

PROPUESTA METODOLOGICA PARA EL ESTUDIO DEL IMPACTO DE LA GLOBALIZACIÓN COMERCIAL EN LA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS MEXICANAS

CÉSAR FRANCISCO CÁRDENAS DÁVILA*
JOSÉ G. VARGAS-HERNÁNDEZ**

Resumen

La finalidad de esta investigación es proporcionar una propuesta metodológica para el análisis del impacto que tiene la globalización comercial en la internacionalización de las empresas mexicanas; las cuales, aprovechándose de la política comercial aperturista de México, a través del multilateralismo y el regionalismo, han incrementado su presencia en los mercados internacionales. A través del método de investigación estadístico descriptivo, se analizará el aumento en la internacionalización de las empresas mexicanas, el impacto de los inversionistas extranjeros y las principales multinacionales en la libre competencia, situación que obliga a las empresas mexicanas a centrarse en la innovación y el desarrollo, en adoptar procesos productivos más competitivos, así como una mejora en su organización interna.

Palabras clave: Globalización, internacionalización, multilateralismo, multinacionales, regionalismo.

METHODOLOGICAL PROPOSAL TO STUDY THE IMPACT OF ECONOMIC GLOBALIZATION IN THE INTERNATIONALIZATION STRATEGY OF MEXICAN FIRMS

Abstract

The aim of this paper is to suggest a methodology proposal for the analysis of the impact that the commercial globalization trend has on relation to the internationalization of Mexican firms, which have taken advantage of Mexican liberalization and commercial policies, which thanks to multilateralism and regionalism, have increased their presence in the international markets. The statistic descriptive modeling methodology is used to analyze the increase of internationalization in Mexican firms, the impact of foreign inversions, and the main multinationals in an open competition environment in Mexico; a situation that forces Mexican firms to concentrate in innovation and development, to adopt more competitive productive processes as well as improvements within their internal organization.

Keywords: Globalization, internationalization, multilateralism, multinationals, regionalism.

PROPOSITION MÉTHODOLOGIQUE POUR L'ÉTUDE DE L'IMPACT DE LA GLOBALISATION COMMERCIALE DANS LA STRATÉGIE D'INTERNATIONALISATION DES ENTREPRISES MEXICAINES

Résumé

Le but de cette recherche est de présenter une proposition méthodologique pour l'analyse de l'impact de la globalisation commerciale dans l'internationalisation des entreprises mexicaines, lesquelles ont augmenté leur présence dans les marchés internationaux, en profitant de la politique d'ouverture commerciale du Mexique, par le multilatéralisme et le régionalisme. La méthode statistique descriptive de la recherche permettra l'analyse de la croissance de l'internationalisation des entreprises mexicaines, ainsi que de l'impact des investisseurs étrangers et des principales multinationales dans la libre concurrence, une situation qui exige aux entreprises mexicaines de se concentrer sur l'innovation et le développement, d'adopter des processus de production plus compétitifs, et d'améliorer leur organisation interne.

Mots clés : globalisation, internationalisation, multilatéralisme, multinationales, régionalisme

1. Introducción

México ha experimentado un aumento sostenido en la internacionalización de las empresas mexicanas; aumento que se debe en gran medida a la política comercial aperturista adoptada por el país. A raíz del ingreso de México al Acuerdo General de Aranceles al Comercio (GATT por sus siglas en inglés) en 1986 y al adoptar las tendencias comerciales del multilateralismo y el regionalismo, se ha producido, como consecuencia un incremento en la internacionalización de las empresas mexicanas.

Desde finales de los años 90's, México ha experimentado un aumento en la inversión de grandes empresas mexicanas en el extranjero, que han sobrevivido a las reformas del mercado y a las políticas de ajustes estructurales (Vargas, 2011); por lo que se deduce, que el apoyo del gobierno mexicano a las empresas mexicanas, así como el impacto de la globalización comercial actual, tiene como resultado un incremento sostenido en la internacionalización de las empresas mexicanas. Se propone, realizar un estudio riguroso del desenvolvimiento de las multinacionales mexicanas en la actualidad.

La propuesta metodológica es analizar el impacto que tiene la globalización comercial en la internacionalización de las empresas mexicanas, mismas que, aprovechándose de la política comercial aperturista de México, a través del multilateralismo y el regionalismo, han incrementado su presencia en los mercados internacionales.

A través del método de investigación estadístico descriptivo, se analizará el aumento en la internacionalización de las empresas mexicanas así como el impacto de los inversionistas extranjeros y las principales multinacionales en la libre competencia; situación que obliga a las empresas mexicanas a centrarse en la innovación y el desarrollo, en adoptar procesos productivos más competitivos, así como una mejora en su organización interna.

2. Antecedentes del problema

A raíz del ingreso de México al Acuerdo General de Aranceles al Comercio (GATT por sus siglas en inglés) en 1986 y al adoptar las tendencias comerciales del multilateralismo y el regionalismo, México ha tenido como consecuencia un incremento en la internacionalización de sus empresas; situación que ha ocasionado un aumento en la inversión a el extranjero de grandes empresas mexicanas que han sobrevivido a las reformas del mercado y a las políticas de ajustes estructurales (Vargas, 2011).

Por lo que se deduce, que el apoyo del gobierno mexicano a las empresas mexicanas, así como el impacto de la globalización comercial actual,

tiene como resultado un incremento sostenido en la internacionalización de las empresas mexicanas, así como en la decisiones de éstas para seleccionar una estrategia de internacionalización a un mercado específico.

3. Delimitación del problema

Actualmente, se observa un incremento en la internacionalización de las empresas mexicanas, derivado de la política comercial aperturista adoptada por México y de la globalización comercial de la que es parte, tendencia que puede dividirse en dos ramas, por una parte el multilateralismo, mismo que se entiende como la apertura comercial de un país a través de la celebración de tratados de libre comercio, y por otra, el regionalismo, que se entiende como la apertura comercial de un país a través de la integración regional (Arango y Cardona, 2008).

Por lo tanto, las preguntas de investigación serían:

A. ¿Cuál es el grado de aumento en la internacionalización de las empresas mexicanas, desde el ingreso de México en el GATT desde 1986 a la fecha, derivado de la globalización comercial de la que es parte el país?

B. ¿Cuál es el grado de aumento en la internacionalización de las empresas mexicanas, desde la adopción de políticas comerciales aperturistas del país, a causa del multilateralismo?

C. ¿Cuál es el grado de aumento en la internacionalización de las empresas mexicanas, desde la adopción de políticas comerciales aperturistas del país, a causa del regionalismo?

D. ¿Cuál es el impacto que tiene el multilateralismo o el regionalismo en la selección de un país destino al momento de realizar la internacionalización de una empresa?

4. Justificación

La globalización de los mercados, las sociedades, las culturas y la actual geopolítica global, impacta de manera directa en la internacionalización de las empresas mexicanas, mismas que, aprovechándose de la política comercial aperturista de México, a través del multilateralismo y el regionalismo, han incrementado su presencia en los mercados internacionales.

De igual forma, al atraer a los inversionistas extranjeros y a las principales multinacionales al país, se ha impactado de manera directa la libre competencia, situación que obliga a las empresas mexicanas a centrarse en la innovación y el desarrollo, en adoptar procesos productivos más competitivos así como una mejora en su organización interna.

5. Supuestos

A. La globalización comercial tiene un impacto en las estrategias de la internacionalización de las empresas.

B. El multilateralismo adoptado por un país, tiene un impacto en la internacionalización de sus empresas.

C. El regionalismo adoptado por un país, tiene un impacto en la internacionalización de sus empresas.

D. El multilateralismo o el regionalismo adoptado por un país, tiene un impacto en la selección de un país al momento de realizar la internacionalización de una empresa.

e interdependencia entre los distintos países del mundo, unificando sus mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les dan un carácter global.

6. La globalización comercial

A. Marco conceptual

Desde hace poco más de dos décadas, la economía global se ha caracterizado por avances tecnológicos y científicos, teniendo como consecuencia modificaciones en la producción a nivel global, creando una interdependencia entre empresas nacionales y multinacionales.

A este proceso se le conoce como globalización y su principal característica es que ha generado un incremento en el comercio internacional e inversión extranjera, situación que ha obligado a los países a luchar por participar en un mayor número de mercados, así como lograr captar mayor volumen de los flujos de inversión extranjera directa (Gómez 2006).

Haciendo una integración de los diferentes conceptos de la Globalización comercial, se vierten en la siguiente tabla:

La globalización económica consiste en operar con costos relativamente bajos como si el mundo entero o las regiones más importantes de un país fueran una sola entidad. Una aproximación a la definición de globalización, sería integrarla a partir de sus características, tenemos entonces que la globalización es un proceso económico, tecnológico, social y cultural a gran escala, que consiste en la creciente comunicación

B. Marco teórico

1) Globalización de mercados

Pineda (1998) realiza en su obra, una aproximación a la definición de globalización, analizando siete enfoques que tratan de explicar la globalización como teoría. En ellos se observa la presencia del capitalismo como fuerza impulsora del cambio a nivel mundial en las últimas décadas, y que explica en gran medida el surgimiento del fenómeno de globalización, con un sinnúmero de impactos de carácter multidisciplinario pues conlleva aparte del ámbito estrictamente económico, aspectos sociológicos, culturales, políticos, religiosos, tecnológicos, ambientales, entre otros; ninguno de los cuales logra individualmente dar una explicación a la complejidad del fenómeno de la globalización.

Los más beneficiados de este proceso de globalización son las multinacionales, corporaciones que se benefician de las enormes economías de escala, ya sea en producción o distribución, así como la estandarización de productos, tal como lo establece Levitt (1983) las empresas multinacionales a nivel mundial ofrecen en todos los mercados nacionales el mismo tipo de productos que venden en su mercado de origen, productos totalmente estandarizados y sin ninguna diferenciación, obteniendo con esto una mayor calidad y rentabilidad en sus estructuras de costos.

En virtud de lo anterior, las empresas mexicanas no solo se enfrentan a una feroz competencia en los mercados internacionales, sino que se enfrentan a competidores internacionales en el mercado nacional, con productos estandarizados, con mejor tecnología

Tabla 1. Globalización comercial

Términos	Acepciones y Autores
Productos a bajo coste	"Conjunto de factores económicos, tecnológicos y sociales que permitan que las empresas multinacionales pudieran vender sus productos casi sin diferencias en diversos países" (Levitt, 1983:2).
Mayor volumen de los flujos de IED	Una lucha por participar en un mayor número de mercados, así como lograr captar mayor volumen de los flujos de inversión extranjera directa (Gómez, 2006).
Opera sin patria en una escala mundial	Son aquellas empresas globales que abandonaron su identidad nacional y operan como una entidad sin patria en una escala global (Ohmae, 1991).
Integración mundial de economías	"Acelerada integración mundial de las economías a través del comercio, la producción, los flujos financieros, la difusión tecnológica, las redes de información y las corrientes culturales"
Integración mundial de mercados	"Proceso dinámico de creciente libertad e integración mundial de los mercados de trabajo, bienes, servicios, tecnología y capitales" (De la Dehesa, 2000: s.p).

Fuente: Elaboración propia a partir de la revisión de autores citados.

y sobre todo, más económicos. Los consumidores, inicialmente tenían preferencias locales, hoy en día, se ven seducidos por el precio bajo (Levitt, 1983).

2. Adopción de políticas comerciales aperturistas

Sin duda una de las políticas neoliberales más importantes de los años ochenta fue la adopción por parte de México del GATT -hoy Organización Mundial de Comercio (OMC)-en 1986, lo que tuvo como resultado la adopción de políticas comerciales aperturistas.

Dentro de los principales compromisos signados por México, fue la disminución gradual de aranceles al comercio, así como la adopción de políticas comerciales de no discriminación, dentro de las cuales destacamos el trato nacional y el trato de la nación más favorecida, generando con esto, una mayor apertura comercial en México.

a) México y el multilateralismo

El multilateralismo, es definido por Arango Quintero y Cardona Montoya (2008: s.p.) como la “apertura comercial de un país a través de la celebración de acuerdos comerciales con un país, aprovechando las políticas comerciales aperturistas de ambos países, con el objetivo de aumentar el comercio internacional, protección a los inversionistas y creación de políticas comerciales que beneficien a ambos países”.

“En la esfera de las relaciones comerciales internacionales, la característica fundamental y distintiva de la estrategia impulsada por los Estados Unidos para garantizar la estabilidad y la prosperidad ha sido el multilateralismo”, sostuvo el 16 de octubre de 1995 Renato Ruggiero, Director General de la OMC. Ruggiero estableció la importancia de la visión y el liderazgo de los Estados Unidos, primero en el marco del GATT y ahora en el de la OMC, los principios fundamentales del comercio internacional lo constituyen los principios de no discriminación y el de la nación más favorecida (Ruggiero, 1995: s.p.).

Tal y como lo asevera Jiménez, (2007), los tratados de libre comercio celebrados por México, forman parte fundamental del proceso de internacionalización. Es por ello que las empresas deben aprovechar las ventajas de la apertura comercial para asegurar su presencia en otros países.

Después de suscribir el Tratado de Libre Comercio con América del Norte en 1994, donde destacan preferencias arancelarias para los países signantes, apoyo a la inversión extranjera, medios alternativos de solución de controversias contra prácticas desleales al comercio, regulaciones de derechos de propiedad intelectual, entre otros, México inició una carrera por firmar tratados comerciales con otros países, con el único objetivo de diversificar sus exportaciones y aprovechar preferencias arancelarias con otros países.

Actualmente, México cuenta con una red de 10 Tratados de Libre Comercio con 45 países (TLC's),

según datos de la Secretaría de Economía (2015), en dichos acuerdos comerciales, ya se encuentra incluido el nuevo TLC México- Centroamérica, mismo que entró en vigor el pasado 31 de agosto de 2012.

En el TLC México- Centroamérica están incluidos México, Costa Rica, Nicaragua, El Salvador, Guatemala y Honduras; éste tratado, sustituyó a los tres acuerdos comerciales vigentes que tenía México con Centroamérica, (TLC México – Costa Rica de 1995, TLC México-Nicaragua en 1998 y TLC México -Triángulo del Norte en 2001), resultando con esto, un total de 10 TLC's con 45 países.

Queda pendiente de anexar a esta lista de tratados comerciales el reciente Tratado de Libre Comercio México-Panamá, mismo que en abril de 2014 fue signado por los presidentes de ambos países.

De igual forma, según datos de la Secretaría de Economía (2015) México cuenta con 30 Acuerdos para la Protección y Promoción Recíproca de Inversiones (APPRI), así como con 9 acuerdos de alcance limitado (Acuerdos de Complementación Económica y Acuerdos de Alcance Parcial) en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI).

b) México y el regionalismo

El regionalismo, es explicado por Arango Quintero y Cardona Montoya (2008: s.p.) como la “apertura comercial de un país a través de la integración regional con dos o más países, a través de la celebración de acuerdos comerciales de carácter regional”. De hecho, los autores afirman que actualmente, los tratados y acuerdos de integración regional, se han convertido en los rectores de la dinámica comercial global.

En la última década se ha observado la creación de bloques regionales económicos, a través de los cuales varias naciones celebran acuerdos regionales que les permiten unir esfuerzos para obtener un mayor beneficio de su intercambio comercial (Jiménez, 2007), situación que ha derivado en un aumento en el comercio internacional entre regiones de países colindantes, como principales ejemplos encontramos para la Unión Europea (UE28), el TLCAN, el Bloque Centroamericano, Mercosur y el más reciente la Alianza del Pacífico (México, Perú, Colombia y Chile).

Según datos de la Secretaría de Economía (2015), México participa en la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), además, participa activamente en organismos y foros multilaterales y regionales como la Organización Mundial del Comercio (OMC), el Mecanismo de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC), la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), entre otras.

El Foro de Cooperación Económica Asia Pacífico (APEC por sus siglas en inglés) del que México es parte, es el organismo más representativo en el proceso de regionalización. El APEC se rige sobre tres

pilares: liberación del comercio, cooperación técnica y fomento de la inversión. De acuerdo con Martínez (2002), el interés por crear un organismo de este tipo surgió después de la segunda guerra mundial, ya que la región requería un crecimiento económico e interacción económica entre países, de esta manera, se formaron organizaciones a nivel regional, así como agrupaciones gubernamentales y foros sectoriales.

Otro organismo, importante sin duda, es la Alianza del Pacífico, una iniciativa de integración regional derivada de la actual política exterior del Presidente Peña Nieto (2012-2018) y su impulso por iniciativas regionales, donde ha logrado una integración regional entre México, Colombia, Perú y Chile, precisamente aquellos países sudamericanos que no pertenecen al bloque del Mercado Común del Sur (MERCOSUR), por tener políticas comerciales y económicas completamente distintas.

Dicho bloque regional, la Alianza del Pacífico, según sus estatutos, pretende impulsar un mayor crecimiento, desarrollo y competitividad de las economías partes, con miras a lograr un mayor bienestar y superar la desigualdad socioeconómica. Sus objetivos son el de construir de manera consensuada y participativa, una área de integración profunda para avanzar progresivamente hacia la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas, es decir, un mercado común.

De igual forma pretende, convertirse en una plataforma de articulación política, de integración económica y comercial y de proyección al mundo, con especial énfasis en la región Asia-Pacífico (Alianza del Pacífico, 2015).

En el caso de América Latina, las iniciativas de integración regional han aumentado significativamente en los últimos años. A consecuencia de los acuerdos regionales, subregionales y bilaterales signados por los países, se ha logrado una mayor liberalización del comercio mutuo, así como una mayor cooperación económica entre los países (Van Klaveren, 1997).

Una de las ventajas principales al suscribir TLC's con bloques comerciales, no es solo lograr tener una mayor presencia en otros mercados, sino el poder disminuir tanto las barreras arancelarias como las no arancelarias del comercio internacional, al estandarizar requisitos entre los países integrantes del bloque, situación que acontece por ejemplo, con la Unión Europea, integrada por 28 países, o bien el Mercado Común Sudamericano (MERCOSUR), integrado por 5 países. Los bloques regionales representan entonces, una ventaja para lograr posiciones favorables en regiones clave por parte de aquellos países con mayor poder de negociación (Arango et al, 2008).

Será objeto de esta investigación, el analizar que mecanismo aperturista ha impactado más a las empresas mexicanas, siendo el caso del multilateralismo o bien, el regionalismo.

El regionalismo ofrece ventajas para la inversión extranjera y las exportaciones como lo son el contar con un solo mercado integrado por varios países con características similares, lo que representaría una estrategia de expansión internacional para la empresa o bien, la estandarización y disminución de regulaciones y restricciones arancelarias y no arancelarias, dentro de las cuales podemos mencionar, las regulaciones fitosanitarias, sanitarias, permisos previos y licencias a la exportación, lo que tendría como resultado una mayor facilidad para las empresas al momento de exportar sus productos.

7. Internacionalización de las empresas

A. Marco Conceptual

Con el objetivo de hacer una integración de los diferentes conceptos de Internacionalización, se vierten en la tabla N° 2.

1. Empresas multinacionales

“El acelerado surgimiento de economías en desarrollo está caracterizado por una ola de crecimiento económico y el surgimiento de empresas nacionales para convertirse en competidores globales, mismas que están globalizando sus negocios y compitiendo con el modelo tradicional americano de modernas empresas multinacionales”, establece Vargas Hernández (2010: s.p.).

Haciendo una recopilación de los diferentes autores y conceptos otorgados por organismos internacionales, se vierten en la tabla N° 3.

De la tabla 3 se desprende la diferencia entre los diferentes conceptos de empresa internacionales, es decir, pueden existir empresas exportadoras que no tengan el carácter de internacionalizadas, o bien, empresas que tengan plantas de producción en un mercado distinto al de origen, lo que les da el carácter de internacional. Existe una delgada línea entre empresas internacionales y empresas multinacionales, diversos autores coinciden en que la diferencia principal es que las segundas, comercializan bienes o servicios en al menos un mercado exterior, además de contar con plantas de producción en mercados diferentes al de origen.

Finalmente la diferencia entre una empresa multinacional y una transnacional radica en que las segundas, tienen estrategias globales, donde ven a los mercados nacionales como uno solo, estas empresas, diseñaran estrategias globales que se apliquen a todos los mercados donde estén instaladas, en cambio, las empresas multinacionales, aunque si bien tienen una estrategia global, impuesta por la matriz, manejan cada una de sus filiales como independientes, adaptando las estrategias a cada mercado donde estén instaladas.

Tabla 2. Internacionalización

Términos	Acepciones y autores
Formulas y niveles de compromiso susceptibles de variación	"...Proceso complejo, que admite fórmulas institucionales diversas según el nivel de compromiso adquirido por la empresa en los mercados internacionales. Estas fórmulas y niveles de compromiso son susceptibles de variación a medida que la empresa asienta su presencia en el escenario internacional" (López Duarte, 1996: 93).
Proceso evolutivo y dinámico a largo plazo que afecta gradualmente a la cadena de valor	"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" (Villarreal Larrinaga, 2006: 1082).
Actividad económica en otros países	El desarrollo de la actividad económica de la empresa en otros países (Bueno, 1996).
Compromiso gradual con los mercados internacionales	Plantea que el proceso de internacionalización de una empresa es un compromiso gradual de la misma con los mercados internacionales Johanson y Vahlne, 1990; Vahlne y Nordsrrom, 1993).
Adoptar modalidades de transacción	El proceso de adaptar modalidades de transacción de intercambio a mercados internacionales (Andersen, 1993).
Apertura de nuevos mercados, costos de producción bajos.	Los objetivos de internacionalización son la apertura de nuevos mercados y una estructura de producción más eficiente así como costos de producción más bajos. (Canals, 1994).
Recursos o clientes fuera de las fronteras	"Internacionalizar la empresa es gestionar cualquier área de la empresa utilizando recursos o clientes de fuera de las fronteras del país en que la empresa está" (Zaldo, 1997: 261).

Fuente: Elaboración propia a partir de revisión de autores citados.

Tabla 3. Empresa Multinacional

Términos	Acepciones y Autores
Empresa multiplanta	Aquella que tiene una de sus plantas generadoras de ingresos localizadas fuera del país de origen (Dunning, 1981).
Empresa exportadora	Aquella que concentra su actividad productiva en el país de origen y que comercializa sus bienes o servicios en al menos un mercado exterior (Pla y León, 2004).
Empresa global	Se refiere a los enfoques estratégicos concretos que pueden adoptar las empresas multinacionales, especifican las estrategias básicas de multinacionalización descritas por Bartlett y Ghoshal (2002).
Empresa multidoméstica	
Empresa trasnacional	
Empresa globalizada	Empresa multinacional con presencia significativa en el mundo (Pla y León, 2004)
Empresa multinacional	La multinacional es aquella que concentra su actividad productiva en el país de origen y que comercializa sus bienes o servicios en al menos un mercado exterior (Jarillo y Martínez, 1991).
Empresas globales	Dichas empresas multinacionales tienen una presencia significativa en todo el mundo, asimila la aceptación de empresas global (Ohmae, 1991).
Empresas que nacen internacionales	Empresas que nacen internacionales, se plantea como unidad en las nuevas corrientes que tratan de explicar el acelerado proceso de internacionalización (McDougall et al, 1994).

Fuente: Trujillo Dávila, et al, 2006.

Hymer (1976), estableció que para que las empresas puedan tener instalaciones productivas en el extranjero, o bien pudieran competir con empresas extranjeras en sus propios mercados, éstas deben de tener una

ventaja competitiva, como lo podría ser la tecnología, la organización, distribución, comercialización, origen de la producción entre otras.

2. Inversión extranjera directa

La inversión extranjera directa es un concepto muy vinculado a las empresas multinacionales y a la internacionalización de las empresas. La legislación vigente en México, sobre inversiones extranjeras respeta, con algunas excepciones, las definiciones que ofrecen organismos internacionales como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (Benchmark Definition), Banco Mundial, entre otros.

Fernandez-Otheo (2005) establece que las formas en que la inversión extranjera directa se produce son a través de la adquisición de una parte o el todo del capital social de una empresa, la reinversión de beneficios, préstamos o bien, la creación de nuevas empresas. De igual forma, Hymer (1976) considera que la eliminación del conflicto entre empresas competidoras cuando el mercado es imperfecto, tiene como consecuencia la inversión extranjera directa.

En esta investigación, se debe entender la internacionalización de las empresas como la decisión de éstas de dirigirse a mercados geográficos externos a su localización original, instalando centros de distribución o producción en mercados internacionales, creando con esto empresas multinacionales.

B. Marco teórico

1. Teoría de la internalización

Una primera aproximación a la teoría de la internalización, parte de la teoría de los costos de transacción, misma que establece que cuando los mercados son perfectamente competitivos, no hacen falta mecanismos de control, ya que ante la amenaza de ser sustituido por otra empresa, las obliga a actuar de manera más eficiente (Whitelock, 2002).

Ahora bien, en el supuesto de una disminución del número de proveedores, los costos de transacción tienden a incrementarse ante la imposibilidad de sustituirlos, ya que sería necesaria una negociación y mecanismos de supervisión para asegurar el cumplimiento de lo pactado en el contrato (Dwyer y Oh, 1988). La teoría de la internacionalización, considera como elemento clave de la base del conocimiento de la empresa a los consumidores, competidores, el entorno y los canales (Morgan y cols. 2003).

Tomando como punto de partida a la empresa multinacional, sobresalen las aportaciones de autores pertenecientes a la escuela de Uppsala (Johanson y Wiedersheim, 1975; Johanson y Vahlne, 1977, 1990; Vahlne y Nordsrrom, 1993), donde su hipótesis principal establece que las empresas comienzan sus operaciones internacionales cuando su tamaño todavía es reducido y siguiendo una estrategia de crecimiento empresarial

Tabla 4. Inversión extranjera directa

Términos	Acepciones y autores
Flujo de recursos	Inversión extranjera directa se refiere a las inversiones en un país diferente del país origen al inversor, lo que llama flujo de recursos Dunnign, 1988).
Estrategia en el proceso de internacionalización	Opción de implantación internacional, una modalidad estratégica en el proceso de internacionalización de la empresa (López Duarte, 1996).
Inversionista directo y empresa de inversión directa.	"La inversión extranjera directa es la categoría de inversión internacional que refleja el objetivo, por parte de una entidad residente en una economía (inversionista directo) de obtener una participación duradera en una empresa residente en otra economía (empresa de inversión directa)", (OMC, 2002: s.p.).
Relación duradera entre un residente y un no residente de una economía.	"Relación duradera entre un residente en una determinada economía (sociedad filial) y un no residente (sociedad inversora), con ánimo de influir en su gestión, para lo que se requiere que esta última posea al menos un 10% del capital accionario de la primera" (OCDE BenchmarkDefinition: s.p.).
Interés a largo plazo entre un inversor directo y una inversión directa.	"La inversión extranjera directa refleja el interés de largo plazo de una entidad residente en una economía (inversor directo) en una entidad residente en otra economía (inversión directa). Cubre todas las transacciones entre los inversores directos y la inversión directa, lo cual significa que cubre no sólo la transacción inicial, sino que también las transacciones subsecuentes entre las dos entidades y el resto de empresas afiliadas" (UNCTAD, 1996 s.p.).
Suma del capital accionario, la reinversión de las ganancias y capital a corto y largo plazo.	"La inversión extranjera directa (IED) se define como la entrada neta de capital realizada para obtener un control de gestión duradero (10% o más de las acciones que confieren derecho de voto) de una empresa que funciona en una economía que no es la del inversionista. Es la suma del capital accionario, la reinversión de las ganancias y otras formas de capital a largo y a corto plazo, tal como se describe en la balanza de pagos. En otras palabras, es el valor de la afluencia de inversiones directas llevada a cabo por inversionistas no residentes en la economía declarante" (Banco Mundial, 2015: s.p.).

Fuente: Elaboración propia a partir de revisión de autores citados.

hacia mercados más próximos, comienzan a expandirse internacionalmente (Johanson y Vahlne, 1990). Según Canals (1994), se pueden distinguir cuatro grandes tipos de empresas internacionales: empresa exportadora, empresa multinacional, empresa global y empresa transnacional.

Las teorías clásicas del comercio internacional y la internacionalización de las empresas las aportan Smith (1776), Ricardo (1817), así como Heckscher (1919) y Ohlin (1933) mismas que se enriquecen con las siguientes corrientes doctrinales: la teoría del ciclo de vida del producto, teoría de la internacionalización, el modelo de Uppsala, el paradigma de Porter, el paradigma de Dunning y la teoría estratégica, mismas que se desarrollan en la tabla N° 5.

2. Crecimiento de las empresas

No se puede analizar la internacionalización sin estudiar el crecimiento de las empresas, de acuerdo con Penrose (1959: 12) el crecimiento de las empresas es

un “proceso acumulativo resultado de la interacción entre inductores externos tales como las oportunidades del mercado y los servicios productivos disponibles en la empresa, derivados de sus propios recursos”. El crecimiento en las empresas mexicanas y su posterior adaptación a las necesidades de los mercados internacionales, son una consecuencia del impacto que genera la competencia extranjera en el país.

Es notorio el crecimiento de las empresas mexicanas a raíz de la integración regional de la que ha sido parte México, Chandler (1992) destaca que unos de los factores externos fundamentales en el proceso de expansión de las empresas son la tecnología, los cambios en la población así como los mercados. La integración puede contribuir también a la transferencia de tecnología y a la transmisión del conocimiento entre empresas, al acercar a los productores nacionales a nuevos procesos generados por los socios comerciales (Grossman y Helpman, 1990).

Al existir una mayor competencia por parte de las empresas extranjeras, así como procesos productivos innovadores y la transmisión tecnológica, tienen como

Tabla 5. Principales teorías sobre la internacionalización

Escuela	Aportación	Autores
Teoría de la ventaja absoluta	Habilidad que se tiene para producir un bien usando menor insumo que otro productor.	Smith (1776)
Teoría de la ventaja comparativa	Los países tienden a especializarse en la producción y exportación de aquellos bienes que fabrican con un coste relativamente más bajo respecto al resto del mundo, en los que son comparativamente más eficientes que los demás y que tenderán a importar los bienes en los que son más ineficaces y que por tanto producen con unos costes comparativamente más altos que el resto del mundo.	Ricardo (1817)
La teoría Heckscher-Ohlin	Si un país tiene una abundancia relativa de un factor (trabajo o capital), tendrá una ventaja comparativa y competitiva en aquellos bienes que requieran una mayor cantidad de ese factor.	Heckscher (1919), Ohlin (1933)
Teoría del ciclo de vida del producto	Análisis de la interdependencia entre la etapa de vida del producto y la internacionalización	Vernon (1966)
Teoría de la internacionalización	Aplicación del enfoque de los costes de transacción al modo de internacionalización de la empresa.	Buckley y Casson (1976)
Modelo de Uppsala	Estudio del proceso de internacionalización de las empresas.	Johanson y Vahlne (1977, 1990)
Paradigma de Porter	Análisis de la ventaja de localización en el país de origen.	Porter (1986, 1990)
Paradigma de Dunning	Clasificación de los factores de internacionalización en ventajas de propiedad, de internacionalización de localización.	Dunning (1981, 1985, 1993, 1998)
Teoría estratégica	Análisis de la interdependencia entre la etapa de vida del producto y la internacionalización.	Bartlett y Ghoshal (2002)

Fuente: Elaboración propia con base en Galán, Galande, González, (2000).

consecuencia, un aumento en la internacionalización de las empresas mexicanas. Arjona (1995) establece que sería ventajoso para un país competir exitosamente en una industria o producto al aprovechar el avance tecnológico en mercados que ofrezcan buenas perspectivas de desarrollo y que descansen en tecnologías claves.

De acuerdo con Johanson y Vahlne (1977: 11-24) “la internacionalización como un fenómeno de naturaleza evolutiva y dinámica, implica un creciente compromiso de recursos humanos y financieros en los mercados extranjeros, por parte de la empresa”. Por lo que, las estrategias de internacionalización suponen un compromiso por parte de las empresas, en seguir invirtiendo en innovación tecnológica con la finalidad de evolucionar al ritmo que el mercado internacional lo está haciendo.

La mayoría de las empresas mexicanas con capital extranjero, proviene principalmente de los socios comerciales con los que México ha firmado acuerdos comerciales, siendo la mayoría de los casos capital estadounidense. La inversión extranjera directa juega un papel fundamental en el desarrollo de las empresas, principalmente en aquellas pequeñas y medianas empresas (PyMEs) que participan como proveedoras

de empresas multinacionales extranjeras. (Asheim y Isaksen, 2003) destacan la importancia de la cercanía geográfica o la cercanía cognitiva, en el aumento de las relaciones comerciales entre empresas proveedoras locales y empresas productoras globales.

El crecimiento de la empresa, está vinculado a la construcción de habilidades y capacidades adquiridas durante su operación productiva diaria, teniendo que enfrentarse a las condiciones del contexto económico en el que se desenvuelven (Torres y Jasso, 2009). Los autores señalan que existen factores que provocan la expansión o retracción de las empresas, como la son la oportunidad de crear nuevos mercados, los cambios en las características demográficas, el desarrollo de innovaciones tecnológicas o bien, la declinación de la demanda de productos.

8. Métodos de investigación

Se elabora la siguiente tabla de congruencia metodológica donde se vierten las hipótesis de la investigación, las variables, los indicadores a utilizar, los instrumentos de investigación así como el análisis de los datos estadísticos.

Tabla 6. Congruencia metodológica

Variable	Descripción	Concepto	Indicadores	Instrumentos de investigación	Operacionalización de las variables (ítems)	Análisis de datos
X	La globalización comercial	Proceso económico, tecnológico, social y cultural a gran escala, que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo, unificando sus mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les dan un carácter global (concepto del autor).	(X1) Multilateralismo (X2) Regionalismo	Documental	<ul style="list-style-type: none"> Acuerdos y tratados comerciales celebrados por México. Bloques comerciales y asociaciones internacionales comerciales a las que pertenece México. 	Estadística descriptiva que proporcionaría gráficas Análisis de promedio Mediana Media Estadística inferencial Correlación de variables
Y	Internacionalización de la empresa	La Estrategia de internacionalización de las empresas mexicanas: "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" Villarreal Larrinaga O. (2006).	Expansión en el mercado global Tasa de crecimiento de empresas al extranjero	Análisis documental Bases de datos IQOM	Empresas exportadoras e importadoras en México. Multinacionales instalada en el país. Expansión de firmas mexicanas a mercados exteriores.	Se utiliza el sistema SPSS para graficar Estadística descriptiva Investigación es longitudinal.

Fuente: Elaboración propia

9. Reflexiones finales

A través del método de investigación estadístico descriptivo, se pretende analizar el aumento en la internacionalización de las empresas mexicanas así como el impacto de los inversionistas extranjeros y las principales multinacionales derivado de la globalización comercial, mismas que aprovechándose de la política comercial aperturista de México, a través del multilateralismo y regionalismo, han incrementado su presencia en los mercados internacionales. De igual forma, de qué manera impacta la globalización comercial, en las estrategias de internacionalización de las empresas mexicanas, al momento de decidir internacionalizarse hacia un mercado en específico.

En virtud de lo anterior, las empresas mexicanas no solo se enfrentan a una feroz competencia en los mercados internacionales, sino que se enfrentan a competidores internacionales en el mercado nacional, con productos estandarizados, con mejor tecnología y sobre todo, más económicos; los consumidores, inicialmente tenían preferencias locales, hoy en día, se ven seducidos por el precio bajo.

References Bibliographiques

- ALIANZA DEL PACIFICO (2015). Información oficial. Página oficial. Disponible en: <http://alianzapacifico.net/en>
- ANDERSEN, O (1993). "On the internationalisation process of firms; a critical analysis". *Journal of International Business Studies*. Second quarter. P. 209-231
- ARANGO QUINTERO, J.C. y CARDONA MONTOYA, G. (2008). "Multilateralismo, regionalismo abierto y desviación de comercio: una relación dialéctica". *Mercatec*, 2008/No. 44, Colombia, Esumer, 1995-2011, pp. 25-32.
- ARJONA, L. (1995). "La tecnología en la teoría del comercio: la perspectiva evolutiva". *El Trimestre económico*, vol. LXII, No. 248, México, D.F., Fondo de Cultura Económica (FCE).
- ASHEIM, B. y A. ISAKSEN (2003). "SMEs and the regional dimension of innovation", en Asheim, B. Isaksen, A. Nauwelaers, C. Tödtling, F. (editores), *Regional Innovation Policy for Small-Medium Enterprises*, Edwar Elgar Publishing, Reino Unido.
- BARTLETT C., GHOSHAL S. (2002). "Managing Across Borders". *Harvard Business Press*, 2002. 391 pp
- BLOMSTRÖM, M. Y A. KOKKO (1996). "The Impact of Foreign Investment on Host Countries: A Review of the Empirical Evidence". *Working Paper* 349, Stockholm School of Economics, NBER and CEPR.
- BUCKLEY, P.J., Y CASSON, M. (1976). *The Future of the Multinational Enterprise*, McMillan, Londres.
- BUENO, E. (1996). *Dirección estratégica de la empresa; metodología, técnicas y casos*, Madrid: Pirámide.
- CANALS, J. (1994). *La internacionalización de la Empresa*. Madrid, McGraw-Hill.
- CHANDLER, A., (1992). "Organizational Capabilities and the Economic History of the Industrial Enterprise". *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 6, Num. 3, pp.79-100
- DE LA DEHESA, G. (2000). *Comprender la globalización*, Alianza Editorial, Madrid.
- DUNNING, J.H. (1981). *International Production and the Multinational Enterprise*. London: George Allen & Unwin.
- DUNNING, J.H. (1985). *Multinational Enterprises Economic Structure and International Competitiveness*. New York; John Wiley & Sons.
- DUNNING, J.H. (1993). *The Globalization of Business*. London: Routledge.
- DUNNING, J.H. (1998). "Location and the Multinational Enterprise: A Neglected Factor". *Journal of International Business Studies*. 29 (1): 45-66
- DWYER R., OH S. (1988). "A transaction cost perspective on vertical contractual structure and interchannel competitive strategies". *The Journal of Marketing*. Vol. 52, No. 2 pp 21-34
- ERIKSSON, J.; JOHANSON, A.; MAJKGARD, A. Y SHARMA, D. (1997), "Experiential Knowledge and Cost in the Internationalisation Process", *Journal of International Business Studies*, vol.28 (2), págs. 337-360.
- FERNÁNDEZ-OTHEO, C. M. (2005): "Inversión directa extranjera", en García Delgado, J.L. (dir.), *Lecciones de Economía española*, séptima edición, Thomson-Civitas, Madrid.
- FMI (1997): *World Economic Outlook*, Washington, DC
- GALÁN, J. GALANDE J., GONZÁLEZ J. (2000). "Factores determinantes del proceso de internacionalización: El Caso Castilla y León comparado con la evidencia española". *Revista Economía Industrial*. No. 333.
- GÓMEZ, Arulfo R. (2006). "Globalización, Competitividad y Comercio Exterior". *Análisis Económico*, segundo cuatrimestre, año/vol XXI, numero 047. Universidad Autónoma Metropolitana - Azcapotzalco. Distrito Federal, Mexico. Pp. 131-178
- GROSSMAN, G. Y E. HELPMAN (1990). "The new growth theory. Trade, innovation and growth". *The American Economic Review*; Proquest social science Journals, mayo 1990, American Economic Association, vol. 80, num. 2, en <http://www.jstor.org/pss/2006548>, pp. 86/91
- HERNÁNDEZ M., SOTO, A., VÁZQUEZ M.A., (2008). "Impacto subregional del TLCAN. Sonora en el contexto de la frontera norte". *Frontera Norte*, julio-diciembre, año/vol. 20, numero 040. El Colegio de la Frontera Norte. Tijuana, México. pp. 105-134.
- HYMER, S. H. (1960/1976): *The International Operations of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment*. MIT Press. Cambridge

- JARILLO, J. C. Y MARTÍNEZ, J. (1991). *Estrategia Internacional. Más allá de la exportación*. Mc Graw-Hill, Madrid.
- JIMÉNEZ MARTÍNEZ J. (2007). "Determinantes para la Internacionalización de las Pymes mexicanas". *Análisis Económico*, primer cuatrimestre, año/vol. XXII, número 049. Universidad Autónoma Metropolitana – Azcapotzalco, Distrito Federal, México. pp. 111-131
- JOHANSON, J., VAHLNE, J. (1977). "The Internationalization Process of the Firm- A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments". *Almqvist&Wiksell International*. Estocolmo, Suecia.
- JOHANSON, J., VAHLNE, J. (1990). "The mechanism of internationalisation". *International Marketing Review*. 7 (4): 11-24
- LEVITT T. (1983). "Globalization of Markets". *Harvard Business Review*. Publicación de fecha 1 de mayo. Num. 83308-PDF-ENG.
- LÓPEZ DUARTE, C. Y RUIZ VEGA, A. V. (1996). "Alternativas de penetración de los mercados exteriores. Aplicación al caso de la República de Cuba". *Alta Dirección*, 31(190), 91-99.
- LUO, Y. (1999). "Time Based Experience and International Expansion: The Case of an Emerging Economy". *Journal of Management Studies*, vol. 36(4), págs. 505-534.
- MCDUGALL, P., SHANE, S. Y OVIATT, B. (1994). "Explaining the Formation of International New Ventures: the Limits of the Theories From International Business Research", *Journal of Business Venturing*, vol. 9, pp. 469-487.
- MARTÍNEZ LAGORRETA O. (2002). "La construcción de la región Asia Pacífico. El papel de los organismos internacionales regionales". *Comercio Exterior*, Vol. 52, Núm. 9. Disponible en: <http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/6/2/RCE.pdf>
- MORGAN, N. A.; ZOU, S.; VORDHIES, D. W. Y KATSIKEAS, C. S. (2003). "Experiential an Informational Knowledge, Architectural Marketing Capabilities, and the Adaptive Performance of Export Ventures: A Cross-National Study". *Decisions Sciences*, vol. 34 (2), págs.287-321.
- OCDE: Benchmark Definition. (2008). OECD Benchmark Definition of Foreign Direct Investment. Disponible en: <http://www.oecd.org/daf/inv/investmentstatisticsandanalysis/40193734.pdf>
- OHMAE, K. (1991): *El mundo sin fronteras*, Ed. Mc Graw-Hill, Madrid.
- PENROSE, E. (1994). "Strategy/ Organisation and the Metamorphosis of the Firm". Unpublished Paper for Prince Bertil Symposium, Papers for Session III, Stockholm, June 12-14.
- PINEDA, O. (1998). *Principales enfoques sobre la globalización: un análisis comparativo*. Instituto Politécnico Nacional. México D.F. ISBN: 978968700 1395
- PLA, J. Y LEON F. (2004). "La internacionalización de la industria hotelera española: formas de entrada y factores determinantes". *Papeles de economía española* no.102.
- PORTER, M. (1986). *Competition in Global Industries*. Boston: Harvard Business School Press.
- PORTER M. (1990). *The Competitive advantage of Nations*. New York. The Free Press.
- RIALP, A. (1997). "Las fases iniciales del proceso de internacionalización de las empresas industriales catalanas: una aproximación empírica". Tesis Doctoral. Universidad Autónoma de Barcelona.
- RUIZ NÁPOLES. P. (2004). *América Latina ante la Organización Mundial de Comercio: Lecciones de la reunión de Cancún*. ISSN: 0188-7653
- RUGGIERO, R. (1995). "Un reto mundial: oportunidades y opciones que se ofrecen en el sistema multilateral de comercio. Decimocuarta Conferencia Paul-Henri Spaak". Discurso pronunciado en la Universidad de Harvard. Disponible en: http://www.wto.org/spanish/news_s/spr_s/spr_s.htm
- SECRETARIA DE ECONOMÍA, GOBIERNO FEDERAL (2011). Ficha Informativa del Tratado de Libre Comercio entre México y Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua. Secretaría de Economía.
- SECRETARIA DE ECONOMÍA, GOBIERNO FEDERAL (2014). Página Oficial. Consultada el 26 de mayo de 2014. Disponible en: <http://www.economia.gob.mx/comunidad-negocios/comercio-exterior/tlc-acuerdos>
- TORRES A. Y JASSO J. (2009). "Naturaleza y crecimiento de las empresas: la dinámica innovadora en las Pymes". Capítulo 4, en Dutrenit Gabriela (coordinación) *Sistemas Regionales de Innovación: un espacio para el desarrollo de las Pymes*. El caso de la industria de maquinados industriales, UAM-Textual, ISBN: 978-9974-8180-9-5, Uruguay, pp. 55-80.
- TRUJILLO DAVILA, RODRÍGUEZ OSPINA (2006). "Perspectivas teóricas sobre internacionalización de empresas". *Documentos de Investigación*, Facultad de Administración, Univ.del Rosario, Colombia.
- VAHLNE, J. Y NORDSTROM, K. (1993). "The Internationalisation process: impact of competition and experience". *Internacional Trade Journal*, 7 (5): 529-548.
- VAN KLAVEREN A. (1997). "Regionalismo y Multilateralismo: Una convergencia necesaria, en El futuro del libre comercio en el continente americano". Lopez Ayllón, S., coord., México, UNAM.
- VARGAS HERNANDEZ J. (2011). "Strategies and performance of new mexican emerging multinational enterprises". *Global journal of management and business research*. Vol. 11, No. 3. 2011. Capturado el día 9 de septiembre de 2012. <http://journalofbusiness.org/index.php/GJMBR/article/view/468>
- VERNON. R. (1996). "International Investment and International Trade in the Product Cycle". *Quarterly Journal of Economics*. 80 (1): 190-207.
- VIDAL, G. (2000). *Grandes empresas, economía y poder en México*. 2ª Edición, Plaza y Valdés Editores y Universidad Autónoma Metropolitana, México.

VILLARREAL LARRINAGA O. (2006). "La estrategia de internacionalización de la empresa: un estudio de casos de multinacionales vascas". Tesis publicada por el Departamento de Economía Financiera. Universidad del País Vasco, Bilbao. Capítulo 4. Pp. 1082.

WHITELOCK, J. (2002). "Theories of Internationalisation and their Impact on Market Entry", *International Marketing Review*, Vol. 19, Vol. 4.

ZALDO, J.M. (1997). *Gestión Internacional de las PYMES*. Ed. SPRI pp. 261. ISBN 8488940459, 9788488940452.

***César Francisco Cárdenas Dávila**

Candidato a Doctor, Maestro en Globalización y Comercio Internacional. Investigador de la División de Posgrados de la Universidad Autónoma de Durango. Académico visitante de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).
E-mail: cesar.cardenas.davila@gmail.com

****José G. Vargas-Hernández**

Doctor en Economía, Administración Pública y Comportamiento Organizacional. Maestro en Administración de Negocios. Profesor investigador del Departamento de Administración del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guadalajara. Es académico visitante de la Universidad de California Berkeley, de la Universidad Carleton en Ottawa, Canadá.
E-mail: Josevargas@cucea.udg.mx, jvargas2006@gmail.com, jgvh0811@yahoo.com

Fecha de Recibido: Junio 2014
Fecha aprobación: Octubre 2014