

CAPITULO I

NATURALEZA E IMPORTANCIA DE LA ECONOMIA GLOBAL

Hoy en día, se presupone que los gustos de los consumidores en todo el mundo son esencialmente iguales y que la competencia se rige en condiciones similares para toda la faz de la tierra. Basándonos en esto, la hipótesis nos dice que los factores tecnológicos, políticos, económicos y socioculturales son muy iguales en todas las partes del mundo, es decir, no varían mucho de un lugar a otro; los productos de las empresas son estandarizados para todo el mundo, sus producciones están concentradas en cantidades ilimitadas de ubicaciones y saben que deben contar con la mezcla óptima de costos bajos y mejores habilidades. Así mismo, las investigaciones de mercado en las empresas se elaboran de forma central porque saben que los precios, productos, promociones y distribución se deben manejar de forma muy análoga para todos los países. (1)

Las industrias globales saben que los productos fabricados en cualquier país tendrán que hacer competencia con los elaborados

en otras partes del mundo. De tal manera, que hoy el problema importante por el que atraviesan las empresas de categoría mundial ya no es el que tengan que competir con organizaciones de índole extranjera, sino el cómo habrán de seguir vivas en una economía de especie mundial. Se piensa que el tratar de sobrevivir en una economía de tal magnitud resulta muy complejo, y esto es muy cierto, ya que las empresas saben que los clientes siempre demandarán los mejores productos y servicios, y que éstos tendrán que ser con los precios más bajos, de tal forma que el camino para competir tendrá que pasar siempre por una buena **calidad**.

La **competitividad** global significa que los consumidores cuentan con más y mejores alternativas de compra y esto por menos dinero, de todo lo anterior, la meta principal ha de ser siempre la satisfacción plena del cliente, ya que los artículos importados están extendiendo cada vez más el total de operaciones para satisfacer al cliente, y esto está trayendo como consecuencia que el poder para elegir y la exigencia de los clientes aumente.

Esta década y las que vendrán se diferenciarán mucho por la gran aglomeración de productos y servicios que se verán en todos los mercados del mundo. En lo anterior México no será ajeno, ya que actualmente se ha incorporado al extenso proceso de crecimiento y

y modernización.

1.1 La calidad y el estatus de un país.

El estatus de un país hoy en día depende en gran medida de la **calidad** de los productos y servicios que éstos sean capaces de brindar a todos los consumidores del mundo. Un ejemplo vivo es el gran prestigio que Japón ha logrado ganarse a nivel mundial por la **calidad de los productos** que ofrece, así mismo, los clientes de todos los países estatúyen a Estados Unidos por la **calidad** de productos que sea capaz de fabricar, se trate del producto que se trate (autos, televisores, ropa, etc.)

Abraham Maslow, sostiene que los integrantes de un país, siempre tenderán a identificarse con el estatus de éste, es decir, si en un país mejoran las condiciones en la **calidad** de sus productos y servicios y además logra tener una buena imagen dentro de la economía mundial, también aumentará en mucho la autoestima de sus miembros, y por lo tanto se crearán ciudadanos con una **calidad** de vida más elevada que contribuirán mejor al desarrollo de su nación. (2)

1.2 El auge global.

La entrada de las empresas a los negocios internacionales ha ido en aumento conforme nos adentramos más al siglo XXI, ya hoy en día, el comercio entre naciones asciende anualmente a más de 2 millones de dolares. Ya en nuestra década el requisito básico para todo ejecutivo y empresario será la experiencia en los negocios internacionales, ya que sin ésta no podrán entrar en la nueva era global y se quedarán atrás en cuanto a todo lo que a competitividad se refiera.

Japón actualmente se considera potencia mundial en lo que respecta a su economía global, ya que desde hace muchos años sus empresarios se han dedicado a invertir en el recurso humano, y todos los cambios que se han dado ahí se centran globalmente, además prevalece siempre el poder de mercado y no un poder militar.

Es obvio que para que todas las empresas sobrevivan en ésta economía que apunta tanto a la globalización deben aprender a dirigir bien sus operaciones dentro de los límites de la misma.

1.2.1. Gestión internacional.

Por gestión internacional se entiende al desarrollo del proceso

administrativo que se da en un marco de negocios internacionales. (3)

El globalizar ó no, y el cómo globalizar, son los temas de más importancia para todos los administradores del mundo, ya que son demasiadas las fuerzas que impulsan a las empresas de todos los países a una globalización por medio de la ampliación de sus participaciones en el mercado extranjero.

Para hoy en día la gran mayoría de los productos (computadoras, comidas rápidas, televisores, etc) en este mundo de economías globales tiene competencia extranjera.

Todos los países del mundo a medida que la economía se va haciendo más global y crece la importancia de las gestiones internacionales están demandando productos de **calidad más elevada** y a **precios más bajos**, todo ésto ha generado que estén cada vez más dispuestos a competir dentro de la economía global, y de la misma forma ha generado que se estén haciendo más dependientes unos de otros.

Es por tal motivo que toda empresa que se rehuse a participar en la economía global se vendrá quedando atrás en su desarrollo, así como también se verá muy afectada por las demás organizaciones que sí decidan intervenir. Actualmente, ya ninguna

empresa que quiera sobresalir en su desarrollo podrá evitar participar en la economía globalizada, así como tampoco, podrá evitar el preocuparse por ofrecer a sus clientes productos de **alta calidad**, si es que en verdad quiere sobresalir y llegar a tener gran éxito.

1.3 Oportunidades globales.

El elevado crecimiento que ha venido teniendo el fenómeno de la globalización, ha dado como resultado que la economía global se oriente en beneficio para el cliente.

La informática, nuevas tecnologías, y los medios de comunicación han hecho que la gente despierte y se de cuenta de la gran gama de productos y servicios que existen, y de los cuales pueden seleccionar, y así mismo, se pueden observar los diferentes estilos de vida que existen en otros países del mundo.

La economía global representa para las empresas grandes oportunidades de globalización, para lo cual lo único que necesitan es tener una gran visión para saber aprovecharla.

Como ejemplo de lo anterior, podemos citar a los rusos, ellos saben que su economía familiar va muy por debajo de la de los ciudadanos en los países occidentales y de otras naciones del mundo, y que ha medida que sus economías evolucionen también

aumentarán las demandas de sus productos de todo tipo, como alimentos, ropa, electrodomésticos, artículos, para el ocio, etc., y será como de ésta manera también se incrementarán las oportunidades de las empresas para ofrecer productos que satisfagan las demandas de los clientes.

Todas las empresas saben que no será fácil lograr sacar provecho de la globalización, ya que la mayoría de las organizaciones del mundo se están preparando para hacer frente a las demandas internacionales de sus productos, así como también se sabe que en medio de toda esta competencia sobresaldrán únicamente los productos de más **alta calidad**, y para ésto también tendrán que estar preparadas.

De ésta forma las empresas tienen que estar conscientes que únicamente aquellas organizaciones que ofrezcan a sus clientes productos de **alta calidad**, lograrán sobrevivir en el mercado mundial.