

INDICE

1. Crecimiento de los Negocios Internacionales	1
Historia de los negocios internacionales	1
Dimensiones del negocio internacional	4
Métodos indirectos para impulsar los mercados en el extranjero	9
Tipos de IED	10
Resumen de puntos importantes	12
Bibliografía	12
Lectura 1.1. Las fuerzas del cambio	13
Lectura 1.2. Competencia.. la dispersión de la tecnología	13
Lectura 1.3. Los sindicatos comerciales europeos se unen y dominan	15
2. La Empresa Multinacional	17
Introducción	17
Enfoque de las imperfecciones del mercado	18
Teorías basadas en ventajas específicas de las empresas	20
Enfoques basados en ventajas específicas de la ubicación	23
Teoría general de producción internacional	27
Resumen de puntos clave	29
Bibliografía	29
Lectura 2.1. Vendíéndole al mundo	31
Lectura 2.2. ¿Deseamos ser internacionales?	31
Lectura 2.3. Desarrollándose más allá de la planta de destornilladores	32
3. El Ambiente de los Negocios Internacionales	34
Introducción	34
El ambiente económico	35
El ambiente financiero	37
Ambiente político	38
Ambiente legal	40
El ambiente cultural	41
El ambiente tecnológico	43
Resumen de puntos clave	45
Bibliografía	45
Lectura 3.1. Hongkong/ Midland progresa hacia la fusión d empresas	45
Lectura 3.2. El capitalismo alcanza a Alemania oriental	48
4. Estrategia de Negocio Internacional	49
Introducción	49
De la estrategia nacional a la estrategia internacional	50
Filosofías y estrategia de la administración	52
Determinantes conflictivos	55
Modelo de estrategia internacional de Porter	56
Modelo de estrategia de Prahalad y Doz	59
Resumen de puntos clave	63
Bibliografía	64
Lectura 4.1. American Airlines administrando el futuro	64

Lectura 4.2. The big squeezea	67
5. Estrategia Internacional de Mercadotecnia	69
Introducción	69
Los obstáculos de la mercadotecnia internacional	70
Administración de mercadotecnia internacional	71
Investigación internacional de mercadotecnia	72
Segmentación internacional	73
Estrategia internacional del producto	74
Estrategia internacional de asignación de precios	76
Estrategia internacional promocional	77
Estrategia internacional de distribución	78
Resumen	79
Bibliografía	80
Lectura 5.1. Clientes: una potencia que surge	80
Lectura 5.2. El Ford, ¿mundial o mundano?	81
6. Estrategia Internacional de Tecnología	83
Introducción	83
Tecnología y la Multinacional: un resumen	84
Interdependencia tecnológica	85
Tecnología y el proceso de estrategia	86
Estrategia e innovación	87
Estrategia, fabricación y desarrollo del proceso	87
Estrategia y sistemas de información	88
Acumulación de tecnología	89
Investigación y desarrollo nacional o en el extranjero	90
Temas organizacionales	91
Desempeño tecnológico relativo	93
Resumen	94
Bibliografía	95
Lectura 6.1. NV Philips Gloeilampen – fabrieken	96
Lectura 6.2. Fujitsu	97
Lectura 6.3. Perkin Elmer	97
Lectura 6.4. Electrolux	98
Lectura 6.5. NeXT computer: lote de Jobs	98
7. Estrategia Financiera Internacional	101
Introducción	101
Regimens de tasas cambiarias	102
El Mercado de divisas	103
Cambios de tasas cambiarias	104
Pronóstico de tasas cambiarias	105
Riesgos de divisas	106
Adminsitración de riesgos para variaciones de tasas cambiarias	107
Administración de efectivo internacional	109
Impuestos internacionales	110
Presupuesto de capital en la multinacional	113

Resumen	114
Bibliografía	114
Lectura 7.1. La oficina de Impuestos del Reino Unido investiga una evasión de impuestos en la Sony	115
Lectura 7.2. La hora de los impuestos para la multinacionales en Argentina	116
8. Estrategia Internacional de Operaciones	118
Introducción	118
Abastecimiento internacionales	119
Subcontratación internacional	120
La decisión de la ubicación de la planta	122
Diseño y sistemas de fabricación de la planta	126
Papeles de la planta y relaciones entre plantas	127
Localización de investigación y desarrollo	128
Resumen	131
Bibliografía	132
Lectura 8.1. Política de abastecimiento de Nissan en su planta del Reino Unido	132
Lectura 8.2. IBM: La casa matriz decide comenzar a subcontratar	132
Lectura 8.3. Las desventajas de la producción integrada: la experiencia Ford y Renault	133
Lectura 8.4. Thomson elimina progresivamente su planta en Gosport, Reino Unido	134
Lectura 8.5. Sony y los prospectos para su planta en Bridgend	134
Lectura 8.6. Investigación y desarrollo japonés en la Comunidad Europea: el caso de Canon y Matsushita	135
9. Estrategia de Personal Internacional	136
Introducción	136
Políticas de selección de personal	137
Políticas de compatriotas de las multinacionales	142
Administración de la globalización y los recursos humanos	143
Administración y administradores globales	144
Estrategia laboral internacional	145
Resumen	148
Bibliografía	149
Lectura 9.1. Perspectiva del líder del sindicato Británico sobre los acuerdos de sindicato único en plantas japonesas en el Reino Unido	150
Lectura 9.2. Saturado de la premisa oriental	152
Lectura 9.3. Matsushita y el avance de la administración internacional	153
Lectura 9.4. Polaroid y los "sistemas de pago con base en conocimientos"	154
10. Organización Internacional y Estrategia de Control	155
Introducción	155
Evolución de estructuras organizacionales	155
Nuevas direcciones en estructuras organizacionales	160
Procedimientos de control y evaluación de desempeño	163
Ubicación de la toma de decisiones	165

Resumen	166
Bibliografía	167
Lectura 10.1. Bartlett y Ghoshal en administración por matriz	168
Lectura 10.2. Evaluación de desempeño y las implicaciones para la plantas de Dagenham y Halewood de la Ford en el Reino Unido	169
Lectura 10.3. La reorganización de IBM en 1991	171
11. Estrategia Internacional de Subsidiarias	174
Introducción	174
La estructura de White y Poynter	175
La estructura de Bartlett y Ghoshal	179
Política del gobierno anfitrión: la política imperante	184
Estrategias de subsidiarias: características operacionales y dimensiones del país anfitrión en bloques regionales de comercio	186
Resumen	188
Bibliografía	189
12. Adquisiciones Internacionales: Estrategia y Administración	190
Introducción	190
Una nueva era en la actividad de apropiación	190
Dimensiones culturales, legales y políticas	192
Administración de las adquisiciones internacionales	193
Perspectiva convencional del proceso de adquisiciones	194
Una perspectiva internacionales y creación de valor o sinergia	196
Renovación corporativa: adquisiciones y línea de negocios	197
Adquisiciones y estrategia de negocios	198
Administración del proceso de la decisión sobre la adquisición internacional	199
El proceso de integración exitoso	201
Problemas en la integración exitosa	203
Distintas aproximaciones hacia la integración	204
Resumen	207
Bibliografía	208
Lectura 12.1. Una adquisición internacional oportunista, ¿pero estratégica?	208
Lectura 12.2. Administración prefusión	209
Lectura 12.3. La adquisición de Rorer por parte de Rhone – Poulenc	211
Lectura 12.4. Las dificultades de Bridgestone para integrar Firestone	212
13. Los Negocios Internacionales en el Futuro	214
Introducción	214
Futuro de la multinacional	214
Cooperación internacional	216
Surgimiento del nacionalismo	217
Determinantes de la competencia	218
Administradores internacionales para el milenio	223
Bibliografía	224
Lectura 13.1. Declaración de interdependencia hacia el mundo del 2005	224
Índice	226