

Contenido

Prólogo	ix
Prefacio	xvii
Prólogo a esta edición	xxi

Sección 1 ● Introducción a la mentalidad global

- 1 Introducción: El imperativo global** 3
 - A quién se aplica la globalización 3
 - Las lógicas globales: la clave para entender el imperativo global 5
 - La realidad de la economía global 8
 - La necesidad de una nueva mentalidad directiva 10
 - El ajuste del imperativo global 12
 - La puesta en práctica de los esquemas globales 16
- 2 La necesidad de contar con una mentalidad global** 19
 - De la Economía del Comercio a la Economía Globalizada 19
 - Elementos impulsores de la economía global 23
 - El impacto de la economía global sobre los negocios y la práctica de la dirección 28
- 3 Del pensamiento doméstico al global: cinco mentalidades genéricas** 33
 - La mentalidad doméstica 33
 - El esquema internacional 36
 - La mentalidad multinacional 38
 - La mentalidad regional 40
 - La mentalidad global 40

Sección 2 ● Habilidades analíticas globales: Análisis y comprensión de las lógicas globales

- 4 La búsqueda de las fuentes de lógica global tomando como referencia al cliente** 45
 - Lógica del cliente global 46
 - La comprensión de la lógica de compra global 48
 - La lógica de la información global 52

- 5 La búsqueda de la lógica global en las industrias y en el entorno competitivo** 57
- La lógica competitiva global 57
 - La lógica de industria global 60
 - La lógica de tamaño global 63
 - La lógica reguladora global 66
- 6 Determinación de las pautas de la lógica global** 71
- Selección de las dimensiones de lógica global genérica 71
 - Medición de la intensidad de la lógica global 72
 - Determinación de la lógica global respecto a pautas significativas 73
 - La tendencia de la lógica global en el tiempo 79
 - Implicaciones para las estrategias globales 83

Sección 3: ● La conquista del mercado global

- 7 La comprensión del tablero de ajedrez global** 87
- La esquematización del tablero de ajedrez global 87
 - Construcción de tableros de ajedrez según la industria/compañía 91
 - Apreciar el valor de un mercado individual 93
 - La proyección del tablero en el futuro 94
 - Cambios recientes en el tablero 95
 - El concepto de "conquistar" un mercado 97
 - Resumen 97
- 8 Determinación de las tendencias globales** 99
- Detección de los mercados líderes 99
 - Las industrias y los mercados líderes 102
 - Implicaciones para la mentalidad global 104
 - Implicaciones para las empresas globales 105
 - Resumen 108

Sección 4: ● Las habilidades estratégicas globales

- 9 La selección de los caminos hacia la globalización** 111
- Caminos genéricos de internacionalización 111
 - El camino hacia las estrategias globales 114
 - Resumen 122
- 10 Estrategias genéricas de negocios globales** 125
- Estrategias superficiales de negocios globales 125
 - Estrategias de negocios parcialmente globales 129

Estrategias funcionales globales 135
 Resumen 140

11 Adopción de estrategias comerciales globales 143

Las estrategias de marketing global genéricas 143
 Ajuste de las opciones estratégicas genéricas globales 149
 La construcción de estrategias globales genéricas 151

12 Clasificación de las estrategias globales 159

La identificación de la brecha de globalización 160
 El enfrentamiento con múltiples telas de araña 161
 El juego de los recursos: la focalización global o las estrategias de nicho 161
 El papel de la dimensión global 170

Sección 5: ● La puesta en práctica de los esquemas globales

13 Conceptos organizativos para las mentalidades globales 175

Definición de los preceptos geográficos locales 175
 Maximización del apalancamiento global 183
 La evolución hacia una organización globalizada 191

14 La construcción de mentalidades globales para los directivos individuales 193

Los componentes de la mentalidad global 194
 La adquisición de conocimientos acerca del mercado clave 194
 La comprensión de la superestructura global 198
 Las habilidades interculturales 199
 Las raíces culturales de las mentalidades globales 201
 El espíritu de la generosidad 201

15 La puesta en práctica de los esquemas globales corporativos 203

El diagnóstico de la mentalidad corporativa global 204
 El ajuste de la lógica global 210
 La expansión y la construcción de mentalidades corporativas globales 211

16 La práctica de la mentalidad global 221

Paso uno: esquematización de la oportunidad global 221
 Paso dos: determinación de la pauta de lógica global 226
 Paso tres: estrategias globales genéricas 229

viii Contenido

Paso cuatro: la selección de estrategias funcionales globales genéricas 231
Paso cinco: el intercambio de los recursos globales 232
Paso seis: el diagnóstico de los requisitos organizativos globales 232
Un proceso para comprometerse con los esquemas globales 236

Epílogo 239

Índice 241