

LA MULTINACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA MEXICANA

Rubén Molina Martínez, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Oscar Hugo Pedraza Rendón, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Jorge Luis Alcaraz Vargas, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

RESUMEN

Este estudio aborda el fenómeno de la multinacionalización de empresas mexicanas, a partir de la vinculación de la emisión de inversión extranjera directa al exterior con el crecimiento económico del país medido a través del producto interno bruto. La motivación para el desarrollo de esta investigación ha sido la constante y creciente participación de empresas de economías emergentes en mercados globales y la importancia que tienen tanto en la economía local como en la de destino. Esta investigación ha permitido obtener, de manera no concluyente, una relación positiva entre el crecimiento económico nacional y la multinacionalización de la empresa mexicana. Sin embargo, el grado de crecimiento de la economía mexicana no es suficiente para lograr un nivel apropiado de multinacionalización de las empresas.

PALABRAS CLAVE: Multinacionalización, inversión extranjera directa, crecimiento económico, producto interno bruto.

MULTINATIONALIZATION OF MEXICAN COMPANIES

ABSTRACT

This study addresses the phenomenon of multi-nationalization of Mexican companies that arises from link that exists between a country's foreign direct investment, emissions abroad and the country's economic growth measured by GDP. The motivation for the development of this study has been the constant and increasing participation of companies from emerging economies in global markets and their importance in both the local and the hosting economies. We find, in a non-conclusive way, a positive relationship between the national economic growth and the multi-nationalization of Mexican companies. However, the degree of growth of the Mexican economy is not sufficient for companies to achieve an appropriate level of multi-nationalization.

JEL: F21, F23

KEYWORDS: Multinationalization, foreign direct investment, economic growth, gross domestic product.

INTRODUCCIÓN

La expansión de las empresas es una situación muy importante desde el punto de vista del mejoramiento estructural del país local y la relación que tiene con este fenómeno. En este sentido, se puede decir que en general el crecimiento y desarrollo de empresas de economías emergentes y su importancia en la participación en mercados globales ha incrementado en décadas recientes, de hecho, de acuerdo con información de Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), en 2008 la cantidad de empresas multinacionales de economías emergentes eran más de 21,000.

No obstante, en México la problemática que enfrenta la empresa multinacional comienza desde la adecuada definición de conceptos tales como la internacionalización y la multinacionalización de la empresa, aunado a ello, la enorme cantidad de desarrollos teóricos que se han generado debido a las características dinámicas actuales del comportamiento de los mercados, así como la inadecuada existencia de políticas públicas que apoyen a las empresas para su multinacionalización. En este sentido, el presente documento es un acercamiento a la expansión de la empresa mexicana hacia el exterior vinculando su desarrollo económico con la emisión de inversión extranjera directa a mercados exteriores y a partir de ello, estar en posibilidad de comprender dicho fenómeno.

El resto del documento está organizado de la siguiente forma. La sección de la revisión literaria en la que se presenta información importante sobre los conceptos y antecedentes de la Empresa Multinacional, también se incluye el estudio de distintos marcos explicativos de la Empresa Multinacional. La sección de metodología considera la forma en la que se ha procedido para realizar el análisis de esta investigación. En seguida se presentan los resultados de la investigación. Al finalmente se encuentra la sección de conclusiones.

REVISIÓN LITERARIA

Antecedentes de la Empresa Multinacional (EMN)

Es importante y conveniente dedicar unas líneas a la definición de conceptos que se estarán utilizando, pues a menudo suelen confundirse los términos, de hecho los inconvenientes o dificultades en investigaciones relacionadas con la empresa multinacional se presentan desde los primeros estudios, incluso la comunidad académica los ha denominado de distintas formas (Cruz, 1974). De esta manera, los conceptos de internacionalización de la empresa y empresa multinacional son distintos, complejos y en ocasiones ambiguos, lo cual hace más complicada su definición (Villareal, 2005).

El concepto de Empresa Multinacional (EMN), de manera general presenta varias definiciones, aunado a esto es múltiple la cantidad de términos utilizados, es decir, se utilizan otras acepciones como sinónimos (empresa internacional, multiplana, exportadora, global, multidoméstica, transnacional, globalizada, nueva empresa internacional, inversión extranjera directa), sin embargo, técnicamente estos “sinónimos” tienen significados distintos (Villareal, 2005). Muchos han sido los académicos que han realizado aportaciones valiosas tratando de definir el significado de la EMN. En esta investigación se han analizado algunos de ellos y sus respectivos trabajos en relación a la EMN (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2004), (Dunning, 1992), (Caves, 1982), (Durán & Pizarro, 1975), (Durán J. J., 2006), (Durán J. J., 2004), (Guillén, 2002), (Cruz, 1974), (Villareal, 2005), (Ghoshal & Westney, 1993), (Pla & León, 2004), (Dunning & Lundan, 2008), logrando obtener un común denominador, permitiendo expresar la definición buscada de la siguiente manera:

“La Empresa Multinacional es aquella empresa que realiza actividades en más de un país, con el objetivo de maximizar sus beneficios, manteniendo control sobre la(s) filial(es)”.

Es importante observar que de manera precisa y particular, la inversión extranjera directa (IED) define y determina a la EMN, ya que la EMN es quien realiza la IED (Villareal, 2005). No hay que olvidar también que la IED se puede realizar de diferentes modalidades: greenfield, joint venture, adquisición, fusión, reinversión, préstamos entre empresas relacionadas, de manera contractual (licencias, franquicias, compensaciones) (Fernandez, 2005), (Sandberg, 2009), (Cavusgil, Ghauri, & Agarwal, 2002), (Tang & Joseph, 1990), (Zapata, 2007). El otro concepto al que ahora se hace referencia es el de internacionalización de la empresa, también difícil de definir. La internacionalización es un fenómeno que se ha investigado intensivamente durante las últimas décadas desde varios puntos de vista, incluyendo la teoría organizacional, mercadotecnia, administración estratégica, administración internacional y

administración de pequeñas empresas (Gamba & Montanaro, 2009). Algunas acepciones en el término de internacionalización consideran de manera general la extensión de las actividades de una empresa en el exterior, incluyendo todas las partes que integran la cadena de valor (Mendoza & Vives, 2008), (Hashai, Hirsch, & Almor, 2009). No obstante, en esta investigación se considera que la siguiente definición, tomada de Villareal (2005) es más precisa y muestra claramente su significado y la diferencia con respecto al de la EMN:

“La internacionalización es una estrategia corporativa de crecimiento por diversificación geográfica internacional, a través de un proceso evolutivo y dinámico de largo plazo que afecta gradualmente a las diferentes actividades de la cadena de valor y a la estructura organizativa de la empresa, con un compromiso e implicación creciente de sus recursos y capacidades con el entorno internacional y basado en un conocimiento aumentativo”.

Generalmente, la exportación es la forma más común de la internacionalización (Gamba & Montanaro, 2009), no obstante, este proceso incluye un espectro variado de actividades, a saber: importaciones, contratos y acuerdos de cooperación (Durán J. J., 2002), adquisición de marcas, nuevas inversiones (Bonaglia, Goldstein, & Mathews, 2007), entre otras. Estas actividades generan ventajas a la empresa debido a la experiencia, adquisición de conocimientos o aprendizaje, impulsando la construcción de recursos propios. Finalmente el proceso de internacionalización puede convergir en la multinacionalización de la empresa (Villareal, 2005), (Mendoza & Vives, 2008).

Marcos Explicativos

El primer marco de referencia para poder dar explicación a la empresa multinacional es el Paradigma Ecléctico de Dunning, el cual contempla tres tipos de ventajas, a saber, propiedad, localización e internalización (OLI, por sus siglas en inglés) que pueden ayudar a la comprensión de la EMN mediante la generación de IED (Dunning, 1981), (Dunning, 1988). No obstante, por sí solo no puede explicar la internacionalización de las empresas de países emergentes, ya que estas carecen en gran medida de las ventajas OLI, de tal manera que es posible complementarlo desde un punto de vista de un nivel creciente de integración, basado en principios de redes de producción internacional (asociación estratégica) (Bonaglia, Goldstein, & Mathews, 2007). Además, la adecuada combinación de las ventajas de propiedad e internalización (empresa) y las de localización (país) permitirá realizar la mejor inversión directa. En este entendido dinámico, la Senda de Desarrollo de la Inversión (IDP, por sus siglas en inglés) es un buen aliado (Durán J. J., 2006), y de acuerdo a Durán (2002), dada la naturaleza de los procesos de internacionalización, es recomendable usar planteamientos eclécticos para su análisis.

Estudiosos de la internacionalización y OLI han indicado que, en términos de operar en un país extranjero, las EMNs necesitan unir y establecer vínculos entre 2 conjuntos de activos, las ventajas específicas de la empresa (FSAs, por sus siglas en inglés), las cuales poseen la peculiaridad de ser transferibles, y las ventajas específicas del país (CSAs, por sus siglas en inglés), que son de localización, tales como recursos naturales y bajos costos de mano de obra (Dunning, 1988), (Dunning & Lundan, 2008), (Rugman & Collison, 2006), (Verbeke A. , 2009).

Otra marco explicativo, es el que trata a la internacionalización como un proceso incremental, y lo aborda con el enfoque escandinavo, también conocido como Modelo de Uppsala, el cual ve a la internacionalización como un proceso gradual y por etapas, cada una de las cuales favorece a la empresa en la obtención de nuevos conocimientos y experiencias a nivel internacional, esto facilita una vinculación más fuerte con los mercados externos (Johanson & Vahlne, 1977). De acuerdo al Modelo de Uppsala, las empresas comenzarán con sus actividades al exterior con los países geográficamente más cercanos y también culturalmente más cercanos (menor distancia psíquica, entendida como diferencia de idioma, cultura o sistema político administrativo) y continuar con países más distantes. Entrando primero

en un mercado externo mediante exportaciones, con ello disminuir el nivel de riesgo. En la medida que la empresa aumente sus conocimientos y experiencia sobre el mercado de destino estará mejor preparada para establecer alguna filial que particularmente le favorezca para un mayor control (Johanson & Vahlne, 1977) (Johanson & Vahlne, 1990) (Johanson & Wiedersheim-Paul, 1975). Esta última etapa ya se refiere a la IED (Gamba & Montanaro, 2009).

Con el objetivo de entender mejor los procesos de internacionalización de las empresas, la teoría de redes está siendo cada vez más utilizada en combinación con la teoría de internacionalización. Esta integración va en el sentido de los “nuevos modelos de internacionalización” debido a los rápidos y frecuentes cambios que suceden día a día en el mundo de los negocios. Las inter-relaciones son una parte clave para las empresas, en particular en el largo plazo (Sandberg, 2009). Así, los modelos de redes son importantes y útiles en la explicación de patrones de internacionalización de las pequeñas y medianas empresas (Ojala, 2009). En particular, las vinculaciones resultan especialmente útiles para llegar a otros mercados, pues es posible superar algunos de los problemas que con frecuencia se presentan, ya sea de know-how, información, tecnología, así como de acumulación de capital, por mencionar algunos (Gamba & Montanaro, 2009). Definitivamente el mercado internacional no está compuesto solo por grandes empresas con experiencia en el exterior, sino también por nuevas empresas que están iniciando con este proceso y de “tamaños” menores. Para estas últimas incluso se ha desarrollado un marco teórico para su comprensión, generando la Teoría de la Nueva Empresa Internacional (Baum, Schwens, & Kabst, 2010).

Otras aportaciones son, el Modelo de Dimensiones de Internacionalización de Welch & Luostarinen, (1988). Por su parte, Daniel Sullivan, (1994), desarrolló la Escala de Grado de Internacionalización. Y Mendoza & Vives (2008), utilizan el enfoque estratégico, el cual se basa en el aprovechamiento de las ventajas competitivas en la expansión al exterior. También mencionan el enfoque norteamericano, este se centra en la innovación de situaciones directivas, generando conocimiento, el cual es adoptado y utilizado en la internacionalización. La teoría organizacional del conocimiento también se ha integrado a las explicaciones de la expansión internacional, sugiriendo que la acumulación de experiencia extranjera específica del país está relacionada con el tiempo (Luo, 1999), dado que es solo a través del flujo del tiempo que la empresa internalizará el conocimiento adquirido de sus operaciones internacionales (Tsang, 1999). Si bien es muy importante la experiencia basada en el periodo de operación de la empresa, la amplitud de la experiencia, medida por la diversidad de la experiencia internacional (Erramilli, 1991), (Luo & Peng, 1999), también es muy importante debido a que diferentes mercados estarán generando distintos conocimientos (Clarke, Tamaschke, & Liech, 2009).

METODOLOGÍA

En este trabajo se desarrolla una caracterización y descripción de la manera más clara y precisa posible de la evolución que ha tenido la expansión de la IED de México, es decir, la generación de multinacionales al exterior de este país, lo anterior relacionado con su desarrollo económico. No obstante, es necesario hacer algunas especificaciones antes de continuar. En México, los organismos que tienen disponible información sobre la IED a nivel nacional, estatal, sectorial son el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), Secretaría de Economía (SE), Banco de Información Estadística (BIE) y Banco de México (Banxico) principalmente. Sin embargo, únicamente se registra (o al menos es la única disponible) la IED que ingresa a México y, como se ha especificado, es fundamental la emisión de IED de México al exterior del país. No obstante, existen organismos internacionales que sí tienen los registros de la salida de inversiones, en este caso particular, de México. Tales como Banco Mundial (BM) y la que se utiliza en esta investigación: Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD).

RESULTADOS

Una empresa puede expandir sus operaciones al exterior de dos maneras: a través de actividades comerciales y financieras. La internacionalización comercial incluye exportaciones e importaciones, IED, empleados extranjeros, entre otras. La internacionalización de actividades financieras de la empresa, se refiere a la internacionalización de capitales vía mercado de valores, bonos, e intermediación financiera (Oxelheim, Gregoric, Randoy, & Thomsen, 2009). La Segunda Guerra Mundial trajo consigo una innumerable cantidad de cambios en el mundo, ecológicos, tecnológicos, sociales, de mercado, económicos, entre muchos más. Algunas de las consecuencias también han dado lugar a la generación de las empresas multinacionales. Entendiendo a la EMN como aquella empresa que realiza actividades en más de un país, con el objetivo de maximizar sus beneficios, manteniendo control sobre las filiales.

La agenda de los Negocios Internacionales ha atravesado 3 fases en el siglo XX (Buckley P. , 2002). Primero centrándose en el estudio de la IED, luego en las EMNs y en las últimas dos décadas en la globalización y el sentido de sus influencias. La globalización, ha permitido en gran medida, la generación de multinacionales, denominado por algunos estudiosos “la segunda ola” caracterizada por provenir de economías emergentes o en vías de desarrollo (Buckley & Ghauri, 2004) En este apartado se describe el comportamiento que ha tenido la expansión de la IED de México, es decir, la multinacionalización de la empresa mexicana propiamente dicho, particularmente mediante información obtenida de UNCTAD. Una vez comentado lo anterior, se está en posibilidad de estudiar y describir el comportamiento de la emisión de IED. Iniciando con la figura 1, en la cual es posible observar, a nivel mundial, que en términos de stock la salida de IED ha tendido hacia el crecimiento durante las 3 últimas décadas. Es conveniente mencionar que en esta parte también ha tenido gran influencia la liberación de los mercados, relajamiento de las reglamentaciones que limitaban la IED, sin dejar de lado la evolución en lo que se refiere a nuevas tecnologías de información y comunicación, lo que ha sido un impulsor en la expansión de las empresas. Siguiendo en la línea de los stocks, de manera particular se logran observar dos caídas en la tendencia creciente de la inversión, en 2001 y 2008.

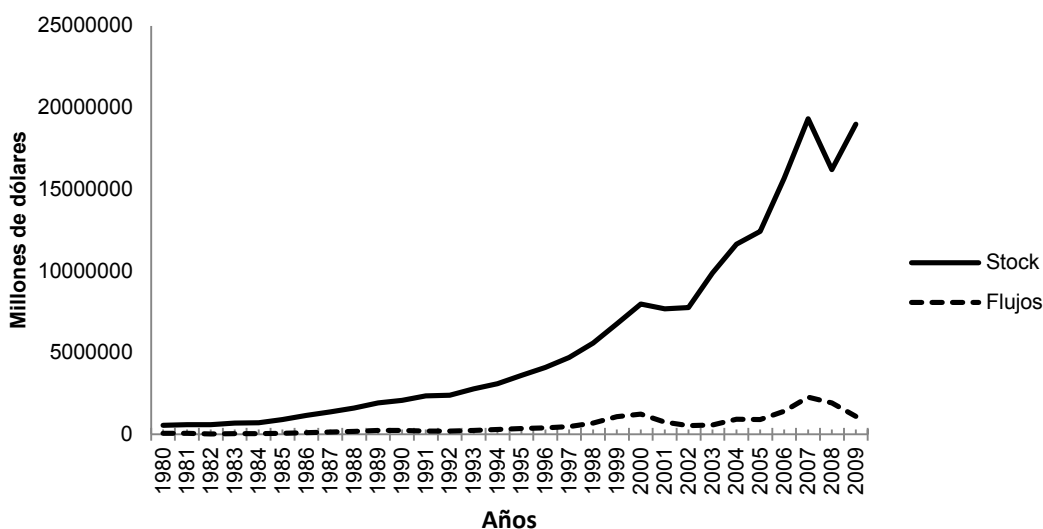
Esto responde a los eventos del atentado terrorista de Estados Unidos de América (EUA) el 11 de Septiembre y la crisis mundial de 2008, generada en EUA. Estos problemas en la economía mundial, han provocado un impacto negativo en la emisión de capitales a otros países, reduciendo la actividad que venían mostrando. En el caso de los flujos, de manera general, se puede observar una tendencia similar a los stocks, donde va creciendo de manera gradual, una disminución en 2001, luego un periodo de estabilización, continuado de un ligero crecimiento que nuevamente se ve interrumpido en 2008. Lo anterior por los mismos problemas ya descritos.

Sin embargo, de acuerdo a información de UNCTAD (2010), se prevé que para los próximos años las condiciones globales mejoren, y con ello lograr la recuperación de la actividad empresarial en lo que respecta a la generación o expansión de las multinacionales a nivel mundial.

En la salida de IED, es muy claro y esperado el comportamiento, pues se puede observar fácilmente que las economías desarrolladas son las que mayor actividad tienen, de acuerdo a los términos tratados (figura 2). Y esto es completamente congruente con la teoría y de hecho, son los países desarrollados los de mayor dinamismo en lo que se refiere a IED y son las que mayor cantidad de EMNs tienen. No obstante, las EMNs de economías emergentes o en desarrollo, cada vez están teniendo mayor participación en los mercados internacionales, y actualmente son temas de interés tanto para académicos como empresarios.

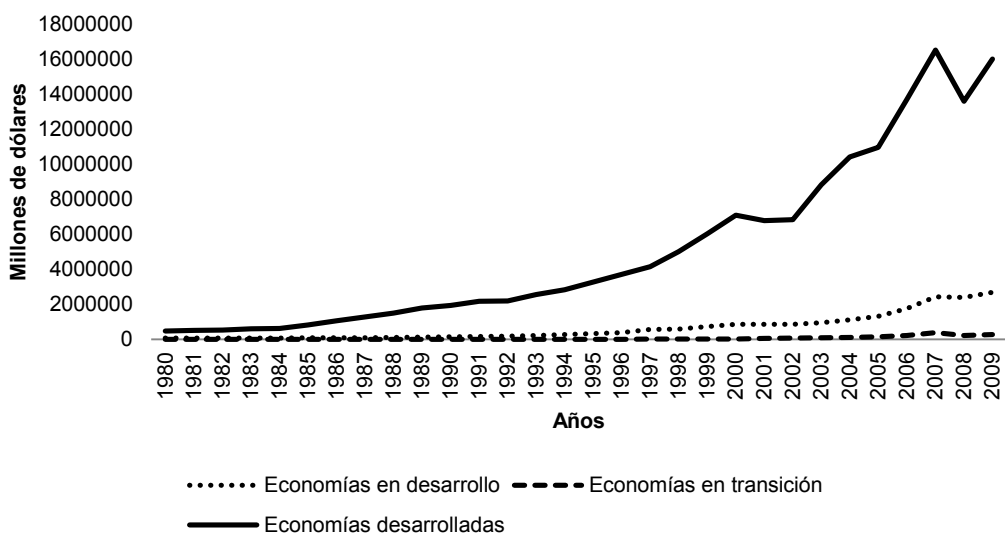
Como es de esperar, debido a la gran participación mundial de empresas asiáticas, China, dentro de las economías en desarrollo, es la que mayores cantidades de emisión de IED presenta en el grupo de los BRIC (Brasil, Rusia, India, Chile). En los últimos años la presencia de EMNs de mercados emergentes en el mundo ha aumentado, principalmente los del mencionado grupo (Vives & Mendoza, 2008).

Figura 1: Salida de IED a Nivel Mundial



Fuente: Elaboración propia con datos de UNCTAD. En esta figura es posible observar el comportamiento de la salida de IED a nivel mundial tanto en términos de flujos como de stock. Tanto en los flujos como en stock, la IED ha sufrido algunas variaciones, de manera particular se aprecian descensos importantes en 2001 y 2008, que se deben a los eventos sucedidos en EUA el 11 de septiembre y a la crisis financiera mundial, respectivamente.

Figura 2: Salida de IED (Stock) por Nivel de Desarrollo



Fuente: Elaboración propia con datos de UNCTAD. En esta figura se muestra el comportamiento que ha tenido la salida de IED en términos de stock por nivel de desarrollo. De manera general es importante señalar que tanto en las economías desarrolladas, en desarrollo y en transición se presentan comportamientos similares que atienden a fenómenos de carácter global.

Agregando al grupo de los BRIC la presencia de México, en la figura 3, es posible observar que está casi a la par de India en lo que se refiere a salida de IED. No obstante, India demuestra tener una tendencia al crecimiento mayor que México. Es importante resaltar que las EMNs de mercados emergentes no solo están buscando economías desarrolladas para establecer sus operaciones (por sus ventajas de localización), si no también están comenzando a invirtiendo en otros países en vías de desarrollo (Bonaglia, Goldstein, & Mathews, 2007).

Figura 3: Salida de IED (Stock) BRIC+Mex



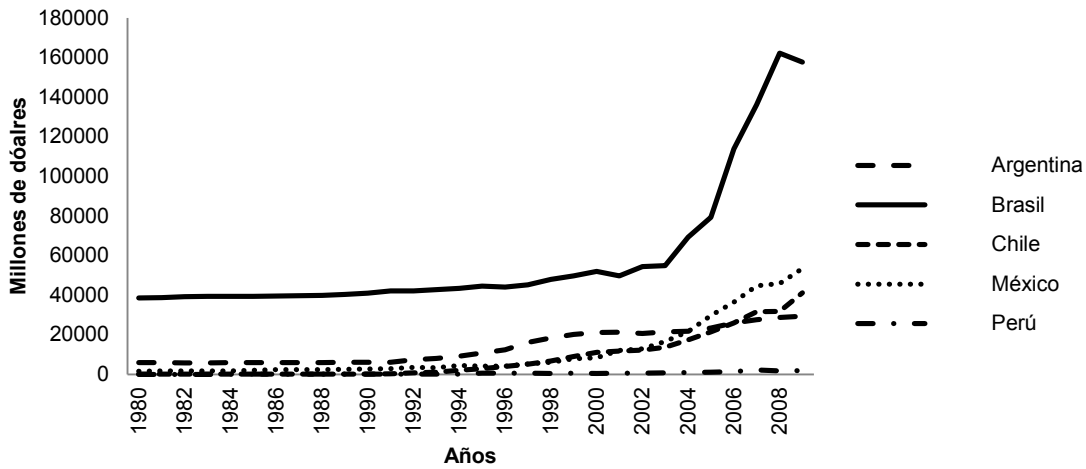
Fuente: Elaboración propia con datos de UNCTAD. El comportamiento de emisión de IED de empresas mexicanas es similar al que ha mostrado India, no obstante, las tendencias hacia el crecimiento en la generación de multinacionales es mayor en este último país. Como es de esperar, dentro de los países BRIC (Brasil, Rusia, India, China) más México, China es el país que más empresas tiene en mercados extranjeros.

De acuerdo con UNCTAD (2010), en las economías emergentes del continente americano en función de su grado de desarrollo considera a Argentina, Brasil, México, y Perú. Claramente es posible observar en la figura 4 que el país con mayor cantidad de emisión de IED es Brasil, lo cual va en el sentido de las tendencias mundiales. México le sigue en orden de importancia, y aunque sea menor la cantidad de IED que envía, tiene empresas muy importantes a nivel mundial, que incluso son temas de estudio tanto para investigadores como para personas que se dedican al área empresarial. En un estudio de caso de una empresa mexicana se ha revisado la situación de MABE (Bonaglia, Goldstein, & Mathews, 2007), como ejemplo de EMNs emergentes más exitosas en la industria de la línea blanca.

Otras investigaciones mencionan a Cemex como una Empresa Multinacional de gran importancia a nivel mundial (Santiso, 2008), (Vives & Mendoza, 2008), (Guillén & García-Canal, 2009). En las figuras anteriores se ha visto que la generación de empresas al exterior se va incrementando de manera importante a través de los años. De manera particular, la figura 4, considera a las economías emergentes de América, de acuerdo con UNCTAD, teóricamente estos son los países más desarrollados en su categoría.

En este sentido, se ha relacionado el stock de salida de IED, como medida de la multinacionalización de la empresa mexicana y el Producto Interno Bruto per cápita (PIBpc), como medida del desarrollo económico de un país (Durán J. J., 2006), (Dunning, 1981), (Molina & Alcaraz, 2010). En el figura 5, aunque no es concluyente, es posible observar la relación que existe entre la multinacionalización de la empresa mexicana a través de la emisión de IED y el respectivo desarrollo económico nacional. En la década de los noventa se presenta una situación muy inconstante y de estancamiento en términos de emisión de IED, lo cual es congruente con respecto a las tendencias de crecimiento de México, en términos de apertura comercial, IED, reformas, entre otras.

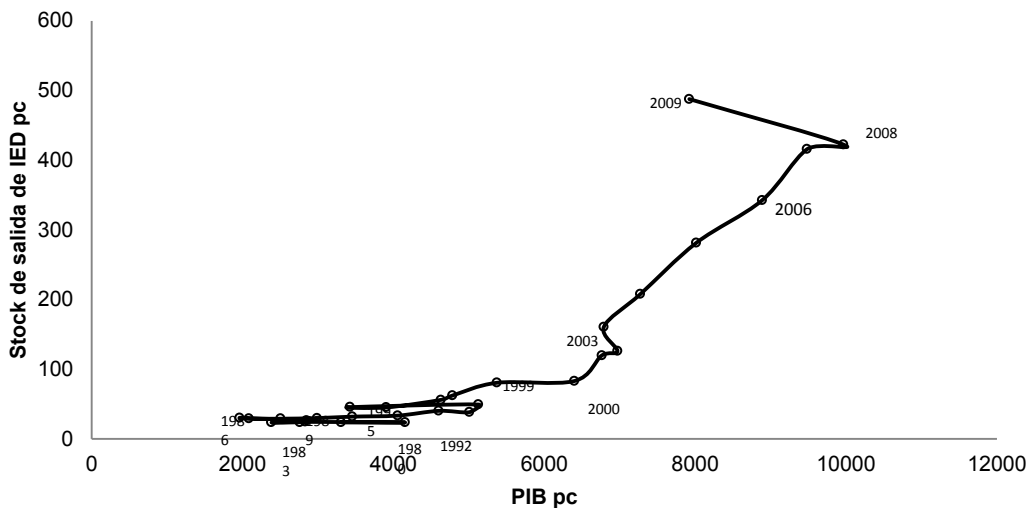
Figura 4: Salida de IED (Stock) Economías Emergentes de América



Fuente: Elaboración propia con datos de UNCTAD. De acuerdo con Naciones Unidas, Argentina, Brasil, Chile, México y Perú, son las economías emergentes más importantes del continente Americano. Es importante observar que Brasil, el país emergente más desarrollado (también de acuerdo con datos de UNCTAD) es el que mayor cantidad de IED envía hacia mercados extranjeros. Después de Brasil, el siguiente país más importante en términos de emisión de IED entre los mencionados países es México.

Por otra parte, esta situación errática en la salida de IED, sugiere que el nivel de desarrollo no ha sido el adecuado para fomentar un nivel apropiado en la multinacionalización de la empresa mexicana (Durán & Úbeda, 2009), de esta manera pensar y tener una estabilidad en la emisión de IED. No obstante lo anterior, no se debe olvidar que también hay presencia de EMNs mexicanas incluso a nivel mundial, como es el caso de Cemex.

Figura 5: Emisión de IED Mexicana y Desarrollo Económico



Fuente: Elaboración propia con datos de UNCTAD. Esta figura muestra la relación entre el grado de multinacionalización de las empresas mexicanas medido por el stock de salida de IEDpc y el nivel de desarrollo económico que tiene México, medido por el PIBpc. Se observa un comportamiento muy irregular tanto en la década de los 80's como de los 90's que atiende a fenómenos tanto de carácter global como local. Es a partir del 2000 que se puede ver un comportamiento relativamente más estable. Definitivamente, aunque no es concluyente, existe una relación positiva entre la generación de EMNs mexicanas y el grado de desarrollo nacional.

Es a partir del año 2000, que empieza a incrementar de manera formal la expansión de las empresas mexicanas a mercados internacionales. Estos resultados son congruentes con el IDP, el cual de acuerdo a estudios recientes (Molina & Alcaraz, 2010) forma parte de la tercera etapa, ya que una de las características es el ligero incremento en la emisión de IED al exterior, soportado por un desarrollo económico más estable y el respectivo mejoramiento de las características de localización para la atracción de IED.

Desde el punto de vista de la IED, México es un receptor neto a nivel mundial muy importante. En este sentido, en México se cuenta con varios organismos gubernamentales que tratan el tema de la atracción de IED, incluso se promociona a México en otros países para nuevas inversiones, hay legislaciones al respecto, entre muchos otros esfuerzos, todos ellos para atraer IED. Estas son buenas medidas, ya que la IED es una de las formas más importantes de financiamiento externo de un país.

Desde la perspectiva de emisión de IED, es claro que ha tenido avances importantes, sin embargo, aun queda un tramo bastante amplio por recorrer. En este sentido, como ya se ha mencionado anteriormente, en México no existe información disponible, lo cual es un reflejo de la falta de atención que se tiene a este tema. Es menester entonces, que los esfuerzos por dictar una propuesta de solución, contemplen temas relacionados con la promoción de las empresas mexicanas para la multinacionalización, legislaciones y desde luego, registro y concentración de esta información para que la ciudadanía en general pueda hacer uso de ella. Esto conformará esfuerzos para generar cambios estructurales y con ello aumentar el desarrollo económico nacional. Es necesario e importante revisar información sobre las EMNs más importantes actualmente a nivel mundial. Para este efecto, se ha analizado la clasificación de UNCTAD de las empresas no financieras de acuerdo a la cantidad de activos en el extranjero.

En función de estas características hace tres agrupaciones; 1) las 100 principales EMNs del mundo, 2) las 100 principales EMNs de los países en desarrollo, y 3) las 25 principales EMNs de las economías en transición de Europa central y oriental. De acuerdo a las necesidades propias de esta investigación, solamente se han revisado las primeras dos.

En la primera clasificación (las 100 principales EMNs del mundo), la única empresa mexicana que se incluye, de acuerdo a la información de selección es Cemex, ocupando la posición 55 de las 100 EMNs más importantes a nivel mundial por sus activos en el extranjero. No obstante, de acuerdo a su TNI (índice de transnacionalidad, por sus siglas en inglés) estaría ocupando la posición 19 (UNCTAD, 2010). En el caso de la segunda clasificación, que corresponde a las 100 principales EMNs de los países en desarrollo, se ha ubicado la participación de Cemex en tercer lugar, América Móvil en la posición 25, TELMEX en el lugar 68 y FEMSA en el 77. Y como es de esperarse, el mayor porcentaje de participación lo tienen empresas asiáticas.

Ahora bien, desde un punto de vista teórico, algunos investigadores han expresado su inquietud por la necesidad de una nueva teoría que dé una explicación completa al fenómeno de la emisión de IED de las economías en desarrollo. Este punto de vista es muy válido y lógico, pensando en los diversos comportamientos que tiene la IED de estos países y que evidentemente no sigue en muchos de los casos las explicaciones clásicas. En este sentido, a pesar de la tentación de considerar la idea de una nueva teoría que dé explicación a la expansión de la EMN de economías emergentes, quizás no es necesaria, pues se puede explicar con la información que hasta ahora existe, solamente se debe enfocar adecuadamente y desde distintas perspectivas. Tomando a la economía mexicana como punto de partida, de acuerdo al IDP, México se encuentra en la tercera etapa de desarrollo, de hecho en el inicio de la tercera etapa desde hace más de una década y media. Algunas de las características principales de los países de esta etapa son la enorme recepción de capitales extranjeros y la ligera emisión de IED al exterior.

El rol que juega el gobierno en esta etapa es decisivo para continuar con el desarrollo estructural y favorecer la generación de ventajas de propiedad de la empresa local que les permita expandirse al exterior. Con lo anterior se explica la baja cantidad de emisión de IED de México al exterior, que es congruente con el nivel de desarrollo del país. Y va de acuerdo al Paradigma Ecléctico de Dunning, el cual menciona que una empresa para poder realizar IED necesita haber desarrollado ventajas específicas de propiedad que le den ventajas en el extranjero y que las pueda explotar en otras ubicaciones. De hecho, la empresa local debe desarrollar estas ventajas de propiedad antes de considerar las de localización incluso las de internalización.

Esto permite comprender la razón de la poca cantidad de inversión que sale de México en busca de otros países. Y también permite considerar el hecho de que no son muchas las empresas mexicanas que localizan sus actividades productivas en otros países. Pero, ¿cómo se explican las inversiones de las actuales empresas multinacionales de México? Utilizando el Modelo de Uppsala se puede aproximar a la respuesta para este cuestionamiento. El Modelo de Uppsala establece que la expansión de la empresa es un proceso gradual a través del cual la empresa va obteniendo conocimiento y experiencia. Este conocimiento y esta experiencia las empresas los convierten en ventajas específicas de propiedad que les permiten ingresar a otros mercados a través de IED. De manera general, iniciando la participación en mercados con características similares a los del país local. Trasladando esta información a la situación de las empresas multinacionales mexicanas, la mayoría de estas empresas tienen una antigüedad de más de 50 años, algunas incluso 100 años (Basave & Gutiérrez, 2011). Durante este tiempo y de acuerdo al modelo de Uppsala, las empresas han podido desarrollar experiencia que les ha permitido el ingreso a otros países a través de IED. Es posible que parte de esta experiencia haya sido favorecida por el mejoramiento de las características del mercado local, tales como crecimiento del mercado, ya sea en tamaño o poder adquisitivo, lo cual es explicado por el IDP.

Con esto es posible comprender que las EMNs mexicanas hayan ingresado a otros países realizando IED, considerando tanto países emergentes como economías desarrolladas. Y de acuerdo con el Modelo de Uppsala, en función de la experiencia y conocimiento que haya desarrollado la empresa, ingresa primero a mercados con relativa proximidad cultural y después a mercados más distantes. A pesar de estos intentos por dar explicación a la empresa multinacional mexicana en el exterior aún queda un cabo suelto. ¿Por qué algunas empresas mexicanas han ingresado a través de IED a mercados con mayor nivel de desarrollo, específicamente hablando en el caso de EUA?

Hay que recordar que existen empresas multinacionales mexicanas que establecen la mayor parte de sus activos extranjeros en EUA y algunas incluso la totalidad de sus activos extranjeros. Definitivamente esta situación no es posible explicarla únicamente con el Modelo de Uppsala porque las empresas se saltan etapas de desarrollo y tampoco con el Paradigma Ecléctico de Dunning porque el nivel de desarrollo del país local no es tal como para permitir que las inversiones busquen economías desarrolladas, ya que el nivel de desarrollo de la empresa está íntimamente relacionado con el crecimiento de la economía local. Pensando en el caso de México, solo hay que ver que ni siquiera existe una política dirigida a promover la expansión de la empresa local hacia otros países.

Entonces, es posible que lo que ha sucedido con las empresas mexicanas que han saltado etapas y sus inversiones las ubican en mercados más desarrollados, como es el caso de EUA, sea viable dar un acercamiento a la explicación del fenómeno integrando la Teoría de Redes. Esta teoría establece que el mercado es una red en la cual pueden interactuar las empresas estableciendo relaciones con otros participantes. Estas relaciones pueden permitir acceso a información y conocimientos que no están disponibles fuera de la red. De esta manera, empresas mexicanas pudieran haber establecido vínculos empresariales que les permitieron acceder a ventajas tangibles e intangibles por lo cual les ha sido posible establecerse en EUA saltando etapas e incluso sin ser completamente dependiente del nivel de desarrollo estructural del país.

CONCLUSIONES

Definitivamente la evolución de la multinacional ha tenido un incremento continuo de inversiones dirigidas hacia EUA provenientes de países europeos (Cruz, 1974), además de un incremento de la diversidad de personas de diferentes nacionalidades colaborando en la empresa multinacional. Por su parte, la inversión realizada por empresas mexicanas en el exterior, no necesariamente sigue patrones clásicos de expansión. Es decir, mientras que algunas empresas incrementan la participación de sus operaciones de forma gradual, otras lo hacen saltando ciertos pasos. Estas expansiones teóricamente se realizan gracias a las ventajas de propiedad adquiridas y que se explotan en el exterior. No obstante, una empresa no necesariamente ingresa a mercados extranjeros para explotar sus ventajas de propiedad, sino que cabe la posibilidad de que entren a mercados extranjeros para adquirir ventajas y ese podría ser un motivo por el cual algunas empresas saltan pasos en la expansión tradicional.

Desde el punto de vista teórico, no es necesaria una nueva teoría para dar explicación a la expansión de la empresa de economías emergentes. Al menos en el caso de México se ha mostrado que se puede explicar la participación de las empresas en mercados extranjeros utilizando una vinculación simultánea de algunos marcos explicativos, en particular el Paradigma Ecléctico de Dunning, el IDP, el Modelo de Uppsala y la Teoría de Redes. Desde la perspectiva mexicana aún falta un tramo muy grande en términos de cambios estructurales, que atienden a ordenes políticos. En este sentido, Narula & Dunning (2000) expresan que la política industrial dirigida a industrias seleccionadas para crecimiento por medio de inversión intensiva en activos creados, como educación y capacidad tecnológica, puede acelerar el movimiento de los países a través del IDP, es decir, motivar el desarrollo estructural y como consecuencia de ello el económico. Relacionado con lo anterior, las características del país local tienen un papel muy importante en la emisión de capitales, ya que en gran medida determinan la posición competitiva de la empresa nacional o multinacional en mercados internacionales (Georgiou, Anastassopoulos, & Filippaios, 2009). En este sentido, es fundamental la generación de políticas y la promoción de estrategias para que las empresas locales superen las barreras de la internacionalización (Hessels & Parker, 2009).

En este sentido, uno de los aspectos de mayor importancia, y que la mayoría de los países en desarrollo ya están atendiendo, es la generación de políticas orientadas a impulsar a las empresas locales para su integración en mercados extranjeros y vinculadas con políticas de crecimiento local. En este último caso, por ejemplo, el gobierno de China ha impulsado empresas para invertir en países ricos en recursos naturales, particularmente petróleo y gas, con la finalidad de asegurar tales insumos en la economía local.

El principio básico para generar este tipo de políticas es reconocer la importancia que tiene la emisión de IED en otros países para la competitividad de la empresa local y, por supuesto, los efectos para el país visto desde una perspectiva macro. Y aunque la participación de las empresas de una economía emergente aún no sea tan grande, los gobiernos deberán prever el desarrollo de estas políticas porque eventualmente serán necesarias para incrementar la presencia del país local y de las empresas en un mercado global, y la IED es un medio poderoso para ayudar a los países en su integración a la economía mundial. De este modo, mientras mayor sea el número de empresas involucradas en estos procesos, mejores serán los resultados. De esta manera, es fácilmente observable la necesidad de generar políticas específicas a favor de la emisión de IED de México en el extranjero. Una razón más para hacer esto, es por la obvia desventaja en que se encuentran las empresas locales comparadas con aquellas en las que su país de origen sí promueve la expansión a mercados extranjeros.

Un marco de política debe mejorar la competitividad, permitir a las empresas competir de forma efectiva en un terreno global y asegurar los beneficios tanto en el mercado local como en el de destino. En este sentido, una política apropiada a la etapa de desarrollo de la economía nacional será fundamental. El conjunto de ventajas de propiedad que generan competitividad internacional y las adecuadas políticas de gobierno a favor de la emisión de IED al exterior, impulsarán fuertemente la participación de empresas en

mercados internacionales. Es importante también hacer mención que las políticas que favorezcan el incremento de IED de empresas mexicanas en el extranjero, deben asimismo considerar la creación de sistemas de concentración de información referente a la EMN mexicana.

Por otro lado, es deseable que se realicen investigaciones más rigurosas con la finalidad de determinar si la relación positiva entre la generación de EMNs mexicanas al exterior y el grado de desarrollo de la economía en cuestión es coincidente con las nuevas investigaciones. Particularmente se propone desarrollar un modelo que se aproxime lo más posible a la explicación del fenómeno de la expansión de la empresa mexicana al exterior a nivel nacional. Otra propuesta para futuras investigaciones es la realización de estudios de caso de las empresas multinacionales más importantes de México. Algunas consideraciones que será necesario tener en cuenta son las siguientes: analizar la información de manera muy cuidadosa, distinguiendo entre tipos de inversión, si es vertical u horizontal, la industria a la que se dirige, el contexto general de la empresa, es decir, al mayor detalle posible. Lo anterior con la finalidad de dar una explicación lo más cercana posible a la realidad del fenómeno que se está sucediendo.

REFERENCIAS

- Basave, J., & Gutiérrez, T. (2011). The impact of the global crisis on Mexican MNEs varies by industry in 2009. En K. Sauvant, V. Govitrikar, & K. Davies, *MNEs from emerging markets: New players in the world FDI market* (págs. 265-296). New York: Vale Columbia Center on Sustainable International Investment.
- Baum, M., Schwens, C., & Kabst, R. (2010). (Forthcoming) A typology of international new ventures: empirical evidence from high technology industries. *Journal of Small Business Management (JSBM)*.
- Bonaglia, F., Goldstein, A., & Mathews, J. A. (2007). Accelerated internationalization by emerging markets' multinationals: the case of the white sector. *Journal of World Business* , 42 (4), 369-383.
- Buckley, P. (2002). Is the International Business research agenda running out of steam? *Journal of International Business Studies* , 33 (2), 365-373.
- Buckley, P. J., & Ghauri, P. N. (2004). Globalisation, economic geography and the strategy of multinational enterprises. *Journal of International Business Studies* , 35 (2), 81-98.
- Caves, R. (1982). *Multinational enterprise and economic analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cavusgil, S. T., Ghauri, P. N., & Agarwal, M. R. (2002). *Entry strategies for emerging markets-entry and negotiation strategies*. London: SAGE Publications.
- Clarke, J. E., Tamaschke, R., & Liech, P. W. (2009). Dynamic internationalization capability and firm performance. 35th European International Business Academy (EIBA) Annual Conference. Valencia.
- Cruz, I. (1974). La empresa multinacional: Un análisis introductorio. *Revista Española de Financiación y Contabilidad* , 3 (8), 357-368.
- Daniels, J. D., Radebaugh, L. H., & Sullivan, D. p. (2004). *Negocios internacionales*. México: Pearson Educación.
- Dunning, J. H. (1981). Explaining The International Direct Investment Position of Countries: Towards a Dynamic or Developmental Approach. *Weltwirtschaftlicher Archive* , 30-64.

Dunning, J. H. (1992). *Multinational Enterprises and The Global Economy*. Workingham: Addison-Wesley.

Dunning, J. H. (1988). The eclectic paradigm of international production: a restatement and some possible extensions. *Journal of international bussines studies* , 19 (1), 1-31.

Dunning, J. H., & Lundan, S. (2008). *Multinational enterprises and the global economy*. Cheltenham: Edward Elgar.

Durán, J. J. (2006). El auge de la empresa multinacional española. *Boletín Económico ICE* , 2881, 13-33.

Durán, J. J. (2004). Empresa multinacional e inversión directa en el exterior. *Universia Business Review* (3), 114-123.

Durán, J. J. (2002). Estrategias de localización y ventajas competitivas de la empresa multinacional española. *Información Comercial Española* (799), 41-53.

Durán, J. J., & Pizarro, T. M. (1975). Consideraciones económico-financieras de las empresas multinacionales. *Revista Española de Financiación y Contabilidad* , 4 (11), 137-168.

Durán, J. J., & Úbeda, F. (2009). Inversión directa y empresa multinacional en Andalucía. *Revista de Estudios Empresariales* (2), 99-116.

Eramilli, M. (1991). The experience factor in foreign market entry behaviour of service firms. *Journal of International Business Studies* , 22 (3), 479-501.

Fernandez, C. (2005). *El cambio de la posición española en el escenario de la inversión directa internacional*. Madrid: ICEX.

Gamba, V., & Montanaro, L. (2009). Growth and profitability in internationalised Piedmont SMEs. 35th European International Business Academy (EIBA) Annual Conference. Valencia.

Georgiou, C., Anastassopoulos, G., & Filippaios, F. (2009). Internationalisation and corporate competitiveness: Measuring the effect of external environment on the case of greek multinationals. 35th European International Business Academy (EIBA) Annual Conference. Valencia.

Ghoshal, S., & Westney, E. (1993). *Organization theory and the multinational corporation*. New York: St. Martin's Press.

Guillén, M. F. (2002). El conocimiento y la gestión de una empresa multinacional. *Revista de Empresas* (1), 28-40.

Guillén, M. F., & García-Canal, E. (2009). The american model of the multinational firm and the new multinationals from emerging economies. *Academy of Management Perspectives* , 23 (2), 23-35.

Hashai, N., Hirsch, S., & Almor, T. (2009). Internationalization revisited: Distinguishing between the internationalization of inputs and outputs. The 3rd Israel Strategy Conference. Israel.

Hessels, J., & Parker, S. C. (2009). Constraints, internationalization and performance: A cross.country analysis of European SMEs. *35th European International Business Academy (EIBA) Annual Conference*. Valencia.

Johanson, J., & Vahlne, J. (1990). The mechanism of internationalisation. *International Marketing Review*, 7 (4), 11-24.

Johanson, J., & Vahlne, J.-E. (1977). The internationalization process of the firm: a model of knowledge development and increasing foreign market commitment. *Journal of International Business Studies*, 8 (1), 23-32.

Johanson, J., & Wiedersheim-Paul, F. (1975). The internationalization of the firm: Four swedish cases. *Journal of Management Studies*, 12 (3), 305-322.

Luo, Y. (1999). Time-based experience and international expansion: The case of an emerging economy. *Journal of Management Studies*, 34 (4), 505-534.

Luo, Y., & Peng, M. W. (1999). Learning to compete in a transition economy: Experience, environment, and performance. *Journal of International Business Studies*, 30 (2), 269-295.

Mendoza, X., & Vives, L. (2008). *De la internacionalización a la multinacionalización de la empresa: marcos teóricos para su análisis estratégicos*. Primer informe anual del observatorio de la Empresa Multinacional Española, Barcelona.

Molina, R., & Alcaraz, J. (2010). La evolución de la inversión extranjera directa en México. *INCEPTM*, 5 (9), 241-262.

Narula, R., & Dunning, J. H. (2000). Industrial development, globalization and multinational enterprises: New realities for developing countries. *Oxford Development Studies*, 28 (2), 141-167.

Ojala, A. (2009). Internationalization of knowledge-intensive SMEs: The role of network relationships in the entry to a psychically distant market. *International Business Review*, 18, 50-59.

Oxelheim, L., Gregoric, A., Randoy, T., & Thomsen, S. (2009). Internationalization of the firm and its board. *35th European International Business Academy (EIBA) Annual Conference*. Valencia.

Pla, J., & León, F. (2004). *Dirección de empresas internacionales*. Madrid: Pearson Educación.

Puig, P. (2008). *Tendencias y factores de localización de la IED empresarial española en 1993-2007*. Primer informe anual del observatorio de la Empresa Multinacional Española, Barcelona.

Rugman, A., & Collison, A. (2006). *International Business* (4th ed.). Harlow: Prentice Hall.

Sandberg, S. (2009). Drivers of relationship development in the internationalization process of SMEs, and the importance of long-term and direct international relationships on export performance in emerging markets. *35th European International Business Academy (EIBA) Annual Conference*. Valencia.

Santiso, J. (2008). The emergence of latin multinationals. *CEPAL Review*, 95, 7-30.

Sullivan, D. (1994). Measuring the degree of internationalization of a firm. *Journal of International Business Studies*, 25 (2), 325-342.

Tang, M.-J., & Joseph, C.-M. (1990). Foreign market entry: Production-related strategies. *Management Science*, 36 (4), 476-489.

Tsang, E. W. (1999). Internationalization as a learning process: Singapore MNCs in China. *Academy of Management Executive* , 13 (1), 91-101.

UNCTAD. (2010). *World Investment Report. Non-equity modes of international production and development*. New York: Naciones Unidas.

Verbeke, A. (2009). *International business strategy*. Cambridge: Cambridge University Press.

Villareal, O. (2005). La internacionalización de la empresa y la empresa multinacional: Una revisión conceptual contemporánea. *Cuaderno de Gestión* , 5 (2), 55-73.

Vives, L., & Mendoza, X. (2008). *Análisis transversal de una muestra de empresas españolas en su proceso de internacionalización*. Primer informe anual del observatorio de la Empresa Multinacional Española, Barcelona.

Welch, L., & Luostarinen, R. (1988). Internationalization: evolution of a concept. *Journal of General Management* , 14 (2), 36-64

Zapata, Y. (2007). La inversión extranjera directa de la unión europea hacia américa latina: el método de entrada de las principales multinacionales eléctricas. *Estudios Gerenciales* , 23 (105), 39-55.

BIOGRAFÍA

Rubén Molina Martínez es Doctor en Ciencias con especialidad en Ciencias Administrativas por el Instituto Politécnico Nacional. Cuenta con amplia experiencia en la Administración Pública Federal. Profesor Investigador en la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Autor de libros y artículos científicos y ponente en diversos países. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores. Dirección institucional: Av. Francisco J. Mújica S/N. CP. 58030. Morelia, Michoacán, México. E-mail: ruben.molinam@gmail.com.

Oscar Hugo Pedraza Rendón es Doctor en Ciencias con especialidad en Ciencias Administrativas por el Instituto Politécnico Nacional. Profesor Investigador en la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Autor de libros y artículos científicos y ponente en diversos países. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores. Dirección institucional: Av. Francisco J. Mújica S/N. CP. 58030. Morelia, Michoacán, México. E-mail: ohprend@hotmail.com.

Jorge Luis Alcaraz Vargas es Candidato a Doctor en Ciencias en Negocios Internacionales por la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (UMSNH). Sus principales líneas de interés son la IED y la EMN de economías emergentes. Se puede contactar en el Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales de la UMSNH, Av. Francisco J. Mújica S/N. CP. 58030. Morelia, Michoacán, México. Correo electrónico jorgel_alva@hotmail.com.