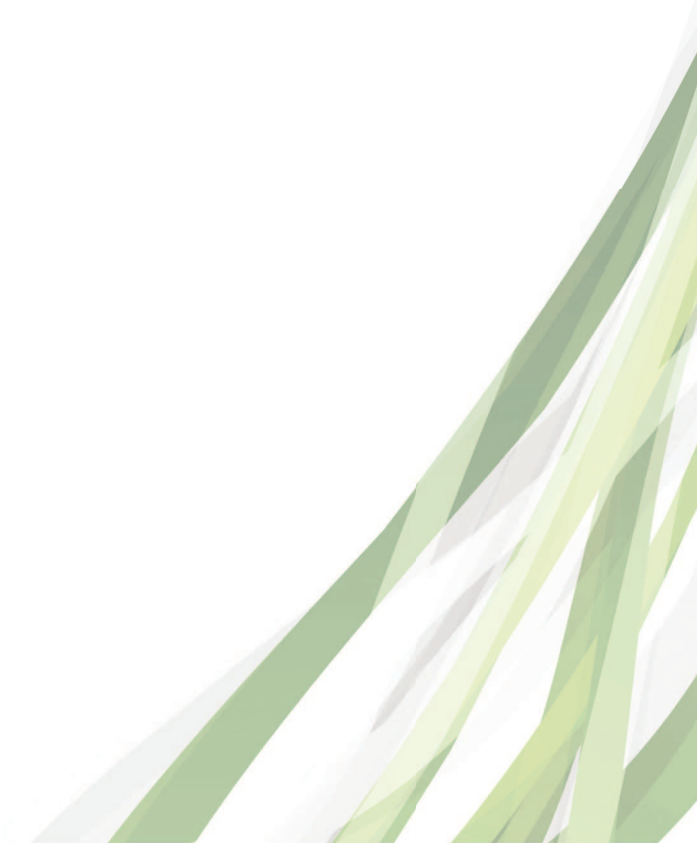


AVANCES EN LA INVESTIGACIÓN
PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN
DE LAS EMPRESAS ANDALUZAS



AVANCES EN LA INVESTIGACIÓN PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS ANDALUZAS



COORDINADOR:

José M. Sánchez, Universidad de Cádiz

AUTORES:

JM. Sánchez	BL. Delgado
A. Espejo	NE. Hurtado
J. Núñez	L. Delgado
F. Fuentes	MA. Escudero
D. Jiménez	G. Pérez-Bustamante
AM. Estrella	F. Hernández
JL. Ruiz	MV. Fernández
M. Sánchez	E. Mancebo
L. Fernández-Méndez	ML. Fernández
M. Vélez	MC. Camelo
P. Araújo	
R. Flórez	
JM. Ramón	
MC. Álvarez-Dardet	
M. Hernández	
C. Segovia	
G. Marín	
J. Milgram	
L. Santos	
SM. Sánchez	
P. Rodríguez	
GA. Muñoz	
MJ. Álvarez	
W. Yan	
MA. Plaza	
A. Vargas	
A. Sousa	
J. Casas	
I. Piédrola	
C. Artacho	
EJ. Villaseca	
M.A. Rastrollo	
J. Martín	
S. Guirado	

Los autores desean agradecer el apoyo recibido de **Extenda - Agencia Andaluza de Promoción Exterior, S.A.**, para la realización de este estudio.

ÍNDICE

Prólogo	9
Teresa Sáez Carrascosa, Directora General de Extenda	
Nota introductoria: Algunas Claves en la Investigación sobre la Internacionalización de las Empresas.	12
JM. Sánchez	
1. La Actividad Exportadora: Análisis del Comportamiento de Exportación basado en el Enfoque de Recursos y Capacidades	29
A. Espejo, J. Núñez, F. Fuentes	
2. Inversión en I+D y Experiencia Internacional: Efectos sobre la Relación entre Barreras e Intensidad Exportadora bajo Distintos Niveles de Turbulencia	53
D. Jiménez, AM. Estrella, JL. Ruiz, M. Sánchez	
3. Inestabilidad Política y Pautas Desinversoras e Inversoras en la Empresa Multinacional Española en Sectores Regulados	77
L. Fernández-Méndez	
4. Contribuciones de la Información de Gestión en la Calidad de las Relaciones de Exportación	97
M. Vélez, JM. Sánchez, P. Araújo, R. Flórez, JM. Ramón, MC. Álvarez-Dardet	
5. Aprendizaje Interorganizativo en un Contexto Internacional: Efecto sobre las Estrategias de Innovación.	121
M. Sánchez, M. Hernández, C. Segovia, G. Marín	
6. Localización y capacidad organizativa: un estudio empírico de las empresas manufactureras españolas y andaluzas	145
J. Milgram	
7. Consideraciones en la Internacionalización de Empresas Born Globals	179
L. Santos, GA. Muñoz	
8. Análisis de la Eficacia de los Programas Públicos de Promoción del Comercio Internacional	191
JL. Ruiz, M. Sánchez	

Todos los derechos reservados.

Esta publicación no puede ser reproducida ni total ni parcialmente, incluido el diseño de la portada, ni registrada, ni transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni en ningún medio, ya sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electro-óptico, por fotocopia o cualquier otro sin el permiso previo por escrito de la editorial.

© Catedra EXTENDA de Internacionalización

© Los autores

EDITA:

Extenda - Agencia Andaluza de Promoción Exterior, S.A.

IMPRIME:

Gráficas Díaz Acosta

ISBN: 978-84-695-6686-2

Nº DE REGISTRO: 20135582

FECHA: 22/01/2013

DEPÓSITO LEGAL: SE 4752-2011

9. Internationalization to Emerging Markets: The Case of Luxury Hotels in China.	215
MJ. Álvarez, W. Yan	
10. Estudio del Ambiente Empresarial Transfronterizo entre las Regiones de Alentejo (Portugal) y la Provincia de Huelva	233
MA. Plaza, A. Vargas, A. Sousa, J. Casas	
11. La Internacionalización del Español como Base del Turismo Idiomático	267
I. Piédrola, C. Artacho, E.J. Villaseca	
12. La Internacionalización de las Artes Escénicas: Aproximación a partir del Caso del Flamenco.	289
M.A. Rastrolo, J. Martín	
13. ¿Supone la internacionalización un refuerzo a la reputación de las instituciones universitarias?	311
BL. Delgado, NE. Hurtado, L. Delgado, MA. Escudero	331
14. Examination of Entrepreneurial Courses: The Weight of the Internationalization in the Academic Courses.	353
G. Pérez-Bustamante	
15. Estrategias Competitivas, de Innovación y de Internacionalización en las Empresas del Sector Vitivinícola de la D.O. "La Mancha"	385
F. Hernández, MV. Fernández, E. Mancebo	
16. Análisis Dinámico de las Prácticas de Gestión de Recursos Humanos de los Directores Generales de las Joint Ventures Internacionales.	
ML. Fernández, MC. Camelo	

PRÓLOGO

La crisis económica está marcando el final de la primera y el inicio de la segunda década del siglo XXI en todo el mundo y, de forma más drástica la de países como España. En este tiempo, la internacionalización de la actividad económica de las empresas parece mostrarse como la única salida para un sistema productivo más acostumbrado a pensar casi en exclusiva en el mercado nacional, un mercado interior que no está en disposición de tirar del crecimiento económico y que tampoco parece que lo vaya a estar a estar a corto plazo.

Por tanto, la internacionalización ha pasado de ser una virtud digna de cultivarse, y a la que desde Extenda hemos animado incesantemente durante un cuarto de siglo a las empresas, a valorarse como la mejor oportunidad de negocio hace sólo unos años, para pasar a ser considerada en los últimos tiempos como la única opción para la viabilidad de muchos proyectos empresariales y para el crecimiento de nuestra economía.

Con esta evolución de consideraciones, no son pocas las empresas que nos demandan una internacionalización inmediata. Sin embargo, salir a competir a los mercados internacionales no es una decisión que deba tomarse de forma precipitada y sin la suficiente información, y, por tanto, no debe llevarse a cabo sin el conocimiento ni el personal especializado y formado que es necesario para ello.

Es una cuestión en la que siempre hemos insistido, y de la que derivó la iniciativa de poner en marcha las Cátedras Extenda. Una década después ya funcionan en las 11 universidades andaluzas, con el objetivo de investigar, formar a los andaluces del futuro y ordenar y sistematizar el saber que se deriva de las fuentes de conocimiento externo y de la experiencia de las empresas andaluzas con una trayectoria internacional a sus espaldas. Un ámbito de trabajo, el de las Cátedras Extenda, por el que sólo en el último año pasaron más de 8.500 universitarios de toda Andalucía, que participaron en 138 actividades formativas, de investigación y contacto con el mundo empresarial.

La obra que tiene en sus manos forma parte de la labor de las Cátedras Extenda, y en ella se exponen parte de los trabajos de investigación seleccionados en el primer Workshop Extenda Internacionalización de Empresas. Forman parte de una investigación y un saber que sólo visto desde la globalidad adquiere su sentido, pero que es necesario que recorra todos sus caminos.

ESTUDIO DEL AMBIENTE EMPRESARIAL TRANSFRONTERIZO ENTRE LAS REGIONES DEL ALENTEJO (PORTUGAL) Y LA PROVINCIA DE HUELVA (ESPAÑA)

António João de Sousa, PhD

- Presidente de la Junta Directiva de la Companhia das Lezírias, S.A. y de la Fundação Alter Real (2010 – 2011)
 - Director del Departamento de Gestión de la Universidad de Évora (2007 – 2010)
- ajcs@uevora.pt

Jorge Luís Casas Novas, PhD

jlnovas@uevora.pt

Profesor del Departamento de Gestión - Universidad de Évora (Portugal)

Miembro del CEFAGE - Centro de Estudios y Formación Avanzada en Gestión y Economía

M^a Angeles Plaza Mejía

plaza@uhu.es

Alfonso Vargas Sánchez

- Catedrático de Organización de Empresas
vargas@uhu.es

Departamento de Dirección de Empresas y Marketing

Facultad de Ciencias Empresariales

Universidad de Huelva

Pza. de la Merced, s/n. 21002 Huelva (Spain)

Los autores del trabajo desean expresar su agradecimiento a Extenda por su financiación del proyecto de investigación y a las empresas onubenses y alentejanas que desinteresadamente participaron en el estudio.

El análisis de las relaciones comerciales transfronterizas entre la región portuguesa de Alentejo y la provincia de Huelva se encuentra con una dificultad principal, causada por la ausencia de información concreta y específica al respecto.

Con un área de 31.551 Km cuadrados, Alentejo es la región más amplia de Portugal ocupando el 34,3% de la superficie total del país y el 35,5% de su territorio continental (excluidas las Azores y Madeira), se trata sin duda de una región que siendo consciente de sus puntos débiles, presenta también grandes potencialidades. Ello la convierte en una región a tener muy en cuenta por el sector empresarial onubense a efectos de ampliar sus relaciones comerciales con Portugal.

El objetivo de este trabajo es presentar los principales resultados obtenidos de la realización de un estudio empírico descriptivo desarrollado mediante encuestas a empresas onubenses con relaciones comerciales con la región de Alentejo y empresas alentejanas con relación comercial con Huelva durante el periodo comprendido entre Julio 2009-Marzo 2010. Dicho estudio ha sido realizado en el marco de un contrato 68/83 firmado entre la Universidad de Huelva y Extenda.

Entre las principales conclusiones del trabajo se pone de manifiesto una alta valoración media de los resultados de la relación comercial entre ambas regiones, así como la intención de incrementarla, dado que ha permitido claramente descubrir nuevas oportunidades de negocio.

Palabras claves: comercio exterior, Alentejo, Huelva.

1. LA REGIÓN PORTUGUESA DE ALENTEJO

El conocimiento de una determinada región es imprescindible para acometer cualquier proyecto comercial. Con un área de 31.551 Km cuadrados, Alentejo es la región más amplia de Portugal ocupando el 34,3% de la superficie total del país y el 35,5% de su territorio continental (excluidas las Azores y Madeira). Presenta 432 kilómetros de frontera terrestre con España, repartidos entre Galicia, Extremadura, Castilla-León y Andalucía.

La región del Alentejo se divide en cinco zonas: Alentejo Litoral (5 municipios), Alto Alentejo (15 municipios), Alentejo Central (14 municipios), Baixo Alentejo (13 municipios) y Lezíria do Tejo (11 municipios).

El Alentejo Litoral ocupa el 16,7% de la superficie del Alentejo, el Alto Alentejo el 19,8%, el Alentejo Central el 22,9%, el Baixo Alentejo el 27% y la zona de Lezíria do Tejo el 13,5%.

Pueden consultarse los Anuarios Estadísticos de la Región de Alentejo en [http://www.ine.pt/lapartado de "Información Estadística" epígrafe "Publicaciones"](http://www.ine.pt/lapartado%20de%20%22Informação%20Estatística%22%20epígrafe%20%22Publicações%22%20Disponível%20O%20território%20-%20Região%20Alentejo%20-%202009%20(año%20edición%202011)). Disponible O território - Região Alentejo - 2009 (año edición 2011)

