

Índice de contenidos

INTRODUCCIÓN.....	9
CAPÍTULO 1. ENFOQUES TEÓRICOS SOBRE LA FORMACIÓN DE ESTRATEGIAS.....	21
1.1. Introducción.....	21
1.2. La naturaleza interdisciplinaria de la dirección estratégica	22
1.2.1. La investigación en los subcampos de la dirección estratégica	25
1.3. Escuelas de pensamiento estratégico propuestas por Mintzberg	32
1.3.1. Las escuelas prescriptivas.....	34
1.3.2. Las escuelas descriptivas	49
1.3.4. El papel desempeñado por las escuelas de pensamiento de Mintzberg en la formación de estrategias	68
1.4. Clasificaciones alternativas para los procesos de formación de estrategias	74
1.4.1. Clasificación de los procesos de formación de estrategias según Chaffee	74
1.4.2. Enfoques de procesos estratégicos según Bowman.....	79
1.4.3. Perspectivas de formación de estrategias según Bailey y Johnson	84
CAPÍTULO 2. PERSPECTIVAS TEÓRICAS SOBRE LA INTERNACIONALIZACIÓN DE EMPRESAS	93
2.1. La internacionalización de las empresas	93
2.2. La internacionalización desde una perspectiva económica	95
2.2.1. Las aportaciones de la organización industrial	95
2.2.2. Teoría de la internalización.....	97
2.2.3. Paradigma ecléctico de Dunning	99
2.2.4. Enfoque macroeconómico	101
2.2.5. Críticas a los enfoques enmarcados bajo la perspectiva económica.....	104
2.3. La internacionalización desde una perspectiva de proceso	107
2.3.1. El modelo de <i>Uppsala</i> / escuela nórdica.....	108
2.3.2. El enfoque de innovación.....	113

2.3.3. El modelo del ciclo de vida del productode Vernon.....	115
2.3.4. Críticas a los enfoques enmarcados bajo la perspectiva de proceso.....	117
2.4. La internacionalización desde un enfoque de redes.....	123
2.4.1. Críticas al enfoque de redes	130
2.5. La internacionalización desde el fenómeno <i>born global</i>	132
2.5.1. Críticas a la literatura sobre <i>born global</i>	138

CAPÍTULO 3. LA SELECCIÓN DE MERCADOS EXTERIORES EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE EMPRESAS 141

3.1. Importancia de la selección de mercados exteriores.....	141
3.2. Factores determinantes de la selección de mercados exteriores	144
3.2.1. Factores determinantes de la localización de la IDE ..	145
3.2.2. Factores determinantes para la selección de mercados exteriores.....	150
3.3. Marco teórico integrador de la selección de mercados exteriores	156
3.3.1. Factores determinantes de la selección de mercados exteriores.....	159
3.3.2. Variables moderadoras de la selección de mercados.....	175
3.4. Enfoques alternativos para la selección de mercados exteriores	183
3.4.1. El enfoque sistemático	184
3.4.2. El enfoque no sistemático	190
3.4.3. El enfoque relacional.....	193

CAPÍTULO 4. LA SELECCIÓN DE MERCADOS EXTERIORES COMO UN PROCESO ESTRATÉGICO.....199

4.1. Relaciones entre la formación de estrategias, la internacionalización y la selección de mercados exteriores	199
4.2. Relaciones teóricas en tres niveles bajo la perspectiva económica.....	206
4.2.1. Las aportaciones de la organización industrial	206
4.2.2. Teoría de la internalización	210
4.2.3. El enfoque macroeconómico	215

4.3. Relaciones teóricas en tres niveles bajo la perspectiva de proceso.....	218
4.3.1. El modelo de <i>Uppsala</i>	218
4.3.2. El enfoque de innovación	223
4.3.3. El modelo del ciclo de vida del producto de Vernon.....	227
4.4. Relaciones teóricas en tres niveles bajo el enfoque de redes.....	231
4.5. Relaciones teóricas en tres niveles bajo el fenómeno de las empresas <i>born global</i>	235
4.5.1. Las <i>born global</i> como respuesta a las características del entorno	236
4.5.2. Las <i>born global</i> como consecuencia del tipo de empresario.....	239
4.5.3. Análisis de las <i>born global</i> de forma conjunta	242
CAPÍTULO 5. RESUMEN Y CONCLUSIONES	249
5.1. Etapas de la investigación y principales hallazgos	249
5.2. Implicaciones académicas y prácticas	258
5.3. Limitaciones y recomendaciones para futuras investigaciones.....	260
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	263

Índice de figuras

Figura 1.1: Disciplinas básicas para la investigación en contenido y en proceso estratégico	23
Figura 1.2: Marco conceptual sobre el proceso estratégico	30
Figura 1.3: Modelo de investigación del proceso estratégico según Chakravarthy y Doz (1992)	31
Figura 1.4: Diferentes perspectivas de la formación de estrategias.....	69

Figura 1.5: Modelo de proceso estratégico como proceso episódico	70
Figura 2.1: Mecanismo básico de la internacionalización	111
Figura 2.2: Modelo de investigación sobre Born Global propuesto por Madsen y Servais.....	137
Figura 3.1: Modelo de selección de mercados internacionales propuesto por Makino <i>et al.</i> (2002)	149
Figura 3.2: Modelo de selección de mercados internacionales de Papadopoulos <i>et al.</i> (2002)	152
Figura 3.3: Marco teórico de factores determinantes de la selección de mercados exteriores	158
Figura 3.4: Marco metodológico propuesto para la etapa de identificación de mercados exteriores por Kumar <i>et al</i> (1994)	187
Figura 4.1: Niveles de análisis de las relaciones entre las diferentes teorías y enfoques teóricos expuestos.....	201

Índice de tablas

Tabla 1.1: Relación de los diez enfoques propuestos por Mintzberg con los modelos de las escuelas de pensamiento	33
Tabla 1.2: Escuelas de pensamiento estratégico propuestas por Mintzberg	72
Tabla 1.2 (bis): Escuelas de pensamiento estratégico propuestas por Mintzberg	73
Tabla 1.3: Clasificación de las Escuelas alternativas de pensamiento estratégico propuestas por Chaffee	78
Tabla 1.4: Clasificación de las Escuelas alternativas de pensamiento estratégico propuesta por Bowman (1990)	82
Tabla 1.5: Perspectivas alternativas al proceso de pensamiento estratégico propuestas por Bailey y Johnson (1992)	88
Tabla 1.6: Relación de las clasificaciones de los procesos de formación de estrategias	89
Tabla 2.1: Etapas del modelo del ciclo de vida del producto de Vernon	117

Tabla 2.2: Modelo de redes de Johanson y Mattson para la internacionalización de las empresas	128
Tabla 2.3: Definición de la internacionalización de la empresa y de la selección de mercados exteriores para cada enfoque descrito	139
Tabla 3.1 Diferencias principales entre los enfoques	197
Tabla 4.1 Enfoques teóricos sobre la internacionalización de empresas.....	205
Tabla 4.2.: Relaciones existentes entre las teorías de internaciónalización, los enfoques teóricos de selección de mercados y los enfoques de formación de estrategias	246
Tabla 5.1: Teorías de la internacionalización y los enfoques de selección de mercados exteriores: proposiciones teóricas para el primer nivel de análisis .	252
Tabla 5.2: Teorías de la internacionalización y las perspectivas para la formación de estrategias: proposiciones teóricas para el segundo nivel de análisis	254
Tabla 5.3: Los enfoques de selección de mercados exteriores y las perspectivas para la formación de estrategias: proposiciones teóricas para el tercer nivel de análisis.....	257