



INSTITUTO UNIVERSITARIO
de Análisis Económico y Social



Universidad
de Alcalá

Impacto de las TIC en la forma de hacer negocios internacionales.

Una revisión del paradigma ecléctico

David de Matías Batalla

SERIE DOCUMENTOS DE TRABAJO
01/2015

IMPACTO DE LAS TIC EN LA FORMA DE HACER NEGOCIOS INTERNACIONALES. UNA REVISIÓN DEL PARADIGMA ECLÉCTICO

RESUMEN

En este artículo se presenta la pregunta abierta acerca de una actualización del paradigma ecléctico, con motivo de las nuevas formas en que se puede invertir en otro país, 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 J.H. 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 las empresas multinacionales desde finales del siglo XX.

Palabras clave: Globalización, inversión directa en el extranjero, empresa multinacional, internacionalización, paradigma ecléctico, TIC.

ABSTRACT

This article introduces the open question about an update of the eclectic paradigm, on the occasion of new ways in which multinational firms invest abroad which have emerged in the last decades of the 20th century. It develops a theoretical review of all the theories that have been developed up to day focusing on the development of the OLI paradigm of Dunning and its contrast with the real patterns of internationalization. The lack of empirical validation raises the question about the inadequacy of this model developed several decades ago to explain the current reality of multinational firms.

Key words: Globalization, foreign direct investment, multinational firms, internationalization process, eclectic paradigm, ICT.

AUTOR

DAVID DE MATÍAS BATALLA, Maestro en Negocios Internacionales en la Friederich Alexander Universität Erlange Nürnberg, Maestro en Management y Gestión del Cambio en la Universidad de Alcalá, Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Alcalá, Técnico en Marketing en la Universidad Europea Miguel de Cervantes y experto en Comercio Internacional en el INESEM. Actualmente realizando su tesis doctoral en Economía y Dirección de Empresas, en la especialidad de la internacionalización de las empresas en la Escuela de Postgrado de la Universidad de Alcalá.

ÍNDICE

Índice.....	3
1. Introducción.....	4
2. Repaso de las diferentes teorías de la internacionalización de las empresas	5
2.1. Las bases de la internacionalización de las empresas: Teoría del comercio internacional.....	5
2.2. Teorías sobre la internacionalización de las empresas	5
3. Dunning y el modelo OLI.....	10
4. La influencia de las TIC en la internacionalización de las empresas ..	13
5. Situación actual	14
5.1. Nuevas formas de inversión directa extranjera	14
5.2. Tipos diferentes de IDE vs Paradigma ecléctico.....	17
6. Conclusiones	18
7. Referencias	19

1. INTRODUCCIÓN

La actual ola de globalización, a nivel económico, presenta dos componentes principales: la globalización de los mercados (se refiere al cambio hacia un único mercado mundial con un mayor grado de integración e interdependencia) y la globalización de la producción (se refiere a la creciente característica de las empresas de abastecerse de bienes y servicios en distintas localizaciones geográficas, a ubicar los procesos productivos en diferentes países para aprovechar la cercanía al mercado y las diferencias de costes, de calidad y de 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 "intra-industrial", que supone alrededor del 30% del comercio mundial y el 20% de las exportaciones de los países pertenecientes a la OCDE.

Los diferentes enfoques que se exponen en el presente trabajo 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 un segundo término, se explicará el marco de referencia 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 de 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, como se han planteado otros autores hasta la fecha, si el paradigma ecléctico sirve realmente para explicar la expansión internacional llevada a cabo por las empresas tradicionales. Esto se debe a los nuevos factores y tipos diferentes de inversión directa que se han erigido como actores principales en el ámbito de las actividades internacionales de las empresas en los últimos años.

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 experimentando. 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; coste 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 1970 y comienzos de la de 1980 aparecen los teóricos de la internalización (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: a) que existan ventajas por localizar las actividades en el exterior y (b) que la organización de estas actividades internamente 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, 1991; Rugman y Verbeke, 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 ésta. 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 agrupar en cuatro grupos: (1) condiciones de los factores, (2) condiciones de la demanda interna, (3) industrias relacionadas o de apoyo y (4) la 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 y la incertidumbre que tiene la realización de actividades comerciales internacionales sobre la teoría del comercio internacional.

Dentro de este enfoque secuencial en que se ha agrupado a una serie de teorías y modelos, destaca por encima de todos ellos 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 ésta 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 ellos y pueda predecir mejor las circunstancias que se van a encontrar, comprometiendo cada vez más recursos al tiempo que disminuye el riesgo percibido. Root (1987) afirma que la empresa irá eligiendo con el paso del tiempo modos de entrada que impliquen un mayor compromiso y grado de control sobre las operaciones.

A raíz de la teoría secuencial también aparece en los EE.UU., 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 diferente 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 (2) 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: (1) análisis de los factores de competitividad, (2) formulación de las estrategias e (3) 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 que la empresa debe mantener un equilibrio entre los factores externos e internos, contemplando una conexión clara entre la compañía y su entorno (Alonso, 1993), Aaby y Slater (1989), desarrollan el modelo que ha tenido mayor difusión. 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: (1) aquellas asociadas con el entorno, sobre las que empresa no ejerce control alguno, y (2) aquellas internas que la empresa sí sobre las cuales 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 afirmando 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 multidentificadas (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 este 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 en el correcto comportamiento de los demás 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

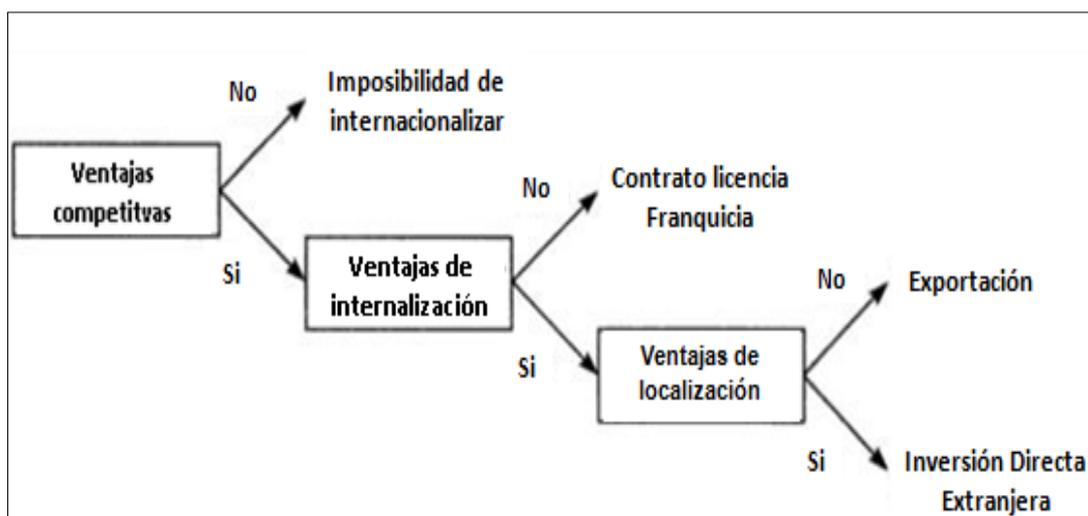
A pesar de que en el punto anterior se han visto de forma resumida las principales teorías de la internacionalización de la empresa, hasta la fecha el modelo más aceptado en el ámbito académico internacional y el de mayor influencia es el que proporciona el paradigma ecléctico de Dunning (1974, 1981, 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 de cumplirse para poder pasar al siguiente y cuyos condicionantes son:

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

Gráfico 1:
Modelo OLI



Fuente: Adaptado de Eschlbeck (2006, p. 233)

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 internalizar 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 puede ofrecer nada que le haga diferente frente al resto de los competidores para sobrevivir en el mercado. Si la compañía que ha logrado internalizar esas ventajas competitivas, obteniendo ventajas por tal decisión, quiere establecer la producción en otro país, deberá decidir si lo hace a través de sí 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 de 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 por otro lado 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 misma. Y si las condiciones del país receptor son idóneas para llevar 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 los 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 uno 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. Este paradigma expone un marco conceptual de estudio que 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 80’ y 90’, tuvo 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. LA INFLUENCIA DE LAS TIC EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS

El desarrollo y la implantación de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) han jugado un papel fundamental en la globalización y a su vez en los procesos de internacionalización de las empresas. Estas tecnologías han permitido a las empresas ser más eficientes y productivas, así como aumentar su competitividad tanto en mercados nacionales como internacionales, satisfaciendo en mejor medida las necesidades de los clientes y fidelizándolos hasta términos jamás vistos anteriormente.

Por otra parte, han permitido a las empresas intensificar su crecimiento a nivel internacional y recurrir a otras formas de inversión extranjera diferentes a las aperturas de filiales comerciales y productivas, como son el caso de las greenfield investment, el offshoring, las International Joint Venture y las fusiones y/o adquisiciones internacionales. El buen desarrollo e implantación de las TIC en las empresas les proporciona ventajas competitivas de diferentes índoles, desde la coordinación de las actividades internacionales (Reich y Benbassat, 2000) hasta la producción de sinergias por la complementariedad de los recursos que envuelven la actividad empresarial (Hitt y Brynjolfsson, 1997).

El proceso de internacionalización de las empresas que hoy en día son multinacionales, o de aquellas que están empezando su andadura internacional, se ha visto marcado por el impacto de las TIC. Tradicionalmente, el proceso de internacionalización era visto como un proceso secuencial (Johanson y Valhne, 1977; Root, 1980), en el que conforme se ganaba en experiencia y en conocimiento de los mercados internacionales, la empresa comprometía mayor recursos, ya que el riesgo de la inversión disminuía. Pues bien, con el uso de las TIC estos procesos de aprendizaje se acortan, permitiendo a las empresas intensificar sus procesos de internacionalización en mayor medida que hace apenas dos décadas. A su vez, gracias a los beneficios de gestión y control que otorgan las TIC, las empresas perciben menor riesgo en invertir en países cultural o geográficamente más distantes al de origen, circunstancia que viene apoyada

por una globalización en términos de necesidades y preferencias de los consumidores, con las diferencias originales que hay en cada país o mercado.

En cuanto a los diferentes modos de entrada a los distintos mercados internacionales, las TIC han ayudado a reducir el riesgo soportado en la penetración de dichos mercados, al poder comprometer una cantidad menor de recursos por medio de las International Joint Venture o al desconocimiento del mercado por medio de las fusiones y/o adquisiciones. El poder realizar una alianza con un socio internacional conlleva un menor riesgo gracias al desarrollo de las TIC y sus aplicaciones en la gestión y control de las actividades que lleva a cabo la empresa creada, reduciendo el comportamiento oportunista del socio, aunque la confianza entre ambos siga siendo la clave. Del mismo modo, dicho control sobre los gestores de la empresa fusionada o adquirida, o sobre la gestión de los nuevos gestores elegidos por la empresa matriz, hacen que el riesgo económico-financiero de una gran inversión como es el caso de este tipo de crecimiento inorgánico sea menor.

Como se ha podido observar, las implicaciones e impacto de las TIC en la internacionalización de las empresas son muchas, siendo un factor clave para la intensificación de la estrategia internacional de las empresas y para el desarrollo y auge de nuevas formas de entrada en mercados internacionales, como son las international Joint Venture y las fusiones y/o adquisiciones internacionales.

5. SITUACIÓN ACTUAL

5.1. Nuevas formas de inversión directa extranjera

A partir de 1990 comienzan a tener a 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. Una de ellas, que ha sido por volumen monetario el modo más importante de entrada a nuevos mercados, son las fusiones y/o 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 motivada 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, 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 en la que uno de los socios pertenece al país destino de la inversión.

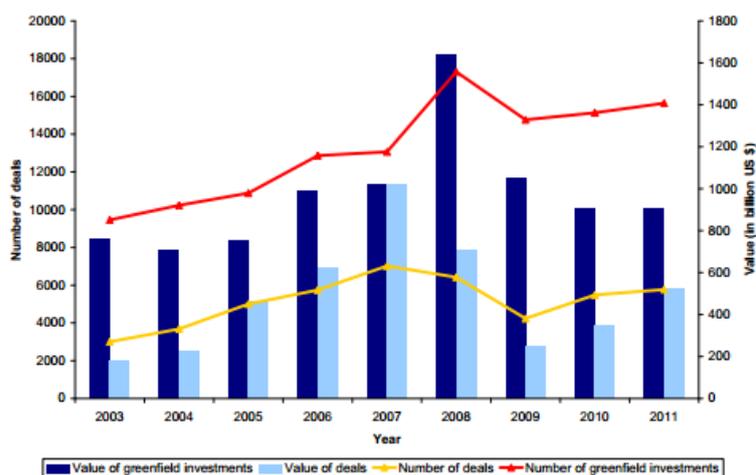
En el caso de las empresas españolas, se puede decir que la elección de este tipo de estrategia de entrada está correlacionada de manera negativa con las fusiones y adquisiciones, ya que a medida que en las últimas décadas han aumentado los flujos de inversión en forma de ésta última, han descendido los adoptados bajo la forma de International Joint Venture. No obstante, para algunas empresas o sectores sigue siendo una manera importante de internacionalizar sus actividades, como por ejemplo para 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 Merriot para acceder a nichos de mercados más selectos tanto en mercados ya explorados como en nuevos.

A pesar de que, 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 circunstancia ocurre desde hace años, con la excepción del 2007, año de inicio de la crisis financiera. De entre estas inversiones destaca una por encima por encima

de otras, las Greenfield Investment, que muestra el Gráfico 2 el valor de sus flujos de inversión sobrepasa al de las fusiones y adquisiciones.

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 ésta última opción han crecido en importancia. Un ejemplo español de este tipo de inversión lo encontramos en los EE.UU., donde Atento (filial de la actual Movistar, tradicionalmente llamada Telefónica) ha invertido 26,6 millones de dólares en la ciudad de San Antonio (Texas).

Gráfico 2:
Fusiones y adquisiciones transfronterizas mundiales y greenfield investment entre 2003-2011. (en mill. de USD)



Fuente: UNCTAD (2012). World Investment Report (WIR)

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. Estos países llegan a absorber en la actualidad más del 50% del total de los flujos de inversión directa.

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 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 90’, 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 señalados, 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 industrial, aunque a partir del año 2004 se intensifican las desinversiones en el sector servicios (principalmente en las actividades de “contact centers” y “IT services”), con las 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.

5.2. 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, muchos

académicos (fusiones y adquisiciones: Hennart y Park, 1993; International Joint Ventures: Barkema, 1997; greenfield investment: Anderson y Svensson, 1994; offshoring: Bernstein, 2004) 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, puesto que el desarrollo de las nuevas formas de IDE fue posterior, éste no recoge en sus planteamientos iniciales ninguna de dichas formas, sino que 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 y las fusiones y/o adquisiciones como nuevos 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), ya que consideran 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 EE.UU. como alternativa a la adquisición de empresas que ya realicen esas actividades, pero ni incluye este término en su modelo, ni lo trata en profundidad.

6. CONCLUSIONES

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 capturado en un modelo aún más holístico que el paradigma ecléctico propuesto por Dunning.

Para ello no sólo debe ser revisado el modelo OLI, sino que también sus cimientos, que son los que se detalla 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 resume 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, de la relevancia de las instituciones públicas sobre los flujos de inversión o su falta de dinamismo fuera, 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.

7. REFERENCIAS

AABY, N.E. & SLATER, S.F. (1989). MANAGEMENT INFLUENCES ON EXPORT PERFORMANCE: A REVIEW OF THE EMPIRICAL LITERATURE. INTERNATIONAL MARKETING REVIEW, 64, PP. 7-26.

AGODO, O. (1978). THE DETERMINANTS OF US PRIVATE MANUFACTURING INVESTMENT IN AFRICA, JOURNAL OF INTERNATIONAL BUSINESS STUDIES, 9, (3), PP. 95-107

AHARONI, Y. (1966). THE FOREIGN INVESTMENT DECISION PROCESS, THE INTERNATIONAL EXECUTIVE, 8 (4), PP. 13-14

ALONSO, J.A. & DONOSO, V. (1997). COMPETIR EN EL EXTERIOR. LA EMPRESA ESPAÑOLA Y LOS MERCADOS INTERNACIONALES, ICEX, MADRID

ALONSO, J.A. (1994). EL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA. INFORMACIÓN COMERCIAL ESPAÑOLA, 725, PP. 127-143.

ANDERSSON, T. & SVENSSON, R. (1994). ENTRY MODES FOR DIRECT INVESTMENT DETERMINED BY THE COMPOSITION OF FIRM-SPECIFIC SKILLS. SCANDINAVIAN JOURNAL OF ECONOMICS 96(4), PP. 551-560

BARKEMA, H.G. & VERMEULEN, F. (1997). WHAT DIFFERENCES IN THE CULTURAL BACKGROUNDS OF PARTNER ARE DETRIMENTAL FOR INTERNATIONAL JOINT VENTURES?, JOURNAL OF INTERNATIONAL BUSINESS STUDIES, 28 (4), PP. 845-864.

BARLETT, C.A. & GOSHAL, S. (1991). GLOBAL STRATEGIC MANAGEMENT: IMPACT ON THE NEW FRONTIERS OF STRATEGY RESEARCH, STRATEGIC MANAGEMENT JOURNAL, 12, PP. 5-16

BARNEY, J. (1991). FIRM RESOURCES AND SUSTAINED COMPETITIVE ADVANTAGE. JOURNAL OF MANAGEMENT, 17, PP. 99-120.

BERNSTEIN, S. (2004). LEGITIMACY IN GLOBAL ENVIRONMENTAL GOVERNANCE, JOURNAL OF INTERNATIONAL LAW AND INTERNATIONAL RELATIONS, 1(1-2), PP. 139-166.

BILKEY, W.J. & TESAR, G. (1977). THE EXPORT BEHAVIOR OF SMALLER SIZED WISCONSIN MANUFACTURING FIRMS. JOURNAL OF INTERNATIONAL BUSINESS STUDIES, 8, PP. 93-108.

BRESNAHAN, T.F., BRYNJOLFSSON, E & HITT, L.M. (2002). INFORMATION TECHNOLOGY, WORKPLACE ORGANIZATION, AND THE DEMAND FOR SKILLED LABOR: FIRM-LEVEL EVIDENCE, OXFORD JOURNAL SOCIAL SCIENCES, THE QUARTERLY JOURNAL OF ECONOMICS, 117 (1), PP. 339-376.

BROOKE, M. & BUCKLEY, P.J. (1988). THE LIMITS OF EXPLANATION: TESTING THE INTERNALIZATION THEORY OF THE MULTINATIONAL ENTERPRISE, JOURNAL OF INTERNATIONAL BUSINESS STUDIES, VOL XIX, PP. 181-193

BUCKLEY, P. J. (1997). INTERNATIONAL TECHNOLOGY TRANSFER BY SMALL AND MEDIUM SIZED ENTERPRISES. SMALL BUSINESS ECONOMICS, 9(1), 67-78.

BUCKLEY, P.J. & CASSON, M.C. (1976). THE FUTURE OF MULTINATIONAL ENTERPRISE. HOLMES AND MEIER, LONDON.

BUCKLEY, P.J. & CASSON, M.C. (1985). THE ECONOMIC ANALYSIS OF THE MULTINATIONAL ENTERPRISE: SELECTED PAPER. MACMILLAN, LONDON

BUCKLEY, P.J. & CASSON, M.C. (1996). AN ECONOMIC MODEL OF INTERNATIONAL JOINT VENTURE STRATEGY, JOURNAL OF INTERNATIONAL BUSINESS STUDIES, 27 (5), PP. 849-876

CALOF, J.L. & BEAMISH, P.W. (1995). ADAPTING TO FOREIGN MARKETS: EXPLAINING INTERNATIONALIZATION, INTERNATIONAL BUSINESS REVIEW, 4, PP. 115-131.

CANTWELL, J.A. (1988). THEORIES OF INTERNATIONAL PRODUCTION, UNIVERSITY OF READING, DISCUSSION PAPERS IN INTERNATIONAL INVESTMENT AND BUSINESS STUDIES, 122, SEPTEMBER

CANTWELL, J.A. (2009). LOCATION AND THE MULTINATIONAL ENTERPRISE. JOURNAL OF INTERNATIONAL BUSINESS, 40, PP. 35-41.

CASSON, M. (1993). INTERNATIONALISATION AS A LEARNING PROCESS: A MODEL OF CORPORATE GROWTH AND GEOGRAPHICAL DIVERSIFICATION. UNIVERSITY OF READING, DEPARTMENT OF ECONOMICS.

CASTEL, M. (2000). GLOBALIZACIÓN, SOCIEDAD Y POLITICA EN LA ERA DE LA INFORMACIÓN, BITÁCORA, 4-1, SEM, PP. 42-53

CAVUSGIL, S.T. (1990). ON THE INTERNATIONALIZATION PROCESS OF FIRMS. JOURNAL OF INTERNATIONAL BUSINESS STUDIES, 24, PP. 209-213.

COASE, R.H. (1937). THE NATURE OF THE FIRM, ECONOMICA, 4, PP. 386-351

COVIELLO, N.E. & MC AULEY, A. (1999). INTERNATIONALIZATION AND THE SMALLER FIRM: A REVIEW OF CONTEMPORARY EMPIRICAL RESEARCH. MANAGEMENT INTERNATIONAL REVIEW, 39, PP. 223-256.

CYERT, R.M. & MARCH, J.G. (1963). A BEHAVIORAL THEORY OF THE FIRM, ENGLEWOOD CLIFFS, NJ

CZINKOTA, M.R. (1982). EXPORT DEVELOPMENT STRATEGIES: US PROMOTION POLICY, PRAEGER NEW YORK

DE MATÍAS BATALLA, D. (2014). INTERNATIONAL JOINT VENTURE CHARACTERISTICS IN SPANISH COMPANIES: UPPSALA MODEL IMPLICATIONS, JOURNAL OF SOCIOECONOMIC ENGINEERING, 1, PP. 21-32

DUNNING, J.H. (1974). ECONOMIC ANALYSIS AND MULTINATIONAL ENTREPRISE, ROUTLEDGE TAYLOER & FRANCIS GROUP, LONDON & NWE YORK

DUNNING, J.H. (1977). TRADE, LOCATION OF ECONOMIC ACTIVITY AND THE MNE: A RESEARCH FOR AN ECLECTIC APPROACH. IN B. OHLIN, P.O. HESSELBORN, & P.M. WIJKMAN, THE INTERNATIONAL ALLOCATION OF ECONOMIC ACTIVITY (PP. 395-418). LONDON: MACMILLAN

DUNNING, J.H. (1981). TOWARDS AN ECLECTIC THEORY OF INTERNATIONAL PRODUCTION: SOME EMPIRICAL TESTS. JOURNAL OF INTERNATIONAL BUSINESS STUDIES, 11, PP. 9-31

DUNNING, J.H. (1988). THE ECLECTIC PARADIGM OF INTERNATIONAL PRODUCTION: A RESTATEMENT AND SOME POSSIBLE EXTENSIONS, JOURNAL OF INTERNATIONAL BUSSINES STUDIES, 19, 1-31.

DUNNING, J.H. (1991). THE ECLECTIC PARADIGM OF INTERNATIONAL PRODUCTION: A PERSONAL PERSPECTIVE, IN C.N. PITELIS AND R. SUGDEN (EDS), THE NATURE OF TRANSNATIONAL FIRM, LONDON AND NEW YORK: ROUTLEDGE.

DUNNING, J.H. (1993) MULTINATIONAL ENTERPRISES AND THE GLOBAL ECONOMY, WOKINGHAM, UK AND READING, MA: ADDISON WESLEY.

DUNNING, J.H. (1995). REAPPRAISING THE ECLECTIC PARADIGM IN AN AGE OF ALLIANCE CAPITALISM. JOURNAL OF INTERNATIONAL BUSINESS STUDIES, 26, PP. 461-491

DUNNING, J.H. (1996). ALLIANCE CAPITALISM AND GLOBAL BUSINESS. LONDON AND NEW YORK ROUTLEDGE

DUNNING, J.H. (1999). TOWARDS A GENERAL PARADIGM OF FOREIGN DIRECT AND FOREIGN PORTFOLIO INVESTMENT. TRANSNATIONAL CORPORATIONS, 8, PP. 1-52.

DUNNING, J.H. (2000). THE ECLECTIC PARADIGM AS AN ENVELOPE FOR ECONOMIC AND BUSINESS THEORIES OF MNE ACTIVITY. INTERNATIONAL BUSINESS REVIEW, 9, PP. 163-190.

DUNNING, J.H. (2003). RELATIONAL ASSETS, NETWORKS AND INTERNATIONAL BUSINESS ACTIVITY, IN F. CONTRACTOR AND P. LORANGE (EDS) COOPERATIVE STRATEGIES AND ALLIANCES, OXFORD: ELVESIER: PP.569-595.

GALLO, M. & SEGARRA, J. (1987). LA TENDENCIA DE LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA. INFORMACIÓN COMERCIAL ESPAÑOLA, MARZO, PP. 87-90.

HAMEL, H & PRAHALAD, C.K. (1986). CREATING GLOBAL STRATEGIC CAPABILITY, IN HOOD, N. Y VAHLNE, J.E. (EDS.): STRATEGIES IN GLOBAL COMPETITION, LONDON, CROOM HELM, PP. 5-39.

HECKSCHER, E. (1919) THE EFFECT OF FOREIGN TRADE ON THE DISTRIBUTION OF INCOME (IN SWEDISH), EKNOMISK TIDSKRIFT, 21(2), PP. 1-32. REPRINTED IN READINGS IN THE THEORY OF INTERNATIONAL TRADE. HOMEWOOD, ILL.: IRWIN (FOR AMERICAN ECONOMIC ASSOC.), 1950.

HENNART, J.F. & PARK, Y.R (1993). GREENFIELD VS ADQUISITION: THE STRATEGY OF JAPANESE INVESTORS IN THE UNITED STATES. MANAGEMENT SCIENCE, 39, PP. 1054-1070.

HENNART, J.F. (1982). A THEORY OF MULTINATIONAL ENTERPRISE. UNIVERSITY OF MICHIGAN PRESS, ANN ARBOR, MI

HYMER, S.H. (1960). THE INTERNATIONAL OPERATIONS OF NATIONAL FIRMS: A STUDY OF DIRECT FOREIGN INVESTMENT, PHD DISSERTATION, MASSACHUSETTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY (PUBLISHED BY MIT PRESS, 1976)

JOHANSON, J & WIEDERSHEIM-PAUL, F. (1975). THE INTERNATIONALIZATION OF THE FIRM-FOUR SWEDISH CASES, JOURNAL OF MANAGEMENT STUDIES, 12, PP. 305-322.

JOHANSON, J. & MATTSON, L. (1988). INTERNATIONALIZATION IN INDUSTRIAL SYSTEMS: A NETWORK APPROACH, IN HOOD, N. Y VAHLNE, J.E. (EDS): STRATEGIES IN GLOBAL COMPETITION, CROOM HELM, LONDRES, PP. 287-314.

JOHANSON, J. & VAHLNE, J.E. (1977). THE INTERNATIONALIZATION PROCESS OF THE FIRM: A MODEL OF KNOWLEDGE DEVELOPMENT AND INCREASING FOREIGN MARKET COMMITMENTS, JOURNAL OF INTERNATIONAL BUSINESS STUDIES, 8, PP. 23-32.

JOHANSON, J. & VAHLNE, J.E. (1990). THE MECHANISM OF INTERNATIONALIZATION, INTERNATIONAL MARKETING REVIEW, 7 (4), PP.11-24

KIM, W. C., & HWANG, P. (1992). GLOBAL STRATEGY AND MULTINATIONALS' ENTRY MODE CHOICE. JOURNAL OF INTERNATIONAL BUSINESS STUDIES, 29-53.

KINDLEBERGER, C. (1969). AMERICAN BUSINESS ABROAD, NEW HAVEN, YALE UNIVERSITY PRESS

KOGUT, B. & ZANDER, U. (1992). KNOWLEDGE OF THE FIRM, COMBINATIVE CAPABILITIES, AND THE REPLICATION OF TECHNOLOGY, ORGANIZATION SCIENCE, 3, PP. 383-397

KOGUT, B. (1985). DESIGNING GLOBAL STRATEGIES: COMPARATIVE AND COMPETITIVE VALUE ADDED CHAINS, SLOAN MANAGEMENT REVIEW, 26(4)

KOJIMA, K. (1976). DIRECT FOREIGN INVESTMENT: A JAPANESE MODEL OF MULTINATIONAL BUSINESS OPERATIONS, LONDON: CROM HELM

KOJIMA, K. (1982). MACROECONOMIC VERSUS INTERNATIONAL BUSINESS APPROACH TO FOREIGN DIRECT INVESTMENT, HITOSUBASHI JOURNAL OF ECONOMIC, 23, PP. 1-19

NIGHT, D. (1985). THE EFFECT OF POLITICAL EVENTS ON US DIRECT FOREIGN INVESTMENT: A POOLED TIME-SERIES CROSS-SECTIONAL ANALYSIS, JOURNAL OF INTERNATIONAL BUSINESS STUDIES, 16, PP. 1-17

NONAKA, I. & TAKEUCHI, H. (1995) THE KNOWLEDGE CREATING COMPANY, OXFORD UNIVERSITY PRESS.

OHLIN, B. (1933). INTERREGIONAL AND INTERNATIONAL TRADE, HARVARD UNIVERSITY PRESS, CAMBRIDGE, MA

OWEN, G. (1982). GAME THEORY: SECOND EDITION, ACADEMIC PRESS, ORLANDO, FLORIDA

PAPANATASSIOU, M. & PEARCE R.D. (1990). HOST COUNTRY CHARACTERISTICS AND THE SOURCING BEHAVIOR OF UK MANUFACTURING INDUSTRY, DISCUSSION PAPER IN INTERNATIONAL INVESTMENT AND BUSINESS STUDIES, SERIE B, VOL 2, NUM 140, UNIVERSITY OF READING

PENROSE, E.T. (1959). THE THEORY OF THE GROWTH OF THE FIRM, NEW YORK: JOHN WILEY

PLA BARBER, J.P. & SUAREZ ORTEGA, S.M. (2001). ¿CÓMO SE EXPLICA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA? UNA PERSPECTIVA TEÓRICA INTEGRADORA, ICADE, REVISTA DE LAS FACULTADES DE DERECHO Y CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES, 52, PP- 155-176

PORTER, M.E. (1985). COMPETITIVE ADVANTAGE: CREATING AND SUSTAINING SUPERIOR PERFORMANCE. THE FREE PRESS, NEW YORK.

PORTER, M.E. (1986). COMPETITION IN GLOBAL INDUSTRIES. HBS PRESS, BOSTON.

PORTER, M.E. (1990). NEW GLOBAL STRATEGIES FOR COMPETITIVE ADVANTAGE. PLANNING REVIEW, 18, PP. 4-14.

REICH, B.H. & BENBASSAT, I. (2000). FACTORS THAT INFLUENCE THE SOCIAL DIMENSION OF ALIGNMENT BETWEEN BUSINESS AND INFORMATION TECHNOLOGY OBJECTIVES, MIS QUARTELY (24:1), MARCH 2000, PP. 81-111.

REID, S. (1983). FIRM INTERNATIONALIZATION, TRANSACTION COSTS AND STRATEGIC CHOICE, INTERNATIONAL MARKETING REVIEW, 1, PP. 44-56.

RIALP, A, RIALP, J. & KNIGHT, G. (2005). THE PHENOMENON OF EARLY INTERNATIONALIZING FIRMS: WHAT DO WE KNOW AFTER A DECADE (1993-2003) OF SCIENTIFIC INQUIRY?. INTERNATIONAL BUSINESS REVIEW, 14, PP. 147-166.

ROOT, F.H. & AHMED, A.A. (1978). THE INFLUENCE OF POLICY INSTRUMENTS ON MANUFACTURING DIRECT FOREIGN INVESTMENT IN DEVELOPING, JOURNAL OF INTERNATIONAL BUSINESS STUDIES, 9 (3), PP. 81-93

ROOT, F.H. (1987). ENTRY STRATEGIES FOR INTERNATIONAL MARKETS. LEXINGTON BOOKS. LEXINGTON, MA

ROOT, F.H. (1994). ENTRY STRATEGIES FOR INTERNATIONAL MARKETING. REVISED AND EXPANDED. JOSSEY-BASS. A WILEY COMPANY. PP. 8-23.

RUGMAN, A.M. (1980). INTERNALIZATION THEORY AND CORPORATE INTERNATIONAL FINANCE. CALIFORNIA MANAGEMENT REVIEW, 23, PP. 73-79.

RUGMAN, AM. & VERBEKE, A. (1993). FOREIGN SUBSIDIARIES AND MULTINATIONAL STRATEGIC MANAGEMENT: AN EXTENSION AND CORRECTION OF PORTER'S SINGLE DIAMOND FRAMEWORK. MANAGEMENT INTERNATIONAL REVIEW, 2, PP. 71-84.

SIMMONDS, K. & SMITH, H. (1968). THE FIRST EXPORT ORDER: A MARKETING INNOVATION, EUROPEAN JOURNAL OF MARKETING, 2 (2), PP. 93-100

STRATEGOR (GRUPO), MAYORDOMO, X. M., & PLANELLAS, M. (1995). ESTRATEGIA, ESTRUCTURA, DECISIÓN, IDENTIDAD: POLÍTICA GENERAL DE EMPRESA. MASSON.

TEECE, D. (1983). TECHNOLOGICAL AND ORGANIZATIONAL FACTORS IN THE THEORY OF MULTINATIONAL ENTREPRISE, IN: MARK CASSON ED., GROWTH OF INTERNATIONAL BUSINESS (ALLEN AND UNWING, LONDON), PP. 51-62

VERNON, R. (1966). INTERNATIONAL INVESTMENT AND INTERNATIONAL TRADE IN THE PRODUCT CYCLE, QUARTERLY JOURNAL OF ECONOMICS, 80, PP. 190-207.

WERNERFELT, B. (1984). A RESOURCE-BASED VIEW OF THE FIRM. STRATEGIC MANAGEMENT JOURNAL, 5, PP. 171-180.

WILLIAMSON, O.E. (1975). TRANSACTION-COST ECONOMICS: THE GOVERNANCE OF CONTRACTUAL RELATIONS, JOURNAL OF LAW AND ECONOMICS, PP. 223-261

DOCUMENTOS DE TRABAJO

La serie Documentos de Trabajo que edita el Instituto Universitario de Análisis Económico y Social (IAES), incluye avances y resultados de los trabajos de investigación realizados como parte de los programas y proyectos del Instituto y por colaboradores del mismo.

Los Documentos de Trabajo se encuentran disponibles en internet

<http://ideas.repec.org/s/uae/wpaper.html>

ISSN: 2172-7856

ÚLTIMOS DOCUMENTOS PUBLICADOS

WP-07/14 CONSECUENCIAS DE LA LIBERALIZACIÓN DE HORARIOS. UN MODELO ESPACIO-TEMPORAL BASADO EN AGENTES PARA MADRID

Juan Luis Santos y Federico Pablo-Martí

WP-08/14 INTERNATIONAL R&D SPILLOVERS AND UNOBSERVED COMMON SHOCKS

Diego-Ivan Ruge-Leiva

WP-09/14 GOVERNMENT DEFICIT SUSTAINABILITY, AND MONETARY VERSUS FISCAL DOMINANCE: THE CASE OF SPAIN, 1850-2000

Oscar Bajo-Rubio, Carmen Díaz-Roldán y Vicente Esteve

WP-10/14 ESPAÑA, UNA RECESIÓN DE BALANCE

Antonio Torrero Mañas

WP-11/14 LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LOS SERVICIOS ESPAÑOLES: ¿CÓMO HA AFECTADO LA RECIENTE CRISIS ECONÓMICO-FINANCIERA?

Andrés Maroto Sánchez y Juan Ramón Cuadrado Roura

WP-12/14 DEUDAS SOBERANAS EN DEFAULT: ALTERNATIVAS ABIERTAS TRAS EL CASO ARGENTINO RECIENTE

Flavio E. Buchieri



Universidad
de Alcalá

Plaza de la Victoria, 2. 28802. Alcalá de Henares. Madrid - Telf. (34)918855225
Fax (34)918855211 Email: iaes@uah.es. www.iaes.es

INSTITUTO UNIVERSITARIO DE ANÁLISIS ECONÓMICO Y SOCIAL

DIRECTOR

Dr. D. Tomás Mancha Navarro

Catedrático de Economía Aplicada, Universidad de Alcalá

DIRECTOR FUNDADOR

Dr. D. Juan R. Cuadrado Roura

Catedrático de Economía Aplicada, Universidad de Alcalá

SUBDIRECTORA

Dra. Dña. Elena Mañas Alcón

Profesora Titular de Universidad, Universidad de Alcalá

AREAS DE INVESTIGACIÓN

ANÁLISIS TERRITORIAL Y URBANO

Dr. D. Rubén Garrido Yserte

Profesor Titular de Universidad
Universidad de Alcalá

ECONOMÍA LABORAL

Dr. D. Carlos Iglesias Fernández

Profesor Titular de Universidad
Universidad de Alcalá

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

Dr. D. Antonio García Tabuenca

Profesor Titular de Universidad
Universidad de Alcalá

SERVICIOS E INNOVACIÓN

Dr. D. Juan R. Cuadrado Roura

Catedrático de Economía Aplicada
Universidad de Alcalá

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Dra. Dña. Elena Mañas Alcón

Profesora Titular de Universidad
Universidad de Alcalá