

**Citar este artículo como:** Ramos Cepeda, V. (2020). Las teorías del proceso de internacionalización de la empresa. Una revisión de la literatura. *Revista Utesiana de la Facultad Ciencias Económicas y Sociales*, 5(5), 60-67.

## **LAS TEORÍAS DEL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA. UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA**

**Víctor Ramos Cepeda<sup>8</sup>**

Universidad Tecnológica de Santiago

**RESUMEN:** La internacionalización es un elemento muy importante que las empresas tienen en cuenta para promocionar y comercializar sus productos y servicios en el exterior. A lo largo de la historia se han planteado numerosas teorías o enfoques de internacionalización, debido a la dinámica de la globalización, la disminución de las barreras de entrada de carácter internacional, al aumento de capitales de inversión y a la disminución de los costos de operaciones. Este artículo profundiza en las teóricas más importantes y las describe.

**Palabras clave:** empresas, internacionalización, globalización, inversión, internacional.

**ABSTRACT:** Internationalization is a very important element that companies take into account to promote and market their products and services abroad. Throughout history, numerous theories or approaches to internationalization have been raised, due to the dynamics of globalization, the decrease in international entry barriers, the increase in investment capital and the decrease in operating costs. This article delves into the most important theories and describes them.

**Key words:** companies, internationalization, globalization, investment, international.

---

<sup>8</sup> Profesor de la Universidad Tecnológica de Santiago (UTESA), Recinto Mao. Autor para correspondencia: vimaran@gmail.com

## **INTRODUCCIÓN**

Los negocios se han centrado en el interrogante de cómo internacionalizar las empresas dentro de un entorno de globalización y de mayor exigencia en el comercio mundial (Griffith *et al.*, 2008). Más de cinco décadas de investigación han dado lugar a diversos enfoques que pretenden describir y, en algunas ocasiones, determinar los procesos de internacionalización (Johanson y Vahlne, 1977; Andersen, 1993).

Las empresas multinacionales cuentan con mayores recursos financieros que les permiten llevar a cabo procesos de internacionalización en mercados externos diferenciados, logrando estrategias de diversificación y desempeño internacional más eficientes (Geringer y Beamish, 1989). De este modo, quedan en consideración otros actores económicos que no han respondido con la misma certeza a la pregunta de cómo internacionalizar sus negocios. En el caso de las PYMES, la intención de alcanzar mercados internacionales ha sido una duda constante, y no tan compleja de responder para países más desarrollados, donde las condiciones tecnológicas y culturales han permitido el acceso al mercado internacional con un metodismo acertado (CEPAL, 2018).

Debido al crecimiento de la globalización y a la interdependencia de la economía mundial, la internacionalización de empresas se ha convertido en un fenómeno que ha llamado la atención de académicos e investigadores (Martín *et al.*, 2009). De este modo, a final de los años 70 la expansión de las transacciones económicas a través de las fronteras nacionales refleja su creciente incremento en el mercado mundial, mostrando que los procesos de internacionalización ganan más importancia en la economía internacional, de tal forma que ningún país puede escapar de los efectos de este incontenible cambio (Keohane y Milner, 1996).

A partir de aquí, se han desarrollado diversas teorías de internacionalización. El objetivo de este artículo es describir y analizar las más importantes.

## **DESARROLLO**

### **Internacionalización desde la perspectiva económica**

La internacionalización tiene sus orígenes en la Teoría Clásica del Comercio Internacional, que dispone que los países se especializan en la producción de bienes y servicios con bajos costos de producción. Este bajo costo es lo que genera la aparición del comercio internacional, como consecuencia de la especialización y de la división del trabajo. Por esta razón, un determinado país o región producirá y exportará los productos que genere de forma más eficiente, e importará los demás productos (Cardozo *et al.*, 2007).

La idea anterior soporta la conclusión de que los países tenderán a producir y exportar los productos que requieren un recurso localmente abundante, e importarán aquellos que generan una demanda escasa. Esto explica el porqué los países o regiones que tienen mano de obra más barata exportan bienes intensivos en trabajo hacia los países o regiones más intensos en capital (Cardozo *et al.*, 2007).

Charles (2004) demostró que las ventajas absolutas en los costos no son un aspecto importante para lograr beneficios en el comercio, si bien, y posteriormente, Becerra *et al.* (2006) mostraron que las exportaciones varían con los términos de intercambio y, por consiguiente, indicaron que la disposición de cada país o región para exportar depende de la cantidad de importaciones que obtendría como contraprestación. Estos aportes fomentan la idea de que los investigadores anteriores sentaron las bases de la Teoría Clásica del Comercio Internacional (Cardozo *et al.*, 2007), sin embargo, los fundamentos de los aspectos productivos homogéneos de esta teoría no explican las diferencias existentes en los diversos resultados de exportación surgidos entre regiones o naciones con recursos parecidos (Cardozo *et al.*, 2007).

Una visión más contemporánea de la internacionalización desde una perspectiva económica agrupa las teorías que presentan este proceso desde un enfoque de costos y ventajas económicas de la internacionalización (Cardozo *et al.*, 2007). Estas teorías buscan la explicación del porqué una empresa se debe expandir internacionalmente y en base a qué condiciones, con la finalidad de optimizar sus recursos y operaciones productivas (Vernon, 1966; Kindleberger, 1969; Hymer, 1976; Dunning, 1992), tomando en consideración elementos como la toma de decisiones o el comportamiento empresarial (Axxim y Matthyssens, 2001). A continuación, se presentan estas teorías:

- Teoría de la Ventaja Monopolística o Teoría de la Organización Industrial (Kindleberger, 1969; Hymer, 1976). Estos autores indican que las empresas deben tener ventajas competitivas, ya sean en aspectos de la producción, comercialización, liderazgo u otros, para poder tener alguna instalación fuera del país donde se ubica la Sede principal de la empresa.
- Teoría de la Internacionalización (Buckley y Casson, 1976). Esta teoría analiza los procesos internos de transferencia de información que realizan las organizaciones. Así, se analizan aspectos de porqué las transacciones de productos intermedios entre países, como el *know-how* de la empresa, se organizan por jerarquías en vez de por fuerzas del mercado. En este aspecto, se plantean dos condiciones para que una empresa se pueda ubicar en otro país: en primer lugar, la existencia de una ventaja competitiva; en segundo lugar, que desarrollar las actividades en la empresa sea más eficiente que venderlas o cederlas

a otras empresas ubicadas en el país de destino de la empresa (Burckley y Casson, 1976).

- Paradigma ecléctico de Dunning (1988). Este paradigma plantea que la internacionalización de la empresa, es decir, su ubicación en otro país dependerá de un análisis racional, teniendo en cuenta los costos y las ventajas que tendría la organización al estar produciendo en el extranjero.
- Enfoque macroeconómico (Kojima, 1982). Este enfoque indica que la inversión de una empresa en el extranjero debe llevarse a cabo en el sector o actividad del país inversor, con ventaja comparativa de la empresa en el país receptor. Este enfoque integra la Teoría Clásica del Comercio Internacional.
- Modelo de la ventaja competitiva de las naciones (competitividad sistémica). Porter (1990) indicó que la capacidad de competir en los mercados internacionales depende, sobre todo, de la eficiencia de la empresa en relación con los costes de producción. En este sentido, Porter (1990) indica que se deben tener en cuenta, para el desarrollo de la competitividad empresarial, las condiciones de la demanda doméstica, el papel del gobierno en la competitividad internacional de la empresa, las industrias relacionadas, y el grado de competencia del sector. El análisis de los aspectos anteriores genera unos resultados que deben ser claves para ver si es rentable llevar la empresa a otro país.

### **Internacionalización desde la perspectiva de proceso**

Esta categoría incluye las teorías que consideran el proceso de internacionalización como un mecanismo para, por un lado, incrementar el aprendizaje basado en la acumulación de conocimientos y, por otro lado, aumentar los recursos comprometidos en los mercados internacionales (Vernon, 1966; Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975). Estos autores describen cómo y porqué las empresas nacionales se convierten en organizaciones internacionales. A continuación, se indican las principales teorías y modelos:

- El Modelo Uppsala – Escuela Nórdica. Este modelo plantea que la organización aumentará los recursos comprometidos en un país según vaya adquiriendo experiencias en las actividades que está desarrollado en el mercado (Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975). Por su parte, Rialp (1999) indica que las actividades de una empresa en el exterior dependerán de cuatro etapas: 1) actividades no regulares de exportación; 2) establecimiento de una sucursal comercial en el país exterior; 3) establecimientos de unidades productivas en el país exterior; 4) exportaciones realizadas a través de personal o representante independiente.
- El Modelo de Innovación. Este modelo plantea que la internacionalización es un proceso de innovación empresarial, que sirve para internacionalizar, sobre todo, a las PYMES. Este modelo, promovido en Estados Unidos (Cardozo *et al.*, 2007), propone cinco etapas para el

desarrollo de la actividad internacional en una determinada organización: 1) Mercado doméstico; 2) Pre-exportadora; 3) Exportadora experimental; 4) Exportadora activa; 5) Exportadora comprometida.

- Modelo de Planeación Sistémica. Li *et al.* (2004) indican que este modelo tiene una secuencia de cinco pasos para que una organización se instale u opere en el extranjero: 1) Análisis de las diferentes oportunidades de mercado; 2) Planteamiento de objetivos; 3) Selección del modo de entrada; 4) Elaboración del Plan de Comercialización o Mercadeo; 5) Ejecución del Plan.
- Modelo del Ciclo de Vida de Producto de Vernon (1966). Este autor introduce aspectos como la innovación del producto, los efectos de las economías de escala y la incertidumbre para analizar las ventajas de la internacionalización de las organizaciones. El Modelo del Ciclo de Vida de Producto de Vernon (1966) plantea que, en una primera etapa, la empresa desarrolla y comercializa su producto en el país de origen y, posteriormente, analiza la oportunidad de comercializarlo en el extranjero. Para ello, las organizaciones tendrán en cuenta dos aspectos: la búsqueda de economías de escala y la minimización de los costos de producción, sobre todo, la mano de obra. En este sentido, Vernon (1966) plantea las siguientes cuatro etapas: 1) Introducción (producción y comercialización del producto en el país de origen); 2) Crecimiento (exportación hacia los países más industrializados e inversión en plantas de fabricación en otros países); 3) Madurez (el producto se encuentra saturado y se busca fabricar en países con mano de obra más barata); 4) Declive (se abandona el país de origen, debido a que la demanda en dicho país es casi inexistente).

### **Teorías orientadas a la Internacionalización de las PYMES**

A continuación, se presentan las teorías más aceptadas en la literatura científica.

- Teoría de Redes. Esta teoría defiende la explicación del proceso de internacionalización como un desarrollo lógico de las redes organizativas y sociales de las instituciones (Cardozo *et al.*, 2007). Por tanto, las empresas entran al mercado internacional debido a sus buenas relaciones e interacciones con otras empresas, generalmente, ubicadas en otros países. Esta Teoría es defendida, sobre todo, por Johanson y Mattson (1988) y por Rialp y Rialp (2001) y, según estos autores, esta Teoría evoluciona de la siguiente forma: 1) Se forman relaciones con socios de otros países; 2) Se incrementa la interacción y el compromiso con los socios; 3) Integran las posiciones que tienen en las redes entre diferentes países.
- Teoría de los *Born Global*. Siguiendo a Cardozo *et al.* (2007:14), se entienden por *born global* a las "empresas internacionales de reciente creación, donde los factores que determinan su actividad obedecen a

un enfoque global desde su creación, o que se internacionalizan en los dos primeros años de vida". Esta Teoría se fundamenta en tres factores: 1) Nuevas condiciones en el mercado; 2) Mejoras tecnológicas en la cadena de valor de producción y comercialización; 3) Capacidades más altas del personal de la empresa (Madsen y Servais, 1997).

- Enfoque estratégico. Este enfoque incluye aspectos como las actividades y volumen de exportación, y el *joint ventures* y alianzas estratégicas. A partir de estos aspectos, las PYMES pueden valorar su entrada al mercado internacional (Kirby y Kaiser, 2003).

## CONCLUSIONES

Como hemos presentado en los párrafos anteriores de este artículo, a lo largo de la historia se han planteado numerosas teorías o enfoques de internacionalización, debido a la dinámica de la globalización, la disminución de las barreras de entrada de carácter internacional, al aumento de capitales de inversión y a la disminución de los costos de operaciones. De esta manera han podido desarrollarse nuevos sectores, como el de la biotecnología, aumentando así la internacionalización de las PYMES en la actividad comercial internacional durante el siglo XXI.

## BIBLIOGRAFÍA

Andersen, O. (1993). On the internationalization process of firms - A critical analysis. *Journal of International Business Studies*, 24(2), 209-231.

Axxim, C.N., & Matthyssens, P. (2001). *Resessing the internatonalization of the firm, advances in international marketing*. Amsterdam, Netherlands: JAI/Elsevier Inc.

Becerra, G., Guzmán, A., Rodríguez, D., & Trujillo, M. (2006). *Perspectivas teóricas sobre la internacionalización de las empresas*. Bogotá, Colombia: Universidad del Rosario.

Buckley, P. J., & Casson, M. (1976). *A long-run theory of the multinational enterprise*. London, United Kingdom: Palgrave Macmillan.

Cardozo, P.P., Chavarro, A., & Ariel Ramírez, C. (2007). Teorías de internacionalización. *Panorama*, 3, 4-23.

CEPAL (2018). *Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. Santiago, Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

Charles, W. (2004). *Global Business Today*. Mexico City, Mexico: McGraw Hill.

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

Geringer, M., & Beamish, P. (1989). Diversification strategy and internationalization: Implications for MNE performance. *Strategic Management Journal*, 10, 109-119.

Griffith, D., Tamer, S., & Shichun, X. (2008). Emerging themes in international business research. *Journal of International Business Studies*, 39, 1220-1235.

Hymer, S. (1976). *The international operations of national firms. A study of direct foreign investment*. Boston, United States: MIT Press.

Johanson, J., & Mattsson, L. G. (1988). Internationalisation in industrial systems—a network approach. In *Knowledge, networks and power* (pp. 111-132). London, United Kingdom: Palgrave Macmillan.

Johanson, J., & Vahlne, J.E. (1977). Internationalization process of firm - model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *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.

Keohane, R., & Milner, H. (1996). *Internationalization and domestic politics*. Cambridge, United Kingdom: Cambridge University Press.

Kindleberger, C. (1969). *American Business Abroad*. New Haven, United States: Yale University Press.

Kirby, D. A., & Kaiser, S. (2003). Joint ventures as an internationalisation strategy for SMEs. *Small Business Economics*, 21(3), 229-242.

Kojima, K. (1982). Macroeconomic versus international business approach to direct foreign investment. *Hitotsubashi Journal of Economics*, 23(1), 1-19.

Li, L., Li, D., & Dalgic, T. (2004). Internationalization process of small and medium-sized enterprises: Toward a hybrid model of experiential learning and planning. *MIR: Management International Review*, 44(1), 93-116.

Madsen, T.K., & Servais, P. (1997). The internationalization of born globals: an evolutionary process?. *International Business Review*, 6(6), 561-583.

Martín, J., Rastrollo, á., & González, E. (2009). La internacionalización de la empresa: el conocimiento experimental como determinante del resultado en mercados exteriores. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, (39), 123-149.

Porter, M. (1990). *The competitive advantage of nations*. Nueva York, United States: The Free Press.

Rialp, A. (1999). Los enfoques micro-organizativos de la internacionalización de la empresa: Una revisión y síntesis de la literatura. Barcelona, España: Información Comercial Española (ICE).

Rialp, A., & Rialp, J. (2001). Conceptual frameworks on SMEs' internationalization: Past, present and future trends of research. *Advances in International Marketing*, 11(1), 49-78.

Vernon, R. (1966). International investment and international trade in the product life-cycle. *Quarterly Journal of Economics*, 80, 190-207.

*Recibido: 08/09/2020*

*Revisado: 16/09/2020*

*Aceptado: 19/09/2020*

*Sometido a evaluación de pares anónimo*