

La importancia de los recursos intangibles en la internacionalización de la empresa

62



Marisa Ramírez Alesón
Dpto. Economía
y Dirección de Empresas
Facultad de CC. EE. y EE.
Universidad de Zaragoza



mramirez@unizar.es

Introducción

La evidencia empírica observada durante las dos últimas décadas indica que han sido numerosas las empresas de los países desarrollados que han optado por la internacionalización a través de inversiones directas en el exterior. Las empresas españolas no han sido ajenas a este proceso, lo que ha generado que España haya pasado de ser tradicionalmente una receptora neta de capitales extranjeros a ser emisora neta de capitales. En particular, la Dirección General de Comercio e Inversiones recoge que la inversión extranjera en España durante 2003 ha sido de 16.641 millones de euros y la inversión española en el exterior durante el mismo año ha sido de 24.341 millones de euros.

La elección de una estrategia de internacionalización por parte de las empresas ha venido motivada tanto por la búsqueda de nuevas oportuni-

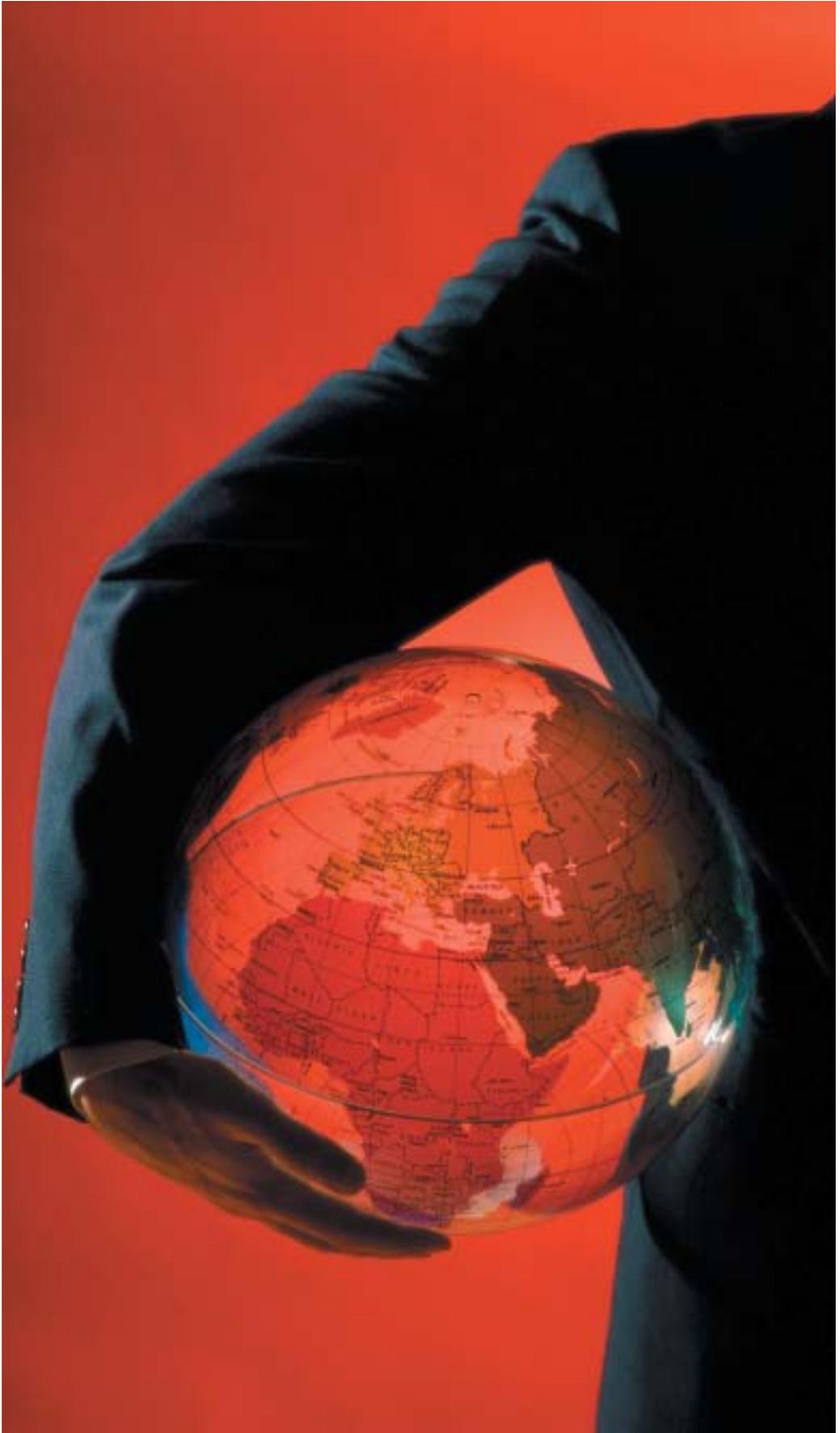
dades de negocio como por los cambios en el entorno. Por una parte, las empresas se enfrentan a problemas de obsolescencia de sus productos, saturación de los mercados en los que opera, pérdida de posición competitiva, posesión de recursos sobrantes, alto riesgo, etcétera. Por otra, el entorno mundial ha sufrido grandes cambios –barreras comerciales decrecientes, formación de bloques regionales, creciente rivalidad internacional, aceleración de la innovación tecnológica, la incorporación de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, convergencia de las necesidades, mejoras en las infraestructuras, etcétera– que han provocado la apertura de los mercados y han acelerado su globalización. Como consecuencia, se pasa de secto-

RESUMEN DEL ARTÍCULO

En el presente trabajo se pone de manifiesto la importancia que tiene disponer de recursos intangibles en la empresa para iniciar su proceso de expansión internacional. Sin embargo, los recursos intangibles no son sólo causa de la internacionalización de la empresa, sino que también pueden ser una consecuencia de este proceso de expansión internacional.

EXECUTIVE SUMMARY

This paper highlights the importance of the availability of intangible resources within the firm in order to start its international expansion. However, intangible resources are not only the cause of the firm's internationalization but also they may be a consequence of this international process.



res de competencia local o multidoméstica a sectores de competencia global. Todo ello ha llevado a la empresa a revisar sus relaciones con el entorno para buscar e investigar sobre posibles oportunidades de inversión.

Así, la entrada en nuevos mercados internacionales puede proporcionar grandes y nuevas oportunidades pero, al mismo tiempo, también enfrentan a las empresas a nuevos retos competitivos y a una mayor competencia local e internacional (Hitt, Hoskisson y Kim, 1997); es decir a una nueva dinámica competitiva. Ello provoca que esta expansión de las actividades fuera de las fronteras nacionales sea más compleja que la expansión hacia nuevos mercados domésticos (Hoskisson y Hitt, 1990).

La gran importancia que ha adquirido este fenómeno de la internacionalización de la empresa ha llevado a los investigadores a preguntarse cuáles son los factores que se necesitan para llevar a cabo la internacionalización de la empresa de forma exitosa. La literatura nos ha ofrecido una gran cantidad de trabajos, tanto teóricos como empíricos, que han aportado numerosas causas que explican dicha internacionalización, aunque no se ha obtenido una conclusión generalmente aceptada.

Los recursos intangibles como causa de la internacionalización de la empresa

Desde el ámbito teórico, existen importantes aportaciones que asientan la explicación del proceso de internacionalización de la empresa sobre un conjunto de factores dirigidos a la obtención de una ventaja competitiva sostenible, que tiene fuerte relación con las características de la empresa y con las imperfecciones de los mercados en los que operan. En particular, se ha argumentado, en la mayoría de las principales corrientes, que un factor fundamental es la existencia, dentro del seno de la empresa, de un conjunto de recursos denominados intangibles (Buckley y Casson, 1976).

Se entiende por recursos intangibles aquellos recursos, conocimientos o habilidades difíciles de formalizar y reproducir por los competidores que son exclusivos de la empresa, al menos durante un período de tiempo, y que le proporcionan cierta superioridad frente a sus competidores. Estos recursos se basan en la información y el conocimiento y tienen carácter de "bienes públicos", ya que su uso no implica desgaste o desaparición de los mismos. Por tanto, al no existir restricciones de capacidad, pueden ser aprovechados por otras actividades incrementando su productividad o permitiendo aprovecharse de las complementariedades existentes entre los distintos recursos. Por tanto, en la medida en que puedan generar mayores rendimientos, serán aplicados a diferentes actividades y/o explotados en nuevos mercados. La disponibilidad de una tecnología superior, la capacidad de innovación, las habilidades de producción y gestión, la imagen de marca, la actitud emprendedora del equipo directivo, el capital humano, los conoci-

Se entiende por recursos intangibles los difíciles de formalizar y reproducir por los competidores exclusivos de la empresa

mientos no codificables, la cultura organizativa, etcétera, son considerados recursos intangibles.

La posesión de este tipo de recursos dentro de la empresa es considerado una importante fuente de ventaja competitiva sostenible. Según Barney (1991), para que un recurso tenga este potencial para generar ventajas competitivas debe cumplir cuatro requisitos: 1) ser valioso, de tal forma que le permita explotar oportunidades y/o hacer frente a las amenazas del entorno; 2) ser escaso o raro entre los competidores actuales y potenciales; 3) ser difícil de imitar o copiar por los competidores, y 4) no tener sustitutos que puedan aportar el mismo valor.

La importancia de los recursos intangibles en particular, y de los recursos en general, se ha acrecentado a partir de los noventa con el resurgimiento y amplia difusión del Enfoque Basado en los Recursos. Desde esta perspectiva, la decisión de internacionalizarse se justifica a partir de la existencia, por parte de la empresa, de los recursos necesarios para que la expansión internacional sea económicamente factible. Es más, cuanto más amplia sea la variedad de recursos dentro de una empresa, más probabilidades tiene para entrar en nuevos mercados. Además, en el normal funcionamiento de la empresa se puede generar capacidad sobrante de alguno de los recursos —que en general no son perfectamente divisibles— al no ser utilizados al mismo tiempo, lo cual genera un estímulo interno para el crecimiento de la empresa. Pero no todos los recursos aportan el mismo valor; los recursos de naturaleza financiera —más flexibles/menos específicos— son probablemente los que generan menor valor, seguidos de los tangibles y por último los intangibles. Como los recursos más específicos tienden a ser más escasos, las empresas explotarán sus recursos intangibles en otras actividades o en nuevos mercados para aprovecharse de la oportunidad de lograr rentas superiores.

Durante los últimos años los recursos intangibles concentran la mayor parte de las especulaciones sobre las fuentes de competitividad y beneficios a largo plazo, sin embargo los recursos intangibles han ocupado siempre un lugar importante (Salas, 2001).

Así, de acuerdo con el Enfoque Ecléctico de Dunning, los recursos intangibles son considerados como una ventaja de propiedad que nace y se desarrolla en el país de origen de la empresa pero que es fácilmente transferible a otros mercados diferentes del original. Es más, como consecuencia de la imperfección de los mercados o de la inexistencia de los mismos —es decir, al no ser comercializables—, la empresa se ve incentivada a organizar algunos de sus intercambios dentro de la empresa en vez de hacerlo en el mercado exterior, ya que éste realiza estas transacciones de una manera ineficiente o costosa (ventajas de internalización). Por ello, la empresa crecerá internalizando mercados geográficos, es decir, internacionalizándose, hasta

PALABRAS CLAVE

Recursos intangibles, Internacionalización, empresas

KEY WORDS

Intangible resources, internationalization, firms

el punto en que los beneficios de la internalización compensen a sus costes. Estos beneficios serán mayores cuando estas ventajas puedan ser combinadas con algún factor o factores disponibles en el mercado de destino ya que permitirían no sólo la obtención de mayores productividades sino que también se asignarían de forma más eficiente los recursos a nivel internacional (ventaja de localización). Por tanto, cuanto mayores sean estas ventajas y mayores los beneficios anticipados, más incentivos tiene la empresa para expandir sus actividades más allá de sus fronteras nacionales.

En definitiva, las argumentaciones teóricas conducen a afirmar que la disponibilidad de recursos intangibles generadores de ventajas competitivas en una empresa fomenta que las empresas inicien su expansión internacional. El interés por parte de los investigadores por comprobar si la evidencia empírica confirma las predicciones teóricas ha llevado a realizar diferentes estudios en los que se compruebe esta relación entre los recursos intangibles y la internacionalización de la empresa. Los resultados obtenidos parecen constatar la existencia de una relación positiva, de forma que un incremento en el nivel de recursos intangibles disponibles en la empresa produce un incremento en los flujos de inversión directa en el exterior (Berry y Sakakibara, 1999).

Las primeras evidencias empíricas provinieron de Estados Unidos o Japón, pero durante los últimos años se ha obtenido también esta importancia de los recursos intangibles en el proceso de expansión internacional en un gran número de trabajos que estudian el estado de la cuestión en España. Aunque el grado de internacionalización de las empresas españolas es menor que el de otros países, durante la última década se ha puesto de manifiesto el importante esfuerzo que están llevando a cabo para adaptarse al nuevo entorno económico caracterizado por la globalización de los mercados y la internacionalización de la empresa. Algunos autores justifican esta menor expansión internacional precisamente por la relativa escasez de recursos intangibles en la empresa española (Campa y Guillén, 1996).

En cuanto a cuáles de los recursos intangibles son los más importantes como determinantes de la internacionalización de la empresa, no se ha obtenido un resultado ampliamente generalizado, quizás debido a los importantes problemas de medición de dichos recursos. Sin embargo, parece existir cierto acuerdo entre académicos y gestores al considerar que los recursos/capacidades tecnológicas son uno de los principales factores que aumentan la propensión de la empresa española a invertir en el exterior. Pero estos factores no son los únicos, la experiencia acumulada, la actitud emprendedora del equipo directivo, el capital humano, la capacidad organizativa, y las capacidades comerciales han demostrado también ser determinantes del proceso de expansión internacional de la empresa española.

Los recursos tecnológicos son uno de los grandes factores que aumentan la propensión de la empresa española al exterior

En general, los análisis realizados tanto a nivel regional, nacional e internacional, permiten concluir que la mayoría de los investigadores coinciden en considerar los factores intangibles como determinantes clave de la expansión internacional.

Los recursos intangibles como consecuencia de la internacionalización de la empresa

Sin embargo, los recursos intangibles no sólo pueden ser considerados causa de la internacionalización de la empresa sino que también se convierten en una consecuencia de la misma.

Así, por una parte, la disponibilidad de estos recursos permite a la empresa estar en mejores condiciones para enfrentarse y superar las adversidades y dificultades de hacer negocios en nuevos mercados extranjeros y, por tanto, obtener una mejor posición competitiva en los mismos. Por ello, se considera que la generación y posesión de estos recursos es un motivo fundamental que contribuye a incrementar el grado de internacionalización.

Pero, por otra parte, la expansión internacional permite acumular y generar nuevos recursos intangibles. Cada vez que una empresa entra en un mercado diferente recoge nueva información sobre el comportamiento de la demanda, los canales de distribución, los proveedores, etcétera. En definitiva, la expansión internacional proporciona a la empresa el desarrollo de un mayor conocimiento sobre el comportamiento general de los mercados y una mayor experiencia sobre el proceso de internacionalización. Junto a esto, capacita a la empresa vigilar, evaluar y absorber otros conocimientos que se generan fuera de la empresa, es decir, se beneficia de los avances científicos y tecnológicos que se generan en dichos mercados.

Como consecuencia, no sólo se obtiene nueva información que es incorporada en forma de una mayor dotación de recursos intangibles dentro de la empresa, sino que además, le posiciona mejor para evitar o eludir los grandes costes de información y acomodación a los que se enfrentan las empresas cuando desean entrar en un mercado diferente al de origen. Además, en estos mercados, las empresas podrán conseguir mayores ventajas al explotar sus recursos intangibles y, además, podrán ser utilizados para establecer nuevas barreras a la entrada.

Por tanto, teniendo en cuenta que el proceso de internacionalización es fuente de generación de nuevos intangibles y que permite incrementar la dotación de otros ya disponibles, aquellas empresas más internacionalizadas, habrán acumulado mayores niveles de intangibles a través del gradual proceso de decisión y aprendizaje sobre los mercados y las operaciones exteriores. Cabe destacar que la experiencia que aporta el conocimiento para saber cómo entrar a competir en un país puede llegar a convertirse en un recurso crítico para la empresa en tanto en cuanto le



permitirá poder expandirse a cualquier mercado y con mayor facilidad. Aunque las capacidades y recursos necesarios para tener éxito en mercados completamente nuevos pueden diferir de aquellas necesarias en mercados con presencia previa, la disponibilidad de una mayor experiencia internacional generalmente facilita la entrada en otros países, por muy diferentes que sean. Por tanto, cuanto mayor sea la internacionalización de una empresa, en mejor disposición estará para enfrentarse a las contingencias posibles y desventajas de actuar en un nuevo entorno económico, político, legal y cultural.

Las empresas multinacionales se caracterizan precisamente por su mayor presencia en los mercados internacionales por lo que, teniendo en cuenta las argumentaciones anteriores, se beneficiarían de una mayor acumulación de intangibles. Morck y Yeung (1991) no se centran en esta cuestión directamente, pero al analizar cómo valoran los accionistas la internacionalización de la empresa ("multinacionalización") obtienen que la internacionalización no tiene valor en sí misma, sino que su valor viene dado precisamente por la posibilidad de generar y acumular recursos intangibles.

Sin embargo, las cuestiones anteriores sí que son estudiadas en Delgado, Ramírez y Espitia (2004), permitiendo confirmar lo expuesto anteriormente para el caso español. Así, no sólo obtienen como resultado que las empresas que pueden ser consideradas multinacionales (según criterio de Vernon, 1971) disponen de una mayor dotación de recursos intangibles, sino que también confirman que la mayor disponibilidad de intangibles en una empresa tiene un efecto positivo en la probabilidad de incrementar su diversificación internacional. Además, los autores establecen que las empresas con una mayor dotación de recursos intangibles incrementan su presencia en aquellos mercados en los que ya tienen presencia; y a medida que van alcanzando el estatus de empresa multinacional, y como consecuencia acumulando un mayor nivel de intangibles, se van expandiendo a mercados completamente nuevos.

De todo lo anterior se puede concluir que los recursos intangibles son un factor fundamental en la expansión internacional de la empresa. Es más, la disponibilidad de recursos intangibles generadores de una ventaja competitiva sostenible es condición necesaria para iniciar esta expansión internacional y para que ésta se desarrolle exitosamente.

Por ello, los responsables de la gestión de una empresa deberían centrarse en tratar de establecer los mecanismos y llevar a cabo las inversiones necesarias para poder desarrollar internamente recursos intangibles que les posicionen adecuadamente en los mercados exteriores a los que se dirijan. Además, fomentar el desarrollo y acumulación de este tipo de recursos no sólo es adecuado para la expansión internacional sino que también lo es para el desarrollo de cualquier actividad por parte de la empresa.

Bibliografía

- Barney, J.B. (1991): "Firm resources and sustained competitive advantage". *Journal of Management*, Vol. 17, pp. 99-120.
- Berry, H., y Sakakibara (1999): "Resource Accumulation and Overseas Expansion by Japanese Multinationals: An Empirical Analysis of the Internalization Theory". Strategy and Organization Working Paper, the Anderson School, UCLA.
- Buckley, P. J. y Casson, H. (1976): *The Future of the Multinational Enterprise*. MacMillan, Londres.
- Campa, J.M y Guillén, M. F. (1996): "Evolución y Determinantes de la inversión directa en el extranjero por empresas españolas". *Papeles de Economía Española*, N° 66, pp. 235-247.
- Delgado, J.M.; Ramírez, M. y Espitia, M. (2004): "Intangible Resources as a Key Factor in the Internationalisation of Spanish Firms". *Journal of Economic Behavior & Organization*, Vol. 53/4, pp. 477-494.
- Dunning, J. H. (1977): "Trade, location of economic activity and the multinational enterprise: A search for an eclectic approach". En Ohlin, B., et al. (eds.): *The international allocation of economic activity*. Londres: Macmillan.
- Dunning, J. H. (1995): "Revisión del paradigma ecléctico en una época de capitalismo de alianzas". *Economía Industrial*, N° 305, pp. 15-32.
- Hitt, M.; Hoskisson, R. y Kim, H. (1997): "International diversification: Effects on innovation and firm performance in product-diversified firms". *Academy of Management Journal*, Vol. 40, N° 4, pp. 767-98.
- Hoskisson, R.E. y Hitt, M.A. (1990): "Antecedents and performance outcomes of diversification: A review and critique of theoretical perspectives". *Journal of Management*, Vol. 16, N° 2, pp. 461-509.
- Hymer, S. H. (1976): *The International Operations of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment*, The MIT Press, Cambridge, MA.
- Morck, R. y Yeung, B. (1991): "Why investors value multinationality". *Journal of Business*, Vol. 64, N° 2, pp. 165-187.
- Penrose, E.T. (1959): *The theory of the growth of the firm*. New York, John Wiley. Traducido en Penrose, E.T. (1962): *Teoría del crecimiento de la empresa*. Ed. Aguilar, Madrid.
- Salas, V. (2001): "Sobre valor y coste de los intangibles". *Actualidad Financiera*, enero, pp. 3-11.
- Vernon, R. (1971): *Sovereignty at Bay: The multinational spread of US enterprises*. Basic Books, New York.

¹ La Teoría de Internalización (Hymer, 1976), Enfoque Ecléctico de Dunning (1977, 1995) y Enfoque Basado en los Recursos (Penrose, 1959, Barney, 1991), entre otras.

² Aunque algunos autores diferencian entre recursos intangibles y capacidades, en el presente artículo se habla de recurso intangible en su sentido amplio, es decir, incluyendo también las capacidades.

³ Siguiendo la definición de Vernon (1971), una empresa multinacional sería aquella que al menos tiene 6 filiales en el exterior.



Ilustración: Superstock