen 11, número 1, páginas 9-31.

[28] DUNNING, J. H. (1988): «The Eclectic Paradigm of International Production: A Restatement and Some Possible Extensions», *Journal of International Business Studies*, volumen 19, número 1, páginas 1-31.

[29] ERIKSSON, K. *et al.* (1997): «Experiential Knowledge and Cost in the Internationalization Process», *Journal of International Business Studies*, volumen 28, número 2, páginas 337-62.

[30] FORSGREN, M. (1989): *Managing the Internationalization Process*, Routledge, Londres.

[31] HEDLUND, G. y KVERNELAND, A. (1985): «Are Strategies for Foreign Markets Changing? The Case of Swedish Investment in Japan», *International Studies of Management and Organization*, volumen 15, número 2, páginas 41-59.

[32] HENNART, J. F. (1982): *A Theory of the Multinational Enterprises*, The University of Michigan Press, Ann Arbor, MI.

[33] HENNART, J. F. (1989): «Can the "New Forms of Investment" Substitute for the "Old Forms"? A Transaction Cost Perspective», *Journal of International Business Studies*, volumen 20, número 2, páginas 211-234.

[34] HILL, C. W. *et al.* (1990): «An Eclectic Theory of the Choice of

International Entry Mode», *Strategic Management Journal*, volumen 11, páginas 117-128.

[35] HYMER, S. H. (1976): *The International Operations of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment*, MIT Press. Cambridge, MA.

[36] ITAKI, M. (1991): «A Critical Assessment of the Eclectic Theory of the Multinational Enterprise», *Journal of International Business Studies*, volumen 22, número 3, páginas 445-460.

[37] JOHANSON, J. y VAHLNE, J. E. (1977): «The Internationalization Process of the Firm: A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Markets Commitments», *Journal of International Business*, volumen 8, número 1, páginas 23-32.

[38] JOHANSON, J. y VAHLNE, J. E. (1990): «The Mechanism of Internationalization», *International Marketing Review*, volumen 7, número 4, páginas 11-24.

[39] JOHANSON, J. y WIEDERSHEIM-PAUL, F. (1975): «The Internationalization of the Firm: Four Swedish Cases», *Journal of Management Studies*, volumen 12, número 3, páginas 305-322.

[40] KINDLEBERGER, C. P. (1969): *American Business Abroad: Six Lectures on Direct Investment*, Yale University Press, New Haven.

[41] LEONIDOU, L. C. y KATSIDIAS, C. S. (1996): «The Export Development Process: An Integrative Review of Empirical Models», *Journal of International Business Studies*, 3.^{er} cuatrimestre, páginas 517-551.

[42] McDOUGALL, P. et al. (1994): «Explaining the Formation of International New Ventures: The Limits of the Theories from International Business Research», *Journal of Business Venturing*, volumen 9, páginas 469-487.

[43] MELIN, L. (1992): «Internacionalization as a Strategy Process», *Strategic Management Journal*, volumen 13, páginas 99-118.

[44] MIESENBÖCK, K. J. (1988): «Small Business and Exporting: A Literature Review», *International Small Business Journal*, volumen 6, número 2, páginas 42-61.

[45] NICHOLAS, S. (1986): «The Theory of Multinational Enterprises as a Transactional Mode», en HERTNER, P. y JONES, G. (ed.), *Multinationals: Theory and History*, Gower Publishing Ltd., England, páginas 64-79.

[46] PENROSE, E. T. (1959): *The Theory of Growth of the Firm*, Basil Blackwell, Londres.

[47] PIGGOTT, J. y COOK, M. (1993): *International Business Economic: An European Perspective*, Longman, Londres.

[48] PORTER, M. E. (1991): *La ventaja competitiva de las naciones*, Plaza y Janés, Barcelona.

[49] REID, S. D. (1983): «Firm Internationalization, Transaction Costs and Strategy Choice», *International Marketing Review*, volumen 1, número 2, páginas 44-56.

[50] REID, S. D. (1984): «Market Expansion and Firm Internationalization», en KAYNAK, E. (editor), *International Marketing Management*, Praeger, Nueva York, páginas 197-206.

[51] RIALP, A. (1997): «Las fases iniciales del proceso de internacionalización de las empresas industriales catalanas: una aproximación empírica», Tesis Doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona.

[52] RIALP, A. y 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*, número 66, páginas 248-266.

[53] ROOT, F. R. (1994): *Entry Strategies for International Markets*, Lexington Books, Nueva York.

[54] RUGMAN, A. M. (1981): *Inside the Multinationals: The Economics of Internal Markets*, Columbia University Press, Nueva York.

[55] RUGMAN, A. M. (1986): «New Theories of the Multinational Enterprises: An Assessment of Internalization Theory», *Bulletin of Economic Research*, volumen 2, páginas 101-118.

[56] THOMAS, M. J. y ARAUJO, L. (1986): «Export Behavior: Directions for Future Research», en TURNBULL, P. W. y PADIWALLA, S. J. (eds.), *Research in International Marketing*, Croom Helm, Londres, páginas 138-61.

[57] TURBULL, P. W. (1987): «A Challenge to the Stages Theory of the Internationalization Process», en ROSSON, P. J. y REID, S. D. (eds.), *Managing Export Entry and Expansion*, Praeger, Nueva York, páginas 21-40.

[58] WELCH, L. S. y LOUSTARINEN, R. (1988): «Internacionalization: Evolution of a Concept», *Journal of General Management*, volumen 14, número 2, páginas 34-55.

[59] WILLIAMSON, O. E. (1975): *Markets and Hierarchies*, The Free Press, Nueva York.

[60] WILLIAMSON, O. E. (1979): «Transaction Cost Economics: The Governance of Contractual Relations», *Journal of Law and Economics*, volumen 22, páginas 233-261.

[61] WILLIAMSON, O. E. (1985): *The Economic Institutions of Capitalism*, The Free Press, Nueva York.

[62] WOODCOCK, C. P. et al. (1994): «Ownership-bases Entry Mode Strategies and International Performance», *Journal of International Business Studies*, volumen 22, número 2, páginas 253-274.