

RESUMEN/ABSTRACT

J. M. Andreu

GRANDES EXPECTATIVAS Y OBSTÁCULOS DE CHINA E INDIA EN SU CAMINO HACIA LA CUMBRE

China e India iniciaron su andadura como estados a mediados del siglo XX. Después de tres décadas de pobre ejecutoria económica, estos países abrieron en 1978-80 una nueva etapa de prosperidad, que ha consolidado unas tendencias comerciales y de crecimiento, en especial en el caso de China, que preocupan seriamente en Occidente. Tales tendencias han generado en esos países unas expectativas económicas brillantes, que podrían cumplirse o no en función de la introducción o no de ciertas correcciones internas, y en función de la implementación o no de ciertas acciones de política internacional dirigidas a contrabalancear las eventuales acciones adversas que otros poderes pudieran plantear.

Palabras clave: Crecimiento económico, política económica, relaciones internacionales, perspectivas, India, China.

China and India started as new independent states in mid-20th Century. After three decades of economic underperformance, these countries initiated in 1978-80 a new stage of economic prosperity, which has generated impressive growth and commercial trends, particularly in the case of China. In the West, this development is observed with deep concern. The Chinese-Indian progression has generated dazzling economic expectations in both countries. Indeed, if some internal corrections were introduced and some external actions were implemented, it would result in a fundamental shift in the international economic power structure. Nevertheless this is a development that most certainly could trigger actions by other powers against China and India, in an attempt to halt their successful development.

Key Words: Economic development, Economic policy, International relations, perspectives, India, China.

Nicolás Hernández Castilla

EL CONTEXTO FÁCTICO Y TEÓRICO DE LA IMPLANTACIÓN EMPRESARIAL EN ESPAÑOLA CHINA E INDIA

La actividad inversora internacional de España durante el período 1996-2005 sólo fue superada por EE.UU., Gran Bretaña, Bélgica/Luxemburgo, Francia, Holanda y Alemania. Aunque la parte más importante de dicha inversión se desarrolló en la UE, el vigoroso proceso de internacionalización ha tenido una especial visibilidad en Latinoamérica y ha generado consecuencias relevantes, tanto desde el punto de vista económico como de política exterior.

Palabras clave: Empresas multinacionales, internacionalización, inversiones directas en el exterior, análisis teórico, España.

Spain has been one of the leaders of FDI activity during the last decade, only preceded by the US, UK,

Belgium/Luxembourg, France, Holland and Germany. Although the bulk of this activity took place in the EU, the remarkable process of internationalization has been especially visible in Latin America, where it has had outstanding consequences, both from the economic and the foreign policy's point of view.

This impressive process of internationalization, whose theoretical foundations are reviewed in this article, has as its main missing subject a relevant investing process in China and India, the «new economic frontier» of the world.

Key Words: Multinational companies, internationalization, foreign direct investment, theoretical analysis, Spain.

M.^ª Rosario Sancho Tejero y Rafael Manchón González-Estéfani

ÉXITO Y PERSPECTIVAS DE LAS ECONOMÍAS CHINA E INDIA. ESTRATEGIA DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS

China e India comparten desde hace años un creciente protagonismo en el panorama económico internacional. Integrantes, junto con Brasil y Rusia, del denominado «grupo de los BRIC», ambos países presentan elevadas tasas de crecimiento económico y se encuentran entre los destinos favoritos de la inversión directa extranjera. En el presente artículo se describen los rasgos más característicos de estos dos modelos de desarrollo que, si bien presentan algunas similitudes, han derivado en dos patrones de especialización completamente diferentes. Asimismo, se hace referencia a la presencia española en estos dos mercados y a los principales sectores en los que ésta se concentra.

Palabras clave: China, India, crecimiento económico, ventaja comparativa, empresas extranjeras, España.

Over the last few years, China and India share an increasingly important role in the international economic scene. They are integrated, along with Brazil and Russia, in the group called the BRIC. Both countries demonstrate high rates of economic growth and have become favorite destinations for direct foreign investment. The article describes the main features of two development models that, although, there are some similarities, have led to completely different specialization patterns. It also refers to the Spanish presence in the Chinese and Indian markets and to the sectors in which it concentrates.

Key Words: China, India, economic development, comparative advantage, foreign companies, Spain.

Lourdes Casanova

INVERSIONES DE CHINA E INDIA EN EL CONTINENTE LATINOAMERICANO

El artículo examina el crecimiento exponencial durante el último lustro de las relaciones comerciales entre las nuevas potencias asiáticas y Latinoamérica. Este comercio ha ido acompañado de inversiones crecientes con la intención de asegurarse el acceso a un precio razonable a recursos naturales que Latinoamérica posee

en abundancia. China también busca nuevos mercados para sus productos para equilibrar su dependencia americana, europea y japonesa. La colaboración entre las regiones tiene objetivos políticos como son la ampliación del poder que estas dos regiones ejercen en el mundo en organismos multilaterales como la Organización Mundial de Comercio. El artículo termina con una reflexión sobre la necesidad de cooperación y de transferencia de conocimiento entre las dos regiones.

Palabras clave: Inversiones directas en el exterior, relaciones comerciales, aspectos políticos, China, India, América Latina.

The article looks at the exponential growth during the last five years of the trade relations between the new economic powers in Asia and Latin America. The trade has been followed by growing investments with the goal to ensure a safe access at a reasonable price to the natural resources Latin America has in abundance. China is also looking for new markets for its products to balance its dependence on American, European and Japanese markets. The collaboration between both regions has political goals in relation with their objective to assert and increase their power in multilateral organizations such as the World Trade Organization. The article ends with a reflection about the need for cooperation and transfer of knowledge between both areas.

Key words: Foreign direct investment, commercial relations, political aspects, China, India, Latin America.

Lorena Labrador Salas

DETERMINANTES Y EFECTOS DE LA INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA EN CHINA

En este trabajo se estudian los determinantes y efectos de la IDE en China. En un primer apartado, se analiza la evolución y características de los flujos de entrada de IDE, distinguiéndose entre las diversas manifestaciones de este fenómeno. Posteriormente, se destacan los principales determinantes de la atracción de IDE en China. Finalmente, se estudian las diversas formas a través de las que la IDE ha contribuido al crecimiento económico en el caso particular de China, haciendo una mención especial a su efecto dinamizador del comercio exterior, impulsando el cambio en la estructura sectorial de las exportaciones e importaciones, aspectos clave de la impresionante conquista china de los mercados internacionales en sus diversos segmentos.

Palabras clave: Inversiones directas extranjeras, distribución por país de origen, factores de localización, crecimiento económico, China.

The causes and effects of FDI in China are analyzed in this paper. To begin with, the development and qualities of FDI inflows are contemplated, distinguishing the several forms of this phenomenon. Later, the main determinants of the attraction of FDI are stood out. Finally, the diverse effects of FDI on the China economic growth are analyzed, emphasizing particularly on one of these, the rapidly growth of imports and exports which also have changed its sectorial framework to gain weight in all the segment of the world total trade.

Key Words: Foreign direct investment, distribution by country of origin, localization factors, economic growth, China.

Eduardo Bueno, M.^ª Paz Salmador y Dan Li

GUANXI: CONCEPTO E IMPLICACIONES EN LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS EN CHINA

En este trabajo se aborda la importancia del concepto y desarrollo práctico que el término *guanxi* tiene para la práctica de los negocios y las transacciones económicas en China. Concepto que tiene unas implicaciones en la formulación de las estrategias de las empresas españolas que desean invertir y llevar a cabo negocio en dicha economía; implicaciones que deben conocerse con el fin de lograr la dirección de la empresa, la creación de la red de relaciones que configura un *guanxi* y, así, aprender cómo se constituye el mismo en un tiempo razonable. En este proceso de análisis en el trabajo se abordará el estilo de dirección que caracteriza en general el comportamiento organizativo de la empresa en China, comparándole con las características genéricas que configura el de la española, con el fin de presentar algunas directrices que orienten a la dirección estratégica para entender y construir el *guanxi* que se requiere para desarrollar, con cierto éxito y estabilidad futuras, negocios en el mercado chino.

Palabras clave: Cultura empresarial, identidad cultural, relaciones sociales, negociación comercial, estrategia empresarial, China.

In this paper we present the importance of the concept guanxi and its practical development for business and economic transactions in China. Guanxi presents implications for the strategy formulation process of Spanish firms with an interest of entering in the Chinese market. Such implications are relevant because of the importance of guanxi for the strategic management of the firm in the creation of the web of relationship that constitute it and in learning how to build it in a reasonable time line. In the process we analyze the management style that generally characterizes the organizational behaviour of the firm in China, in comparison with the firm in Spain. The aim is to propose some main guidelines for strategic management in order to understand and build the required guanxi so that businesses can be development with certain guaranties of success and future stability in China.

Key Words: Entrepreneurial culture, cultural identity, social relations, commercial negotiation, management strategy, China.

Jordi Hernández Nieto

RIESGOS Y CONSIDERACIONES SOBRE LA ESTRATEGIA DE ENTRADA DE EMPRESAS ESPAÑOLAS EN CHINA

Para allanar el camino a las empresas que piensan establecerse en China, AESPLAN ha encuestado a 30 responsables de internacionalización de compañías españolas presentes en el gigante asiático. Entre sus recomendaciones destacan el establecimiento de una oficina de representación, controlar minuciosamente la producción, mantener el control de la empresa mediante sociedades de capital foráneo, cultivar cuidadosamente la red de relaciones personales y profesionales e identificar las diferentes oportunidades que existen entre las distintas zonas del territorio. También hay que considerar la escasa protección jurídica y el poco respeto hacia la propiedad intelectual, las dificultades inherentes al idioma, escritura, cultura y formas de relacionarse. A pesar de

estas dificultades y de las limitaciones en la movilidad de las capitales, la mayoría de los encuestados cree que China representa una buena oportunidad de rentabilizar la inversión.

Palabras clave: Empresas extranjeras, entorno empresarial, riesgo empresarial, España, China.

To help to the Spanish enterprises that are considering their expansion in China, AESPlan has interviewed the Directors for the China expansion of 30 large and medium Spanish enterprises and institutions. Their recommendations underline the need of establishing a representation office before entering the Chinese market, the production processes control, the optimal equity model, the business and personal networking, and the market characteristics in the country. On the other hand, it is also important to consider the legal landscape, the intellectual property rights and language and cultural issues. But beyond all this issues, the Spanish executives believe that China is a great business opportunity.

Keys Words: Foreign companies, corporations environment, corporation risk, Spain, China.

Shintaro Okazaki, Jaime Romero y M.^ª Jesús Yagué

LA ESTRATEGIA DE MARKETING INTERNACIONAL EN MERCADOS EMERGENTES: IMPORTANCIA DEL ANÁLISIS DE LOS FACTORES DEL ENTORNO

En este trabajo se aborda la importancia que el análisis de los factores que componen el entorno empresarial tiene para el diseño adecuado del proceso de internacionalización de la empresa en mercados emergentes. La disponibilidad de información relevante sobre las condiciones económicas, demográficas y culturales de los mercados y su incorporación al proceso de decisión constituye un elemento clave para alcanzar el éxito comercial de dichos mercados. Se presenta una aplicación al mercado chino desde la perspectiva de las empresas de productos de gran consumo. En las conclusiones se plantean algunas directrices útiles para los responsables de la formulación de estrategias competitivas de marketing internacional en el mercado chino.

Palabras clave: Empresas, internacionalización, marketing internacional, entorno empresarial, China.

This paper addresses the importance of environmental analysis that identifies factors influencing firms' internationalization process in emerging markets. The key determinant of successful marketing depends on whether firms can obtain relevant economic, demographic, and cultural information of the market, and how they can incorporate such information into their decision making process. In this paper, we present a case study of China from the perspective of consumer packaged goods firms. In the conclusion, some useful directions are suggested, so that international marketing managers could formulate competitive strategies in the Chinese market.

Key Words: Companies, internationalization, international marketing, corporations environment, China.

Jie Yang

LA ESTRATEGIA DE GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y SU EFECTO EN EL CRECIMIENTO CORPORATIVO

Sobre la base de la bibliografía relativa a la gestión del conocimiento y el crecimiento corporativo, el presente

trabajo analiza los antecedentes de la estrategia de gestión del conocimiento y sus efectos en la industria de alta tecnología china. Fundados en una perspectiva basada en los recursos y en la teoría de crecimiento corporativo, los resultados revelan que la estrategia de gestión del conocimiento y el desempeño estratégico de una empresa están relacionados con el crecimiento corporativo a largo plazo. La orientación educativa también se relaciona con la aplicación de la estrategia de gestión del conocimiento de la empresa y afecta al crecimiento corporativo a largo plazo de manera interactiva. Asimismo, se analizan las implicaciones para los profesionales responsables de la gestión del conocimiento.

Palabras clave: Gestión del conocimiento, industrias de alta tecnología, crecimiento de la empresa, estrategia competitiva, China.

Built on the knowledge management and corporate growth literatures, this paper examines the antecedents of knowledge management strategy and its consequences in Chinese high technology industry. Grounded by a resource-based view and corporate growth theory, results reveal that a firm's knowledge management strategy and strategic performance relate to long-term corporate growth. Learning orientation also relates to the firm's use of knowledge management strategy and exerts an interacting effect on long term corporate growth. Implications for knowledge management practitioners are discussed.

Key Words: Knowledge management, high intensive technology companies, company growth, competitive strategy, China.

V. P Wani y Dinesh Khandvja

PERSPECTIVAS Y POSIBILIDADES DE FORMACIÓN DE LOS INGENIEROS EN INDIA. EL FOMENTO DE LA INICIATIVA EMPRESARIAL

Para valorar el impacto de una educación que forme a los estudiantes de ingeniería para que puedan optar por establecer una industria en el ejercicio de sus profesiones, los autores realizaron una encuesta entre el cuerpo docente y los estudiantes del último año en las instituciones dedicadas a la ingeniería en el estado indio de Haryana. El análisis de la información obtenida de dicha encuesta revela que, para sus carreras profesionales, los estudiantes de ingeniería tienen menor inclinación al autoempleo que a la situación de asalariado. En cuanto al concepto de iniciativa empresarial y las actitudes emprendedoras, los estudiantes poseen estas últimas, pero no en menor grado que el primero. La cuantía de las actitudes emprendedoras está relacionada con la información impartida por el cuerpo docente de la institución durante su formación en ingeniería. Este trabajo intenta encontrar una relación entre estos dos factores. El concepto de iniciativa empresarial refleja las características emprendedoras inherentes a un individuo, mientras que las actitudes emprendedoras reflejan la capacidad de un individuo para llevar a cabo un proyecto propio.

Palabras clave: Ingenieros, formación, espíritu empresarial, India.

Therefore, to assess the impact of inputs in engineering education on inclination of engineering students toward entrepreneurial ventures as a career option, authors

carried out a survey among the faculty and final year students of engineering institutions in the state of Haryana. Analysis of response from faculty and students reveals that engineering students are less inclined towards self-employment as compared to wage employment as the career option. As regards to entrepreneurial concept and entrepreneurial capability, students have entrepreneurial capability but it is on lower side with respect to entrepreneurial concept. The quantum of entrepreneurial capability is related to the inputs given to them during engineering education by faculty in the institution. Paper tries to find out the relation between these two factors. Entrepreneurial concept reflects the inherent entrepreneurial characteristics of an individual whereas the entrepreneurial capability reflects the capability of an individual in going for entrepreneurial venture.

Key Words: *Engineers, training, entrepreneurial mind, India.*

Eduardo Bueno Campos y Carlos Merino Moreno

LA VOCACIÓN INTERNACIONAL COMO ESPÍRITU EMPRENDEDOR. LA PRESENCIA DE ALSA EN CHINA

El proceso de internacionalización se soporta claramente en una actitud y en una capacidad emprendedora que necesita de un esfuerzo para la elección acertada de la estrategia de entrada, además del establecimiento de un enfoque progresivo de adaptación al medio que, en el caso de ALSA, ha resultado un proyecto de éxito. Los caracteres socioeconómicos de China implican una importante apuesta por el mestizaje de culturas y el gobierno de los conocimientos que, de forma bidireccional, se generan en el proceso de expansión. Los datos que arroja el caso y que muestran claramente el perfil emprendedor de ALSA, configuran un ejemplo que, a modo de mejor práctica, puede servir de marco de referencia para el análisis y desarrollo de otros procesos estratégicos de internacionalización.

Palabras clave: Empresas de transporte, transporte de viajeros, ALSA, Internacionalización, China.

Internationalisation processes are based on an entrepreneurial aptitude and capability that requires an effort in order to choose the adequate entry strategy, besides the establishment of a progressive approach of adaptation to the environment that, in the case studied of ALSA has resulted into a successful project. The socio-economic characteristics of China imply an important bet for a cultural mix and knowledge governance with a reciprocal viewpoint derived from expansive process. The set of data presented shows ALSA's entrepreneurship profile creating an example of best practice that offers a framework of analysis and development of other internationalisation strategic processes.

Key Words: *Transport companies, convergence of passengers, ALSA, Internationalisation, China.*

Eduardo Bueno, M.ª Paz Salmador y Aarón A. Golzman

EL CASO DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS DEL SECTOR DE LA ALIMENTACIÓN EN CHINA

El mercado chino es el primer consumidor mundial de alimentos y, sin duda, éste ha constituido uno de los puntos clave a la hora de analizar el que grandes grupos

empresariales del sector de la alimentación de España tomaran la decisión de entrar en China. Estas empresas muestran una característica común; cual es su estructura de naturaleza familiar y que, además, se incluyen dentro de las primeras empresas españolas que, de forma pionera, decidieron la conquista de este mercado emergente. El presente trabajo recoge la experiencia de algunas de estas compañías, como es el caso de Nutrexpa, Panrico, Chupa Chups y Miguel Torres. También analiza algunos de los factores relevantes en su proceso de internacionalización, poniendo de relieve, como conclusiones, los aspectos comunes o los factores críticos que dichas compañías muestran en el citado proceso.

Palabras clave: Industria alimentaria, empresas familiares, internacionalización, empresas conjuntas, España, China.

The Chinese market is the first world-wide food consumer and no doubt, that this characteristic has constituted one of the key reasons for Spanish industrial groups of entering the country. These are family-owned companies that decided to conquer this emergent market. The present article gathers the experience of some of these companies, including the case of Nutrexpa, Panrico, Chupa Chups, and Miguel Torres. The work, finally, analyzes some of the main factors in their process of internationalisation, highlighting as main conclusions the common aspects or critic factors of the companies in the mentioned process.

Key Words: *Food industry, family-owned companies, internationalisation, joint ventures, Spain, China.*

Tomás Ramón Pintado y Domingo García Pérez de Lema

LA PARTICIPACIÓN FINANCIERA DEL CAPITAL RIESGO ESPAÑOL SEGÚN LA PROCEDENCIA PÚBLICA O PRIVADA DE SUS RECURSOS

En este trabajo se analiza, dentro del proceso de actuación del capital riesgo español, la toma de decisiones de participación financiera, considerando la procedencia pública o privada de sus recursos financieros. Se analizan aspectos como la revisión del plan de negocios, la fijación de tasas de retorno, la valoración de la personalidad y la experiencia del empresario, el producto y el mercado, y la determinación del método de valoración empleado para cuantificar la propuesta. Para este fin se ha desarrollado un estudio empírico sobre una muestra de 51 entidades de capital riesgo. Los resultados muestran que las entidades cuyos recursos financieros proceden mayoritariamente de entes públicos tienen una mayor preferencia por invertir en empresas en fases de desarrollo tempranas; que a la hora de elaborar el informe de valoración se apoyan menos en el análisis de asesores externos; y que exigen menores tasas de retorno.

Palabras clave: Capital riesgo, toma de decisiones, capital público, capital privado, España.

This paper examines, within the process of performance of the Spanish venture capital firms, the decision making of financial participation, taking into consideration the public or private nature of their financial resources. Different aspects are analysed, such as elaboration of the due diligence, the fixation of rates of return, the valuation of the personality and the experience of the entrepreneur, the product and the market and the determination of the method of valuation used to quantify the proposal. For this

aim, an empirical study has been developed on a sample of 51 venture capital firms. The results show that companies with mainly financial public resources demand less rate of return, preferring investing in business at early stages and rely less on the analysis of external advisers to elaborate the valuation report.

Key Words: *Venture capital, decision making, public capital, private capital, Spain.*

Rosa Arce, Miguel Ángel Feito, Antonio Cordón,
Fernando Hurtado y Eduardo Sánchez

LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y DE LAS COMUNICACIONES EN EL DAsARROLLO HUMANO: SITUACIÓN Y PERSPECTIVAS

El papel que juegan la empresas en la sociedad ha cobrado una dimensión diferente en los últimos años. Ahora se la exige que redefina su relación con la sociedad y el estado. Esta nueva relación se canaliza mediante la responsabilidad social corporativa. Las ONG, conocedoras de las desigualdades existentes, no sólo las denuncian, si no que apuntan soluciones a través de sus proyectos de desarrollo y de ayuda para situaciones de emergencia. En este artículo se analiza la actividad de responsabilidad social corporativa de las empresas del sector de las TIC, con distintos enfoques (empresas, escuelas de negocio y ONG) y se concluyen algunas recomendaciones para el futuro que contribuyan a mejorar la situación existente.

Palabras clave: Empresas de telecomunicaciones, responsabilidad social corporativa, organizaciones no gubernamentales, brecha digital, servicio universal.

The private companies role in the society has changed to a different dimension in the last years. Companies redefine their relationship with the society and the State in a new way: Corporate Social Responsibility. NGOs know the existing inequalities, report them and also contribute to generate solutions through their development projects and emergency situations helping projects. Corporate Social Responsibility activity in Telecommunications and Information Technologies sector is analyzed in this article

from various points of view (companies, NGOs and business schools) and concluding some recommendations that can contribute to improve the existing situation.

Key Words: *Telecommunications companies, corporate social responsibility, NGOs, digital gap, universal access.*

José Antonio Álvarez y Olga González Morales

CREACIÓN DE EMPRESAS, CRECIMIENTO ECONÓMICO Y EMPLEO EN LAS REGIONES ESPAÑOLAS

Actualmente, las empresas relacionadas con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) se consideran el principal factor de transformación de las economías desarrolladas. El cambio tecnológico crea oportunidades para la creación de empresas que influyen notablemente en la generación de empleo y de riqueza. Este trabajo analiza las pautas regionales de la transformación de la estructura económica de las diferentes comunidades autónomas. La relación entre creación de empresas y crecimiento económico y empleo pone de manifiesto la dispersión de los comportamientos regionales con respecto a ambas variables.

Palabras clave: Creación de empresas, tecnologías de la información y la comunicación, crecimiento económico, creación de empleo, Comunidades Autónomas, España.

Nowadays, companies related to information and communications technologies are considered as the main factor of transformation in developed economies. Technological change creates opportunities for business creation which is directly linked to job and wealth creation. Therefore, we analyse the regional guidelines for ITC creation of new companies and its relation to the transformation of the economic structure of the different autonomous communities. Companies creation and economic growth and employment relation shows the dispersion of regional performances related to both variables.

Key Words: *Business creation, information and communications technologies, economic growth, job creation, autonomous communities, Spain.*

Un estudio reciente, desarrollado por investigadores de la Universidad de Barcelona, concluye que **Economía Industrial** es la tercera revista española de Economía más citada internacionalmente. El doble de veces que la revista italiana más citada y más que la francesa o alemana más conocidas.

Los índices y abstracts de *Economía Industrial* se incluyen en las bases de datos e índices *on line* de la **American Economic Association** y en su publicación especializada **ECONLIT**, editada por el **Journal of Economic Literature**. A la consulta de sus 200.000 registros, entre los que se encuentran 300 revistas —100 fuera de Estados Unidos—, recurren estudiantes, investigadores y profesores de todo el mundo económico.

Los contenidos de *Economía Industrial* también están disponibles en la red Internet, en la dirección **www.mityc.es/revistaei**

