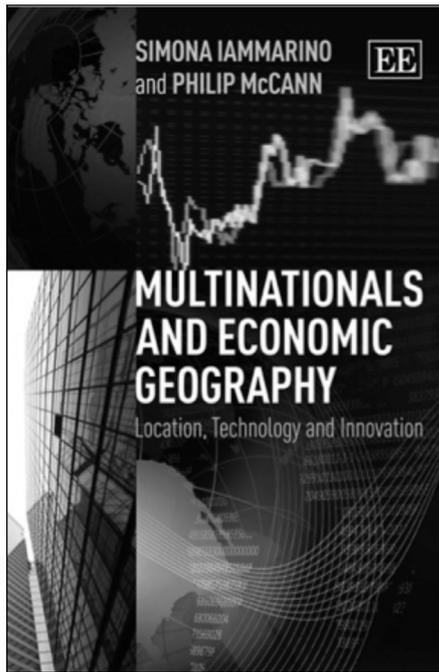

Libros



MULTINATIONALS AND ECONOMIC GEOGRAPHY

Simona Iammarino y Philip McCann
Ed. Edward Elgar, 2013

Mientras que las típicas preguntas sobre multinacionales (¿cuál es el efecto de la multinacional sobre el país receptor?, ¿por qué las empresas se convierten en multinacionales?, ¿qué factores afectan la entrada de multinacionales en diversos países?, entre muchas otras) han sido muy estudiadas por la literatura de negocios internacionales, el presente libro se enfoca en algo totalmente novedoso: ¿cuáles son los aspectos *geográficos* de las empresas multinacionales? Dicha pregunta se refiere a las localizaciones específicas y geográficamente concretas de las multinacionales (MNEs) en clusters o regiones, aspecto muy poco estudiado por la literatura. De hecho, dicho tópico se presenta desde la intersección de la geografía económica, la innovación y la internacionalización (negocios internacionales). El enfoque multidisciplinar del libro y de su principal objetivo es de gran importancia para entender bien a las MNEs y sus características. Asimismo, desde el punto de vista de la geografía económica la introducción de las empresas y, sobre todo de las MNEs, es muy interesante porque permite estudiar los micro-procesos existentes, en el ámbito de la empresa, dentro del ámbito meso (*clusters* o regiones).

En el libro se presentan una multitud de enfoques, teorías y modelos para entender los aspectos espaciales o geográficos de las MNEs, cruzando perspectivas típicas de *management* y cambio tecnológico con otras más propias de la economía o la economía geográfica. El tema central del libro es conceptualizar de una manera sistemática el proceso de multi-localización de las MNEs que efectivamente se produce en espacios geográficos concretos que presentan dotaciones de recursos para el aprendizaje de aquellas: *clusters* o aglomeraciones regionales que permiten a la MNE contar con un ecosistema de innovación local/regional en el que desarrollar sus ventajas competitivas o generar nuevas. Dicha integración de la economía geográfica y la teoría de localización permite la combinación de diversas literaturas desde la innovación, el management, los negocios internacionales o la economía, entre otras.

El libro se estructura en dos partes generales. En primer lugar, una parte dedicada a las multinacionales, su

localización y proceso innovador (capítulos 2 al 4). Dicho bloque proporciona una visión general, teórica y conceptual, necesaria para entender el marco geográfico de la empresa multinacional. En segundo lugar, un bloque dedicado al cambio geográfico de la globalización y su efecto en las empresas (capítulos 5 a 8).

En la primera parte se muestra, tras una introducción, un capítulo 2 dedicado a las principales interpretaciones que la economía y el *management* dan a las empresas multinacionales, sobre todo en lo que respecta al marco OLI de Dunning y con especial énfasis en la "L" localización. Sobre todo resulta interesante como la innovación, profundamente dependiente del entorno local y de los ecosistemas (aglomeraciones) está totalmente ausente dentro de dicha "L" en la literatura tradicional de los negocios internacionales. El capítulo 3 muestra la teoría tradicional de localización, relacionando la localización, los costes de los factores y las estrategias de las empresas (enfoques de Weber, Hotelling y Salop, respectivamente). Este capítulo es de tradición económica (y de economía geográfica), muy conocido por estudiosos de la ciencia regional o de las economías urbanas, pero totalmente desconocido por los académicos de negocios internacionales y *management*. De esta forma los últimos pueden conocer las diversas teorías y aproximaciones de los primeros. En los dos capítulos (2 y 3) se muestra como ambas disciplinas (economía geográfica y el *management*) comparten muchos puntos en el estudio de las multinacionales. En el capítulo 4 se recoge la literatura del crecimiento y el cambio tecnológico, con el propósito de clarificar la innovación y sus capacidades en el proceso de aprendizaje de las empresas MNEs. En él se plasma la realidad de que las multinacionales son elementos que generan innovaciones y conocimiento nuevo en los territorios donde se ubican, al tiempo que absorben y aprenden del mismo. Precisamente es la innovación regional la que mejor captura este proceso que arranca de las empresas o el nivel micro hasta la región o aglomeración en el nivel meso. De hecho, la localización en una región, más allá de considerar únicamente el ámbito país, proporciona las fuentes de información y conocimiento para el aprendizaje y la innovación: los ecosistemas locales son los grandes precursores de la innovación en la interacción empresa multinacional y territorio, al tiempo que uno de los grandes motivos que justifican la ubicación de las MNEs. De manera similar, el capítulo 5 presenta los micro-fundamentos de la localización empresarial, analizando fundamentalmente las

estrategias y capacidades tecnológicas de las MNEs para integrarlas en las perspectivas regionales y los sistemas industriales locales. De esta manera se analizan las diferentes combinaciones de recursos internos y externos de las MNEs y su interacción con el territorio. En mi opinión, el capítulo 5 es el más completo de la obra, ya que integra de una manera magistral el nivel micro y meso, al tiempo que permite conocer como las MNEs se comportan en los territorios.

El capítulo 6 ofrece una visión histórica de los anteriores capítulos, al tiempo que ofrece una perspectiva de la evolución de las MNEs y la globalización. En dicho capítulo se aprecia, desde una perspectiva histórica y completa, como la globalización del siglo XX (sobre todo de finales de siglo) se ha caracterizado fundamentalmente por la inversión de empresas desde países avanzados a otros países avanzados. Dichas inversiones han realizado importante movimientos de flujos financieros y, sobre todo, de conocimiento. Sin embargo, históricamente en los siglos precedentes la globalización se entendía como algo más centrado en invertir en países subdesarrollados o en vías de desarrollo, dentro de un contexto histórico de creación de imperios. El capítulo 7 presenta las MNEs y las mayores ciudades (centros conocimiento) globales y su interacción con las MNEs, mostrando la conectividad global de ciertas ciudades y regiones: conexión de territorios a través de las MNEs, esto es, cadenas de valor globales. En dicho capítulo se describe la búsqueda de conocimiento y las localizaciones geográficas concretas por las MNEs. El capítulo 8 se dedica a las multinacionales de los países emergentes y sus diferentes estrategias de multi-localización, enfatizando aquellas MNEs de los BRIC. Por último, el capítulo 9 ofrece una conclusión general y un mensaje muy claro: las multinacionales dibujan el espacio geográfico, y ésta está totalmente influenciado por aquellas. Hay que empezar a abandonar el ámbito país para entender mejor que las multinacionales eligen espacios geográficos concretos donde desarrollar sus ventajas competitivas, generar innovación y conocimiento nuevo y conectar dichos territorios con las cadenas de valor globales. Nunca antes un tipo de empresa concreto, las MNEs, supuso tanto en la conexión y el solapamiento de lo local/regional y lo global.

En conclusión, un libro muy completo y recomendado, sobre todo para los estudiosos de los negocios internacionales.

■ Jose Luis Hervás Oliver