

¿Cómo mejorar la expansión interregional de las multinacionales? El caso de las filiales trampolín para Latinoamérica

1. ¿cuál es el mensaje o idea principal del artículo? ¿pueden aplicarla los empresarios y directivos?
2. ¿por qué cree que los directivos deben conocer su artículo? ¿para qué tipo de empresas serviría y para qué tipo no?
3. ¿qué investigación se ha llevado a cabo para argumentar su propuesta? ¿sobre qué trabajos (artículos, teorías, etc...) fundamenta su propuesta?
4. ¿cuál es su experiencia personal, académica y/o profesional que avale sus conocimientos sobre el tema

1. El artículo propone la mejora de la estrategia de implantación de las multinacionales en regiones diferentes a las de origen, a través del uso de estructuras intermedias de gestión, como es el caso de las filiales trampolín. El artículo responde a una importante cuestión en el área de la gestión internacional ¿cómo pueden añadir valor las casas matrices cuando se enfrentan a entornos locales muy diferentes cultural e institucionalmente? La respuesta clásica ha sido la delegación del poder hacia diferentes unidades locales (filiales, casas matrices regionales, socios locales, etc.). Nuestro artículo propone un modelo más completo en el que dicha delegación depende de la etapa de desarrollo de la estrategia y del reparto de estas funciones con un actor adicional- la filial trampolín- que ayuda a alinear el control con el contexto. La filial trampolín y la casa matriz actúan como sustitutos en la primera etapa, pero como actores complementarios en las siguientes etapas. El modelo se ha aplicado específicamente al caso de la implantación de multinacionales europeas en Latinoamérica. Sin embargo, pensamos que puede tener un mayor alcance ya que podría aplicarse en cualquier inversión entre diferentes regiones donde una hipotética estructura intermedia podría actuar como puente entre diferentes unidades de la organización.
2. Nuestra propuesta puede interesar a los directivos por dos aspectos fundamentales:
 - a. Primero, nuestro artículo aporta una herramienta de referencia estratégica para evitar la destrucción de valor por parte de la casa matriz cuando las empresas multinacionales pretenden entrar en entornos institucionales y culturales muy diferentes a los de su origen.
 - b. Segundo, para el caso de los directivos de empresas multinacionales localizadas en España, aporta una idea para explotar en sus empresas, en la medida en que éstos sean capaces de atraer la atención de sus casas matrices y reivindicar las posibilidades de este nuevo rol de mayor valor en las relaciones con Latinoamérica.
 - c. El modelo propuesto puede servir para cualquier empresa multinacional interesada en invertir en Latinoamérica. Tenemos una base de datos en la que hemos observado que la distribución sectorial es muy heterogénea. Hay tanto empresas de servicios como de manufactura de cualquier tamaño y origen.

3. Nuestra investigación se enmarca en el contexto de las teorías organizativas de la empresa multinacional. Aunque el concepto de filial trampolín es novedoso, la literatura sobre roles de filiales, “parenting advantage” e “internacionalización de segundo grado” nos ha permitido definir sus bases conceptuales. El modelo propuesto adopta una perspectiva contingente: la adaptación de los mecanismos de coordinación y control al contexto. Esta investigación forma parte de un proyecto más amplio en el que estudiamos el rol de España como trampolín en las inversiones europeas hacia Latinoamérica.
4. Los autores tienen una extensa trayectoria publicando artículos sobre gestión de la empresa multinacional. El equipo de investigación ha realizado distintos proyectos de investigación financiados por el MINECO y por la Fundación BBVA en los que se analizaban aspectos muy relacionados con el objetivo de este artículo. Las visitas personales a las empresas encuestadas han enriquecido sustancialmente nuestro conocimiento en la materia.