

RESUMEN

Durante la última década ha aumentado notablemente el interés por China y la multilocalización en el gran gigante asiático, tanto en el campo profesional como en el académico, propiciando el nacimiento de una nueva disciplina en el campo de la administración y dirección de empresas, la multilocalización en China.

Las empresas son cada vez más conscientes del papel que China ejerce en su futuro, así como de la necesidad de tenerla presente en su hoja de ruta a fin de lograr una mayor competitividad en el mercado global. En este contexto, se han realizado y se siguen realizando muchos y excelentes trabajos sobre la multilocalización, con notables aportaciones, en especial aquellas relacionadas con sus rendimientos y métodos. Sin embargo, son más bien escasos los trabajos y aportaciones que evalúan los factores que inducen a un rendimiento asimétrico y negativo en la multilocalización de empresas españolas en China.

Desde esta última perspectiva el presente estudio realiza una investigación tanto de carácter fundamentalmente explicativo, con el objetivo de obtener información relevante respecto al fenómeno de la gestión de la multilocalización y sus factores asociados en las empresas españolas en China (fenómeno con una reducida muestra), como de carácter exploratorio, ya que es uno de los primeros estudios que busca contrastar su contribución con las teorías existentes en la multilocalización.

La tesis se presenta de manera que puede ser entendida como un único tema o como tres líneas de trabajo diferentes respecto a China, ya que aunque toda la investigación gira en torno a la multilocalización en este país, centra su atención en tres factores del proceso diferentes y de carácter crítico.

Por tanto, las principales aportaciones del presente trabajo de investigación se han focalizado en la posibilidad de mejorar la efectividad y el rendimiento del proceso de multilocalización en China, elementos de relevancia para políticos, administraciones públicas, directivos e investigadores. En paralelo, se ha constatado cual es el verdadero impacto que tienen ciertos factores en el rendimiento de la multilocalización de empresas españolas en China y finalmente, el estudio proporciona elementos de valor para llevar a cabo una toma de decisiones documentada, el desarrollo de estrategias de empresa o la evaluación de políticas de ayuda para empresas españolas.