

3 RESUMEN/ABSTRACT

9 INTRODUCCION

CHINA E INDIA: OPORTUNIDADES Y ESTRATEGIAS

PRESENTACIÓN

- 5 España, China e India: Cooperación y oportunidades.
Joan Clos y Matheu

OPORTUNIDADES Y RETOS EN ECONOMÍAS EMERGENTES

- 19 Grandes expectativas y obstáculos de China e India en su camino hacia la cumbre.
José Miguel ANDREU
- 29 El contexto fáctico y teórico de la implantación empresarial española en China e India.
Nicolás HERNÁNDEZ CASTILLA
- 39 Éxito y perspectivas de las economías china e india. Estrategia de las empresas españolas.
M^{ra} Rosario SÁNCHEZ TEJERO y Rafael MANCHÓN GONZÁLEZ-ESTEFANI

TRIANGULACIÓN CHINA-INDIA-IBEROAMÉRICA

- 71 Inversiones de China e india en el continente Latinoamericano.
Lourdes CASANOVA
- 79 Determinantes y efectos de la inversión extranjera directa en China.
Lorena LABRADOR SALAS

ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

- 93 Guanxi: concepto e implicaciones en la dirección estratégica de las empresas españolas en China.
Eduardo BUENO, M^{ra} Paz SALMADOR y Dan LI
- 103 Riesgos y consideraciones sobre la estrategia de entrada de empresas españolas en China.
Jordi HERNÁNDEZ NIETO
- 111 La estrategia de marketing internacional en mercados emergentes: Importancia del análisis de los factores del entorno.
Shintaro OKAZAKI, Jaime ROMERO y M.^{ra} Jesús YAGÜE
- 123 La estrategia de gestión del conocimiento y su efecto en el crecimiento corporativo.
Jie YANG
- 135 Perspectivas y posibilidades de formación de los ingenieros en India. El fomento de la iniciativa empresarial.
V.P. WANI y Dinesh KHANDUJA

CASES STUDY

- 143** La vocación internacional como espíritu emprendedor.
La presencia de Alsa en China.
Eduardo BUENO Campos y Carlos MERINO MORENO
- 147** El caso de las empresas españolas del sector de la alimentación en China.
Eduardo BUENO, M.ª Paz SALMADOR y Aaron A. GOLZMAN

OTROS TEMAS

- 155** La participación financiera del capital riesgo español según la procedencia pública o privada de sus recursos.
Tomás RAMON PINTADO y Domingo GARCÍA PÉREZ DE LEMA
- 165** Las tecnologías de la Información y de las Comunicaciones en el desarrollo humano: Situación y perspectivas.
Rosa ARCE, Miguel Ángel FEITO, Antonio CORDÓN, Fernando HURTADO y Eduardo SANCHEZ
- 177** Creación de empresas, crecimiento económico y empleo en las regiones españolas.
José Antonio ÁLVAREZ y Olga GONZÁLEZ

NOTAS

- 191** Patentes y modelos de utilidad como indicadores de innovación.
Luis PORTILLO

LIBROS

- 199** Crítica de libros
211 Selección bibliográfica

E i
ECONOMÍA
INDUSTRIAL

Directora
Eva Povedano

Redactor Jefe
Jaime de la Fuente

Redactores
María Ángeles Güerediaga
Luis Portillo

DIRECCIÓN Y REDACCIÓN:
Castellana, 160, 4.ª planta
28071 Madrid
Teléfs. 349 46 47 - 73 - 74
Fax 349 47 13
E-mail: mpalonsof@mityc.es/
jvfuente@mityc.es
Ministerio de Industria, Turismo
y Comercio.

MINISTERIO DE
INDUSTRIA,
TURISMO Y COMERCIO

CONSEJO DE REDACCIÓN:
J. Luis Calvo
Rosario Gandoy
Arturo González
Jordi Gual
Emilio Huerta
Alberto Lafuente
Juan Antonio Maroto
Rafael Myro
Vicente Salas
Vicent Soler
Antonio Vázquez
Xavier Vives
María Jesús Yagüe
Josep Antoni Ybarra

EDICIÓN, DISTRIBUCIÓN, PUBLICIDAD Y SUSCRIPCIONES:
Centro de Publicaciones del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio
Castellana, 160, planta 0.
Teléf. 349 51 29
Fax 349 44 85
28071 Madrid

CONSEJO ASESOR:
Eduardo Bueno
Mikel Buesa
Alvaro Espina
Enric Genescà
Alfredo Pastor
Amadeo Petitbó
Julio Segura
Carles Sudrià

PRECIO DEL EJEMPLAR:
9,50 € (+4% IVA)
Suscripción anual
(4 números)
Península y Baleares: 34,68 €
(+4% IVA)
Canarias, Ceuta y Melilla:
34,68 €
Extranjero (por correo aéreo):
Europa: 100 €
Resto países: 100 €

PORTADA:
MANATO, S.

DISEÑO:
M. Luisa C
Guardia
Emanuel
Ciccomar

IMPRIME:
DAYTON, S.

ISSN:
0422-278

DEPÓSITO LE:
M. 1.227-1

NIPO:
701-05-00