



COLECCIÓN APUNTES UNIVERSITARIOS

DIRECCIÓN DE EMPRESAS INTERNACIONALES

GRADO ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

4,5 Créditos

DOBLE GRADO ADE - DERECHO

4,5 Créditos

Pillatòner
Còpies, Enquadernacions i Cartutxos



Pillatoner Campus Tarongers
C/ Ramón Llull 45 BJ - 96 304 57 13

Pillatoner Campus Blasco Ibañez
C/ Gascó Oliag 6 BJ - 96 133 97 19

Más información sobre nuestros apuntes en www.pillatoner.es

Todos los derechos reservados. Ni la totalidad ni parte de este libro puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento electrónico o mecánico, incluyendo fotocopia, grabación magnética, o cualquier almacenamiento de información y sistema de recuperación sin permiso escrito de la editorial.

Edita e imprime: PILLATONER SL

Autor: Rubén García Muñoz

C/ Ramón Llull, 45 bajo – 46021 – Valencia

Teléfono: 96 304 57 13

E-mail: pillatoner@yahoo.es

Fecha edición: Enero 2018

Prólogo

Pillatoner SL, es una empresa dedicada a la edición y venta de apuntes para universitarios. Somos una empresa joven que tiene por objetivo lograr dotar al estudiante universitario de un material de apoyo adicional a los ya existentes (manuales, asistencia a clase, material de reprografía, etc.)

Es por ello que recopilamos los apuntes de aquellos alumnos que asisten regularmente a clase, que completan sus apuntes con manuales, así como con conocimientos previos. Ofrecemos al estudiante, un resumen de lo más imprescindible de cada asignatura, con el fin de que sirva de material adicional (adicional porque sin conocimientos previos, difícilmente valdrá de algo esta compilación de apuntes), a los métodos ya existentes.

Esperemos que con esta colección, la vida universitaria se haga al estudiante más corta y fructífera. Suerte y a estudiar, que es el único método conocido (exceptuando las chuletas), de aprobar la carrera.

Temario

Tema 1. La globalización de la economía (página 4)

¿Qué es la globalización?

Factores impulsores de la globalización

Globalización, ética y regulación de la EMN

Tema 2. La estrategia internacional (página 7)

La estrategia internacional: motivos y condiciones

La decisión de entrada y la elección de mercados

Formas de entrada en los mercados exteriores

El proceso de internalización

Tema 3. La organización de la empresa internacional (página 21)

Presiones globalizadoras y localizadoras del entorno en los negocios internacionales

Enfoques estratégicos de competencia internacional

Organización de la actividad internacional: estructuras organizativas

El ajuste estrategia-estructura

Tema 4. Cultura y recursos humanos en la empresa multinacional (página 32)

La dimensión cultural en los negocios internacionales: el modelo de Hofstede de diferencias culturales

La gestión de los recursos humanos en la empresa multinacional: expatriados versus directivos locales

Tema 5. Empresas multinacionales españolas y MNC de países emergentes (página 41)

Rasgos estratégicos de las empresas españolas multinacionales

Los países emergentes y sus EMN

TEMA 1. LA GLOBALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA

¿Qué es la globalización?

La globalización la podemos analizar en 4 ámbitos.

- **A escala mundial:** Convergencia de dimensiones y variables de la economía en un elevado número de países. (Preferencias de los consumidores, productos estandarizados, apertura de mercados, políticas económicas...).

(El PIB mundial se converge. Zonas como Asia, ascienden, Europa, Japón, EEUU, descienden... convergiéndose).

- **A nivel de país:** Intensidad en las interacciones de la economía con el resto (X e M como % del PIB, flujos de entrada y salida de ID).

(Diferencias entre países que son más globales que otros. Irán no es global; Rusia no es tan global (Desea limitar sus X, M (tasa de apertura); EEUU sí).

- **A nivel de un sector:** Sectores denominados en todos los mercados por el mismo grupo de empresas, que compiten sobre una base mundial.

- Empresas de coches en todo el mundo. (Ford, Toyota... sector global, aunque repartidos desigual).
- Constructores de aviones (Airb, Boin) sector más global del mundo, ya que sólo hay dos. (Sector más global, tienen economías de escala).
- Cerveza: No es un sector global. No hay un dominante de grupo pequeño en todos los mercados del mundo.
- Farmacéutico: Muy global 4-5
- Telas: no

- **A nivel de empresa:** Hasta qué punto la empresa ha extendido sus ventas y activos a otros países y genera flujos internacionales de productos, capital y conocimientos.

- A nivel de empresa (Apple/Inditex). Hay que medir las empresas lo globales que son. **Una empresa se globaliza porque entra en más mercados.**
- Inditex aunque está presente en todo el mundo. Tiene un gran porcentaje de ventas en su región de origen (Más del 50%) (Regiones 3: EEUU, Asia + Oceanía, y Europa).
- ¿Qué empresa está más globalizada? ¿Apple o Inditex?

Apple porque vende más de manera equitativa. (Vende más en Europa Inditex; Apple en EEUU y Europa).

Globalización a nivel de empresa. ¿Cómo la medimos?

- **Índice de Transnacionalidad (ITN):**
 - Medida utilizada por la UNCTAD.
 - Se calcula como la ratio entre la actividad económica internacional de la empresa (I) sobre la actividad total (T). Cuanto mayor es I/T, más global es la empresa.
 - El índice de transnacionalidad (ITN) equivale a la media de los 3 ratios siguientes:
 - Activos internacionales sobre activos totales.
 - Ventas internacionales sobre las ventas totales.
 - Plantilla en el extranjero sobre la plantilla total.
- **Clasificación de la orientación global de las empresas de Rugman y Verweke (2004).**
 - **Orientada a la región de origen:** al menos el 50% de sus ventas en su misma región dentro de la tríada.
 - **Bi-regional:** al menos el 20% de sus ventas en cada una de las dos regiones, pero menos del 50% en sólo una de ellas.
 - **Orientada a la región de destino:** más del 50% de sus ventas en una región de la tríada distinta de la de origen.
 - **Global:** Al menos el 20% de las ventas se hace en cada una de las tres regiones de la tríada, pero menos del 50% en la misma región.

Factores impulsores de la globalización

- **Liberalización económica**
 - Liberalización de los intercambios comerciales.
 - Liberalización de los flujos financieros. (Órganos: BM, FMI)
 - Liberalización de los flujos de inversión directa.
- **Desarrollo tecnológico**
 - Tecnologías de la información y telecomunicaciones. (TIC).
 - Evolución de los medios de transporte.
- **Internacionalización de las empresas**

Globalización, ética y regulación de las EMN

- Efectos de la globalización sobre el desarrollo económico y social.
- Actuación global de las empresas. Regulación local.
- Prácticas poco éticas de algunas empresas multinacionales.

The Global Compact (Pacto Mundial).

- **Derechos Humanos.**
 - o Respetar y apoyar la protección de los derechos humanos.
 - o Asegurarse de que la empresa no esté implicada en abusos contra los ddhh.
- **Empleo**
 - o Garantizar a los empleados la libertad de asociación y el dcho a negociación colectiva.
 - o Eliminación de cualquier forma de trabajo forzado u obligado.
 - o Abolición total del trabajo infantil
 - o Abolición total de cualquier tipo de discriminación en la contratación y el empleo.
- **Medio Ambiente**
 - o Impulsar una mentalidad de prevención frente a los retos ambientales.
 - o Emprender iniciativas que promuevan la responsabilidad ambiental.
 - o Fomentar el desarrollo y difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.
- **Anticorrupción**
 - o Las empresas deben trabajar contra todas las formas de corrupción, incluyendo extorsión y soborno. La corrupción es el abuso de una posición de poder en beneficio de intereses particulares.

Ventajas para las empresas

- Oportunidad para aprender de otras empresas.
- Oportunidad de aprovechar la experiencia y el poder de negociación de la ONU.
- Crear bienestar en las comunidades en las que operan.
- Mejorar la reputación de la empresa.
- Mejorar la motivación y la productividad de los trabajadores.