



alineación  
estratégica

NEGOCIOS  
INTERNACIONALES

LECTURAS EJECUTIVAS



# FUNDAMENTOS DE GLOBALIZACIÓN

Por Juan Carlos Erdozáin Rivera



## INDICE

- 1) [LA GLOBALIZACIÓN](#)
- 2) [ACTIVIDAD 01: ¿QUIÉN POSEE QUÉ? LAS MARCAS Y LA GLOBALIZACIÓN](#)
- 3) [LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES](#)
- 4) [¿PARA QUÉ HACER NEGOCIOS INTERNACIONALES?](#)
- 5) [ACTIVIDAD 02: EL HOMBRE BORRADOR ROSA](#)



## 1) LA GLOBALIZACIÓN



*“Todas las organizaciones se han visto afectadas de alguna manera por la globalización. Por esto los ejecutivos de hoy, necesitan saber acerca del mundo global, las alianzas comerciales y regionales y la manera en que las empresas se internacionalizan y las diferencias interculturales”*

Todas las organizaciones se han visto afectadas de alguna manera por la globalización por lo que es fundamental conocer sobre alianzas comerciales regionales, la manera en que las empresas se internacionalizan y las diferencias interculturales.

Para tener más claridad sobre el concepto globalización, es necesario recordar algunos aspectos fundamentales.



Mientras que la conectividad (mundialización) favorece a algunos países, otros sufren por la falta de dicha conectividad.

Vivimos una intensa aceleración en el mundo que está provocando que la era del Occidente victorioso esté llegando a su fin y el COVID – 19 está ayudando

El centro de gravedad del planeta está desplazándose hacia Asia, con dos países a la cabeza con un crecimiento económico excepcional desde hace unos quince años: India y China.

De estos dos países salen cada año millones de jóvenes titulados que han seguido un plan de estudios universitario de excelencia.

Esto les permite adaptarse fácilmente a los métodos y las técnicas de países a la vanguardia de la tecnología, como Estados Unidos o Reino Unido.

A los occidentales les conviene perfeccionarse cada vez más en

actividades complejas y centrarse en su valor añadido, porque actualmente las competencias se comparten y se adquieren en todo el mundo.



## ¿Qué es Globalización?

- Es un proceso que designa una nueva fase en la integración planetaria de los fenómenos económicos, financieros, ecológicos y culturales.
- Este fenómeno, que no es ni lineal ni irreversible, se refiere también al acercamiento entre los hombres y es fruto de la liberalización de los mercados.
- Este desarrollo de un espacio mundial interdependiente no es nuevo y se inicia con la civilización romana, que ya organizaba su imperio en torno al Mediterráneo.

La globalización y sus procesos de integración son las únicas herramientas para acabar con las desigualdades económicas a escala planetaria, tanto para las empresas como para los gobiernos o los particulares, ya que permite equilibrar los poderes.

Thomas L. Friedman llama al presente período, la «globalización 3.0», diferenciándolo de los dos precedentes:

- 💡 La «globalización 1.0» en la que los países y los gobiernos eran los principales protagonistas que establecían las reglas comerciales.
- 💡 La «globalización 2.0» en la que las empresas multinacionales abrieron la vía a un proceso de integración global de la economía.

De esta forma, según Thomas Friedman, el proceso de globalización se ha desarrollado en tres grandes etapas:



**Primera etapa** se extiende desde 1492, momento en que Cristóbal Colón (1451-1506) abre la vía comercial entre el Viejo Continente y el Nuevo Mundo, hasta 1800.

**Segunda etapa** va desde 1800 hasta el año 2000, es la era de la Revolución Industrial, de la telecomunicación y de la expansión de las empresas occidentales a mercados planetarios, interrumpida por la Gran Depresión (1929-final de los años treinta) y las dos guerras mundiales. (2ª, 3ª y 4ª Olas de Cambio).

**Tercera etapa** (siglo XXI) ve cómo el mundo se encoge y se aplanar para dejar sitio a una hiperconectividad entre los países y los individuos del mundo entero (4ª y 5ª Olas de Cambio)

## CONCEPTOS:

### Libre comercio:

- Libre circulación, permitida por la supresión de las barreras económicas, de los productos, de los capitales y de los servicios en una zona geográfica definida. Esta doctrina se encuentra en el centro del fenómeno de la globalización.
- Externalización:  
Llamada también subcontratación o tercerización.

Es un término que designa la transferencia de ciertas actividades de una empresa hasta entonces tratadas de manera interna a socios exteriores especializados. El objetivo es encontrar mejores prestaciones con un menor coste y con más flexibilidad.

**Internalización:**

Término que se refiere al hecho de que una empresa recurra a un asesor para tomar las riendas en interno de algunas de sus actividades que antes se gestionaban en externo. Se trata del proceso contrario a la externalización, y ambos, dependiendo de la situación, pueden llevar a una reducción de los costes.



**2) ACTIVIDAD 01: ¿QUIÉN POSEE QUÉ? LAS MARCAS Y LA GLOBALIZACIÓN**

Una manera de percibir de qué manera se ha globalizado el mercado es considerar el país de origen de algunos productos comunes.

Te sorprendería descubrir que muchos productos que pensabas que eran fabricados por empresas de Estados Unidos en realidad no lo son!

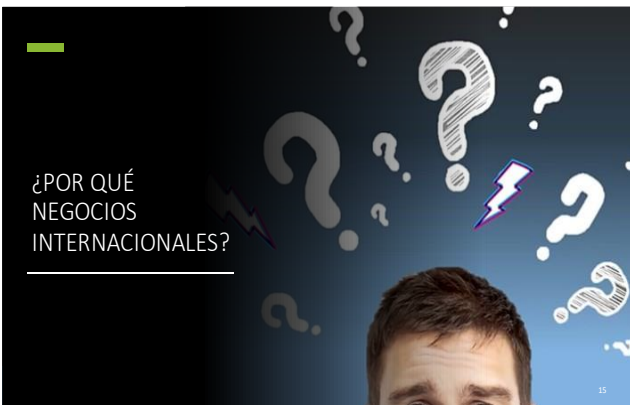
Responde el siguiente cuestionario subrayando en amarillo la opción que consideres correcta y verifica con tu Mentor las respuestas:

**Recomendación:** para hacer más divertido el ejercicio, no investigues el origen de las marcas, simplemente con lo que sabes de ellas responde. Este taller no implica una calificación, es simplemente un ejercicio para saber qué tan familiarizado estás con la globalización y las marcas. Solo por contestar este taller ya tienes diez (10), por lo que te reiteramos, no busques las respuestas, contesta con lo que sabes, para hacerlo divertido.

1. La empresa propietaria de los helados Ben & Jerry's se encuentra en:
  - a. México. b. Arabia Saudita. c. Reino Unido d. Estados Unidos
  
2. La empresa propietaria de los jugos Lebedyamsky se encuentra en:
  - a. Japón b. Reino Unido c. Estados Unidos d. Rusia
  
3. Las especias y condimentos Rajah son productos de una empresa establecida en:
  - a. Brasil b. Suiza c. Estados Unidos d. India

4. Tetley Tea pertenece a una empresa localizada en:  
a. Gran Bretaña b. India c. Japón d. España
5. La marca de mantequilla de maní Skippy es un producto de una empresa localizada en:  
a. Estados Unidos b. Canadá c. Venezuela d. Reino Unido
6. Las más de 6,000 tiendas 7-Eleven son propiedad de una empresa localizada en:  
a. Japón b. Estados Unidos c. Canadá d. Reino Unido
7. La empresa que produce Boboli Pizza Crust se localiza en:  
a. Estados Unidos b. México c. Italia d. España
8. La empresa creadora de las rasuradoras eléctricas Braun se encuentra en:  
a. Suiza b. Alemania c. Estados Unidos d. Japón
9. La empresa a que pertenecen las tiendas de cosméticos Sephora se encuentra en:  
a. Alemania b. Canadá c. Francia d. Estados Unidos
10. Los productos Gerber para bebé pertenecen a una empresa establecida en:  
a. Estados Unidos b. Alemania c. Japón d. Suiza
11. Los alimentos congelados Lean Cuisine son productos de una empresa localizada en:  
a. Alemania b. Estados Unidos c. Suiza d. Brasil
12. Dr. Pepper y 7-Up son productos de una empresa que se encuentra en:  
a. Estados Unidos b. Japón c. Canadá d. Reino Unido
13. La empresa que comercializa el té Lipton se localiza en:  
a. China b. Reino Unido c. Japón d. Estados Unidos
14. El café Eight O'Clock pertenece a una empresa localizada en:  
a. India b. Costa Rica c. Estados Unidos d. Canadá
15. Los productos Frédéric Fekkai para el cuidado del cabello son comercializados por una empresa que se encuentra en:  
a. Estados Unidos b. Suiza c. Francia d. Italia

### 3) LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES



**PORQUE ESTAMOS EN UNA NUEVA ERA,  
EN DONDE SE NECESITA CONVERTIR EL  
CONOCIMIENTO EN ACCIÓN**

Este conocimiento debe de estar sustentado en dos grandes ejes:

- 💡 Comercio Internacional
- 💡 Comercio Exterior

**1** Comercio Internacional, que son todas las operaciones comerciales que se realizan mundialmente y en la cual participan las diferentes comunidades nacionales.

- Importaciones y exportaciones
- Inversión directa
- Financiación internacional
- Mercadeo

**2** Comercio Exterior:

- Se refiere a las condiciones, formas y contenido que presenta el intercambio de bienes y servicios
- Son las leyes y regulaciones nacionales para manejar el comercio internacional.

#### ESTAMOS EN UN MUNDO GLOBAL Y EN LA ERA DEL CONOCIMIENTO

Vivimos un **nuevo entorno** de los negocios, en donde **la Era del Conocimiento** nos empuja a ser más creativos e Innovadores. En esta nueva Era del Conocimiento, llamada también "La Sociedad del Conocimiento", queda claro que dicho conocimiento es para todos.

Las **empresas y organizaciones** necesitan **personas capaces de Crear Valor**, a través de la **interpretación de la información** para **generar nuevo conocimiento** y para esto, es importante

conocer como el entorno Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal está cambiando día a día, afectando así el desempeño y rentabilidad de las empresas a nivel Global.

Los Negocios Internacionales son:

- ✓ Toda transacción comercial, privada o gubernamental entre 2 o más países.
- ✓ Las empresas privadas llevan a cabo dichas transacciones para obtener utilidades.
- ✓ Los gobiernos pueden o no hacer lo mismo en sus transacciones.

Entre estas operaciones están:

- ✓ Ventas
- ✓ Inversiones
- ✓ Transporte

Podemos entonces aseverar que Los negocios internacionales son el estudio de las transacciones que tienen lugar en el extranjero para satisfacer las necesidades de los individuos y organizaciones.

- Operaciones comerciales
- Importaciones
- Exportaciones
- Inversión directa de fondos.

Cerca del 80% de la inversión directa la realizan las 500 empresas más grandes del mundo, que representan más de la mitad del comercio internacional.

El estudio de los negocios internacionales se centra en las actividades de las grandes empresas multinacionales o transnacionales, con sede en un país, pero con operaciones en otro.

Estas organizaciones representan la mayor parte de la inversión y el comercio a escala mundial.

#### 4) ¿PARA QUÉ HACER NEGOCIOS INTERNACIONALES?

Entre las razones más relevantes tenemos:

1. La empresa obtiene un mayor posicionamiento competitivo
2. Se llevan a cabo nuevos negocios y el cliente adquiere mayor valor
3. Mejora la imagen de la empresa y de la marca
4. Se identifican y se crean nuevos segmentos
5. Permite una rápida explotación de innovaciones
6. Se impulsa el intercambio de productos o servicios
7. Implica una ampliación del mercado interno
8. Permite desarrollar economías de escala
9. Impulsa la relación y credibilidad con socios locales
10. Permite una rápida explotación de innovaciones
11. Se impulsa el intercambio de productos o servicios
12. Implica una ampliación del mercado interno
13. Permite desarrollar economías de escala
14. Impulsa la relación y credibilidad con socios locales





## 5) ACTIVIDAD 02: EL HOMBRE BORRADOR ROSA

Te acaban de nombrar Country Manager en China, por parte de la empresa en donde colaboras; llevas apenas tres semanas en China, cuando te enteras de que el corporativo (ubicado en Chicago), diseñó una mascota en caricatura para transmitir un sencillo mensaje a los empleados: **"borre" el desperdicio**; la idea es que esta mascota y este mensaje sea usado en todas las subsidiarias, por lo que deberás de implementar la idea en China.



Muy entusiasmado con esta innovadora idea, coordinaste una reunión con tus directores y sus colaboradores más cercanos (todos de origen chino), para dar a conocer esta iniciativa, que tenía como objetivo promover globalmente la eficiencia (conocida como manufactura esbelta) en toda la empresa y, que era el momento de darlo a conocer en China.

Sin embargo, a la hora de presentar esta idea, los asistentes se mostraron perplejos e incluso frustrados.

Hubo algunas personas que con tono de reclamo te dijeron "¿En verdad desean que el programa sea invisible?"

Momentos después de la junta a través de "radio pasillo" te enteraste del disgusto de varios empleados por el color del Hombre borrador : rosa.

¿Qué crees que es lo que sucedió? ¿Fue un rechazo a ti como nuevo Country Manager? ¿Fue un rechazo al programa? ¿Acaso hay aspectos culturales que la gente de Chicago no consideró? Danos tu opinión lo más detallada posible.

### Referencias:

- 1) Friedman, Thomas L. 2006. La Tierra es plana: Breve historia del mundo globalizado del siglo XXI. Barcelona: Martínez Roca.
- 2) Robbins, Stephen P. 2020. Administración. Prentice-Hall

**JUAN CARLOS ERDOZAIN**

---

Enfocándote en lo que Quieres No en lo que Temes

Director Ejecutivo

jcer@eabc.consulting  
55.5102.5069  
www.eabc.website



**alineación**  
estratégica