
Dirección de Empresas Internacionales



El profesor José Pla-Barber es doctor en Ciencias Económicas con premio extraordinario de doctorado y certificado europeo, catedrático de Organización de Empresas de la Universidad de Valencia e investigador asociado del “John Dunning Center” de la University of Reading (U.K).

En el ámbito internacional ha sido vice-chair de la *European International Business Academy* (2012-2028) y chair de la *Academy of International Business Western Europe Chapter* (2010-2018). Desde 2019 es académico de honor de la *European International Business Academy*. Ha sido profesor visitante en University of Reading (UK), Norwegian School of Management (Noruega), King's College London (U.K) y ESCE Paris.

En la Universitat de València ha sido Director del departamento de Dirección de Empresas (2004-2008), director del doctorado en Dirección de Empresas (2008-2012) y director del Master en Estrategia de Empresa (2012-2018). Ha dirigido 21 tesis doctorales, 6 proyectos de investigación del plan nacional de Ciencia y Tecnología y numerosos proyectos de carácter aplicado financiados por la Cámara de Comercio, el Ministerio de Industria, la asociación española de empresarios del textil o la Generalitat Valenciana. Sus principales líneas de investigación son el análisis de la internacionalización de la empresa, la gestión de la empresa multinacional y el estudio de competitividad internacional de la industria, habiendo publicado más de 70 artículos en revistas de reconocido prestigio tales como *International Journal of Management Reviews*, *Global Strategy Journal*, *Management International Review*, *International Business Review*, *Journal of Business Research*, *International Marketing Review*, *Scandinavian Journal of Management*, *Journal of International Marketing*, *Services Industries Journal*, *Journal of Economic Geography*, o *British Journal of Management*. Su libro “Dirección de Empresas Internacionales” es considerado un bestseller por la editorial Pearson Education. Recientemente ha publicado los libros “*Dirección Internacional de la Empresa*” en la editorial McGraw-Hill y “*Caixa Ontinyent: más que palabras, hechos*”.

Su especialidad docente en Dirección Internacional le ha llevado a impartir numerosas conferencias y cursos de grado, master y postgrado en un amplio conjunto de universidades españolas e internacionales (entre otras, *University of Reading*, *Glasgow University*, *Uppsala University*, *Norwegian School of Management*; *ESCE Paris*, *Novancia París*, *Utrecht University*, *Universidad de La Habana*, *UNED*, *UCR* y *TEC* en Costa Rica, *ICESI*, *Universidad de Antioquia*, *Universidad del Valle*, *Universidad del Norte* y *EAFIT* en Colombia, *UNAM* de Mexico, *APEC* de Republica Dominicana, *ORT Uruguay*, *ADEX Perú*, etc.). En la actualidad, el profesor Pla asesora a diferentes empresas en el ámbito de su estrategia internacional y es miembro del Consejo de Administración y de la Comisión Ejecutiva de Caixa Ontinyent.

Plan de curso

Objetivos

El curso analiza el fenómeno de la empresa internacional y su dirección. Hoy en día las empresas tienen la necesidad de considerar los mercados internacionales como potencial área de crecimiento y desafíos. Este curso proporciona a los estudiantes las herramientas conceptuales necesarias para comprender y trabajar con eficacia en el mundo global mediante el desarrollo de perspectivas estratégicas que ligan a este entorno cambiante, el estado de la industria mundial, y la capacidad y la posición de la empresa. La esencia de la Dirección Estratégica está presente en la mayoría de temas y es la base sobre la cual fluyen las especificidades de la dirección internacional. Al finalizar el curso, el estudiante debe ser capaz de desarrollar **un plan de internacionalización para una empresa**.

En concreto se persiguen alcanzar los siguientes objetivos:

- Comprender el entorno global en el que compiten las empresas internacionales.
- Conocer las distintas posibilidades de expansión y cómo se desarrolla el proceso de internacionalización.
- Identificar las estrategias y configuraciones estructurales alternativas que se pueden adoptar para ajustar la empresa a las necesidades del entorno..
- Entender la influencia que en sus estrategias puede tener la cultura de los países de destino.
- Analizar las políticas de Recursos Humanos en la empresa internacional.
- Integrar estos conocimientos en un plan formal de internacionalización.

Metodología de Enseñanza

El curso combina la clase expositiva con el análisis, discusión y resolución de casos. Los estudiantes deben participar activamente en el desarrollo de la clase, leer críticamente los materiales aportados y preparar la resolución de los casos.

El curso utiliza una secuencia de análisis de temas y casos en los que se integran conocimientos específicos del curso y también muchos de los conceptos manejados a lo largo del MBA, tanto en el área estratégica, como de marketing, comportamiento organizacional, microeconomía, operaciones y control.

Programa del curso

El programa del curso es una guía para docentes y estudiantes, que en función del desarrollo del curso podría modificarse para cumplir mejor con los objetivos de aprendizaje.

SESIÓN 1: LA GLOBALIZACIÓN Y SU INCIDENCIA SOBRE LOS SECTORES MANUFACTUREROS

I. Globalización

- ¿Cuáles son las actuales tendencias del entorno global?
- ¿Qué es una empresa global, un sector global, un país global, una estrategia global?
- Las multinacionales de países emergentes
- El poder de las multilatinas
- Los retos éticos de la globalización (Global compact, corrupción, ethics assesment)

II. Business Case: La competitividad internacional de los sectores manufactureros tradicionales ¿Qué podemos hacer frente a la amenaza China?

- ¿Cómo ha cambiado la configuración competitiva de los sectores tradicionales?
- El poder de las empresas chinas
- Estrategias de supervivencia frente a China
- Visionado vídeo TCL: The first Red Multinational.

Bibliografía

Básica

- Pla, J. y León, F. (2016). *Dirección Internacional de la Empresa*, Madrid: McGraw-Hill. Capítulo 1.
- Accenture 2008. The Multipolar World: the rise of the emerging markets multinationals. www.accenture.com
- Pla-Barber, J.; Puig F. y Linares, E. (2007): Crisis, actitudes directivas y estrategia en los sectores manufactureros tradicionales: el sector textil español. *Universia Business Review*, 18 (5): 435-445

SESIÓN 2: PRIMEROS PASOS EN LA INTERNACIONALIZACIÓN

III. Selección de mercados

- Modelos de selección de mercados.
- Variables genéricas y específicas.
-

IV. Modalidades de entrada y proceso de internacionalización

- La exportación directa e indirecta. Ventajas e inconvenientes
- Las licencias. Ventajas e inconvenientes.
- Alianzas y Joint-ventures. Ventajas e inconvenientes.
- Filiales y adquisiciones. Ventajas e inconvenientes.
- ¿Cómo seleccionar la modalidad adecuada? Factores que influyen en la decisión.
- El proceso de internacionalización: ¿secuencial o acelerado?

Business cases:

Acuerdos en el mercado del agua, Ben & Jerry's abrirá cien heladerías en cuatro años, Ágatha Ruiz de la Prada: el valor del diseño, Alianzas en Fagor, La expansión internacional de NH Hoteles, Inditex: tres modelos de implantación en el exterior.

Los procesos de internacionalización de IKUSI, Freixenet, Chupa-Chups y Ostra Delta.

Bibliografía

Básica

- Pla, J. y León, F. (2016). *Dirección Internacional de la Empresa*, Madrid: McGraw-Hill. Capítulos 3 y 4.
- Pla Barber, J & Escriba, A. (2006): Accelerated internationalisation: evidence from a late investor country. *International Marketing Review*, 23 (3): 215-232.

SESIÓN 3: LA CONSOLIDACIÓN DE LA EMPRESA INTERNACIONAL

V. Estructuras organizativas internacionales

- ¿Cómo organizar la empresa internacional?
- Estructuras internacionales: de la organización por funciones a la matricial
- El ajuste estructura-estrategia
- ¿Cómo coordinar y controlar la actividad de las filiales?

VI. Enfoques de competencia internacional

- La estrategia global
- La estrategia multidoméstica
- La estrategia Glo-cal
- Ajuste estrategia- modos de entrada-mecanismos

Business cases:

Decatlon: la tienda global, Ahold se aleja del enfoque multidoméstico, Air-liquide; Phillips versus Matshusita

Visionado vídeo: PLANETA ZARA

Bibliografía

Básica

- Pla, J. y León, F. (2016). *Dirección Internacional de la Empresa*, Madrid: McGrwaw-Hill. Capítulos 5 y 6.
- Pla-Barber (2004): La organización del grupo Inditex (Zara)

SESIÓN 4: LAS PERSONAS EN LA EMPRESA INTERNACIONAL. DIFERENCIAS CULTURALES

VII. Diferencias culturales entre países

- El modelo de Hofstede
- El modelo de Gesteland
- La influencia de la cultura en las negociaciones internacionales

Business Case: Un escocés a la cabeza de Mazda*

Bibliografía

- Pla, J. y León, F. (2016). *Dirección Internacional de la Empresa*, Madrid: McGrwaw-Hill. Capítulo 8.
- Elvira, M. y Dávila, A. (2005): Cultura y Administración de Recursos Humanos en Latinoamérica. *Universia Business Review*, primer trimestre: 28-40.

SESIÓN 5: LAS PERSONAS EN LA EMPRESA INTERNACIONAL. LOS EXPATRIADOS

VIII. La Gestión de expatriados

- El concepto de expatriados
- El proceso de expatriación
- Actitudes positivas y negativas de los expatriados
- La expatriación en China

Business Cases: Unilever, una compañía global necesita ejecutivos globales
Eva se instala en Puerto Rico*

Bibliografía

- Pla, J. y León, F. (2016). *Dirección Internacional de la Empresa*, Madrid: McGrwaw-Hill. Capítulo 9.
- Pin, J. y García, P. (2009): Los retos de la expatriación: una aproximación empírica. IESE Business School-IRCO

EJERCICIO FINAL: El plan de internacionalización

- ¿Cómo internacionalizar tu empresa?. Tu plan de internacionalización

Evaluación

La evaluación está diseñada para que los estudiantes participen en actividades que simulen lo más cerca posible las tareas y el proceso de toma de decisiones que tendrán que afrontar como gerentes internacionales. Se hará énfasis en la necesidad de aplicar un enfoque integrado de análisis y planificación, así como la consideración de asuntos en la implementación de los planes que han elegido.

Se espera que los estudiantes demuestren sus capacidades críticas e intelectuales durante el curso, así como el uso de procedimientos académicos adecuados, modelos y técnicas para sustentar sus elecciones y justificar sus tareas.

Los estudiantes serán evaluados en sus habilidades para:

- Resumir, analizar y priorizar información abundante y compleja para lograr entender los asuntos clave.
- Aplicar críticamente la teoría para sustentar análisis y recomendaciones.
- Presentar información de forma apropiada y profesional
- Reflexionar sobre su propio aprendizaje y su contribución a su propio futuro profesional.

Tareas	Description	peso
Trabajo en clase	Participación	10%
	Entrega tareas	20%
Rendimiento personal	Trabajo final	20%
	Exámen	50%

BIBLIOGRAFIA

Básica

- Pla, J. y León, F. (2016). *Dirección Internacional de la Empresa*, Madrid: McGraw-Hill.

Complementaria

La bibliografía complementaria se aportará por parte del profesor para cada uno de los capítulos