

MODULO 4

COMO TOMAR DECISIONES DE GLOBALIZACION

Introducción

Este módulo desglosa las preguntas que debe hacerse mientras evalúa y diseña la estrategia global para cualquier negocio en particular.

Esta sección establece los fundamentos de la lógica detrás de cómo evaluar y diseñar una estrategia global para cualquier negocio en particular.

Comenzamos señalando que la globalización es un arma de doble filo. Puede ser una ventaja: permitir que una empresa crezca, capturar los beneficios de una escala mayor y mejores ubicaciones, y proporcionar un servicio coordinado en muchos países a clientes globales. Sin embargo, también puede ser una carga, ya que aumenta los costos fijos de la empresa y la expone a una mayor complejidad y mayor incertidumbre. Por lo tanto, no se debe buscar la globalización a menos que los beneficios potenciales sean mayores que los costos y riesgos potenciales.

Luego observamos la creciente centralidad de los mercados emergentes. En 2000, representaban el 20% del PIB mundial. En 2019, su participación es de aproximadamente el 40%. Para 2030, es casi seguro que los mercados emergentes representarán más de la mitad del PIB mundial. Por lo tanto, las empresas ya no pueden permanecer ciegas ante las oportunidades y los desafíos competitivos que plantearán los mercados emergentes.

Seguimos con un vistazo a cómo los mercados emergentes difieren de los mercados desarrollados. Los dos difieren enormemente en una serie de dimensiones importantes que van desde el poder de compra de los consumidores hasta el punto en que la burocracia y la corrupción son una realidad cotidiana en los diversos mercados.

A partir de estas ideas, observamos los diversos tipos de diferencias entre países que plantean los mayores desafíos para las empresas multinacionales. Aunque los mercados emergentes y desarrollados difieren mucho entre sí, también existen diferencias materiales entre casi dos mercados, ya sean desarrollados o emergentes. Por ejemplo, en términos de ingresos per cápita, Estados Unidos, Japón y Alemania no están muy separados. Sin embargo, culturalmente, los tres son muy diferentes entre sí.

Este módulo luego pasa de las diferencias entre países a las diferencias entre industrias. Las estrategias globales están moldeadas profundamente por ambos tipos de diferencias. Vemos por qué algunas industrias son muy multi-domésticas, otras están integradas globalmente y muchas otras en algún punto intermedio. En las industrias multinacionales (como la venta minorista con descuento), ganar o perder en un país tiene poco o ningún impacto en la capacidad de la empresa para ganar o perder en otro país. Por el contrario, en industrias integradas globalmente (como los teléfonos inteligentes), usted gana globalmente o pierde globalmente.

Esta sección se cierra presentando las dos dimensiones clave de la estrategia global: en el escenario y detrás del escenario. La dimensión en el escenario de la estrategia global se refiere a la estrategia de la compañía para globalizar su presencia en el mercado, es decir, la elección de los mercados donde la compañía vende sus productos y servicios y su estrategia para deleitar a los clientes y derrotar a los competidores en estos mercados. Por el contrario, la dimensión entre bastidores de la estrategia global se refiere a la estrategia de la empresa para globalizar su cadena de valor, es decir, hasta qué punto la empresa está utilizando ubicaciones óptimas para el desempeño de diversas actividades en su cadena de valor y qué tan bien coordina las actividades entre ubicaciones.

MÓDULO 4 OBJETIVOS

Al final de este módulo, podrá:

Analice por qué una empresa puede o no desear globalizarse.

Examine un mercado emergente a través de la lente de la demografía, la urbanización, la infraestructura y la productividad.

Identifique las formas en que los mercados emergentes difieren de los mercados establecidos.

Examine los diferentes tipos de distancia en relación con los países.

Analice dónde cae una industria en el espectro desde altamente multi-doméstico hasta altamente integrado globalmente y por qué es importante.

¡Vamos a empezar! Seleccione "siguiente" a continuación para comenzar.

