

GEOECONOMÍA DE LAS MULTINACIONALES DE ESTADOS UNIDOS: GLOBALIZACIÓN, INTRARREGIONALIDAD E INTERREGIONALIDAD

*Elisa Dávalos**

Como parte del proceso de globalización, las corporaciones multinacionales (CMN) han modificado la profundidad y las formas mediante las cuales han entretreído sus actividades en la economía mundial capitalista. Esto ha dado lugar a un debate sobre los rasgos fundamentales de la naturaleza de su accionar geoeconómico y las interacciones de dichas entidades con los diferentes espacios nacionales, las regiones supranacionales y la economía global. En este debate, hay autores que afirman que las corporaciones multinacionales tienden a convertirse en empresas globales y pierden su identidad nacional o regional, mientras que otros sostienen lo contrario.

El concepto de globalización es muy complejo y se aborda desde diversas perspectivas; en este trabajo se observa a través de una disciplina específica de análisis, que toma como su objeto de estudio las estrategias de las corporaciones multinacionales.¹ De manera sencilla, Dunning y Lundan definen la estrategia de las multinacionales como “una elección deliberada tomada por los empresarios o gerentes de las firmas para organizar los recursos y capacidades dentro de su control para lograr sus objetivos en un periodo específico de tiempo, que se extiende más allá de las operaciones cotidianas de la empresa” (Dunning y Lundan, 2008: 203).

El enfoque que estudia las estrategias corporativas de las multinacionales aborda las formas a través de las cuales esas corporaciones enfrentan la competencia (interna e internacional), las dimensiones que utilizan (lo cual abarca el análisis de su extensión geográfica de acción), así como la integración y sus vínculos con otras firmas (por ejemplo, las *joint ventures* y las alianzas estratégicas); todo ello dentro del contexto de los objetivos y búsquedas de la firma, del análisis de la industria y de sus entornos, así como de sus capacidades, posibilidades y tácticas posibles (Rugman y Brewer, 2001).

* Investigadora del Centro de Investigaciones sobre América del Norte, Universidad Nacional Autónoma de México, <elisag316@gmail.com>. Agradezco a Alejandrina Ortega su valioso apoyo en la elaboración de este trabajo.

¹ Esta perspectiva constituye, a su vez, una de las diversas aristas mediante las cuales se analizan las corporaciones multinacionales, pues, además de las estrategias, la gama de enfoques posibles es muy variado: la organización industrial, el comportamiento sectorial, fases tecnológicas de los productos, etcétera.

El estudio de las estrategias de las multinacionales ha cambiado sus puntos de atención; asimismo, el concepto de globalización utilizado ha experimentado transformaciones conforme se profundizan los procesos mundiales de integración y regionalización, además de que se segmenta cada vez más la cadena de valor, tanto en bienes físicos como en información electrónica (Tallman y Yip, 2001). Dicha segmentación es la culminación de la internacionalización del ciclo del capital, el cual fue antecedido históricamente por la mundialización de las fases mercantil y dineraria (Michalet, 1985).

Las razones por las que una CMN tiende hacia la globalización son muy diversas: mercados, costos, tecnologías e incluso políticas, buscando así hacer uso de las ventajas específicas de firma para ser competitiva en los mercados mundiales. No obstante, existe, además, el factor de las ventajas específicas de los países o regiones donde se localizan las filiales de las multinacionales, que son también fuentes de ventajas competitivas.

Otro aspecto del mismo problema lo señalan Bartlett y Ghoshal (1998), quienes subrayan que la multinacional debe buscar desarrollar las ventajas específicas de la firma, tanto a nivel de matriz como de filiales, lo cual se considerará en la elaboración de su estrategia y, por tanto, de su geoeconomía (Rugman y Verbeke, 1992).

Existen varios rasgos para definir lo que es una corporación global (véase cuadro 1). Ciertos autores destacan que uno de sus rasgos distintivos es que la posición competitiva de una firma en el mercado de un país se afecte significativamente por su posición competitiva en los mercados de otros países; algunos más destacan que una industria global tiene intensos niveles de competencia internacional, en el que los competidores comercian un producto mundial estandarizado. Otros enfoques señalan que los competidores de la industria tienen una presencia en todos los mercados internacionales claves, así como elevados niveles de comercio internacional. Para Porter (1991), el problema de la globalización está estrechamente asociado a su planteamiento global de las ventajas competitivas, bajo el cual las multinacionales actúan en estrecha relación con los factores que integran el “diamante de Porter”, desde cuyos elementos se diseña la estrategia de la corporación.

Para Bartlett y Ghoshal (1998), el elemento lo define el ser una industria transnacional manejada por demandas simultáneas para la eficiencia global, con capacidad de respuesta y de aprendizaje global, recurriendo a insumos óptimos en mercados múltiples con esquemas organizacionales novedosos, en el contexto de una revolución tecnológica que ha situado en el concepto nuevos aspectos funcionales.

Excepto la definición de Morrison, la cual es aplicable estrictamente al concepto de una firma global, pues maneja la idea de un producto mundial estandarizado con presencia en todos los mercados internacionales claves, las otras definiciones en realidad se pensarían para casos en los que las corporaciones multinacionales

actúan con una estrategia geográfica de localización, tanto a nivel global como regional, pues en ambos casos actúan en mercados simultáneos, el comportamiento de la firma se modifica conforme al desempeño en diversos mercados y, finalmente, las ventajas competitivas están ligadas a la geografía local de la firma en combinación con los diferentes espacios mundiales no especificados.

CUADRO 1
DIFERENTES CONCEPTOS DE CORPORACIÓN MULTINACIONAL GLOBAL

Hout, Porter y Ruddin	Es global cuando la posición competitiva de una firma en el mercado de un país se afecta significativamente por su posición competitiva en los mercados de otros países.
Bartlett y Ghoshal	Es global cuando la firma es manejada por demandas simultáneas para la eficiencia global, capacidad de respuesta y eficiencia global.
Morrison	Es global cuando los competidores comercian un producto mundial estandarizado, tienen una presencia en los mercados internacionales claves y llevan a cabo elevados niveles de comercio internacional.
Rugman	Es global de acuerdo a la capacidad de vender el mismo producto o servicio a través del mundo de manera simultánea.
Porter	La globalización es un problema básicamente de ventaja competitiva, interrelacionado con los diversos aspectos del "diamante de Porter".

FUENTE: Elaboración propia, con información de Bartlett y Ghoshal (1998).

En un primer momento, parecería que la globalización de una firma implica directamente grandes ventajas, pues, entre otras cosas, con la integración de los mercados se pueden reducir notablemente los costos fijos (manufactureros, pero también de distribución, publicidad, servicios, tecnología, etc.). Una firma global hace un uso simultáneo de sus ventajas como firma, pero también de las ventajas de localización específicas en diversos países, además de multiplicar sus espacios de realización de mercancías.

No obstante, existen factores que la globalización puede obstaculizar en el funcionamiento de una firma. Las dificultades que una corporación tiene que enfrentar en un proceso globalizador son innumerables, de modo que no es una tarea sencilla de emprender, como lo muestran diversos estudios con experiencias fallidas al respecto (Abele *et al.*, 2008).

Tallman y Yip (2001) señalan que las multinacionales sufren experiencias difíciles para metamorfosearse en globales, en un proceso muy costoso y poco funcional. Nos dan el ejemplo de la corporación Ford, que incurrió en costos bastante gravosos en su intento por desarrollar sus primeros autos mundiales (el Scort, el Mondeo y el Focus). Señalan que, a diferencia de las grandes y viejas multinacionales, las más jóvenes se adaptan mejor desde un inicio, para así ahorrar recursos por operar en una modalidad integrada globalmente desde el comienzo, ya que la herencia organizacional de las multinacionales es notadamente difícil de cambiar.

Los nuevos paradigmas tecnológicos productivos, en combinación con la internacionalización de la cadena global de valor (Dabat *et al.*, 2004), que desarrolla la llamada “nueva división internacional del trabajo” (Fröbel *et al.*, 1982), dentro de la cual se desplazan tareas e insumos intermedios hacia puntos geográficos dispersos, pero integrados dentro de la logística organizacional de la firma, estimulan la deslocalización de ciertas fases productivas de la firma, conforme a las ventajas que ofrezca el país/región en cuestión, en combinación con las ventajas específicas de la firma.² En este caso, también el resultado de la estrategia que la firma siga daría lugar a una regionalización mayor o a un desarrollo de alcance realmente global.

Conviene considerar que existen industrias más “globalizables” que otras: mientras que unas son altamente globalizadas, otras tienen una naturaleza casi local. La industria de cómputo, por ejemplo, tiene un comportamiento característico global, favorecido por el bajo costo del transporte de sus insumos. También, en otros segmentos de la cadena de valor, existen actividades altamente globalizables, como el diseño de productos con software muy trasladables electrónicamente, y que asisten el proceso productivo; de hecho, los servicios tienen actividades productivas geográficamente extremas: lo más local, sería un servicio como un corte de cabello; y lo más global serían algunas actividades del mercado financiero mundial.

Podemos afirmar que la estrategia que una firma siga está íntimamente ligada también con el tipo de actividad económica que realice, por la naturaleza de su proceso y los insumos utilizados. Pero, más allá de las definiciones que describen más exactamente una corporación global, está el problema de conocer si las CMN realmente se constituyen en corporaciones globales como regla general, es decir, si las formas de acción geo-económica de las multinacionales tienden a conformarse y a funcionar en entidades realmente globales, o si tienen una naturaleza esencialmente regional supranacional en los espacios económicos de la triada (América del

² Para una perspectiva crítica sobre las ventajas específicas de la firma y las ventajas específicas del país, véase Rugman y Verbeke (1992).

Norte, la Unión Europea y Asia dinámica), es decir, en qué medida las corporaciones multinacionales tienden a elegir estrategias globales o regionales como forma de existencia internacional, y cuáles son sus normas de acción común.

Autores como Ohmae (1995), con su concepción de que la globalización tiende a instaurarse y funcionar sin el Estado nación, y que éste tiende a diluirse en el proceso, considera que las corporaciones multinacionales tienen una naturaleza netamente global y que esta orientación guía su accionar en la economía internacional, es decir, consideran que las corporaciones multinacionales persiguen estrategias globales de funcionamiento como la gran meta a alcanzar.

Castells (1999) considera, por el contrario, que la dimensión nacional sigue siendo un factor esencial en el funcionamiento de las multinacionales, pues “las grandes compañías siguen manteniendo la mayor parte tanto de sus activos como de su centro de mando estratégicos en sus naciones ‘natales’ históricamente definidas”, y señala también que en realidad los gobiernos nacionales cumplen un papel fundamental en velar por los intereses de las multinacionales que están dentro de sus jurisdicciones; como ejemplos destaca que las multinacionales japonesas, en conjunto con sus gobiernos, han resguardado muy efectivamente sus activos financieros y tecnológicos en Japón; que la Unión Europea ha resguardado también sus tecnologías y sus mercados, que incluso las multinacionales alemanas (por ejemplo, Volkswagen) han desinvertido en los países de Europa occidental con el objeto de cumplir con el ideal nacional alemán de la unificación.

En Estados Unidos, se ubica IBM, que se tuvo que ceñir a los dictados del Estado, aun contra sus intereses, para restringir flujos tecnológicos o de comercio por motivos de política exterior (Castells, 1999: 125-126).

Cabe recordar que, cuando nos referimos al espacio geoeconómico de las multinacionales de Estados Unidos, hablamos de corporaciones que cuentan con un enorme mercado nacional, pero esto incluye también el doble juego entre la dimensión espacial regional y la global, en tanto que la primera media, conduce y construye en gran parte a la última (Oman, 1991).

En el mismo sentido, Doremus *et al.* (1998), sostienen que hay pruebas de que las estructuras nacionales perduran sobre el accionar de las multinacionales, a través de la influencia de los Estados “nativos” de dichas corporaciones, lo cual se refleja en que las operaciones más estratégicas son distintas, de acuerdo a los lineamientos de cada Estado nación. Al estar lejos de la idea de la conformación de un poder político soberano de dichas corporaciones, los autores señalan que: “La corporación global, desligada de los lazos políticos nacionales en busca de un mercado mundial cada vez con menos fronteras es un mito, pues los Estados trazan senderos a las multinacionales y dan forma al entorno en el que operan y florecen. Los Estados retienen la autoridad política para dirigir las actividades de las corporaciones multi-

nacionales” (Doremus *et al.*, 1998: 4). Indican que, por ejemplo, en los tres países centrales de la triada (Japón, Estados Unidos y Alemania), las estructuras políticas nacionales continúan dando forma a las operaciones que determinan el futuro en puntos claves de estas corporaciones: financiamiento de largo plazo, programas de investigación y desarrollo, estrategias de comercio intrafirma e inversión directa. Estas diferencias se reflejan en el tratamiento que cada país da a la inversión extranjera directa. Por ejemplo, mientras que en Estados Unidos no enfrenta casi ninguna restricción, y la que sale de Estados Unidos la apoya claramente el Estado; en Japón, la IED que pretende instalarse dentro del país enfrenta muchas restricciones formales e informales, y la que sale desde Japón hacia el resto del mundo recibe apoyo, pero con criterios selectivos. En el caso de Alemania, la IED que llega se enfrenta a un ambiente más bien liberal, con ciertas restricciones tácitas, mientras que el Estado alemán mantiene una postura neutral con la inversión saliente. De todo esto concluyen que, más bien existe una resistencia de las multinacionales frente a la globalización y que estamos lejos de que domine una real industria mundial global (Doremus *et al.*, 1998).

Como parte de este debate, Rugman (2005) señala que la idea de que las multinacionales son entes globalizados es un mito, pues en realidad esas corporaciones funcionan a nivel regional, pues sólo algunas firmas se han constituido como globales. Para ello da una serie de definiciones: una estrategia global se refleja en la capacidad de vender el mismo producto o servicio a través del mundo, y sostiene que sólo existen unas cuantas firmas de este tipo en el mundo, entre las que está Coca Cola. Acota que: “Los mercados globales no son homogéneos ni hay una tendencia hacia la globalización. Más bien hay una tendencia, a lo largo del último cuarto de siglo, hacia la regionalización y hacia una creciente actividad económica intrarregional” (Rugman, 2005: 2).

Estas conclusiones las extrae de una investigación realizada sobre las quinientas multinacionales más importantes, y encuentra que casi todas estas firmas actúan con criterios regionales en la triada: Norteamérica, la Unión Europea y Asia dinámica, no en un solo mercado global, pues los mercados son segmentados por regulaciones gubernamentales y por diferentes patrones culturales, pues lo realmente usual es el uso de estrategias regionales con base en la triada (Rugman, 2005).

Con esa investigación, Rugman muestra que la actividad para la mayoría de los negocios orbita dentro de *uno* de los tres bloques regionales y que incluso McDonald’s es birregional y no global. De las empresas automotrices señala que sus ventas son fundamentalmente regionales; por ejemplo, General Motors vende más del 80 por ciento en Norteamérica, y la corporación Ford, más del 60 por ciento. Asimismo, BMW y Volkswagen venden la gran mayoría de sus unidades en Europa.

Por el lado de la cadena de valor, considera que también el ensamble y la producción de autos son de naturaleza regional, y enfatiza que los vínculos “hacia delante”

de la cadena de valor son más globalizados que los de la cadena “hacia atrás”; que los conglomerados (*clusters*) de producción y las redes productivas regionales son factores importantes en la regionalización, aunque hace la excepción de la industria electrónica, en la que la producción está claramente globalizada, debido a que los costos de transporte son bajos en relación con el ensamble.

De acuerdo con Alan Rugman, las corporaciones multinacionales son globales, interregionales o intrarregionales, dependiendo de su sede geográfica prioritaria de acción fundamental en la triada (la Unión Europea, la región del TLCAN y la región asiática). Para determinar qué tipo de estrategia y, por lo tanto, de comportamiento, sigue la corporación multinacional; Rugman propone ciertos criterios cuantitativos de clasificación, considerando *el lugar geográfico de las ventas de sus productos*, los cuales se sintetizan en el cuadro 2:

CUADRO 2
CRITERIOS DE GLOBALIDAD, INTERREGIONALIDAD E INTRARREGIONALIDAD
PARA LAS CORPORACIONES MULTINACIONALES

Intrarregional	Al menos el 50 por ciento de los datos de la variable están en la región de la triada.
Birregional (interregional)	Al menos el 20 por ciento de los datos de la variable están en dos regiones de la triada, y ninguna otra región tiene más del 50 por ciento.
Sede regional extranjera (interregional)	Una región extranjera de la triada tiene al menos el 50 por ciento de los datos de la variable.
Global	Tiene al menos el 20 por ciento de los datos de la variable en cada uno de los tres bloques.

FUENTE: Elaboración propia, con información de Rugman (2005).

Para el caso de los tres bloques económicos más relevantes, Rugman demuestra que, a partir de las ventas de las CMN, éstas tienen un comportamiento predominantemente regional; con base en estos criterios, concluye que las corporaciones multinacionales son esencialmente regionales y no globales.

Al retomar estos planteamientos y parámetros de Rugman, a continuación examinamos a las multinacionales de Estados Unidos, pero por medio de la variable del empleo, la cual nos dará una información desde dentro del proceso productivo de la cadena de valor de las multinacionales. Este tipo de estadísticas sobre el empleo se refiere a las personas contratadas por las CMN a través de sus filiales en los países receptores de inversión extranjera directa; en el caso de su propio país, a

las personas contratadas por dicha corporación dentro de su territorio de origen o donde sea residente la CMN.

Los espacios predilectos de las CMN de Estados Unidos en la triada, vistas a través del empleo

En un primer momento observaremos, dentro de los tres grandes bloques económicos regionales, el empleo manufacturero total de las multinacionales estadounidenses, para después aplicarlo a las industrias automotriz y electrónica de manera específica. En un segundo momento, veremos a las mismas multinacionales estadounidenses, pero considerando, dentro de cada bloque, sólo los países de reciente industrialización (para los casos de Asia y del TLCAN) y de nueva incorporación para el caso de la Unión Europea (en 2004 y 2007).

CUADRO 3
PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EN EL EMPLEO MANUFACTURERO
DE LAS CMN DE ESTADOS UNIDOS POR BLOQUES REGIONALES

	<i>Región TLCAN</i>	<i>Unión Europea</i>	<i>Región Asia</i>
1999	59.1	29.1	11.2
2000	58.9	29.7	11.2
2001	58.8	29.6	11.4
2002	58.8	29.3	11.8
2003	58.8	29.1	12.0
2004	58.1	28.8	13.0
2005	57.7	28.5	13.7
2006	57.3	28.2	14.3
2007	57.1	27.7	15.1
2008	56.9	27.2	15.7

FUENTE: Elaboración propia con base en U.S. BEA.

Consideremos ahora el problema desde la óptica de dos industrias prototipo: la electrónica, caracterizada por un comportamiento global característico, ya que se trata de una industria con un alto grado de organización productiva en cadenas globales de valor, y que cuenta con insumos muy transportables, y la automotriz, cuyo patrón es conocido como regional, dada la estructura de costos para el traslado de los insumos que caracterizan a esta industria. Estos casos se presentan en los cuadros 4 y 5, respectivamente.

En el primer caso, como se observa en el cuadro 3, las conclusiones de Rugman sobre la naturaleza regional de las multinacionales se confirman completamente, pues las firmas tienen un comportamiento *completamente intrarregional*, es decir, priorizan la región del TLCAN, pues para todos los años (desde 1999 hasta 2008) el porcentaje de participación en el empleo de las corporaciones de Estados Unidos

en la región del TLCAN supera el 55 por ciento, de tal manera que tiene un comportamiento netamente intrarregional (mayor al 50 por ciento, según el cuadro 1). Las multinacionales de Estados Unidos actúan predominantemente en la región del TLCAN, explicado en gran medida por el enorme mercado estadounidense en sí.

CUADRO 4
PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DEL EMPLEO DE LAS CMN
DE ESTADOS UNIDOS EN LA INDUSTRIA ELECTRÓNICA (POR BLOQUES)

	<i>Región TLCAN</i>	<i>Unión Europea</i>	<i>Región Asia</i>
1999	64.9	12.1	19.1
2000	68.0	10.6	17.6
2001	67.8	10.8	17.7
2002	69.3	10.3	16.8
2003	70.3	9.1	16.8
2004	64.2	10.5	21.6
2005	63.1	10.1	23.0
2006	61.8	10.4	24.0
2007	65.2	11.2	22.9
2008	62.9	11.2	22.0

FUENTE: Elaboración propia con base en U.S. BEA.

CUADRO 5
PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DEL EMPLEO
DE LAS CMN DE ESTADOS UNIDOS EN LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ (POR BLOQUES)

	<i>Región TLCAN</i>	<i>Unión Europea</i>	<i>Región Asia</i>
1999	85.7	13.2	1.0
2000	84.5	14.1	1.4
2001	83.9	14.6	1.4
2002	83.1	15.2	1.6
2003	83.2	14.9	1.7
2004	80.7	17.2	2.0
2005	79.1	17.9	2.8
2006	78.6	17.8	3.4
2007	79.1	17.1	3.6
2008	79.3	17.0	3.6

FUENTE: Elaboración propia con base en U.S. BEA.

En ambos cuadros tenemos este escenario: la actividad de las multinacionales estadounidenses, desde el punto de vista de su comportamiento en el empleo, es abrumadoramente *intrarregional*, de manera que éste no sólo se aplica a la industria manufacturera total (como se muestra en el cuadro 3), sino que también es contundente en la misma industria electrónica, con un promedio de empleo intrarregional del 65.7 por ciento para el periodo de diez años considerado aquí, y en el caso de la industria automotriz, con un promedio muy superior, cuya cifra asciende al 81 por ciento.

Los espacios predilectos de las CMN de Estados Unidos en países de reciente industrialización de la triada, vistas a través del empleo

Ahora bien, habiendo considerado esta información, haremos un corte analítico diferente de los espacios de la triada, en los que se mueven las multinacionales en observación: de cada bloque, sacaremos a los países más desarrollados y dejaremos sólo los de reciente industrialización o de reciente ingreso a la economía capitalista para el caso de la Unión Europea. Se consideran específicamente de los tres bloques, en Asia, a la región dinámica sin Japón (entre los que están República de Corea, Taiwán, Hong Kong, Singapur, China continental, Malasia, Tailandia, Vietnam).

De la UE, a la UE-10 y UE-2 (República Checa, Eslovenia, Eslovaquia, Hungría, Polonia, Rumania, Bulgaria, Estonia, Letonia, Lituania, Chipre y Malta)³ y para la región del TLCAN se considera únicamente a México. Se toman de entre éstos los que presenten registro de estadísticas de empleo de filiales multinacionales en la manufactura.

Se busca observar específicamente el comportamiento de las multinacionales oriundas de Estados Unidos en este grupo de países cuyos criterios de inversión tienen rasgos diferentes de los utilizados en los países desarrollados, pues mientras que en éstos las IED están tradicionalmente ligadas con mercados de alto poder adquisitivo, es decir, la llamada IED horizontal⁴ (que captura el mayor porcentaje de IED mundial), en los países menos avanzados se conjugan otros factores. El ideal buscado por las multinacionales en aquéllos incluye los siguientes aspectos: mano de obra calificada y no calificada barata, es decir, IED vertical buscadora de costos;⁵ mercados (IED horizontal) dado que muchos de estos países cuentan con mercados

³ Para el caso de la UE, es interesante señalar que países como España, Grecia e Irlanda, si bien no han alcanzado los estándares de desarrollo de los países más avanzados, los costos laborales unitarios han tendido a homologarse con los países más avanzados (Cartney, 2011), haciendo un abismo entre los niveles salariales de los llamados grupo Med (países del Mediterráneo) con la UE-12.

⁴ Ésta se refiere a la inversión en la que se producen patrones de producción y plantas similares semejantes a los del país nativo, y cuyo móvil es tener acceso a otros mercados con altos niveles de ingreso (Ellingsen *et al.*, 2005).

⁵ Las IED de tipo vertical se caracterizan por exportar fases productivas, con el móvil de disminuir los costos de producción, por lo que crea una deslocalización de partes del proceso productivo. Markusen *et al.* (1996) clasifican a las multinacionales como 1) horizontales, es decir, las que producen el mismo producto final en diversos lugares simultáneamente y 2) verticales, las cuales producen en segmentos de producción separados y geográficamente dispersos. Encuentran que las multinacionales verticales dominan cuando los países tienen una dotación de factores muy distinta, mientras que las multinacionales horizontales prevalecen cuando los países son similares en tamaño y en dotación de factores y los costos del comercio van de moderados a altos. Tradicionalmente se pensaba que la IED horizontal era propia de países desarrollados con mercados de fuerte poder adquisitivo. Posteriormente, se ha demostrado que no es así, que en países con mercados grandes hay importantes IED verticales también y que no sólo se ubican en países con bajos salarios (Alfaro y Charlton, 2009).

cada vez más importantes y dinámicos; plataformas de exportación, pues muchos de éstos están especializados en facilitar el ensamble de partes y componentes para su exportación, contando con economías de aglomeración ligadas a redes productivas regionales o globales.⁶

Al considerar la actuación de las multinacionales en aquéllos, a través de la variable del empleo, nos situamos directamente en una esfera de la cadena de valor directamente ligada a la producción y, de manera indirecta, en la participación de este grupo de países dentro de la estructura organizacional de las firmas multinacionales, las que a menudo determinan su participación dentro de la producción mundial y la división internacional del trabajo, como resultado de sus estrategias, las cuales consideran tanto las ventajas específicas de la firma, como las ventajas específicas que el país receptor ofrece, produciendo así un saldo combinado en la ventaja competitiva de la multinacional.

Si bien estos grupos de países tienen en común pocas cosas, hay algo fundamental que comparten: son economías cuya estructura productiva está organizada en parte como economías abastecedoras de insumos productivos, algunos de éstos ligados a esas redes, aunque con características muy diferentes entre sí. Mientras que México es fundamentalmente una plataforma de exportación con mano de obra barata, aunque también ofrece un mercado pequeño, las economías asiáticas dinámicas ligadas a las redes productivas son mercados cada vez más dinámicos e importantes, especialmente el de China, y constituyen, a la vez, un espacio fundamental como centros de producción manufacturera mundial. Son regiones que cada vez atraen más IED del mundo; su atractivo reside, además, de ofrecer mercados para ventas de productos, también en que cuentan con espacios para la localización de la producción, dados los conglomerados (*clusters*), eficientes centro de empresas capacitadas para subcontratación de alta calidad, mano de obra calificada, etc., por lo que se trata de zonas que no sólo atraen IED vertical ligada a costos bajos, sino que cada vez más la IED horizontal buscadora de mercados se torna más relevante.

Por su parte, el grupo de países de la llamada Europa-12, tiene a su favor un gran factor: estar integrado en un enorme mercado europeo con alto poder adquisitivo, de modo que en su caso no se trata sólo de un mercado nacional, sino de un gran mercado regional con libre movilidad de factores, mercancías y servicios; asi-

⁶ Según Castells (1999), las cadenas productivas son de cinco tipos: las que están vinculadas con las empresas japonesas, los *keiretsu* y el universo de empresas que orbitan a su alrededor; las empresas coreanas, los grandes *chaebols* y sus relaciones con otras empresas de menor tamaño; las corporaciones multinacionales de Estados Unidos, predominantemente en la industria electrónica; las redes de capital étnico-chino y, finalmente, el gobierno central y los gobiernos provinciales de China, los cuales tienen una activa participación industrial y financiera.

mismo, varios de los países de reciente ingreso a la UE se caracterizan por contar con mano de obra altamente calificada con bajos niveles salariales relativos.

Muchos de los países de reciente industrialización de Asia, de la UE-12 y México, son exportadores de grandes volúmenes de mercancías, pero esas cantidades no reflejan en todos los casos directamente su competitividad como países en sí, sino que más bien responden a que son plataformas de exportación de corporaciones multinacionales que establecen centros de operación a través de filiales, subcontratación y redes.⁷

En el cuadro 6 se observa el índice de ventas sobre exportaciones para un grupo de países seleccionados. Las ventas se refieren a las que hacen las filiales en el mercado interno en el que están situadas y las exportaciones se refiere a las ventas que dichas filiales realizan en mercados distintos de los que están situadas. Detectamos aquí dos grandes datos: en todos, el índice ha aumentado considerablemente de 1999 a 2007, destacando los casos de China, Indonesia y República de Corea. Estas economías, siendo grandes y exitosas exportadoras mundiales, se han propuesto, además, desarrollar su mercado interno, el cual se constituye cada vez más en un factor de atracción para las multinacionales.

CUADRO 6
ÍNDICE DE VENTAS/EXPORTACIONES DE LAS FILIALES
ESTADUNIDENSES EN PAÍSES SELECCIONADOS

	1999	2007
México	2.8	4.3
China	6.5	34.0
República de Corea	6.8	22.9
Filipinas	5.5	9.6
Hong Kong	10.6	19.0
Indonesia	29.1	61.4
Malasia	9.0	17.5
Singapur	11.4	17.7
Taiwán	8.1	12.0
Tailandia	12.6	27.5

FUENTE: Elaboración propia con base en el *Survey of Current Business* (SCB) (U.S. BEA, 1999; 2007).

⁷ Van Assche (2012) desarrolla una interesante metodología para mostrar que el volumen de las exportaciones en sí no nos indica realmente en nivel de competitividad de un país cuando se trata de una plataforma de exportación y, con base en este argumento, critica el índice de las ventajas comparativas reveladas aplicadas en países que prioritariamente exportan ensambles de multinacionales. Para resolver este problema, formula una propuesta: adapta dicho índice a la importación-exportación de insumos intermedios, mediante la cual detectamos qué países son plataformas de exportación.

A continuación advertimos, en este grupo de países de reciente industrialización de Asia, de UE-12 y en México, el número de empleados que las multinacionales tienen en aquéllos a través de sus filiales. En el cuadro 7 se muestra el porcentaje de participación del empleo que captan por industrias seleccionadas: a diferencia de los resultados de los cuadros 3, 4 y 5, en los que encontramos un comportamiento netamente intrarregional, notamos aquí que, en la gran mayoría de las industrias manufactureras, las multinacionales tienen un comportamiento mayoritariamente interregional, excepto en el caso de la industria automotriz, en la que sigue siendo dominante el empleo intrarregional.

Entonces, si bien las multinacionales de Estados Unidos son prioritariamente intrarregionales, para el caso de los países de reciente industrialización, su comportamiento es más interregional. Debido a que en la región sede de las multinacionales de Estados Unidos es la zona del TLCAN, y puesto que México es el único país de reciente industrialización en dicha zona; esto evidencia una disminución de su capacidad de atracción de inversión extranjera estadounidense, en comparación con la zona dinámica de Asia. No obstante, también observamos que México sigue articulando gran parte de su actividad transnacional en Norteamérica, alrededor de la industria automotriz y que, tanto las tres grandes, como las automotrices europeas y asiáticas que han elegido a México como plataforma de exportación, siguen haciendo de este país un espacio importante.

No obstante, México no es un escenario permanente, sino inestable, dada la celeridad con la que algunos países asiáticos impulsan su competitividad mundial en esa industria, entre los que destacan la República de Corea y China.

En el cuadro 7 también observamos que en Asia la industria química tiene un porcentaje de empleo del 54 por ciento; la maquinaria y equipo, del 67.2 por ciento; la electrónica tiene el porcentaje más alto (el 76.7), en cambio, la industria eléctrica y de electrodomésticos es del 58 por ciento. Por ello, en todas éstas el comportamiento de las multinacionales se caracteriza por ser interregional, cuya sede es una región extranjera, es decir, fuera de su entorno regional o bloque económico de origen.

En el caso de la industria metálica, el porcentaje es del 46.6 por ciento; mientras que en América del Norte y en la UE-12 se sitúan para esta misma industria en el 24.4 y el 23.9 por ciento, respectivamente, de ahí que su clasificación se ubicaría como interregional y birregional, de acuerdo con nuestra clasificación (señalada en el cuadro 2), es decir, al menos el 20 por ciento de los datos de la variable se hallan en dos regiones de la triada, y ninguna otra región tiene más del 50 por ciento.

Sólo el caso de la industria automotriz es claramente intrarregional, pues mientras que en América del Norte (México) el empleo de las filiales estadounidenses asciende al 57 por ciento; para la UE-12 y Asia son del 24.3 y del 18 por ciento, respectivamente. De hecho, en la industria automotriz, América del Norte es la sede más importante.

CUADRO 7
 PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DEL EMPLEO DE LAS CMN DE ESTADOS UNIDOS
 EN LOS PAÍSES DE RECIENTE INDUSTRIALIZACIÓN O INCORPORACIÓN DE LA TRIADA
 (2008)

	<i>TLCAN México</i>	<i>UE-12+ Portugal</i>	<i>Asia dinámica sin Japón</i>	
Química	27.1	18.0	54.0	Interregional (sede regional extranjera)
Metálica	24.4	23.9	46.6	Birregional (interregional)
Maquinaria	19.6	9.3	67.2	Interregional (sede regional extranjera)
Electrónica	18.3	4.6	76.7	Interregional (sede regional extranjera)
Automotriz	57.0	24.3	18.0	Intrarregional
Eléctrica y electrodomésticos	37.8	3.3	58.0	Interregional (sede regional extranjera)

FUENTE: Elaboración propia con base en el cuadro 1 y con datos del U.S. BEA.

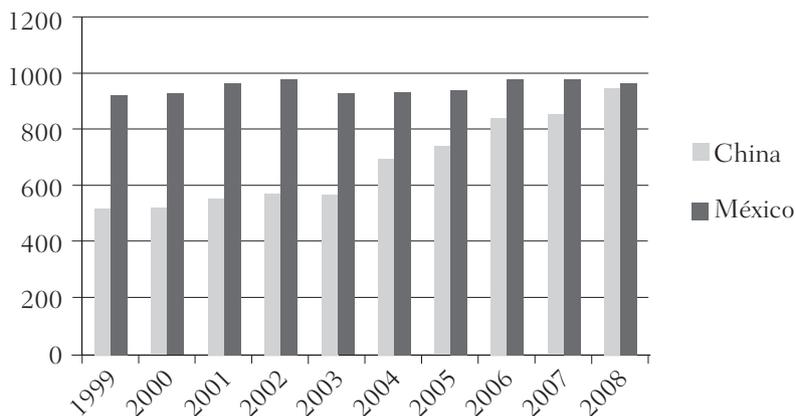
Ahora bien, este escenario no siempre fue así. Tradicionalmente, México había tenido un peso especial en la dinámica económica de las corporaciones multinacionales dentro del grupo de países de reciente industrialización. No obstante, esta tendencia se ha modificado a lo largo de las últimas décadas en industrias como la electrónica, pero en los últimos años también se ha ampliado y acelerado el proceso en otras.

Con base en los resultados del cuadro 7, en el que sobresale el caso de Asia como sede prioritaria para las multinacionales, analizaremos en seguida la evolución de su comportamiento, en comparación con el de México, el segundo espacio más relevante a partir de los noventa.

Sin duda, el caso más importante es China y, como advertimos en la gráfica 1, el empleo de las filiales de Estados Unidos en México muestra un porcentaje (de 1999 a 2008) siempre más alto que en China; para este último año, el más recientemente publicado por el Departamento de Comercio de Estados Unidos, casi se igualan las cifras; y mientras que China ha mostrado un crecimiento acelerado y constante, en México ha habido oscilaciones leves hacia arriba y hacia abajo, pero esen-

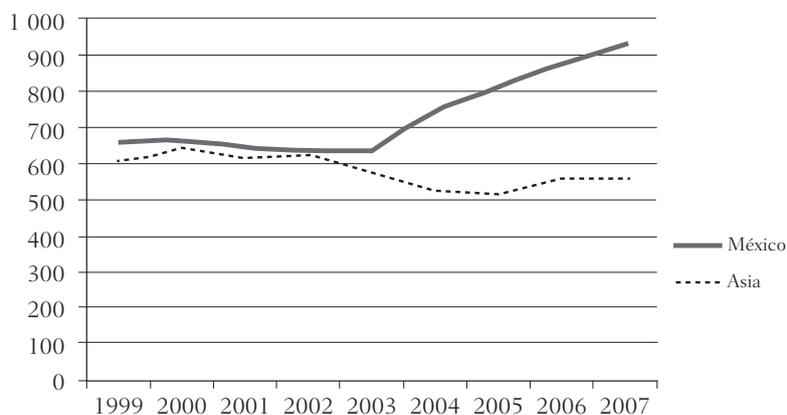
cialmente no hay un crecimiento considerable, por lo que es claro que el peso relativo de México ha disminuido, mientras que en China crece aceleradamente.

GRÁFICA 1
EMPLEO DE FILIALES DE ESTADOS UNIDOS EN CHINA Y MÉXICO
(MILES DE EMPLEADOS)



FUENTE: Elaboración propia con base en el *Survey of Current Business* (SCB), U.S. BEA.

GRÁFICA 2
EMPLEADOS DE FILIALES DE ESTADOS UNIDOS EN MÉXICO Y PAÍSES
DINÁMICOS DE ASIA EN EL TOTAL DE LA MANUFACTURA (1999-2008)
(MILES DE EMPLEADOS)



NOTA: Asia incluye China, Hong Kong, India, República de Corea, Malasia, Tailandia, Filipinas, Singapur, Taiwán y Tailandia.

FUENTE: Elaboración propia, con base en el *Survey of Current Business* (SCB), U.S. BEA.

Otra perspectiva importante sobre el cambio de actitud de las multinacionales estadounidenses de una actividad económica más centrada en su región (intrarregional) hacia la localización de sus filiales en zonas distintas y, más específicamente, en la región de reciente industrialización dinámica de Asia, nos lo brinda la gráfica 2.

En la gráfica 2 observamos, para la misma serie de años (1999-2008), la evolución del empleo de las filiales estadounidenses en México y en Asia; de igual forma, destaca que, en todos los casos, mientras que en Asia es ascendente, en México son descendentes. De modo tal que deducimos un comportamiento manufacturero de dichas multinacionales tendiente cada vez más a actuar de manera interregional en el grupo de países que combinan bajos costos, mercados y plataformas de exportación; mientras que en los de altos ingresos, las filiales estadounidenses se comportan clara y predominantemente intrarregionales.

Palabras finales

Desde el punto de vista del empleo, la actividad de las CMN de Estados Unidos es abrumadoramente intrarregional dentro de la triada, es decir, las multinacionales sitúan su producción fundamentalmente en su región; no obstante, haciendo un corte en cada uno de los bloques y analizando por separado a los países de reciente industrialización en cada uno de aquéllos, vemos que las multinacionales estadounidenses tienen un comportamiento cada vez más interregional que intrarregional. Tal comportamiento se agudiza cada vez más y se traduce en que México pierde, paulatinamente, más relevancia como captador de filiales estadounidenses creadoras de empleo manufacturero.

Este fenómeno se relaciona con el ascenso de Asia como la “fábrica mundial”, organizada como una activa región donde su participación en el comercio internacional funciona cada vez más como nexos que ligan insumos internacionales donde las multinacionales se entretejen en redes fragmentadas dentro de la cadena de valor, conectando así los estadios del proceso productivo ubicados en distintos enclaves geográficos, donde las filiales se desempeñan como nodos de conexión de estas formas de organización de la producción (Hall, 2011).

De manera que las multinacionales estadounidenses mostraron un comportamiento eminentemente regional y, más específicamente, intrarregional; pero en el plano de los países proveedores de insumos o plataformas de exportación, hay un claro interés ascendente por la región dinámica de Asia. Las economías emergentes se revelan cada vez más como el puntal de la economía mundial futura.

Este hecho está ligado a la preocupación de Dunning cuando considera si las CMN son esencialmente regionales o no, si han de abarcar una dimensión más allá

del estudio que hace Rugman, considerando la variable de las ventas, y situarnos en la esfera de la cadena de valor más ligada a la producción, para captar otra perspectiva: dilucidar el problema desde la óptica de los países proveedores de las firmas; precisamente los de reciente industrialización, ligados a las cadenas de abastecimiento regionales y globales, serían un indicador de lectura, desde el punto de vista del abastecimiento de las multinacionales, especialmente en Asia.

A pesar de que encontramos que, en términos del empleo en países de bajos costos, las multinacionales de Estados Unidos actúan predominantemente interregionalmente en Asia dinámica; ésta es la excepción que confirma la regla: innegablemente que el peso de las multinacionales de Estados Unidos es fundamentalmente intrarregional.

En suma, el resultado de este trabajo versa sobre lo que Dicken sostiene en relación con la economía mundial: tiene una fuerte tendencia hacia formas de organización espacial transnacional, pero en realidad se articula y funciona más bien cohesionada en la esfera regional o de bloques económicos, definiendo dicha esfera como una escala intermedia entre lo global y lo nacional, dentro de la cual el regionalismo ha sido la estructura institucional en la que las multinacionales han luchado por la preservación de sus posiciones clave.

Fuentes

ABELE, EBERHARD, TOBIAS MEYER, ULRICH NÄHER, GERNOT STRUBE Y RICHARD SYKES
2008 *Global Production*. Heidelberg: Springer.

ALFARO, LAURA y ANDREW CHARLTON
2009 "Intra Industry Foreign Direct Investment", *American Economic Review*,
vol. 99, no. 5: 2096-2119.

ASSCHE, ARI VAN
2012 "¿Cuáles países se convierten en plataformas de ensamble final?", en Isaac
Minian y Elisa Dávalos, coords., *Redes globales y regionales de producción*.
México: IIEC, UNAM-CISAN, UNAM.

BARTLETT, CHRISTOPHER y SUMATRA GHOSHAL
1998 *Managing across Borders*. Boston: Harvard University School Press.

CARTNEY, MARK
2011 *Growth in the Age of Deleveraging*. Toronto: Bank of Canada.

CASTELLS, MANUEL

1999 *La era de la información. Economía sociedad y cultura*, vol. 1, *La sociedad red*. México: Siglo XXI.

DABAT, ALEJANDRO, MIGUEL ÁNGEL RIVERA y JAMES WILKIE

2004 *Globalización y cambio tecnológico*. México: Universidad de Guadalajara-UNAM-UCLA-Profmex-Juan Pablos.

DICKEN, PETER

2003 *Global Shift. Reshaping the Global Economic Map in the 21st Century*. Nueva York: The Guilford Press.

DOREMUS, PAUL KELLER, WILLIAM LOUIS PAULY y SIMON REICH

1998 *The Myth of the Global Corporation*. Nueva Jersey: Princenton University Press.

DUNNING, JOHN y SARIANNA LUNDAN

2008 *Multinational Enterprises and the Global Economy*, 2^a ed. Northampton, Mass.: Edward Elgar.

ELLINGSEN, GAUTE, WINFRIED LIKUMAHUWA y PETER NUNNENKAMP

2005 “Outward FDI by Singapore: A Different Animal?”. Kiel: Advanced Studies Programme, Kiel Institute for the World Economy, en <http://unctad.org/en/docs/iteit20062a2_en.pdf>, consultada en diciembre de 2014.

FRÖBEL, F., J. HEINRICHS y O. KREYE

1982 *La nueva división internacional del trabajo*. México: Siglo XXI.

MARKUSEN, JAMES, ANTHONY VENABLES, DENISE KONAN, KEVIN ZHANG

1996 “A Unified Treatment of Horizontal Direct Investment, Vertical Direct Investment, and the Pattern of Trade in Goods and Services”, NBER Working Paper, 5696, agosto.

MICHALET, CHARLES

1985 “Las fases de integración del capital en la economía mundial”. México: Lecturas de Economía Internacional, UAM Xochimilco (mimeo).

OHMAE, KENICHI

1995 *The End of the Nation State: The Rise of Regional Economies*. Nueva York: The Free Press.

OMAN, CHARLES

1991 *Globalisation and Regionalisation*. París: OECD.

ORGANIZATION FOR ECONOMIC COOPERATION AND DEVELOPMENT (OECD)

2010 *Measuring Globalization. Economic Globalisation Indicators 2010*. París: OECD.

POLOZ, STEPHEN

2011 “Integrative Trade. Globalization: What Next for Canadian Businesses?”, EDC President and CEO. Toronto: Munk School of Global Affairs, 25 de mayo, en <http://www.edc.ca/english/docs/speeches/2011/mediaroom_21471.htm>, consultada el 30 de agosto de 2011.

PORTER, MICHAEL

1991 *La ventaja competitiva de las naciones*. Buenos Aires: Vergara.

RUGMAN, ALAN

2005 *The Regional Multinationals. MNEs and “Global” Strategic Management*. Cambridge: University Press.

RUGMAN, ALAN y ALAIN VERBEKE

1992 “A Note on the Transnational Solution and the Transaction Cost Theory of Multinational Strategic Management”, *Journal of International Business Studies*, vol. 23, no. 4: 761-771.

RUGMAN, ALAN y THOMAS BREWER, eds.

2001 *The Oxford Handbook of International Business*. Londres: Oxford University Press.

TALLMAN, STEPHEN B. y GEORGE S. YIP

2001 “Strategy and the Multinational Enterprise”, en Alan Rugman y Thomas Brewer, eds., *The Oxford Handbook of International Business*. Londres: Oxford University Press.

US DEPARTMENT OF COMMERCE, BUREAU OF ECONOMIC ANALYSIS (BEA)

Vv. Aa. *Survey of Current Business*, en <www.bea.gov>.