

LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS EVOLUCIÓN DE LOS ENFOQUES TEÓRICOS

María Luísa del Río Araújo
Facultade de Ciências Económicas y Empresariais
Universidade de Santiago de Compostela

Desde los años sesenta, en los que los académicos de la Escuela de Uppsala iniciaron el estudio del comportamiento internacional de las multinacionales nórdicas, hasta la actualidad, se han propuesto modelos explicativos del proceso de internacionalización de las empresas tan diversos que, hoy por hoy, cabe cuestionar incluso la existencia de tal proceso.

¿Cuál es el camino que siguen las empresas internacionales? “Uno y siempre el mismo”, responderían los economistas de Uppsala. Primero se desplazan a los mercados más cercanos desde el punto de vista geográfico y/o cultural para luego, una vez lograda cierta experiencia, actuar en otros más alejados. Además, utilizan primero fórmulas de poco compromiso, como la exportación indirecta, implicándose en formas más “pesadas” desde el punto de vista de la inversión a medida que el mercado extranjero se vuelve más conocido. El sendero que surge de la combinación se deriva del intento de minimizar el riesgo que se asocia a los mercados internacionales.

Este riesgo es uno de los pilares de la propuesta de la teoría Ecléctica del comercio internacional (Buckley, 1988; Dunning; 1979, 1988), que explica la internacionalización de las empresas a través de la búsqueda de un equilibrio entre él y las ventajas derivadas de la localización en los mercados extranjeros y de la externalización de las actividades en el exterior. La posibilidad de externalizar las actividades como modo de aprovechar ventajas en los mercados internacionales acerca el enfoque ecléctico al transaccional, que analiza detalladamente los costes derivados de las imperfecciones del mercado extranjero, generadores de ineficiencias que favorecen la integración.

Estas explicaciones tan racionales chocan con las propuestas de otros académicos que introducen el elemento humano en el proceso: No es la situación real del mercado internacional sino la percepción que de ella tiene el individuo que decide, la que condiciona el camino de la internacionalización. La sospecha de que el grado de internacionalización pudiera estar ocasionado por barreras internas, más que por aspectos del entorno, ha generado todo un cuerpo de investigación centrado en el papel que representan los directivos en la internacionalización de sus empresas y, más concretamente, en decisiones como el inicio de las operaciones internacionales, el avance en el camino de la internacionalización, la adopción de un papel activo en las exportaciones o el logro de mayores rendimientos en los mercados exteriores.

De todos modos, los análisis realizados en este campo no tienen, todavía, un carácter sistemático y proceden de diferentes ámbitos: (1) el de la pyme industrial, que responde mejor a un modelo de internacionalización secuencial (Holzmüller y Stöttinger, 1996; del Río y Varela, 2000); (2) el de la empresa de alta tecnología “nacida global” para la cual el mercado internacional es el mercado natural desde su creación y se vincula con el concepto más restringido de “emprendedor internacional” (Oviatt, y McDougall, 1994, 1999). Ambas perspectivas teóricas conviven y, en algunos casos, se nutren con (3) las explicaciones del rendimiento internacional de las empresas basadas en la teoría de los recursos (Westhead et al., 2001); y (4) las aportaciones de las teorías que explican el fenómeno exportador desde una perspectiva de redes (Coviello y Munro, 1995, 1997; Fontes y Cooms, 1997).

La riqueza teórica que proporciona esta diversidad sería muy superior en el marco de un único modelo conceptual amplio y flexible, que unido al rigor y la consistencia en el uso de términos y medidas, contribuiría al desarrollo de metodologías comparables y más robustas que, a su vez, permitirían la integración de las investigaciones realizadas en distintos contextos, algo fundamental para el logro de resultados valiosos desde el punto de vista académico y profesional.