

¿QUÉ ES LA GLOBALIZACIÓN?

Autora: Sara Muñoz

Diferentes conceptos

Según el Fondo Monetario Internacional (FMI) "La globalización es una interdependencia económica creciente del conjunto de países del mundo, provocada por el aumento del volumen y la variedad de las transacciones transfronterizas de bienes y servicios, así como de los flujos internacionales de capitales, al tiempo que la difusión acelerada y generalizada de tecnología".

La Real Academia de las Lengua define globalización como "la tendencia de los mercados y las empresas a extenderse alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales".

De acuerdo a Miren Etxezarreta en el Seminario de Economía Crítica editado por Taifa en febrero de 2001, la globalización "no es más que el nombre que se le da a la etapa actual del capitalismo"

La globalización neoliberal es bien sencilla de aplicar: liberalizar el comercio y los flujos de capitales, de tal manera que se pueda comerciar con ellos sin ningún control, en todo el mundo, que nadie pueda ponerles condiciones; privatizar porque afirman decididos - claro que sin ninguna prueba - que todo lo público es poco eficiente, flexibilizar el mercado de trabajo - es decir convertir a los trabajadores en un coste

variable pudiendo contratarlos a los salarios que a la empresa le parezcan adecuados y despedirlos cuando les convenga -; y finalmente, desreglar, es decir, eliminar todas las regulaciones públicas de la vida económica y social para que ellos puedan establecer sus propias reglas. Para este autor la definición de globalización es: "La globalización es la expresión de la expansión de las fuerzas del mercado, espacialmente a nivel mundial y profundizando en el dominio de la mercancía, operando sin los obstáculos que supone la intervención pública". Esto es la globalización. No es un fenómeno completo y terminado sino que hay que contemplarla como un largo proceso inacabado en el que el capital lucha por ampliar su dominio.

"**globalización**" es un concepto ambiguo y desatinado, apto sólo para ocultar el proceso real de expansión del capitalismo en escala mundial. Él solamente describe cómo operan ciertas categorías como la información a través de Internet, el capital financiero que opera a través de la transmisión de datos y mediante el papel, las tarjetas de crédito y las bolsas de valores; promueve el carácter supuestamente civilizador y progresista de los medios de comunicación generalmente controlados por las grandes empresas de los grandes imperios y otros elementos de la misma naturaleza en escala supranacional. Pero no explica las causas y las contradicciones de esos comportamientos como efectivamente lo hace la teoría del imperialismo y de la mundialización del capital

GLOBALIZACIÓN DE LA ECONOMIA Y DIMENSIONES MACROECONOMICAS DE LA COMPETITIVIDAD

El tema de la competitividad es muy poco popular, en particular en el mundo del trabajo, porque es en nombre de la competitividad, con una gran C mayúscula, que se intenta imponer toda suerte de cambios que en muchos casos no son demasiado progresistas para los trabajadores. Pero al mismo tiempo todo el mundo es consciente que en el período que atravesamos la competitividad y su búsqueda son elementos de sobre vivencia, hay que avanzar por un camino muy estrecho entre las restricciones de la competitividad y el mantenimiento del deseo de un alto nivel de vida para los trabajadores.

Mi ambición durante este seminario es mostrarle cómo esta paradoja y esa aparentemente extraña opción son tal vez posibles. Por un lado voy a intentar demostrar por qué la competitividad hoy más que nunca es inevitable y es una restricción muy fuerte; por otro lado, quiero indicar que la noción de competitividad es muy compleja, que existen numerosas dimensiones y factores de competitividad y es ciertamente posible (algunos países lo han demostrado) movilizar ciertos factores que permiten una competitividad que tengo ganas de llamar "por lo alto".

Los que conocen los trabajos de la regulación saben que hablamos también de una flexibilidad por lo alto y una por lo bajo, creo que en materia de competitividad también

podemos hacer ese tipo de caracterización. Quiero señalar que aun países que comienzan con una herencia difícil, como la Argentina, pueden embarcarse en estilos de competitividad por lo alto.

Me gusta al comenzar decir claramente hacia dónde voy o si ustedes quieren contar de entrada el final de la película, porque así no hay sorpresas y uno puede concentrarse sobre los argumentos, como académicos, debemos contribuir a que nuestra atención se concentre sobre los argumentos.

Si digo que la competitividad es una noción compleja lo digo con conocimiento de causa y les voy a explicar por qué. Como ha dicho Julio Neffa en su introducción, como consecuencia del trabajo emprendido por el MIT hace cuatro años, Made in América, se nos confió la redacción del libro Made in France, compuesto por una evaluación de la competitividad de la industria francesa. Hemos trabajado con una veintena de expertos que a su vez animaban grupos de trabajo, expertos sobre sectores de la economía y expertos temáticos sobre aspectos más transversales de la economía.

Hemos realizado numerosas entrevistas a actores industriales, por ejemplo jefes de empresas o responsables de agencias públicas encargadas de la innovación, el financiamiento, la modernización, etc. y a actores que representaban también a los trabajadores. A partir de este trabajo intensivo realizado a lo largo de dos años se fue formando nuestra concepción de competitividad. Quiero decirles que hoy en Francia esta concepción tiene bastante consenso, precisamente porque no es una concepción simple sino multidimensional de la competitividad.

Voy a referirme a este tipo de conclusiones, apoyándome principalmente en la experiencia de los países más avanzados, pero espero que los temas o por lo menos parte de ellos, sean pertinentes para un país como la Argentina. El resto servirá como elemento de estímulo y de reflexión para el análisis comparativo.

GLOBALIZACION Y SU SIGNIFICADO PARA LA COMPETITIVIDAD

Existen probablemente varias centenas de definiciones de globalización, pero tengo la pretensión de volver sobre este tema y proponerles una, no porque considere que mis colegas trabajan mal, sino porque quiero darles una definición de la globalización desde el punto de vista de su impacto sobre la producción y la competitividad.

La idea clave de la caracterización de la globalización es que puede ser entendida como una nueva fase de la internacionalización de los mercados, que pone en dependencia recíproca a las empresas y a los países, en grados absolutamente originales e inigualados en el pasado. A partir de esto, la globalización posee un cierto número de características propias en relación con el pasado e implica restricciones muy particulares en términos de competitividad. Desde este punto de vista, si entramos en detalle y definimos a la globalización como una fase nueva, podemos decir que es la tercera fase de la internacionalización de los mercados.

-Las tres fases de la internacionalización de los mercados son:

a) Internacionalización:

La primera fase, que puede definirse como de internacionalización, va desde el fin del siglo XIX hasta antes de la primera guerra mundial. El punto más importante es que los Estados Nación poseen en esta fase el status de estados soberanos y todos los atributos

de la soberanía económica, comenzando por emisión de la moneda, definición de la tasa de cambio, control de los intercambios aduaneros; en resumen, hay soberanía

económica e intercambio internacional de productos y es en ese sentido que se habla de internacionalización a partir de los Estados Nación. Insisto sobre este punto porque en la globalización, no sólo la Argentina, también Francia, todo el mundo, pierde elementos de soberanía económica, es una etapa complemente diferente.

b) Mundialización:

La segunda fase es la mundialización, que va desde el final de la segunda guerra mundial hasta alrededor de los años setenta. Es la época en la que las empresas multinacionales comienzan a operar sobre una verdadera base mundial, en el sentido de que van a arbitrar sobre una base plurinacional la localización de sus actividades complejas, ciclos enteros de productos incluidas las dimensiones comerciales y financieras, utilizando las diferencias nacionales para optimizar sus equipos de producción y maximizar su producción. En esta fase no se puede hablar ya de internacionalización porque las empresas establecen un tejido de intercambio mundial, podemos decir, por ejemplo, que el 40% de los intercambios mundiales son intercambios entre empresas, es decir intra ramas.

c) Globalización

La globalización es la tercera fase (la actual), que comienza en la década de los 80 con algunos atisbos hacia fines de los setenta. Es la aceleración de la tendencia anterior pero

con un cierto número de características nuevas, por lo menos tres series perfectamente originales.

1. La primera y la más importante, la que incluso ha dado su nombre a la globalización en los inicios, es la globalización financiera y la desregulación general de los mercados financieros. Esta desregulación no es absolutamente total: países como el Japón se resisten aún, cada vez con mayores dificultades y con menos fuerza, pero prácticamente la conexión de todas las plazas financieras y el nacimiento de intermediarios privados que utilizan medios telemáticos ha globalizado el mercado financiero mundial. Las plazas financieras han sido puestas en dependencia recíproca, completa, con efectos instantáneos e inmediatos.

Ustedes lo saben bien, una pequeña alza en la tasa de interés de EUA provoca una caída muy fuerte en la Bolsa de Buenos Aires. En Europa también lo sabemos perfectamente, en Francia tenemos tasas de interés extremadamente elevadas que son asesinas para el crecimiento económico pero que debemos mantener para conservar la paridad con el marco. Esto es algo totalmente nuevo y aquí hay pérdidas de soberanía económica, en el sentido que no podemos decidir sobre nuestra tasa de interés teniendo en cuenta los problemas de la tasa de cambio sobre el financiamiento y refinanciamiento de la acumulación, que se deciden afuera, tendremos ocasión de hablar de ellos más adelante.

El Japón encuentra hoy dificultades, la mayor de las cuales es que con la desregulación financiera. Se ha terminado para sus empresas el aprovisionamiento de crédito ilimitado y gratuito; hay que tener en cuenta que fue con ese crédito ilimitado y gratuito que los japoneses han construido esas formidables empresas competitivas que constituyen el asombro del mundo. Hoy se ha terminado, es el momento de la desregulación financiera.

En el ámbito de la desregulación, otro elemento característico del período actual es la de los grandes servicios internacionales masivos: como las telecomunicaciones y el transporte aéreo; ya ha comenzado en el transporte marítimo y va a continuar con el turismo.

Estamos en una situación en la cual toda una serie de servicios que eran tradicionalmente monopolios nacionales, con empresas rentables instaladas en ese monopolio, están hoy totalmente desestabilizados.

Es algo muy importante en la medida en que se desencadenan procesos (del tipo de Stefan Heimer denomina "intercambio de amenazas") con los antiguos oligopolios nacionales que toman posiciones en el mercado de otros.

En la medida en que grandes empresas nacionales que tenían la dimensión necesaria en el mercado local ya no la tienen, se ha desencadenado una carrera por partes y dimensiones del mercado.

Ahora en la época de la globalización, el mercado internacional se ha convertido en la referencia de base; por tanto, vamos a tener problemas considerables de desestabilización, de licuación de ingresos, que son totalmente nuevos en esta época de

globalización. La primera gran característica de la globalización tiene que ver con la desregulación.

2. La segunda gran característica de la globalización es, que al mismo tiempo que el mundo se globaliza, también se regionaliza; ¿Por qué?, porque en la globalización, con su apertura de mercados, las empresas se concentran sobre su oficio principal, su savoir-faire principal; por ejemplo, en las telecomunicaciones y en la informática las empresas

se concentran porque la renta desaparece. Al mismo tiempo, también se concentran sobre sus mercados principales en la medida en que, con el intercambio de amenazas, la llegada de otros obliga a remarcar el propio territorio.

Es así como se forma la Tríada, con el Bloque de América del Norte, el Bloque Europeo y el Bloque Asiático; en la práctica el impulso lo dieron los europeos al transformar el Mercado Común en Unión Económica y Monetaria para aumentar la coherencia regional frente al Japón y a los EUA; esto ha precipitado, como ustedes saben, la formación del NAFTA, lo que a su vez ha llevado a los japoneses a volver a centrarse en su área asiática. Dicho de otra manera, hay en la globalización una puesta en dependencia recíproca aunque también hay regionalización.

Para los países menos desarrollados esta regionalización tiene por el momento efectos negativos, ya que los países desarrollados intentan en primer lugar ocupar posiciones en las otras regiones de la Tríada y la mayor parte de la inversión internacional se concentra en los países ricos. Es cierto que hay dinero que llega a la Argentina, tanto mejor y espero que eso dure; pero la tendencia, ustedes saben, es otra; en la

globalización, la inversión se concentra en la Tríada, que es lo contrario de lo que sucedía en el período anterior.

3. La tercera gran característica de la globalización es más cualitativa. Es el fin de la hegemonía del modelo norteamericano de organización de las empresas. Para decirlo rápidamente, el período anterior, de 1945 a 1970-75, (la fase llamada de mundialización) es la fase en la cual la inversión de las empresas norteamericanas por sí

mismas representan algo así como el 60% de la inversión internacional. Ese modelo norteamericano se expande a través del mundo y aun cuando no sean las empresas norteamericanas las que invierten, las empresas locales tratan de calcar el modelo que avanza: el de la producción masiva, el de las economías de escala, de las mercaderías estandarizadas de bajo costo, es el modelo del Jean y de la Coca-Cola, es el modelo eficaz.

En la globalización llegan al mercado mundial nuevas culturas de empresas, nuevos savoir-faire y nuevos modelos organizacionales. El modelo japonés, del que ya hablamos hace cuatro años, pero sobre el cual volveremos, representa un modelo totalmente original de gestión de la producción. Mientras tuvo restringido a sus límites nacionales o locales era una cosa, ahora golpea y entra directamente en contacto con los otros modelos y los hace explotar.

Aun Alemania, que tiene su modelo formidablemente eficaz de los años 80, está hoy aprendiendo a utilizar el justo a tiempo. De la misma manera, formas de empresas

medianas flexibles y en red, (por ejemplo los distritos industriales en Italia), con innovaciones organizacionales e industriales locales, entran en contacto con el modelo norteamericano y en algunos sectores lo hacen explotar. Algunos segmentos productivos que siguen estas formas y no las del modelo norteamericano, aparecen como más eficaces.

Dicho de otra manera, la globalización es el aumento de la variedad de modelos organizacionales, es el enfrentamiento de las culturas nacionales en materia de savoir-faire industrial, un enfrentamiento directo, vía la desregulación, la tasa de cambio, etc.

En este contexto, los orígenes de la competitividad son múltiples. Algunas empresas norteamericanas de producción masiva clásica continúan siendo competitivas dentro de sus segmentos; los jeans, por ejemplo, continúan siendo el modelo de referencia. Pero en la industria automotriz ya es otro el modelo que triunfa, es el japonés. En las máquinas herramientas el modelo que se impone es el alemán o el suizo del trabajador calificado. En la indumentaria masiva triunfa el modelo italiano de los distritos. Esto sirve para comenzar a complicar un poco el asunto de la competitividad, no hay un solo modelo, hay varios, y diferentes culturas nacionales y savoir-faire nacionales descubren que tienen ventajas relativas que ignoraban.

Agrego que en la época de la globalización el crecimiento de los mercados no tiene una dimensión cuantitativa. La globalización es también la confrontación con mercados

diferenciados y variados; no se piden los mismos automóviles en el norte de Suecia que en el sur de Gabón; la concepción de la cocina en Europa y en EUA no es la misma y los productos tampoco, así sucesivamente. Entonces, la competitividad no es solamente bajos costos sino la capacidad de adaptarse a demandas variadas; se pueden tener precios absolutamente formidables pero si no se satisfacen los patrones culturales, las normas técnicas y los hábitos de consumo locales no se tendrá éxito en ese mercado. Por cierto, los precios siempre son importantes, pero están lejos de constituir el factor decisivo de la competitividad.

¿CÓMO ENFRENTARON LAS EMPRESAS LA GLOBALIZACIÓN?

Veamos un último punto para esta primera sección sobre la competitividad, una breve ilustración a partir del caso francés de Made in France. ¿Cómo enfrentaron las empresas la globalización?.

En primer lugar, se han observado dos situaciones y esto puede ser interesante para Argentina. Las grandes empresas en parte internacionalizadas, han debido pasar a otro nivel de dimensión; es decir, han participado de operaciones muy importantes de fusión y adquisición, de compra de otras empresas y toma de participación financiera para poder estar presentes en otros mercados. Se produjo así un aumento espectacular de las inversiones extranjeras francesas, especialmente en EUA, en el resto de Europa y un poco en Asia.

Para las empresas medianas o más pequeñas, la globalización no ha significado una inserción mundial, porque no tenían los medios; la globalización ha significado la europeización de su perspectiva, es decir, el anclaje regional. Por lo tanto, hay que tener

siempre presente esta idea: la globalización es también la regionalización. Hay fuertes discusiones en la Argentina sobre los problemas de inserción en el MERCOSUR y la entrada al NAFTA de manera alternativa o coordinada, esto es la regionalización, es exactamente lo que ha pasado en Europa, y es constitutivo de la globalización.

Un punto muy importante que puede resultar interesante para la Argentina es que, cuando en 1986 se anunció una nueva fase de la construcción europea para 1993 con el

Mercado Único, es decir, con la supresión de todas las barreras aduaneras internas en Europa, el resultado fue: una fuerte inversión de los japoneses y de los norteamericanos en Europa, un relanzamiento del crecimiento europeo. Dicho de otra manera, cuando uno de los bloques de la Tríada se organiza seriamente en lo interno, aparece como una amenaza para los otros, entonces invierten en el interior para no arriesgarse a quedar excluidos de lo que allí va a suceder.

Si miramos el aspecto más cualitativo de los cambios y mutaciones de las empresas llamadas ganadoras (es un término que no me gusta demasiado), aquellas totalmente adaptadas a la globalización; percibimos hacia dónde han orientado primordialmente sus inversiones, en comparación con los lugares en que colocó sus inversiones el promedio de las empresas. Se observa que las inversiones esenciales fueron hechas en mejoramiento de la logística, en investigación y desarrollo, en el mejoramiento de los servicios que se prestan junto con los productos, el desarrollo de sucursales en el extranjero y muy poco en economías de escala o en inversiones tecnológicas.

Esto quiere decir que los esfuerzos esenciales se centraron sobre lo que podríamos llamar elementos de competitividad no costo, calidad de los servicios, investigación y desarrollo, mejora de la logística, para responder a los problemas de variedad cultural; o sea, a la diferencia en las demandas de diversos países. Evidentemente el costo es importante pero para pretender aparecer en esos otros países (solamente aparecer) es necesaria una adaptación de los productos y servicios.

Voy a terminar esta primera parte aquí, la globalización, como ustedes ven, supone tres cosas a la vez:

- Pérdida de elementos de soberanía económica (digo elementos de soberanía, no la pérdida total), lo que hace que sea grande la dependencia recíproca, incluso para los EUA. El refinanciamiento del déficit estadounidense por medio de los bonos del Tesoro depende de los excedentes alemanes y japoneses, también de las tasas de interés relativas, sobre todo entre EUA y Alemania; ustedes recordarán que la crisis financiera de la bolsa, en 1987, fue provocada por un alza muy pequeña de la tasa de interés alemana, vinculada con su propio déficit del gasto público.

Esto provocó un desequilibrio en la asignación de los recursos financieros entre EUA y Alemania, la crisis financiera y bursátil en 1987.

En la globalización caminamos sobre hielo; tal vez ustedes conocen la "teoría de la complejidad ecológica" que dice: un aleteo de una mariposa en la bahía de San Francisco puede provocar tornados de agua en otras partes del mundo. La globalización

no es exactamente eso, el aleteo de una mariposa Wall Street no provoca la caída de la bolsa en otra parte del mundo, pero la dependencia respecto a décimas de variación en la tasa de interés es muy importante.

· La globalización quiere decir problemas de dimensión del mercado interno y de acuerdos regionales. Piensen que si las empresas francesas que actúan en mercado interno argentino e inclusive en el europeo, consideran que éste es ahora demasiado pequeño, el mercado argentino es definitivamente demasiado pequeño; en términos de competitividad, quiere decir, que hay que hacer esfuerzos tremendos para expandirse; en este caso , los elementos relativos a la dimensión son un desafío.

· La competitividad significa efectos de variedad y de calidad. La multiplicación de culturas y de tradiciones nacionales exige concepciones de productos y equipos de producción capaces de adaptarse a esas diferencias. Menciono el hecho que en la época de la globalización con la pérdida de soberanía sobre algunos elementos del intercambio externo; la cuestión de las normas técnicas o de las normas de higiene son utilizadas como un instrumento proteccionista. Es el caso de la carne argentina y la manera en que ha sido eliminada de algunos mercados extranjeros, empezando por los de Europa.

En este caso pueden verse bien los efectos de calidad; es decir, la posibilidad de superar las restricciones de normas técnicas de higiene y calidad es un elemento de competitividad.

LA INNOVACIÓN Y SUS CARACTERÍSTICAS EN LA ÉPOCA DE LA GLOBALIZACIÓN

El primer gran cambio en la organización industrial es la globalización. El segundo gran cambio, al que ahora nos vamos a referir es: la innovación y sus características en la época de la globalización. Sólo voy a indicar los puntos principales de este tema porque existe mucha literatura sobre la innovación y prefiero dedicar más tiempo a la tercera sección: las doce dimensiones de la competitividad.

1. Nueva Trayectoria Tecnológica

¿Qué es lo que hay que decir acerca de la innovación?. En primer lugar que la innovación en la época contemporánea es de una amplitud excepcional, en la medida en

que podemos hablar de una nueva trayectoria tecnológica. Si ustedes lo prefieren, en la visión schumpeteriana podríamos decir que estamos en un nuevo ciclo de innovación pluridecenal. El núcleo es, por cierto, la revolución microelectrónica que está en el origen de tres cosas.

a) Sectores de producción enteramente nuevos, que se separan de los antiguos para volverse autónomos. En particular, se trata de todo lo que se desarrolla alrededor de las aplicaciones profesionales de la electrónica en la producción de semiconductores y de productos terminados. Voy a ir rápido pero me interesa mencionar que estos sectores son los que tienen la tasa de crecimiento relativo más fuerte en las comparaciones intersectoriales; esto nos permite observar que si uno es formidablemente competitivo por los costos en sectores de demanda decreciente pero está ausente en los sectores de demanda creciente, entonces existe un problema de competitividad global.

b) La revolución microelectrónica cambia de fronteras entre los sectores y los transforma, cambiando sus contenidos técnicos. El caso típico es el sector de las telecomunicaciones cuyo contenido es actualmente la electrónica, los centros numéricos, las fibras ópticas, etc.; otra vez, existir económicamente es existir en la innovación tecnológica; los precios vienen después.

c) La electrónica revitaliza a todos los sectores tradicionales, desde el agroalimentario con la utilización de microprocesadores en las técnicas de control del frío, hasta la industria textil con las cortadoras láser, pueden existir formas extremadamente burdas

de organización del trabajo en talleres de contratistas informales, que sólo son competitivos porque en alguna parte existen herramientas modernas como las cortadoras láser. En Brasil, por ejemplo, se las utiliza en un contexto de trabajo sobreexplotado y logra ser competitivo.

En todos los casos estas nuevas herramientas determinan nuevas normas técnicas en la cadena de producción; dicho de otra manera, si ustedes no son capaces de satisfacer las normas técnicas solicitadas por sus clientes van a desaparecer de la cadena de subcontratación, cualesquiera sean sus precios, porque si no satisfacen las normas técnicas no se despierta interés alguno.

En Francia, muchos subcontratistas no han sido capaces de responder a las normas técnicas exigidas. ¿Cuál fue el resultado?, sobre 3.000 subcontratistas de primer rango

en la industria automotriz hoy sólo quedan 650; 2.350 empresas perdieron el mercado automotriz porque no fueron capaces de satisfacer las nuevas normas técnicas.

Pero seamos claros, para satisfacer esas normas no es necesario reducir el costo de trabajo, sino por lo contrario, hay que incorporar trabajadores calificados, formarlos y asegurar una calidad de organización que permita satisfacer esas normas. He aquí un caso en que la competitividad pasa por la inversión y no por la reducción del costo del trabajo; toda visión a corto plazo sobre la reducción del costo del trabajo destruye la competitividad potencial de las empresas. Esto permite ver hasta qué punto la competitividad es un noción compleja.

2. Transformación del Origen de los Aumentos de Productividad

El segundo gran cambio que aportó la innovación tecnológica es que transforma completamente el origen de los incrementos de productividad. Se dice, que los sistemas de automatización flexible, los sistemas de concepción de la fabricación asistida por computadora son formidables porque aumentan la productividad en un 50%, 60%, 100%.

Son sobre todo los constructores de máquinas los que dicen esto y es cierto, pero sólo eventualmente, porque para obtener los beneficios potenciales de esas máquinas y sobre todo de los sistemas integrados de máquinas es necesario (voy a seguir insistiendo sobre esto) una inversión considerable en organización y en calificación; hay que aumentar considerablemente las capacidades de comunicación entre los grupos de trabajadores y

la capacidad de interpretación de las señales que suministran las máquinas, porque los errores de interpretación significan inmovilizaciones de capital, destrucciones muy importantes de equipamiento. Otra vez podemos ver que no es con trabajo mal pagado, poco calificado y poco formado como se pueden obtener beneficios de productividad.

¿Quiénes fueron los ganadores en la carrera de la competitividad en los años 80? Es muy simple: Japón y Alemania, dos países donde el costo del trabajo ha sido creciente durante toda la década.

Alemania es, a fines de la década del 80, el país con costos laborales más elevados del mundo y el primer exportador mundial. Esto no quiere decir, evidentemente, que cuanto más se paga al trabajo más competitivo se vuelve un país, pero sí quiere decir que existe una manera de pagar bien el trabajo y ser también altamente competitivo.

En el Japón pasa algo parecido: la tasa de salario real no ha dejado de aumentar a lo largo de toda la década del 80. Por contrario en los EUA, ésta tasa ha bajado y mucho, es la década del desarrollo masivo de la pobreza y por primera vez en su historia se produce una caída en el poder de compra de la clase media, al mismo tiempo que explotó el déficit externo.

3. La Innovación Funciona en Redes

El tercer punto a propósito de la innovación (quizás el más importante, tal vez porque no se ha dicho mucho sobre ello) es que la innovación funciona en redes. No sirve para nada poner dinero en investigación y desarrollo simplemente para ser snob o para parecer desarrollados, si no existe una cadena de comunicación muy estrecha que vaya desde la investigación y desarrollo hasta la comercialización.

Voy a decirlo de manera conceptual, comenzando por lo que constituye la paradoja de la investigación en Europa: si tomamos la cadena que va desde la investigación hasta el producto encontramos en primer lugar los fondos dedicados a la investigación académica básica.

Si comparamos dentro de la Tríada encontramos que los norteamericanos gastan alrededor del 48% de la investigación básica del mundo, Europa un 42% y el Japón menos del 10%. Vemos que Europa es muy fuerte en investigación básica, más aún, si tomamos en cuenta los artículos científicos obtenidos a partir de los gastos en investigación encontramos más o menos los mismos porcentajes, un 48%, un 42% y un 10%; este es un criterio válido ya que se trata de revistas científicas reconocidas; se pone el dinero y se obtiene un producto científico.

Luego el proceso sigue con la investigación industrial, las patentes, las innovaciones y el comercio exterior. No les voy a dar todas las cifras, pero a medida que avanzamos en esta línea aumenta la participación del Japón y desciende la de Europa hasta que al final el Japón, con 10% de investigación básica, supera a Europa en patentes y tiene beneficios infinitos en términos de comercio exterior con Europa.

Esto quiere decir que los japoneses tienen capacidad para lograr (con poco dinero en investigación y desarrollo) una gran cantidad de innovaciones de alta calidad y eso no es un misterio: es un modelo de organización.

Tanto el modelo europeo como el norteamericano son modelos secuenciales; es decir, que primero se invierte en investigación básica, la gente hace su trabajo y suministra publicaciones. Después vienen otros que toman esas publicaciones y miran lo que hay

en ellas preguntándose si encontrarán cosas interesantes y qué podrán hacer con ellas. Comienza la investigación industrial, llegan a resultados y los publican. Luego la gente de concepción de productos toma esos resultados y vuelve a preguntarse qué habrá de interesante en ellos y así sucesivamente.

La información se pierde, su poder potencial desaparece; estamos en universos compartimentados; es la división del trabajo taylorista y fondista en la concepción. ¡Otra vez, mis amigos, taylorismo y fordismo! pero esta vez en el trabajo de cuello blanco, con efectos catastróficos.

El modelo europeo es un modelo secuencial, con investigación básica, investigación aplicada y desarrollo de productos, con pérdida de información en cada fase, etc.; quiero decir que es una noción de conocimiento tácito; los que son investigadores ya lo saben. Cuando ustedes publican un artículo, saben lo que tiene de bueno y lo que no es útil. Ustedes saben lo que tomaron de otros colegas y saben cuáles son las verdaderas intuiciones interesantes; pero quien lo lee no lo sabe y puede equivocarse totalmente acerca de lo que es interesante y lo que no es. Si ustedes han leído autores que él no ha leído se van a equivocar completamente acerca de lo que es interesante y original en vuestro trabajo. Ser profesor de tesis es un verdadero oficio .y en la investigación ocurre algo parecido; sino aparece la forma de empleo del artículo científico, el que viene después va a hacer toda una serie de malas interpretaciones.

El otro modelo es un modelo en bucle interactivo, un modelo de organización del siguiente tipo: se comienza en la investigación básica y luego viene la investigación aplicada, pero el equipo que hace la investigación básica está ya en una interfase con el equipo siguiente. Esto es lo bueno, porque así saben qué es interesante y sólo desarrollan eso; lo mismo sucede con los equipos siguientes que vuelven a superponerse. Así se logra el vínculo fundamental entre investigación básica y marketing.

Así es como con poca investigación básica pueden obtenerse los mejores desempeños del mundo en innovación y comercio internacional. Esto es lo que llama innovación organizacional. Una vez más, la cantidad de dinero colocado es importante pero más importante es la manera de utilizarlo.

En este esquema existen las empresas pero también existen las instituciones de investigación y por lo tanto son importantes las interfases de comunicación entre instituciones y empresas, entre empresas de servicios altamente especializadas en servicios particulares e investigación. También el problema de gestión de las interfases para la competitividad tiene mucho que ver con la calidad de las interfases, con la calidad de los intercambios de información, etc.

Se repite cada vez más que vamos hacia una economía del conocimiento, una knowledge economy. Dicho así parece un poco exagerado aunque como tendencia es una caracterización absolutamente válida, vamos hacia una economía en que el conocimiento es la fuente principal de la competitividad, con la condición de tener una noción de saber suficientemente amplia, es decir, que no comprenda sólo el

conocimiento científico, además se deben tener conocimientos en organización, de gestión de las interfases, de los colectivos de trabajadores, etc. En este sentido, sí vamos hacia una economía del conocimiento en la cual las fuentes de la competitividad son múltiples.

NUEVAS RESTRICCIONES DEL MERCADO Y LAS DIMENSIONES DE LA COMPETITIVIDAD.

El tercer punto se refiere a las nuevas restricciones del mercado y las dimensiones de la competitividad.

Restricciones del Mercado Estas nuevas restricciones pueden mirarse desde el lado de la demanda y desde el lado de la oferta.

a) Desde el lado de la demanda

Son esenciales elementos como la capacidad para satisfacer normas técnicas, la capacidad para diferenciar los productos, para adaptarlos a las normas culturales o para satisfacer las demandas particulares de los consumidores.

Por ejemplo, en la industria automotriz existen 100.000 variantes de modelos básicos, evidentemente los más lucrativos son aquellos que se venden más caros, destinados a grupos de consumidores muy precisos, estas variantes son las que permiten pagar el resto. Fabricar los modelos de la parte baja de la gama y no los modelos lujosos que permiten pagar el resto, es algo suicida para la industria, algo imposible, aun para los grandes constructores.

La capacidad de entregar rápidamente los productos encargados, que se llama el tiempo de puesta en el mercado; es decir, el tiempo entre la toma de decisión de producir hasta poner el producto en el mercado, es un elemento esencial de la competitividad. En este sentido soy totalmente claro: Sí, es necesaria la flexibilidad productiva.

Sí, es necesario diferenciar, fabricar rápido, adaptarse al mercado, etc., pero evidentemente esto supone una contrapartida para los trabajadores, si no el modelo no se sostiene. Los que son competitivos como el Japón y Alemania pagan para conseguirlo y están muy contentos de hacerlo.

b) Desde el lado de la oferta

Si miramos desde el lado de la oferta, en la situación en que nos encontramos de innovación técnica continua, siempre hay líneas de productos nuevos o productos en la

cadena que evolucionan; es entonces absolutamente indispensable tener capacidad de evolución para seguir las líneas de productos que cambian, si no los riesgos de resultar excluidos del mercado son muy fuertes.

Es el caso de la televisión de alta definición: los norteamericanos se retiraron de este mercado ante los japoneses y coreanos en los años 70, pero detrás de la televisión llegó toda la electrónica para el gran público, grabadores, etc. y también la segunda generación de televisores de alta definición. Hoy no hay ninguna firma norteamericana que pueda estar presente en este mercado; ya no saben hacer televisores en los EUA.

Para lograr reingresar al mercado intentaron imponer normas numéricas para la televisión de alta definición partiendo de la tecnología de las computadoras; existen varios consorcios que compiten en los EUA para definir las normas, pero de todos estos consorcios (aparte de los europeos Thompson y Phillips) no hay ni uno de ellos que sepa fabricar televisores.

Este es un ejemplo extremo, para mostrar que esto de perder líneas de productos es algo que puede pasarle a cualquiera, aun a los EUA; entonces, cada uno en su nivel, debe velar para asegurarse permanecer en el futuro en la línea de productos en la que hoy está presente. Esto requiere inversiones y estar vigilante respecto de lo tecnológico y lo organizacional; es la organización del conocimiento de la que ya hemos hablado.

Dimensiones de la Competitividad

A partir de toda la serie de elementos que hemos recogido en ocasión de elaborar Made in France, hemos diseñado un cuadro con lo que llamamos las dimensiones de la competitividad. Me parece muy importante decir que este enfoque ha recibido una acogida muy favorable especialmente en las empresas, porque les dio una visión de la complejidad y de cómo separar la complejidad en preguntas abordables.

He aquí las grandes líneas del cuadro. Distinguiremos por un lado lo que llamamos la competitividad costo y por otro los elementos que denominamos la competitividad no costo. Este cuadro está concebido para enfocar tanto la parte macroeconomía como la macroeconómica.

Elementos de competitividad-costo:

En la columna trabajo, los elementos de competitividad costo son: el costo del trabajo, es decir, los salarios, y el costo de los salarios indirectos.

Esto constituye el primer bloque, que sobre todo en términos de comparación internacional, está compenetrado por la productividad del trabajo. Quien tiene altos costos salariales pero una muy alta productividad no tiene tanto problema como quienes tienen muy bajo costo pero también muy baja productividad. Si ustedes van a Chad a fabricar automóviles puede parecer interesante porque el costo del trabajo es allí muy bajo, pero la productividad que se va a lograr no será precisamente formidable, lo que sí es efectivamente un problema. Esto es lo que podríamos llamar la competitividad salarial.

Si continuamos, del lado del capital vamos a distinguir, siempre dentro de los elementos costos, aquello que gira alrededor del financiamiento de lo que constituye el capital en el sentido del equipamiento, el capital físico. El primer factor líquido del costo del capital es la tasa de interés, el precio al cual las empresas se alimentan en recursos financieros y el segundo está ligado al sistema fiscal vinculado con el capital, es decir lo que existe en el mundo como incitaciones para los desplazamientos de capital, incitaciones para colocar a plazo o para invertir, la tributación directa sobre las

sociedades, etc. Esto constituye otro bloque que tiene que ver con la política económica. Aquí, como en la productividad del trabajo, tenemos la productividad del equipamiento.

Hay dos dimensiones para esa productividad: en primer lugar la tasa de ocupación de los equipos que está ligada a la tasa de desperfectos, a la confiabilidad y calidad de trabajo que se invierte en los equipos. He visto cifras muy interesantes sobre eso, pero no tanto referidas a la tasa de utilización sino al tiempo de uso de los equipos.

Esto ocurre porque se ocupan de la máquinas, porque se invierte en trabajo alrededor de ellas y además porque se las modifica haciéndolas evolucionar para evitar la obsolescencia técnica. Entonces, respecto de la tasa de utilización, tiempo de uso y más generalmente productividad del capital hay muchas razones, pero la esencial es la lógica de alimentación, de distribución de las máquinas, los tiempos de detención, etc., que hacen que la productividad suba o baje.

¿De qué depende el precio de los insumos?. En principio de las políticas de compra de las empresas o del país, de la capacidad de comprar bien, en el momento apropiado, etc. En las empresas las relaciones de asociación con los proveedores, es decir los acuerdos

de largo plazo, con apoyo recíproco, etc., permiten bajar los precios y asegurar el aprovisionamiento a largo plazo.

Les voy a dar un ejemplo: Renault ha concebido su último vehículo, el Twingo, de una manera totalmente revolucionaria, a la japonesa, con un grupo de proyecto donde estaban representados desde el principio todas las diferentes divisiones que intervienen en el vehículo y los principales subcontratistas. El costo de los insumos era demasiado

elevado por lo que se solicitó a los subcontratistas bajarlos. Para una gran cantidad de productos los subcontratistas dijeron: que les resultaba imposible fabricarlos a precios más bajos de la manera en que se lo solicitan: "Podemos bajar un 1 ó 2% pero no más, porque si no tenemos que cerrar; pero si ustedes nos permiten que lo hagamos de otra manera, podríamos bajar los precios".

Renault aceptó aunque estableciendo que iba a controlar que los productos mantuvieran todas las características requeridas. Entonces los subcontratistas rediseñaron las piezas y los moldes y en promedio, gracias a ese método, el costo de los insumos disminuyó un 16% sobre el 70% del valor global del vehículo, ya que los insumos constituyen ese valor. Esto es lo que permitió seguir con el proyecto, porque sin ese 16% no se hubiera tomado la decisión de fabricarlo y ha sido un auto con gran éxito porque es una innovación de producto muy especial. Esto respecto de las políticas de compra.

Después está todo lo que gira alrededor de las economías de energía ya que, por lo menos para nosotros, es un problema importante, además todo lo que gira alrededor de los demás insumos que son desperdiciados durante la producción. Las políticas llamadas de calidad total comenzaron con esto: la eliminación de todos los consumos inútiles.

Elementos de Competitividad No-Costo:

Veamos ahora los elementos no costo. Uno de los elementos de los que nunca se habla es la tasa de margen de las empresas; depende de los casos pero muchas veces la tasa del margen depende de la política de la empresa, pero como elementos no costo intervienen todos los que acabo de mencionar y que voy a resumir.

El primer punto tiene que ver con las capacidades instaladas que permiten evitar el racionamiento en caso de aumento de la demanda; por ejemplo, en la crisis de los años 70 y comienzos de los 80, los constructores en Francia disminuyeron fuertemente la capacidad instalada para bajar lo que se llama el "punto muerto".

El "punto muerto" es la cantidad de productos a partir de la cual la empresa comienza a obtener beneficios. Por ejemplo, en la industria automotriz, para los grupos franceses el punto muerto estaba alrededor de 1.800.000 vehículos y lo bajaron a 1.300.000; cuando la demanda oscila alrededor de 1.400.000 ó 1.450.000 esto es magnífico, pero cuando la demanda sube a 1.600.000 ó 1.700.000 y no se puede llegar hasta allí en ese momento son las empresas extranjeras las que venden; ganan partes del mercado interno y ¿cómo hacer luego para recuperarlas? Entonces, son políticas extremadamente riesgosas a mediano plazo.

Otro elemento no costo de la competitividad son: la capacidad para adaptarse a las normas técnicas; la capacidad de diferenciar los productos para orientarse hacia aquellos que son más demandados; los tiempos de entrega, de puesta en el mercado; la especialización hacia los mercados de demanda creciente; la eficacia de las redes y de

las interfases, inclusive las políticas de compra, etc. En total, se puede ir complicando el esquema para hacer evidentes las dimensiones de la competitividad.

La globalización económica internacional ha supuesto una alteración del tradicional equilibrio y evolución de las estrategias competitivas de diferenciación o de bajos costes como herramienta para lograr una ventaja competitiva frente a los competidores de cualquier sector económico.

La aparición de un mercado de mano de obra barata internacional y de unas estructuras logísticas internacionales apropiadas, han posibilitado la creación de nuevas normas de estrategia competitiva basadas fundamentalmente en la reducción de los costes de la producción, todo ello ha dado lugar a una reformulación de alguno de los planteamientos de dirección estratégica que habían surgido en décadas anteriores asociados a estructuras de carácter más nacional.

1. Introducción.

La globalización económica internacional a la que asistimos hoy en día ha provocado una alteración evidente en los esquemas tradicionales de los análisis de dirección estratégica vinculados al estudio de los entornos competitivos y las ventajas

competitivas (costes-diferenciación). Las nuevas reglas de competencia a escala internacional, el cambio del peso específico del coste de alguna de las fases de la cadena de valor de producción (transporte internacional-mano de obra), y la redefinición de la distancia y la localización geográfica como nuevos elementos de ventaja competitiva han originado una revolución radical en los planteamientos estratégicos y en la búsqueda de una ventaja competitiva.

Las economías occidentales de los países más desarrollados se habían venido caracterizando en los últimos tiempos por un hecho fundamental en las estrategias competitivas de sus empresas, esto era el cambio del coste personalizado de las diversas actividades que componían la cadena de valor de producción, produciéndose un aumento desmedido del coste de la mano de obra; por otra parte el proceso de globalización supone una ruptura del concepto de mercado y producción local o nacional y la creación de un ámbito de gestión empresarial de alcance internacional que facilita el acceso a áreas de desarrollo económico con unos costes de producción mucho más bajos en lo que se refiere a la disponibilidad de mano de obra barata; es por ello que se puede afirmar que el movimiento de globalización económica supone una clara respuesta a las necesidades y limitaciones de los modelos de producción anteriores, al

tiempo que se da un cierto viraje en las tendencias de estrategias competitivas basadas en la diferenciación, las cuales habían disfrutado de una gran preeminencia hasta ese momento.

2. Estrategia de costes y estrategia de diferenciación: Evolución y cambios.

La definición del concepto de estrategia competitiva aplicado a una determinada actividad económica o grupo empresarial ha venido oscilando desde el comienzo de los estudios de dirección estratégica entre dos variables o líneas de actuación fundamentales, la estrategia de costo y la estrategia de diferenciación, ambas herramientas son las bases utilizadas para el logro de una ventaja competitiva frente a los competidores de cualquier sector económico, y existía la presunción de que la elección de una u otra opción tenía un carácter excluyente debido a la tensión existente entre reducción de costes y diferenciación del producto, al observarse que existía una inercia general a aumentar los costes de producción cuando se intentaba obtener una ventaja competitiva basada en la diferenciación.

Los inicios del pensamiento estratégico aparecen asociados a la idea de las bondades intrínsecas de una estrategia de costes reducidos, ello era debido por un lado al hecho de que se trataba de mercados competitivos mucho más reducidos que los existentes en la actualidad y con una menor presión competitiva, todo ello favorecía la existencia de un concepto simple de competencia asentado de forma exclusiva en el

precio final del producto como ventaja competitiva frente al resto de los productores presentes en el mismo entorno competitivo, esta situación originaba como consecuencia lógica el que la política estratégica de costes se erigiese en el objetivo último de la planificación estratégica, al tiempo que facilitaba la aparición de teorías más

rudimentarias derivadas de esa estrategia de costes como el estudio de la curva de la experiencia como mecanismo para la consecución de una reducción de costes.

La evolución de la economía y del entorno competitivo va a dar lugar a la necesidad de superar los estudios tradicionales de la etapa anterior basados en los costes y precios finales, surgiendo así una nueva corriente de investigación empresarial que analizaba la estructura de costes de las empresas de una forma más fragmentada y detallada, distinguiendo entre las diversas actividades que formaban la cadena de valor de dicha industria o empresa, con el objeto de definir de una forma más precisa y ponderada la importancia real de cada fase de la producción en el resultado final obtenido y en los costes generados por el mismo, a fin de conseguir ver las posibilidades concretas de actuación en la política de reducción de costes, logrando unos resultados más eficientes en la disminución del coste final y el aumento del valor añadido; se puede afirmar que en esta fase, la estrategia de costes establece mecanismos de estudio mucho más complejos y precisos destinados a lograr una precisión mucho mayor que la existente anteriormente, este periodo comienza con el análisis de actividades del sistema de negocios de McKinsey y culmina con la gran aportación teórica de la cadena de valor de Porter.

La siguiente etapa en esta evolución histórica de interrelación entre la estrategia de costes y la estrategia de diferenciación aparece precisamente con el surgimiento de la política de diferenciación como elemento clave de la gestión empresarial; este momento corresponde a una etapa de mayor madurez del mercado, con una gran presión

competitiva, una reducción de los márgenes de beneficios que impide actuar de manera efectiva en el plano de los costes de producción, al tiempo que se da una universalización de los modelos de producción, avances tecnológicos, técnicas de imitación etc., que obliga al empresario a la búsqueda de la diferenciación como único elemento de estrategia competitiva real frente al resto de los competidores.

Los nuevos visionarios de la dirección estratégica intuyen que la diferenciación es la única herramienta posible para crear una ventaja competitiva efectiva, una vez agotadas las ventajas competitivas basadas en la reducción de costes, ya que el propio concepto de la diferenciación se relaciona con aquellas otras fases de la cadena de producción (tecnología, marketing, logística, investigación) que todavía disponen de una cierta flexibilidad y margen de actuación en las estructuras económicas de los países más desarrollados. Una vez enfrentados a la imposibilidad de conseguir una ventaja competitiva apoyada en unos precios más reducidos, ahora se trata de conseguir un producto diferenciado en su concepto, publicidad, marca, diseño, servicio postventa, etc., elementos todos ellos que permiten, a través de la asociación de un valor añadido más o menos tangible, absorber los costes mayores de producción y un precio final cada vez más elevado.

La fase correspondiente a la diferenciación como idea básica de la dirección estratégica va a dar lugar a un fenómeno de “generalización” de la diferenciación en todos los sectores de producción, hasta el punto que ello desemboca en un periodo que Peters denomina “plaga de la indiferenciación”, en la que la búsqueda a ultranza de la

diferenciación trae como efecto no deseado una homogenización de esa diferenciación y por ende la anulación de la propia ventaja competitiva diferenciadora.

Este último caso de “diferenciación generalizada” surge en un entorno de máxima rivalidad competitiva debido a la saturación de los mercados y a la dificultad cada vez mayor para lograr cualquier tipo de ventaja competitiva en un sector económico, pudiendo afirmarse que nos hallábamos en un punto de cierto agotamiento de los esquemas económicos existentes, al tiempo que las enseñanzas de dirección estratégica más clásicas carecían de una viabilidad objetiva al ser aplicados a la realidad empresarial contemporánea.

3. Globalización económica y estrategia competitiva.

En este contexto general de oscilación de la política de costes y de diferenciación dentro de la estrategia competitiva, aparece un tercer elemento, la globalización económica, cuyo impacto va a alterar la tradicional pugna en los entornos competitivos internacionales y cuyas consecuencias vamos a ver a continuación.

La primera consecuencia evidente asociada al proceso de globalización económica es el logro de un mercado laboral de dimensiones auténticamente planetarias, lo que origina una fuerte reducción de los costes de producción: la mano de obra; este hecho supone

una auténtica revolución en la estrategia competitiva de los países desarrollados, dando lugar a un nuevo juego de equilibrios en la relación entre los diversos elementos que conforman la cadena de producción de cualquier proceso empresarial, lo cual afecta a la propia esencia de la actividad económica y de la ventaja competitiva entre empresas y

entre países; la implicación de la aparición de esa oferta laboral sin fronteras responde a muchas de las incertidumbres que habían surgido en los sistemas de producción capitalistas:

La mano de obra se había convertido en el gran lastre competitivo de las empresas de los países desarrollados debido a ser la fase de la cadena de valor más onerosa para el conjunto de la producción, hasta el punto de desplazar al conjunto del resto de los elementos de la producción (tecnologías, marketing, logística).

La rigidez era uno de los elementos característicos de esta fase de la cadena de producción, la mano de obra, debido a hechos ajenos a la propia gestión empresarial (legislación laboral, poder de los sindicatos, alto poder adquisitivo de los países occidentales) lo cual implicaba que la fase de la cadena de producción que más incidía en el coste final del producto era al mismo tiempo el elemento con menor margen de variación o posibilidades de modificación.

Los ahorros que se podían conseguir a través de la mayor eficiencia de la organización del resto de las fases de la cadena de producción, así la introducción de nuevas tecnologías, campañas de marketing exitosas o la definición de flujos logísticos más

económicos, todo ello no era suficiente para compensar la influencia negativa que tenía el factor mano de obra o recursos humanos en la salida final de una producción al mercado.

Así pues, vemos como la aparición de una disponibilidad de un mercado global del trabajo implica la superación de las limitaciones naturales de los esquemas de producción basados en mano de obra muy cara y creación de valor añadido a través de la diferenciación (marca, diseño, calidad, tecnología, servicio postventa), al tiempo que se reordena el valor que se había otorgado a cada uno de los componentes de la cadena de valor. Los precios tan competitivos que se pueden conseguir a través de la utilización de la fuerza laboral de otros países otorgan unos márgenes de ganancias tan elevados que permiten superar y compensar cualquier otro tipo de coste vinculado a esa deslocalización geográfica, por ejemplo los costes de logística, por lo que desplaza en relevancia a aquellos otros factores (marketing, publicidad) que tanta importancia habían tenido en el periodo empresarial en el que la diferenciación era el objetivo estratégico fundamental.

El segundo factor revolucionario en el cambio de la alternancia entre estrategia de diferenciación y estrategia de coste sería la aparición de un sector logístico con un carácter también plenamente global. Tal como ocurría en el ámbito de la fuerza laboral, el sector logístico ha evolucionado en los últimos años hasta conseguir tal nivel de desarrollo que ha supuesto una ruptura de la distinción entre mercado local y mercado internacional.

El aumento de la rapidez, fiabilidad, seguridad, previsión y flujos de información en los sistemas logísticos internacionales ha facilitado la consecución de un mercado de consumo y de producción con un carácter plenamente global; la distancia geográfica ha

perdido su capacidad de delimitar los centros de producción y consumo, lo cual ha permitido el acceso a ese mercado laboral de bajos costes, al que hacíamos referencia en los párrafos anteriores, actuando los flujos logísticos como elementos de apoyo imprescindibles para el logro de esa globalización económica.

El posicionamiento del sector logístico en el conjunto de la cadena de valor de la producción ha sufrido una alteración lógica en cuanto a la importancia o trascendencia que tiene dicha fase en relación con el resto de elementos que conforman la producción final, así se puede afirmar que la logística se ha convertido en uno de los factores claves dentro de ese modelo de globalización económica internacional ya que permite disfrutar de las ventajas de costes de mano de obra de los países menos desarrollados al tiempo que establece el acceso de la producción a los grandes centros de consumo de los países más ricos; sin lugar a dudas la logística externa-interna se ha convertido en el segundo factor crítico por importancia, después de la mano de obra barata, para el funcionamiento de ese orden económico global internacional.

4. Globalización económica y conceptos teóricos de estrategia competitiva.

Una vez mencionados los dos elementos prácticos que conforman esta nueva realidad económica (mano de obra barata, logística internacional) en la que las estrategias de

costes adquieren una relevancia cada vez mayor, sería importante ver cual es el impacto de este “tsunami” estratégico en algunos de los desarrollos teóricos relacionados con las estrategias competitivas.

- Curva de experiencia: En primer lugar habría que hacer mención a uno de los conceptos básicos de la dirección estratégica anterior: la curva de la experiencia, elemento que desempeñó un importante papel durante mucho tiempo en la búsqueda de la reducción de costes por parte de las empresas; en función de lo dicho anteriormente se puede afirmar que la nueva situación de globalización económica internacional supone una clara superación de esta herramienta de competitividad empresarial, ya que la incidencia de la reducción de costes a través de la deslocalización geográfica es tan importante que reduce la relevancia de ese factor temporal en la producción, al tiempo que otorga un posicionamiento competitivo a todos esos países “recién llegados” a los flujos de producción internacional; se puede ver como en este caso asistimos a un declive de la curva de experiencia “nacional” como elemento que aporte ventaja competitiva frente a otros países.

- Cadena de producción de valor: El segundo elemento estratégico que sufre un cambio en la discusión coste-diferenciación como estrategia competitiva es el análisis de la cadena de producción de valor, tal como aparece definida por Porter; en este caso se puede afirmar que hay una tendencia a la “nacionalización” de las diferentes fases que conforman dicha cadena de valor, así asistimos a una deslocalización de aquellos elementos asociados con la mano de obra o la compra de insumos para el proceso de

producción, mientras que se mantiene un asentamiento en los centros originarios de producción de otras fases (marketing, tecnologías, postventa), si bien ya empiezan a surgir también ciertos movimientos de deslocalización en estos segmentos, pasando de

un primer momento de globalización económica de carácter fundamentalmente industrial a una nueva oleada de globalización que alcanza también al sector servicios. Este fenómeno de “disgregación nacional” de las fases de la cadena de producción introduce un nuevo elemento a tener en cuenta en el proceso de planificación de la estructura de costes de la empresa y la aportación nacional de cada fase al conjunto de la producción final, frente a la desagregación de las fases de producción sobre la base de los costes ahora hemos de introducir también el factor geográfico como un elemento añadido en cuanto a la disminución o aumento de los costes de producción.

Siguiendo con la cadena de producción de valor de Porter, y tal como se había mencionado anteriormente, una de las nuevas consecuencias del fenómeno de globalización internacional es el reposicionamiento de cada una de las fases de dicha cadena en cuanto al valor aportado a la producción final obtenida y en cuanto a la función estratégica desempeñada en el conjunto del proceso; el nuevo orden económico internacional muestra unas directrices estratégicas en las que priman de una forma evidente las estrategias competitivas asociadas a la política de reducción de costes, a través del uso de mano de obra de países con costes muy bajos, ello implica que la fase de producción y por ende la gestión de los recursos humanos han pasado a ocupar un lugar preeminente en el diseño de las estrategias empresariales; al mismo tiempo la

elección de la deslocalización geográfica como fuente de ventajas competitivas en el plano de los costes ha supuesto una reafirmación de la importancia “crítica” de la logística internacional en este nuevo periodo de la dirección estratégica empresarial

internacional, permitiendo el mantenimiento de la reducción de costes a pesar de las distancias geográficas.

- Diferenciación: El otro elemento clave de la estrategia competitiva tradicional era la diferenciación del producto; a pesar de que los grandes teóricos de la dirección estratégica internacional habían vaticinado que la estrategia diferenciadora era la gran tabla de salvación en unos mercados competitivos cada vez más saturados y con menor margen de maniobra para la reducción de los costes de producción, el hecho es que este nuevo periodo de globalización económica internacional y la gran reducción de costes asociado al mismo ha producido un cambio en esa tensión tradicional entre estrategia de costes y de diferenciación, produciéndose una tendencia a primar la estrategia de liderazgo global en costes ante que la complejidad de la estrategia diferenciadora.

El fenómeno de globalización económica ha traído implícito ciertos procesos que resultan altamente agresivos y se convierten en una amenaza real para el seguimiento de una política estratégica de diferenciación, así tendríamos que hacer mención a la imitación como la posibilidad de reproducir modelos de producción o productos, lo cual se ha visto altamente favorecido por los bajos costes existentes en los países menos desarrollados lo que ha permitido la posibilidad de reproducir de una forma rápida esa producción exitosa que reclama el mercado.

Es importante señalar que el actual desequilibrio a favor de la estrategia de liderazgo de costes se explica en función de que nos hallamos en un periodo inicial del verdadero proceso de globalización económica internacional, por lo que, al igual que ocurrió en la

conformación de los mercados de producción nacional, nos encontramos en una fase de primacía del factor precio final del producto debido a la novedad de estas infinitas ventajas de producción originadas por los bajos costes de mano de obra; es de imaginar que en el medio plazo cuando se hayan generalizado estos esquemas de producción “globales” se produzca un aumento paulatino del nivel de competencia en el entorno internacional, al tiempo que aumente el nivel de vida de los grandes centros de producción actuales, entonces se volverá a dar la necesidad de buscar, una vez más, ciertos modelos de diferenciación que ayuden a superar la generalización de las ventajas de costes de producción.

- Estrategia genérica: Un apartado importante a mencionar es el de las estrategias competitivas genéricas, este tipo de estrategias sería el resultado de lograr una combinación o equilibrio entre los dos tipos de estrategias, costes o diferenciación; partiendo de la base de que existe una “tensión” natural entre estos dos modelos de estrategia; al mismo tiempo se hacía mención a la posibilidad de obtener una “doble ventaja competitiva” que sería una combinación de costes bajos y diferenciación del producto, este tipo de estrategia supone el “ideal” de cualquier diseño estratégico ya que significa la consecución de las ventajas asociadas a dos tipos de estrategias aparentemente excluyentes que obligan al agente empresarial a poder optar por uno u otro modelo, sin embargo la realidad parecía hacer muy difícil la obtención de esta

doble ventaja competitiva. La llegada del fenómeno de globalización económica ha originado una nueva tendencia de gestión empresarial en la que aquellas empresas que tenían un posicionamiento claramente ligado a una ventaja estratégica basada en la

diferenciación y el valor añadido (marca, calidad, diseño innovador), no por ello han renunciado a disfrutar de las ventajas competitivas aportadas por el proceso de deslocalización geográfica, tratando de conseguir la tan deseada doble ventaja competitiva; esta nueva estructura empresarial nos indica que el fenómeno de globalización económica ha permitido a ciertas empresas reposicionarse en el mercado competitivo logrando mantener los privilegios ligados a un liderazgo por diferenciación y al mismo tiempo sumar una reducción de costes que hasta este momento estaba vedada a este tipo de empresas, por lo que se ha eliminado, en parte, la tradicional tensión entre diferenciación y bajos costes.

La situación estratégica descrita en el párrafo anterior supone una variación evidente en la representación del gráfico tradicional de las estrategias empresariales genéricas, al permitir una mayor versatilidad en la definición del posicionamiento estratégico de cada empresa a través de un acceso más fácil a una estructura de costos más bajos, muy difícil de alcanzar para ciertas empresas en sus centros de producción de los países más desarrollados, sin abandonar las líneas de diferenciación originarias.

La ventaja competitiva de las naciones: Por último, uno de los cambios aportados por el nuevo entorno de globalización económica internacional ha sido la reordenación del concepto tradicional de la ventaja competitiva de las naciones tal como había sido

explicado por Porter; si bien perduran las ideas originales de ese planteamiento y el hecho es que la realidad económica internacional actual ha variado con respecto al momento de la formulación de esa teoría, es evidente que la situación presente de

Estados Unidos, Japón o Alemania no es la misma que la vivida hace unos años; el déficit comercial y fiscal estadounidense, la crisis bancaria y de consumo en Japón o el letargo económico alemán hacen replantear las verdaderas ventajas competitivas de estos países en un futuro próximo, y si bien es cierto que dichos países todavía disfrutaban de un nivel de vida y de un liderazgo productivo muy elevado, no es menos cierto que la conformación de las ventajas competitivas de ciertos sectores económicos nacionales en base a un rombo de ventajas ha cambiado enormemente, a raíz de la globalización económica internacional, debido a una cierta ruptura de la relación entre los diversos factores que conforman la ventaja competitiva nacional; las ventajas competitivas nacionales asociadas a las condiciones de factores, estrategia y rivalidad de las empresas, condiciones de la demanda y sectores auxiliares se han transformado de forma drástica a través del movimiento de globalización económica; la rivalidad de las empresas se establece en un marco ya plenamente internacional y no local, lo mismo que ocurre en las condiciones de la demanda de la producción, las condiciones de factores han posibilitado la llegada de un factor irresistiblemente competitivo, mano de obra barata, como elemento desestabilizador frente al resto de las condiciones de los

factores, por último la globalización económica ha permitido la deslocalización de sectores completos de producción lo cual ha restado importancia a la ventaja competitiva inicial de los cluster originales de producción. Es un hecho evidente que en

la actualidad la existencia de mano de obra barata y abundante es la fuente de riqueza y crecimiento económico para algunos países llamados a convertirse en las nuevas potencias económicas de la segunda mitad del siglo XXI (China, India), si bien ello no es el único elemento que explica el desarrollo de esos países ni tampoco soluciona, por el momento, las grandes limitaciones de pobreza, falta de infraestructuras y carencias de desarrollo social que todavía tienen dichos países.

5. Conclusiones.

La llegada del movimiento de globalización económica internacional ha supuesto un cambio evidente en las formulas de competencia estratégica, pasando de una búsqueda de la diferenciación como modelo de ventaja competitiva frente a los competidores al acceso a mercados laborales de bajo coste que permiten volver a estrategias competitivas basadas en la reducción de los costes de producción.

La disponibilidad de mercados laborales de bajo precio ha permitido superar la limitación intrínseca que tenían los sistemas de producción de los países más desarrollados, los cuales debido a su propio desarrollo económico habían alcanzado una carestía de los factores laborales que imposibilitaba cualquier tipo estrategia de reducción de costes.

La logística internacional se ha erigido en uno de los elementos claves en este nuevo ordenamiento económico internacional ya que permite la conexión entre centros de producción y consumo muy lejanos, todo ello de una manera rápida y eficaz; se puede

afirmar que la geografía ha dejado de ser una limitación o barrera estratégica debido a los avances recientes de la logística internacional.

La globalización económica ha afectado no solo la interrelación entre las estrategias competitivas de bajos costes o diferenciación, sino que también se ha introducido como un nuevo elemento a tener en cuenta en los estudios de dirección estratégica, produciéndose un salto desde programas de dirección estratégica de tipo sectorial o nacional hacia diseños estratégicos con un ámbito plenamente internacional y global.

Los cambios teóricos de los programas de dirección estratégica asociados a la aparición del fenómeno de globalización económica afectan a conceptos como la curva de experiencia, ventaja competitiva nacional, cadena de valor, estrategias competitivas genéricas, economía de escala, etc., los cuales, sin perder su validez, deben de ser reevaluados en función de las nuevas formas de producción, comercio internacional y variación de estrategias competitivas.

GLOBALIZACIÓN

Un término difícil de definir pero que, en cualquier caso, está determinado por dos variables:

Una se refiere a la globalización de carácter financiero que ha tenido lugar en el mundo al calor de dos fenómenos: los avances tecnológicos y la apertura de los mercados de capitales.

El Banco de Pagos Internacional ha estimado que las transacciones mundiales de dinero (en los distintos mercados de divisas) asciende a alrededor de 1,9 billones de dólares (cuatro veces el PIB español). Estos flujos de capitales han enriquecido y arruinado a muchos países, ya que la solvencia de sus divisas está en función de la entrada y salida de capitales. Y eso explica, en parte, crisis financieras como las de México, Rusia, o el sudeste asiático. De ahí que los movimientos contra la globalización hayan reivindicado el establecimiento de la llamada Tasa Tobin, que no es otra cosa que la creación de un impuesto que grave los movimientos de capitales.

La otra globalización, se trata de las transacciones de bienes y servicios que se realizan a nivel mundial.

En este caso, son los países pobres y los mayores productores de materias primas (que en muchos casos coinciden) los que reclaman apertura de fronteras, ya que tanto en Estados Unidos como en la UE existe un fuerte proteccionismo. Muchas ONG de las que se manifiestan contra la globalización quieren desarrollar el comercio, pero no los capitales.

¿Qué es la globalización?

Llamamos globalización al proceso político, económico, social y ecológico que está teniendo lugar actualmente a nivel planetario, por el cual cada vez existe una mayor interrelación económica entre unos lugares y otros, por alejados que estén, bajo el control de las grandes empresas capitalistas, las multinacionales.

La globalización económica implica que:

- 1- Cada vez más ámbitos de la vida son regulados por el "libre mercado", como la salud, la educación, la información, etc.
- 2- La ideología neoliberal (ultra capitalista) se aplica en casi todos los países con cada vez más intensidad.
- 3- Las grandes empresas consiguen cada vez más poder a costa de la ciudadanía y los pueblos.

4- El medio ambiente y el bienestar social se subordinan absolutamente a los imperativos del sistema económico, cuyo fin es la acumulación por parte de un minoría.

1. *¿Que es la globalización?*

La globalización de la administración es una realidad de la vida diaria. Todos los días, los periódicos están llenos de noticias que nos recuerdan que las organizaciones han adoptado un enfoque global. Los noticieros hablan, con frecuencia de asuntos como las balanzas comerciales internacionales y las fluctuaciones de las monedas. No es raro leer acerca de empresas japonesas que están avanzando en los mercados de Estados Unidos ni de empresas estadounidenses que están progresando en los mercados de Japón. Se nos informa de administradores de los países que estaban tras la "cortina de hierro" que ahora se preparan en Europa Occidental o Estados Unidos y de empresas estadounidenses y británicas que se unen para ofrecer nuevos servicios de telecomunicaciones y viajes en avión. Hoy, ningún gerente se puede dar el lujo de suponer que su organización esta aislada de todas estas actividades mundiales. Los clientes de los chips de Sumitomo, como Hewlett – Packard, son testigos de esta afirmación.

Hoy, no es nada raro encontrar una organización global, con oficina matriz en Estados Unidos, que cuente con operaciones fabriles en, por decir algo, Estados Unidos, Alemania y Singapur; que venda sus productos en docenas de países llamados "Cuatro Tigres" Hong Kong, Singapur, Corea del Sur y Taiwán.

Las grandes organizaciones no son las únicas que han optado por la vía global, también es cada vez mayor la cantidad de pequeñas empresas que lo hacen. La Globalización es el Reconocimiento por parte de las organizaciones, de que las organizaciones deben tener un enfoque global y no un enfoque local. también puede esta ser definida de muchas maneras, dependiendo de que nivel se desee analizar, se puede hablar de la globalización del mundo entero, de un país, industrias específicas, empresas, hasta de un modelo económico y político.

A escala mundial, la globalización se refiere a la creciente interdependencia entre los países, tal como se refleja en los flujos internacionales de bienes, servicios, capitales y conocimientos.

A escala nacional, se refiere a la magnitud de las relaciones entre la economía de una nación y el resto del país.

Es un proceso de crecimiento internacional o mundial del capital financiero, industrial, comercial, recursos, humano, político y de cualquier tipo de actividad intercambiable entre países.

2. La globalización, la competencia y el surgimiento de un nuevo paradigma de eficiencia.

En la economía mundial moderna, las relaciones entre las personas, las regiones y los países no son accidentales ni pasivas, sino que son mecanismos de integración activos que intensifican y cambian la vida económica internacional.

La globalización ha transformado la forma en que las empresas llevan a cabo sus organizaciones sus operaciones, pero sobre todo, ha tenido un impacto muy importante en la organización misma, por lo que el perfil de sus integrantes es distinto.

En nuestro país hoy en DIA no es suficiente contar con estudios de licenciatura, para ser competitivo, es necesario especializarse, conocer las estrategias internacionales, dominar varios idiomas y estar abierto a oportunidades de empleo.

La formación de bloques económicos complementan y no obstruyen el proceso de globalización, la apertura de los mercados y la liberación de flujos de capital iniciaron un movimiento entre cada bloque y se ha extendido gradualmente. Esto ha transformado la realidad del sector productivo a nivel mundial, las empresas, como motor de cada economía modifican la forma de llevar a cabo sus operaciones, a fin de adaptarse al nuevo entorno.

Existen 3 importantes mecanismos que van a originar paradigmas de eficiencia, estos son el Comercio Global, Producción Global y Finanzas Globales.

El comercio internacional se mide con las exportaciones e importaciones de bienes y servicios. Al crecimiento de la producción y venta mundial se ha unido un crecimiento del comercio internacional desde principios del siglo XIX, por lo que se considera que el comercio internacional es un motor de crecimiento económico, ya sea como una causa de este crecimiento o como un factor favorecedor del mismo.

Actualmente el dinamismo del comercio es un elemento esencial del crecimiento económico; la principal característica del actual comercio internacional es la multilateralidad, que contrasta con los acuerdos bilaterales entre los países. Esta característica es la que confiere al comercio internacional su carácter de fenómeno global. El comercio multilateral requiere la eliminación de los acuerdos bilaterales entre los países.

Es común pensar que el comercio internacional se reduce al intercambio de bienes finales, pero lo cierto es que un elevado porcentaje de las transacciones se produce intercambiando bienes producidos en varios países y ensamblándolos en otros, que a su vez exportan el bien final a otros. Este proceso refleja la globalización del proceso de producción y se debe a la planificación de esta por parte de grandes corporaciones multinacionales que producen cada componente del bien final para su fabricación.

Esta división productiva ha sido motor importante de los cambios generados en la división internacional del trabajo, ya que la mano de obra de cada país, se ha especializado en la realización de componentes y piezas de un determinado producto.

Las finanzas son la fuerza vinculante más poderosa de la economía mundial, pero también la más volátil, ya que los flujos financieros se desplazaron y varían más rápido que los bienes manufacturados o las instalaciones productivas.

En los últimos años los gobiernos han eliminado los controles y restricciones a los movimientos de capital entre países, liderizando los mercados financieros mundiales.

Aunque existen argumentos para defender que el crecimiento de las finanzas internacionales igualara los tipos de intereses y los precios de los activos financieros de muchos países, la complejidad de los mecanismos financieros ha impedido que se creen relaciones estables, por lo que algunos consideran que los mercados financieros internacionales actúan en forma irracional.

3. Efectos de la globalización.

Entre los efectos más importantes se encuentran la estandarización de productos y servicios, la seducción de barreras arancelarias y las economías de escala.

La estandarización de productos significa que estos tienen poca o nula variación entre los distintos países o regiones donde se distribuye. Si un producto necesita ser modificado significativamente para introducirse en otra región, este ya no es un producto estándar.

La seducción de las barreras arancelarias, ha introducido el llamado consumo de productos masivos, permitiendo que tengan acceso a estos muchos países.

La economía a escala puede hacer a los más competitivos con estrategias poco costosas, utilizando la capacidad de plantas ociosas, aumentando la productividad y distribuyendo los costos fijos entre un mayor número de unidades.

La globalización ha provocado la creación de grandes corporaciones en ciertos sectores industriales, haciendo que las pequeñas y medianas empresas sean vendidas a esas corporaciones.

Otro de los fenómenos que tiene su origen en la globalización, es la integración de las empresas, se trata de empresas que se desarrollan exitosamente en mercados importantes

Organismos multilaterales de integración.

Estos organismos de una manera u otra forman parte de la integración Latinoamericana:

América Latina y el Caribe Asociación Estados del Caribe – AEC.

Asociación Latinoamericana de Instituciones Financieras para el Desarrollo – ALIDE.

Asociación Latinoamericana de Integración – ALADI.

Banco Centroamericano de Integración Económicas – BCIE.

Cámara de Integración Económica Venezolana Colombiana – CIVC.

Centro de Formación para la integración Regional – CEFIR.

Centro Latinoamericano de Administración para el desarrollo – CLAD.

Centro americano de administraciones Tributarias – CIAT.

Centro Latinoamericano de Globalización y prospectiva - CELGYP.

Centro Regional de Información sobre desastres para América latina y el Caribe –
CRID.

Comisión económica para América latina y el caribe – CEPAL.

Comunidad Andina – CAN

Comunidad del Caribe – CARICOM.

Corporación andina de fomento – CAF.

Federación Latinoamericana de bancos – FELABAN.

Foro Electrónico de Micro, pequeñas y medianas Empresas Latinoamericanas.

Grupo de Países Latinoamericanos y del Caribe Exportadores de Azúcar –
GEPLACEA.

Instituto para la integración de América Latina y el Caribe – INTAL.

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura – IICA.

Mercado Común del Sur – MERCOSUR.

Organizaciones de estados Americanos – OEA.

4. Alianzas entre países e importancia de estas alianzas

Europa viene desarrollando nuevas e interesantes formas de organización político – administrativas durante las últimas décadas. Espacios y competencias económicas tradicionalmente reservados al estado nacional, han sido liberados y conscientemente adjudicados a ese singular estado supranacional que es la Unión Europea (políticas comunes en el ámbito agrícola, protección al consumidor, e industria del gas natural, entre otros).

Tres formas de organización político – administrativas parecen fortalecerse en Europa: la supranacional, la regional y la municipal, ante lo cual la instancia nacional, si no pierde significación, si cambiara radicalmente su papel.

Este fenómeno, sin embargo, no es ajeno a la tradición y cultura política de Europa, como lo demuestran el status federalizado de Alemania o Suiza. Más recientemente, se destacan las autonomías españolas, la regionalización en la Francia de Mitterrand y las ofertas de una mayor autonomía a Escocia.

La política exterior de un país en vías de desarrollo, de medianas dimensiones económicas y de extenso territorio como Venezuela, no puede estar ausente de tan trascendentales procesos simultáneos de integración supranacional y de regionalización cultural en el viejo continente, máximo cuando nuestras propias instituciones son hijas del ordenamiento político administrativo europeo y de la cultura grecorromana y judeocristiana de Occidente, que tuvo su cuna también en el Mediterráneo. La diplomacia moderna de Venezuela viene asignándole a Europa el sitio estelar que le corresponde ante las nuevas realidades de una unión total en el orden económico y monetario, por una parte, y de una marcada descentralización regional con claro acento cultural lingüístico, por la otra.

Son innumerables los proyectos de integración que tiene Venezuela con el resto de Latinoamérica, estos son algunos de los más importantes:

Grupo Andino: Colombia, Ecuador, Bolivia, Perú y Venezuela.

La comunidad Andina es una unión Aduanera y la zona de libre comercio funciona plenamente entre sus miembros, por lo que el intercambio de las mercancías originarias de los países miembros, esta libre de restricciones y de derechos de importación en la sub.- región. Asimismo se ha avanzado en la facilitación del movimiento de factores productivos a través del comercio de servicios y la liberación del régimen de inversiones extranjeras.

Grupo de los G-tres: Colombia, México y Venezuela:

Es un acuerdo de libre comercio entro en vigencia desde el 1º de Enero de 1995, creando un mercado potencial de 149 millones de consumidores. El acuerdo estipula una reducción arancelaria de 10% anual, durante diez años (comenzando en 1995), para el libre comercio de bienes y servicios de los países miembros. El G-3 es un acuerdo de tercera generación y no se limita a la liberalización comercial, sino que incluye una serie de nuevos tópicos del comercio internacional, tales como servicios, inversión, adquisiciones gubernamentales, regulaciones contra la competencia desleal y propiedad intelectual.

Asociación latinoamericana de integración (ALADI): Brasil, Chile, Paraguay, Uruguay, México y Venezuela.

El tratado de Montevideo de 1980, que sirve de marco para la actuación de la ALADI, tiene como objetivos:

La promoción y regulación del comercio recíproco, la complementación económica y el desarrollo de las acciones de cooperación económica que ayuden a la ampliación de los mercados.

Fomentar y regular el comercio agropecuario interregional.

Establecer en forma gradual y progresiva un mercado común latinoamericano.

Dicho tratado contiene además, ciertos principios que, los países deben tomar en cuenta para la ampliación del mismo y la evolución hacia el objetivo final, los cuales son:

Pluralismo.

Convergencia.

Flexibilidad.

Tratamientos diferenciales.

5. Oportunidades de la globalización

Las oportunidades están allí. En condiciones apropiadas este fenómeno ofrece posibilidades extraordinarias de progreso en términos de organización, eficacia, productividad, difusión de los conocimientos, mejora del nivel de vida y acercamiento entre los hombres. En suma, puede contribuir a que se produzca en un contexto mundial un crecimiento más fuerte, mejor equilibrado y más propicio para el desarrollo de los países pobres.

La globalización plantea la oportunidad de mejorar las condiciones de acceso a mercados que anteriormente se hallaban más fragmentados. Los flujos de información, tecnología y capital de cartera han sido los que más han incrementado su movilidad y por consiguiente, constituyen los mercados donde más han mejorado las condiciones de acceso para economías con menor capacidad relativa de generación endógena. Sin embargo las condiciones para aprovechar estas oportunidades están heterogéneamente distribuidas entre países. Un aspecto central. Por consiguiente, reside en identificar los atributos que mejoran dicha capacidad y permiten revertir los aspectos negativos heredados de comportamientos pasados.

La notable reducción de los costos del transporte y las comunicaciones ha facilitado la división del proceso productivo, permitiendo la participación de un mayor número de localizaciones geográficas según las ventajas que cada una aporta a la cadena de valor agregado.

Este hecho ha ampliado las oportunidades para que economías individuales participen mas activamente de las redes internacionales de producción administradas por las grandes compañías multinacionales.

El proceso de globalización también crea nuevas oportunidades en tanto incrementa la competencia, sienta las bases para el establecimiento de nuevas alianzas empresarias y sociales, y contribuye a la desarticulación de los oligopolios establecidos.

6. Amenazas de la globalización

Un hecho salta a la vista la heterogeneidad de un fenómeno que se aplica a los bienes, servicios, capitales y de manera bastante desigual, a los hombres. Todo transcurre como

si de alguna manera la globalización estuviera aun deshabitada. La economía global destruyen los lazos de solidaridad entre los ciudadanos, enriquecen aun más a los mejores calificados a la vez que condenan a los demás al empeoramiento de su nivel de vida, particularmente a quienes detentan un empleo de producción o de servicio de carácter personal, condenado a una mayor precariedad y a remuneraciones más débiles.

Este riesgo de marginamiento de los más pobres se ve aumentado por el hecho de que los países mas avanzados tienden a concentrar la existencia para el desarrollo en los países pobres que menos manifiestan una voluntad de movilizar todos sus recursos para salir adelante por sí mismos. Dos de sus elementos importantes son la presión demográfica y las presiones migratorias masivas. Agreguemos a este panorama el peligro de que se exacerbén los conflictos comerciales, de que se multipliquen las practicas económicas ilegales y de que estallen las crisis financieras. Bastaría con recordar que por lo menos en tres ocasiones en los últimos 10 años, al economía mundial se ha visto sacudida por el peso del endeudamiento excesivo de 1995 puso en evidencia los riesgos financieros de la globalización.

Empresas:

Nacional:

Internacional:

Multinacionales o Trasnacionales: son compañías que mantiene operaciones importantes en mas de país simultáneamente, pero que las administran a todas desde una base en el país originario. Ejemplo de ella podría ser Colgate – Palmolive, con operaciones en casi todos los países del globo, es la compañía más grande del mundo en el ramo de alimentos, sin embargo sus administradores adaptan sus productos a sus consumidores.

Como se vuelven internacionales las empresas

Pocas organizaciones empiezan siendo multinacionales. Es más común que la organización pase por varias etapas para su internacionalización, y cada etapa representa una manera de realizar negocios, con mayor proximidad y contacto con los clientes de otros países. Las dos primeras etapas implican la Exportación, es decir, vender, en mercados extranjeros, bienes producidos en el país. En la primera etapa de la internacionalización, las empresas solo tratan en forma pasiva con las personas y las organizaciones del extranjero. En la segunda etapa las compañías tienen un contacto directo con sus intereses en el exterior, aunque quizás sigan usando a terceros para hacerlo.

En la tercera etapa los intereses internacionales dan forma a la composición global de la compañía en un sentido muy importante. Aquí pueden recurrir a licencias o franquicias que son un tipo de licencia especial en la que la compañía vende un paquete que contiene una marca registrada.

¿Qué es la Globalización?

Desde hace una década un nuevo paradigma recorre el mundo, la globalización de la economía y la sociedad.

Los sistemas productivos y los mercados adquieren dimensión global, el estado cede protagonismo y liderazgo a las empresas innovadoras (multinacionales), las nuevas tecnologías de la información, los transportes y las comunicaciones facilitan y refuerzan el funcionamiento y la interacción de las organizaciones.

La globalización cobra mayor significado cuando se la pone en la perspectiva del cambio del ciclo largo de la economía. Se ha superado la fase recesiva, que se extiende desde mitad de los años setenta a fines de los noventa, mediante un aumento de la productividad en todos los sectores productivos (gracias a las innovaciones), un profundo cambio estructural (reestructuración en el sistema industrial y en las actividades de servicios), la reorganización institucional (privatizaciones y descentralización productiva) y, en definitiva, el paso al modo de desarrollo informacional.

El nuevo ciclo se inicia en un entorno que favorece el crecimiento de la renta y del empleo, con una nueva división internacional del trabajo, la transformación y desarrollo de organizaciones e instituciones regionales de entidad global y el aumento de la competencia de los mercados, lo que implica la continuación de los ajustes del sistema productivo de los países, las regiones y las ciudades afectadas por la globalización.

CARACTERÍSTICAS:

1º Aumento espectacular del Comercio Internacional.

A. Sofisticación del Consumo.

B. Compañías transnacionales.

C. Rebaja Costes Aduaneros. Uniones Aduaneras.

2º Libre circulación flujos financieros.

A. Deuda Externa

B. Tasa Tobin.

3º Nuevas Tecnologías.

A. Comunicación, Transportes e Información.

B. Costes del Acceso.

4º Fin de alternativas. El Norte dominante.

A. Una dictadura sin rostro.

B. Gestión Ideológica de la Economía.

C. Militarización.

5º Déficit democrático y social

A. Problemas con el Estado

B. Medidas económicas vs. Medidas sociales. Trabas a las migraciones

Organizaciones no Gubernamentales

Derechos Humanos

Como los actuales Gobiernos no acaban de representar a los ciudadanos a los que gobiernan, y los partidos de los que salen estos gobiernos tampoco acaban de satisfacerlos, el espacio que van dejando vacío se va llenando -afortunadamente desde hace ya años- de multitud de asociaciones y ONG que sí representan los ideales de muchos ciudadanos porque están más próximos a ellos y defienden con contundencia sus principios. Los logotipos que se pueden ver a la izquierda -siempre a la izquierda- de este pequeño texto introductorio, son unos pocos lugares de información interesantes, donde uno puede encontrar, por ejemplo, contra información sobre la Presidencia de España de la Unión Europea, contra el Euro y contra la globalización. Además, Sin ánimo de ser exhaustivo, más abajo algunos de los lugares y organizaciones que a mí me interesan o que me han llamado la atención:

ORGANIZACIONES EN ESPAÑA

AMNISTÍA INTERNACIONAL (Sección española)

A-INFOS "A - I n f o s una agencia de noticias multilingüe de, por y para anarquistas".

APDHE Página de la Asociación Pro Derechos Humanos de España.

Comité Internacional de la CRUZ ROJA: La más antigua Organización que se dedica a esto.

MÉDICOS SIN FRONTERAS : Gracias a la presión realizada por Organizaciones como ésta y a su campaña de recogida de adhesiones para pedir que los medicamentos (genéricos) contra el SIDA tengan un precio apropiado en los países que no pueden pagarlo, las multinacionales farmacéuticas empiezan a aceptar que no "está bien visto" enriquecerse a costa de la salud de los que no pueden defenderse.

Afortunadamente también existen Organizaciones como

SOS RACISME CATALUNYA : Más actualizada que

SOSRACISMO MADRID , por ejemplo.

LA FIAMBRERA , Esto, en cambio, lo pongo aquí por simpatía, también por ejemplo.

NODO 50: Aquí están muchos colectivos alternativos que son más que ONG. Y entre sus enlaces, me he encontrado con éste de la CRIMINALIZACION DE LOS MOVIMIENTOS SOCIALES que resulta interesante porque recoge información

actualizada sobre el fenómeno (que no es nuevo) de las dificultades que ponen los estados a la libertad de expresión y que provoca víctimas entre los manifestantes -y entre los paseantes-.

LETRA.ORG, Esto, en cambio, lo pongo aquí para que uno se entretenga disparando al FMI en un aburrido juego de marcianitos.

-Una de las organizaciones a favor de la globalización

Qué hacemos:

En Intermón Oxfam creemos que la pobreza en el mundo puede ser erradicada. Por este motivo, trabajamos para generar cambios hacia unas estructuras justas que permitan el derecho de todas las personas a una vida digna. Nuestra labor se centra en cuatro grandes áreas: proyectos de cooperación al desarrollo, ayuda humanitaria, comercio justo y sensibilización y movilización social.

Proyectos de cooperación al desarrollo:

Nuestro modelo de cooperación busca el desarrollo sostenible a partir del trabajo con organizaciones locales. Los proyectos de cooperación en los que trabajamos abarcan ámbitos como la educación y participación social.

Ayuda humanitaria:

Intervenimos en desastres donde la vulnerabilidad de la población incrementa las consecuencias de la catástrofe (natural, conflictos, etc.). Trabajamos de forma conjunta con la red de ONG Oxfam Internacional.

Las catástrofes naturales y los conflictos armados son una de las principales causas de la privación de los derechos básicos de las personas, empezando por el más básico de todos: el derecho a la vida. Intermón Oxfam acude a una emergencia no sólo a salvar vidas con la mayor celeridad posible, sino también a sentar las bases para reducir la vulnerabilidad a la que esas poblaciones están expuestas.

En la ayuda humanitaria de emergencia es especialmente importante la labor coordinada de todos los miembros de Oxfam Internacional, que permite aumentar nuestra capacidad de respuesta y los recursos disponibles para atender a las víctimas. Siempre que es posible, la ayuda se canaliza a través de las organizaciones locales con las que trabajamos habitualmente en los proyectos de desarrollo, lo que permite ser más rápidos y eficaces, invertir mejor los recursos, llegar a más personas y a las que más lo necesitan, y poder iniciar antes el camino hacia el desarrollo.

La seguridad alimentaria, el suministro de agua potable y el saneamiento son los ámbitos de especialización del grupo Oxfam Internacional en situaciones de emergencia. Intermón Oxfam, que ha ido incrementado su capacidad operativa, da prioridad en sus programas de emergencia a la seguridad alimentaria y al apoyo nutricional a los grupos más vulnerables a través de la distribución de alimentos, de semillas, de 'kits' básicos de reinstalación, de herramientas agrícolas, de ganado, etc. Una vez superada la crisis aguda, la emergencia dejará paso al proyecto de desarrollo en la zona. Oxfam Internacional también presta apoyo a acciones de rescate o ayuda sanitaria urgente si las características de la crisis lo exigen.

Comercio justo:

Apoyamos a los productores locales para garantizar una retribución justa por su trabajo, beneficiando a miles de personas. Somos pioneros en el desarrollo de este modelo de intercambio comercial que estamos extendiendo por todo el país.

El comercio justo es una herramienta de cooperación para colaborar a la erradicación de la pobreza en los países en desarrollo y ayudar a las poblaciones empobrecidas a salir de su dependencia y explotación. Las organizaciones de comercio justo se constituyen en un sistema comercial alternativo que ofrece a los productores acceso directo a los mercados del Norte y unas condiciones laborales y comerciales justas e igualitarias.

Promovemos el comercio justo para garantizar a los productores del Sur unas condiciones laborales dignas y un salario justo por su trabajo que les asegure un medio de vida sostenible.

Intermón Oxfam cree que el sistema actual de comercio internacional acentúa las diferencias entre los países ricos y pobres, y aumenta el número de personas condenadas a vivir en la pobreza. Esta situación puede cambiarse a través del comercio justo, que tiene como objetivo el desarrollo sostenible de los productores desaventajados y excluidos del mercado

Sensibilización y movilización social

A través de campañas de movilización social, de los materiales publicados por nuestra editorial y de nuestras propuestas pedagógicas, fomentamos valores y actitudes positivas en la sociedad para generar cambios en favor de las poblaciones empobrecidas.

Proyectos de cooperación ayuda humanitaria

Al desarrollo



Comercio justo

sensibilización y movilización social

