

GLOBALIZACIÓN

Escenarios Posibles

* Globalización

- Por países
- Por regiones

* Regionalización

* País – País

Reacomodamiento político- económico

- Crecimiento del comercio de Post-Guerra (1945) dado por
- Nuevo reacomodamiento de las fuerzas políticas, económicas
- Instituciones de Bretton Woods (1945) = Banco Mundial y F.M.I.

- 
- La reorganización de Naciones Unidas y del Consejo de Seguridad.
 - G.A.T.T. (1947)

Nueva estructura comercial mundial

- Mayor participación de productos industriales
- Mayor dinamismo
- Centralización - Mayor desarrollo del comercio Norte – Norte
- Desenganche de la Periferia
- Internalización del Comercio – Las Multinacionales
- Evolución de los sistemas de ***Comunicaciones*** y otras ***Tecnologías***.

FORMAS DEL PROCESO

- P/Regiones : Existen organismos supranacionales
- P/Países:
Existen Mecanismos Globalizadores
 - * Mundial Regulado
 - * Mundial competitivo

EFECTOS DE LA GLOBALIZACIÓN

- **Desplazamiento del Comercio**
- Relocalización de las Actividades Productivas

Fragmentación de las Regiones por producción

Pérdida de espacios geográficos por el traslado de actividades productivas

- **Nuevo Mapa Económico**

- 
- Producción a Escala Mundial.
 - Aumenta la satisfacción de los consumidores a nivel mundial al producirse con precios menores porque los productos se elaboran en lugares con mayores ventajas en cuanto a costos.

- **Cambios culturales**

- Se cambia del concepto de **IDENTIDAD NACIONAL** (dimensión espacial) al de **IDENTIDAD SEGÚN LOS MERCADOS** (dimensión funcional dada por la actividad de los mercados)

- Hacia una Homogenización Cultural con Diversidad

- Mayor acceso a Mercados : GATT

- Depende de los productos

Tecnológicos



Mayor

Primarios



Menor

- 
- Fácil radicación de empresas
 - Mayor acceso a *tecnologías*
 - Mayor flujo de *actividades financieras*
 - Demográfico: Mayor Aumento en Países Pobres
 - Migraciones hacia Países Ricos
 - Participación en la Riqueza
 - Menos del 10% de la población mundial controla el 65% de la riqueza mundial



- **OTRA VISIÓN**

- **GEORGE YIP realizó un análisis en 1989, e identificó impulsores y palancas.**

IMPULSORES DE MERCADO

- Nivelación del ingreso per cápita entre naciones industrializadas
- Nivelación de estilos de vida y gustos (Mc Donald's)
- Viajes crean consumidores globales
- Marcas mundiales (Coca Cola)
- Publicidad global (el mismo mensaje publicitario)
- Canales globales (Pool de compras de cadenas de supermercados)

IMPULSORES DE COSTO

- Lograr economías de escala
- Innovación tecnológica acelerada
- Avances en transportes
- Surgimiento de países industrializados con MO barata
- Costo creciente en desarrollo de productos (vs. Costo de vida en mercado)

IMPULSORES GUBERNAMENTALES

- Reducción de barreras arancelarias (acuerdos de libre comercio).
- Reducción de barreras no arancelarias
- Formación de bloques
- Privatización de industrias en distintos gobiernos
- Transformación de economías cerradas (comunistas) en abiertas
- Compatibilización de normas técnicas entre países

IMPULSORES COMPETITIVOS

- Aumento del volumen del comercio mundial.
- Aumento de propiedad de las corporaciones por adquirentes extranjeros.
- Nuevos competidores globales (automotriz japonesa).
- Redes globales en industrias particulares (electrónica)
- Alianzas estratégicas globales

OTROS IMPULSORES

- Revolución informática y comunicaciones
- Globalización de mercados financieros
- Mayor facilidad para viajes comerciales
- Cadenas hoteleras internacionales

PALANCAS DE LA ESTRATEGIA GLOBAL

- Participación en Mercado Global
- Productos Globales
- Ubicación Global de Actividades
- Marketing Global
- Medidas Competitivas Globales

Proceso de una PYME

- Desarrollo local y/o regional
- Desarrollo Nacional
- Internacionalización de sus negocios
- Globalización de sus actividades