

Retos empresariales para el 2000 - La Globalización

Por:

Vincen Bosch Sans

Director de Proyectos y Desarrollo de la Escuela de Administración de Empresas de Barcelona, E.A.E. España

Docente de Postgrados CEIPA

Nota: Esta es la síntesis de la conferencia que con el mismo nombre, dio en representación del CEIPA para los afiliados a la Cámara de Comercio del Aburrá Sur, el Dr. Vicenç Bosh Sans en su reciente visita a Medellín.

Definiciones

Internacionalización

Proceso mediante el cual una empresa desarrolla su actividad fuera de los mercados que constituyen su entorno geográfico natural, en una economía separada por fronteras. Las empresas multinacionales actúan, por lo tanto, en varios mercados.

Globalización

Proceso mediante el cual la economía se transforma de ser un conjunto de mercados nacionales o regionales en un único mercado sin fronteras. Las empresas globales operan en un mercado único.

La globalización: factores que la facilitan

- Liberación de los mercados y caída de barreras económicas y políticas.
- Nuevas tecnologías que permiten compartir la información y el conocimiento de manera global.
- Integración de los mercados de capitales a nivel mundial.

La globalización: por sectores y niveles

1. Sectores globalizados

- Materias primas (petróleo, minerales, madera, ...)
- Bienes de equipo (motores de aviones, refinerías, ...)
- Bienes intermedios (derivados del petróleo, aluminio, ...)

2. Sectores con globalización intermedia

- Bienes de consumo (electrónica, ordenadores personales, televisiones, automóviles,...)
- Bienes de gran consumo (bebidas, zapatos, bienes de lujo, películas, ...)

- Servicios profesionales (banca de inversión, servicios legales, auditoría, consultoría, ...)

3. Sectores con globalización incipiente

- Bienes y servicios de consumo regulados (comida, producción televisiva, ...)
- Bienes y servicios locales (materiales de construcción, educación, sanidad, ...)

4. Sectores locales

- Sector público (Administración, defensa)
- Fuente: World Development Report (World Bank)

Diferencias entre empresas locales y empresas globales

Empresas locales	Empresas globales
Visión de la globalización como una amenaza	Visión de la globalización como generadora de nuevas oportunidades
Se centra en el Mercado local; toma de decisiones centralizada	Se posicionan en todo el mundo; toma de decisiones descentralizada
Captan a profesionales locales o con visiones locales	Captan a profesionales de todo el mundo o con visiones globales
Aceptan las reglas del sector	Desarrollan nuevas reglas en su

	sector
Buscan maximizar la cuota de mercado	Buscan maximizar el tamaño del mercado

Nuevas tendencias del mercado global

- Velocidad
- Disminución del tiempo entre enviar y recibir, producir y vender, comprar y entregar.
- Conectividad
- La tecnología permite relaciones instantáneas entre las cuadro personas, procesos, productos, servicios, sectores e instituciones.
- Intangibles
- Oferta = producto + servicio
- Crecimiento de los intangibles

Lo globalización obliga a:

1. Planificar globalmente:

- Combinar la visión global con las ideas específicas locales.
- Decidir a partir de la información
- Evaluar si es mejor optar por una estrategia global o local
- Fijar un objetivo global
- Estar dispuestos a reconocer que quizás no sea lo mejor para la, empresa o la marca.

2. Pensar localmente:

- Evaluar localmente la empresa o la marca
- Comprender al consumidor
- Comprender el entorno de la marca

3. Actuar focalmente

- Enfocar la actividad en el foco de acción
- Concentrarse en lo esencial de la empresa o de la marca para que sea aceptada por el consumidor.
- Conocer y aprovechar la visión crítica del consumidor

Estrategias empresariales

- Euro y evolución de nuevos mercados (Latinoamérica, China, Europa del Este, Sudáfrica)
- Posibilidad de posicionarse
- Nuevo enfoque del management
- Nuevos planteamientos estratégicos

Management

Proceso de determinación de estrategias

- ¿Qué hay que hacer?
- Formar el equipo
- Identificar los objetivos

- Obtener la información
- Tomar las decisiones

Factores relevantes de la competitividad

1. Formación

- Management quality
- Profesionalización
- Stock options

2. Internacionalización

- Inversiones extranjeras
- Nuevos mercados
- Alianzas estratégicas

3. Innovación tecnológica e industrial

- Investigación y desarrollo
- Nuevos procesos tecnológicos
- Factores de coste
- Nuevos productos

4. Dimensión empresarial óptima

- Acceso al mercado de valores
- Joint ventures (riesgos compartidos)
- Capital-Riesgo.