

CAPITULO II

TIPOS DE ORGANIZACIONES EN LA ECONOMIA GLOBAL

Las fuerzas de la globalización han puesto de cabeza a todas las organizaciones, ya que hoy en día todas sus necesidades están basadas en satisfacer de lleno a sus clientes, además saben que ésto ya no puede ser posible sin las fuerzas y destrezas de otras empresas, incluso ni ellas mismas pueden mantener en secreto su propia tecnología, porque tarde o temprano ésta sale a relucir, más aún, saben que aunque teniendo una tecnología superior, ésto no les puede garantizar el éxito, ya que la clave total para obtener un gran éxito, será siempre la **satisfacción del cliente**.

En este contexto, hoy en día ninguna organización puede estar fuera de la globalización, tanto empresas grandes como pequeñas tiene que participar en esta economía de clase internacional.

2.1 Compañías multinacionales y globales.

En los siguientes puntos se verán las clasificaciones que pueden tener las empresas al participar en el ámbito global.

2.1.1 Compañía multinacional.

Por compañía multinacional (CMN) se entiende a aquellas organizaciones que realizan negocios en dos ó más naciones en el mundo. (4) En este tipo de empresas el lugar en el que funcionan sus organismos administrativos suelen estar en un solo país, teniendo sus operaciones, instalaciones productivas y/o filiales para ventas en otros países. A las compañías multinacionales es acostumbrado considerarlas como organizaciones nacionales que llevan a cabo actividades en otros lugares del mundo.

Como ejemplo de empresas multinacionales podemos citar a IBM, empresa Estadonidense, Nestlé, empresa Suiza, y Toyota Motor, que es Japonesa. (5)

2.1.2 Compañías globales.

Otro tipo de organizaciones que han hecho su aparición en el terreno de la globalización son por supuesto las compañías globales. Este tipo de empresas a diferencia de las compañías multinacionales operan como si el mundo fuera un mercado único, y tienen su residencia social, instalaciones productivas, y operaciones

de mercado ubicadas en todas partes del mundo, es decir, este tipo de organizaciones no se encuentra arraigada en un solo país, y para ellas las fronteras nacionales no tienen ninguna razón de ser.

Las compañías globales aplican y pueden realizar economías de escala en la producción y comercialización con gran facilidad y la compañía multinacional no, además una compañía global no tiene tantas dificultades para compartir las actividades de la cadena de valores ó para transferir actividades de crear valores, como las tienen las compañías multinacionales, más aún, una compañía multinacional tiene mucha más desventaja con la empresa global, en cuanto a que esta última con gran facilidad logra ataques coordinados de competencia, contra alguna empresa rival localizada en cualquier parte del mundo.

El estar ubicados en muchos lugares del mundo, permite también a las organizaciones globales organizar sus estrategias para competir con todos los países, así mismo, ésto hace que utilicen las ganancias generadas en algún país para responder por sus iniciativas competitivas en otros países.

A pesar de todas las ventajas que pueda presentar una empresa global, también el tener productos demasiado

estandarizados puede darle problemas a este tipo de compañías, ya que pueden ser el blanco perfecto de organizaciones pequeñas, que tienen dirigida su mira a artículos para el gusto local ó regional, otro problema al que se tienen que enfrentar es que tienen que coordinar a toda la organización, y ésto puede resultar demasiado difícil, especialmente cuando las reglas cruzan fronteras. También los cambios en los precios es un problema grave que tienen las empresas globales, ya que mientras una compañía multinacional para cambiar los precios en sus subsidiarias independientes, únicamente tienen que depender del control del mercado, una compañía global tiene que establecer sus cambios de precios, teniendo en cuenta las diferentes actividades de la cadena de valores en los que tenga participación en todos los lugares del mundo, y si una transferencia de precios resulta demasiado difícil para un solo país, cuanto más lo será en terrenos internacionales, y más aún cuando fluctua tanto el tipo de cambio.

Pero aunque en algunos conceptos el panorama de las organizaciones globales se visualice tan obscuro, la gran globalización que estamos viviendo es muy clara, y con ello nos podemos dar cuenta que en ésta época la compañía global

dejará de ser la excepción para convertirse en la regla principal, y toda empresa que no admita esta situación, tendrá que enfrentarse a problemas demasiado graves.

2.2 Enfoque para los negocios internacionales.

Toda empresa que desee tener una imagen global, deberá optar por alguna de las diversas formas que hay para llevar a cabo sus negocios internacionales. Algunas de éstas opciones pueden tener un alto nivel de compromiso de carácter global, mientras que otras pueden representar un bajo nivel de compromiso.

Algunas de éstas opciones ó enfoques de expansión global son explicadas en los siguientes puntos:

2.2.1 Las exportaciones.

Las exportaciones significan la forma más usual y sencilla para las empresas que desean colocar sus productos en otras partes del mundo, ya que éstas exigen niveles más bajos de recursos y compromisos para la organización. La exportación también puede significar un elemento clave para el buen desarrollo de la empresa, en especial cuando el mercado interno ya está saturado.

Pero, así como las exportaciones tienen sus ventajas, también tienen algunas desventajas, como son: La empresa exportadora puede no estar colocada en la parte más óptima, si ésta ubicación es comparada con otras en el mundo. Otro inconveniente es que las empresas que exportan pueden llegar a pagar elevadísimos costos por cuenta del transporte que tienen que utilizar. Una última dificultad que pueden tener las exportaciones son las tarifas y otras barreras comerciales, que tienen que afrontar al momento de querer pasar la mercancía a otra nación.

2.2.2 Licencias.

Cuando una empresa desea fabricar productos en otro país, pero no cuenta con la infraestructura ni tecnología suficiente para llevar a cabo su negocio, puede hacer uso de las licencias, que son acuerdos que se llevan a cabo entre dos empresas de diferentes naciones, donde una llamada cesionaria da acceso a otra que se llama concesionaria para fabricar y vender los productos en su país, pudiendo ésta última utilizar el nombre comercial de la empresa cesionaria. Claro está, que en éste acuerdo el concesionario tendrá que pagar al cesionario alguna comisión por cada unidad vendida.



Las ventajas que las licencias ofrecen son buenas para ambas compañías, ya que el cesionario puede adentrarse a la economía global con muy pocos riesgos de financiamiento, y el concesionario puede obtener el producto y tecnología necesaria sin mayor trabajo, cuando bien saben que ésta producción tiene costos muy altos.

Las desventajas que tienen las licencias es que no guardan un estricto control de las operaciones en la nación de la empresa concesionaria, otra es que quizá los productos que este fabricando el concesionario sean de **baja calidad**, así como también su comercialización puede ser deficiente, y es casi imposible establecer medidas estratégicas para coordinar estos conceptos entre las dos naciones. Otro problema gravísimo al que se enfrentan las empresas, al llevar a cabo estos contratos, es que el cesionario al momento de compartir su tecnología productiva, puede correr el riesgo de estar delatando lo que siempre la ha hecho diferente ante la competencia.

2.2.3 Sociedades mercantiles.

Una sociedad mercantil es el intermediario entre dos empresas de diferentes naciones, en donde una, asume el papel de

comprador y la otra de vendedor. La principal función que tiene una sociedad mercantil, es tomar toda la responsabilidad del producto y llevar a cabo todo lo necesario para que estos productos sean trasladados desde su lugar de origen hasta la empresa compradora, ubicada en un país extranjero.

Otra función que tienen estas sociedades, es proporcionar a las empresas vendedoras, toda clase de información sobre mercados, **calidad** de productos, precios, formas de distribución y moneda extranjera en el mercado nacional ó internacional.

Es por tal motivo que una sociedad mercantil, adquiere una buena parte de responsabilidad en los riesgos que pueda tener el fabricante al comerciar internacionalmente.

2.2.4 Comercio recíproco.

El comercio recíproco es el intercambio de mercancías entre dos ó más naciones.

Con ésto es posible que un país con escasos recursos financieros, pueda participar en el comercio internacional, y de ésta misma forma el país que quiere comerciar requiere que la nación exportadora compre sus productos, antes de dejar que los productos de esta nación sean vendidos en sus mercados.

Estas formas de comercio recíproco tienen algunas desventajas, en primer término podemos decir que resulta demasiado difícil para ambas naciones determinar el costo real del bien ó bienes que se están poniendo en el convenio.

Otra desventaja, es que a veces puede resultar muy difícil que los bienes una vez ya aceptados se puedan vender, aunque el manejar esta desventaja puede ser muy posible si antes se hace un buen estudio de mercado ó se lleva a cabo una buena negociación.

El que este tipo de comercio ofrezca desventajas muy considerables no es razón para que las naciones se opongan rotundamente a él, ya que al hacer ésto pueden estar perdiendo buenísimas oportunidades de compra y venta.

22.5 Negocios en participación.

El negocio en participación se da cuando dos empresas de distintas nacionalidades se asocian para dar nacimiento a una nueva organización, en donde cada una de las empresas asociadas tendrán riesgos compartidos, es decir, dominio mutuo de la nueva empresa.

Para hoy en día, este tipo de asociaciones está resultando ser el de más acceso para las organizaciones que desean tener infraestructura productiva en otra nación, ya que los gobiernos han puesto restricciones para empresas nacionales que quieran tener algún tipo de negocio en otro país, además el hacer negocios en participación resulta demasiado ventajoso para ambas compañías, ya que una se beneficia al estar aprovechando los conocimientos en cuanto a las condiciones locales (leyes, costumbres, cultura, etc.) de donde se encuentra la compañía anfitriona para poder adentrarse más a su mercado. En cuanto a los beneficios que recibe la compañía anfitriona, es que ésta sin mayor trabajo puede tener acceso a las nuevas tecnologías y productos que entrarán a su nación.

En un medio ambiente con pocos recursos económicos, donde la tecnología esta evolucionando demasiado rápido, y hay una gran necesidad de capital masivo, el negocio en participación puede ser el mejor acceso para que las empresas pequeñas, y con escasos recursos puedan llegar a alcanzar escalafones más altos dentro de la economía global.

La desventaja principal que llega a presentar este tipo de

asociaciones; es que las compañías pueden perder el control total de sus negocios y de su tecnología.

2.2.6 Alianzas estratégicas.

La alianza estratégica es la forma más reciente que han adoptado las organizaciones para adentrarse al mercado extranjero. Estas resultan cuando dos empresas con deseos de entrar a la economía mundial realizan una asociación que tiene límites mucho más extensos, que los de una asociación en participación.

Hay empresas que deciden no optar por una alianza estratégica, ya que éstas significan compartir el control total del proceso, así como también éste tipo de alianzas requieren de una gran confianza por parte de las dos empresas, ya que si ésta no se da, resulta imposible para las empresas realizar una alianza. Otro punto muy importante es que éste tipo de asociaciones requiere de demasiado tiempo para que pueda dar mayores resultados.

Sin embargo, pese a todo lo anterior, hoy que estamos en un mundo totalmente globalizado, en donde se tienen gustos demasiado diferentes por parte de todos los consumidores, y más aún, donde la tecnología revoluciona a pasos agigantados, los costos fijos aumentan cada vez más y existe un proteccionismo

enorme, las alianzas se imponen totalmente y, se hacen casi indispensable para una buena estrategia económica. Quizá, esto no agrade del todo a las empresas, pero quieran ó no, las alianzas se hacen cada vez más necesarias, y tarde o temprano tendrán que hacer uso de ellas si quieren estar dentro de la economía global.

2.2.7 Propiedad directa.

Por propiedad directa entendemos las adquisiciones que hacen las empresas, de una ó mas instalaciones productivas en una nación extranjera. Para las empresas, el hacer este tipo de compras representa inversiones demasiado altas, sobre todo porque se tienen que hacer investigaciones de mercado, contratar personal, comprar infraestructura, etc., aunque también, el contar con una filial extranjera puede representar una disminución en costos de fabricación para las empresas, ya que al estar explotando la mano de obra en países más subdesarrollados, representa pagar salarios mucho más bajos y brindar menores prestaciones a los empleados, además al obtener una subsidiaria en otro país las empresas pueden liberarse de los aranceles y de otros costos que incurren en una exportación.

No obstante, los riesgos a los que se enfrentan las empresas que optan por este tipo de filiales, es que pueden llegar a perder inversiones cuantiosas si el mercado de la nación anfitriona quiebra, ó se nacionalizan sus intereses en dicha nación, además de que si el país anfitrión llega a tener problemas en su economía, resulta demasiado difícil para las empresas mover sus instalaciones.

Más sin embargo, hoy en día, que la economía está tan globalizada, esta estrategia resulta inevitable para las organizaciones, máxime si quieren seguir conservando el control total de su tecnología y de sus operaciones.