

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR.

DESLOCALIZACIÓN EMPRESARIAL

OPCIÓN DE GRADO II

CATHERINE LOZANO
LINA CORTES
GABRIEL FARFAN

25/ Abril / 2013

La deslocalización empresarial son las sociedades que se trasladan su empresa a otros Estados reduciendo generalmente sus costes, bajando sus precios y ganando capacidad para seguir invirtiendo.

DESLOCALIZACIÓN EMPRESARIAL

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|---|----|
| <u>INTRODUCCIÓN</u> | 3 |
| <u>PROBLEMA</u> | 4 |
| <u>IDENTIFICACIÓN</u> | 5 |
| <u>HIPÓTESIS</u> | 5 |
| <u>OBJETIVO GENERAL</u> | 6 |
| <u>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</u> | 7 |
| <u>MARCO CONCEPTUAL:</u> | 8 |
| <u>Subsidiarias:</u> | 8 |
| <u>Multinacional:</u> | 8 |
| <u>Holding:</u> | 8 |
| <u>Economía de escala:</u> | 8 |
| <u>MARCO TEÓRICO</u> | 9 |
| <u>LA DESLOCALIZACIÓN:</u> | 9 |
| <u><i>Las causas de este proceso suelen ser la búsqueda de:</i></u> | 10 |
| <u><i>Las consecuencias de la deslocalización pueden ser:</i></u> | 10 |
| <u>Evolución de la deslocalización.</u> | 11 |
| <u>Esto es lo que se presenta en la actualidad:</u> | 11 |
| <u>Consecuencias de la deslocalización actual:</u> | 12 |
| <u>DESLOCALIZACIÓN EMPRESARIAL</u> | 15 |
| <u>Quién es Leonisa</u> | 17 |
| <u>Juan Valez</u> | 18 |
| <u>Alpina</u> | 20 |
| <u>La empresa Alpina Colombiana piensa poner una planta en Perú</u> | 21 |
| <u>Éxito</u> | 22 |
| <u>METODOLOGÍA</u> | 23 |
| <u>La investigación es descriptiva:</u> | 23 |
| <u>ANEXOS</u> | 25 |
| <u>CONCLUSIONES</u> | 27 |
| <u>BIBLIOGRAFÍA</u> | 28 |

INTRODUCCIÓN

La deslocalización empresarial surge como una opción estratégica en la cual se pueda competir tanto a nivel nacional como a nivel internacional, generando que deje de ser un complemento de la actividad de la empresa y se convierta en una dimensión global, debido a que es un movimiento de empresas de un terreno a otro en este caso entre países, el cual es un elemento más para conseguir una ventaja de productividad, que pueda llegar a convertirse en una necesidad urgente en entornos altamente competitivos.

Como consecuencia cabe considerar la deslocalización desde dos puntos de vista: la empresarial y multinacionales o subsidiarias asociadas de forma general con la emigración de líneas de producción, plantas completas y las de actividades, relacionadas con los cambios acontecidos en la dimensión de actividades productivas de los diferentes sectores económicos.

PROBLEMA

¿Dar a conocer el concepto sobre el tema de la deslocalización, debido a que hay muy poco conocimiento sobre este?

IDENTIFICACIÓN

Frente a esto se podría afirmar que hace falta información sobre la deslocalización en las personas debido a que ni los medios de comunicación, ni la educación transmiten conocimiento del tema.

DESLOCALIZACIÓN EMPRESARIAL

HIPÓTESIS

Más que una investigación es un conocimiento que se piensa expandir a las personas por medio de la información con la cual se cuenta.

DESLOCALIZACIÓN EMPRESARIAL

OBJETIVO GENERAL

Generar conocimientos e información a la sociedad sobre la deslocalización empresarial, debido a que las personas no conocen nada sobre este tema.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer un orden que permita elaborar de forma eficiente y eficaz el proceso a seguir para hacer una buena investigación.
- Identificar las características de la deslocalización y establecer las diferencias entre los diferentes tipos de deslocalización empresarial.
- Generar un tema innovador con el fin de dejar conocimiento en las personas sobre la deslocalización, de forma clara y útil.

MARCO CONCEPTUAL:

Subsidiarias:

Una subsidiaria, en negocios, es una entidad controlada por otra entidad. La entidad controlada es llamada empresa, corporación o sociedad de responsabilidad limitada y la entidad que controla es llamada holding (literalmente compañía madre o padre). La razón de esta distinción es que una compañía por sí sola no puede ser subsidiaria de una organización. Solo una entidad representando una ficción legal como una entidad separada puede ser una subsidiaria. Si bien los individuos tienen la capacidad para actuar por su propia iniciativa, una entidad de negocios sólo puede actuar a través de sus directores, oficiales y empleados.

Multinacional:

Las empresas multinacionales son las que no sólo están establecidas en su país de origen, sino que también se constituyen en otros países, para realizar sus actividades mercantiles tanto de venta y compra como de producción en los países donde se han establecido. Las multinacionales están en capacidad de expandir la producción y otras operaciones alrededor del mundo.

Holding:

Es una compañía que controla las actividades de otras mediante la propiedad de todas o de una parte significativa de sus acciones. El principal de los beneficios económicos de este tipo de estructura empresarial es el de la eficiencia fiscal

Economía de escala:

La economía de escala se refiere al poder que tiene una empresa cuando alcanza un nivel óptimo de producción para ir produciendo más a menor coste, es decir, a medida que la producción en una empresa crece (zapatos, chicles, bastones, cajas de cerillas...), sus costes por unidad producida se reducen. Cuanto más produce, menos le cuesta producir cada unidad.

DESLOCALIZACIÓN EMPRESARIAL

MARCO TEÓRICO

LA DESLOCALIZACIÓN:

Se define como un desplazamiento de producción de unos terrenos a otros o a un movimiento que realizan algunas empresas, generalmente multinacionales, que trasladan sus centros de trabajo en países desarrollados a países con menores niveles de protección social, con legislaciones laborales poco avanzadas socialmente, con salarios menores y poco exigentes en la conservación del entorno es decir, a países subdesarrollados o en "vía de desarrollo". La deslocalización es uno de los problemas y oportunidades causados por la globalización económica.

Se enmarca en el contexto socioeconómico, ligado o como consecuencia, de la Globalización Mundial. No es un proceso actual, ya en las décadas de los 70 y 80, las grandes marcas comenzaron a deslocalizar su producción, en busca de salarios más bajos y mayores beneficios. Pero no es hasta la década de los 90 cuando la progresiva liberalización del comercio internacional, con la reducción de los costes aduaneros y fiscales y el abaratamiento de los costes de transporte y comunicación, dieron un gran impulso a los fenómenos de las deslocalizaciones y externalizaciones a diferentes regiones.

El término "deslocalización" industrial o empresarial comienza a usarse en los años ochenta en nuestro país, en la época de las reconversiones industriales de sectores como el textil, metal y otros. Este no es un fenómeno nuevo, era una situación ya conocida; lo novedoso es que a finales del siglo XX adquiere una nueva dimensión, y por tanto una resonancia social y política superior. A todo ello debemos añadir que, hasta los ochenta muchas empresas trasladaban producción e invertían en el estado español, y algunas se deslocalizan, mientras que, desde hace unos años el fenómeno se invierte, y son las empresas españolas las que invierten en países terceros y algunas se deslocalizan.

La deslocalización es el paso de un producto de terrenos que generalmente es utilizado para empresas multinacionales; por otro lado puede traer problemas como también oportunidades. Este término se utiliza desde los años 80 en la época de las reconversiones industriales de sectores como el textil, el metal y otros. Esta novedad no era nueva sino que la empezaron a destacar en el siglo XX. En los años ochenta invertían mucho para España todas las empresas que querían deslocalizarse.

Se da en España principalmente y se expande a países europeos, esto trae salarios bajos y mayores beneficios, reducción de costos aduaneros y fiscales, los costes de transporte y de comunicación salían más baratos para la empresa que se estaba deslocalizando.

Las causas de este proceso suelen ser la búsqueda de:

Causas Menor coste de la mano de obra.

Legislaciones menos estrictas con la protección del medio ambiente y la lucha contra la contaminación, la inutilización de tierras, etc.

Condiciones de trabajo más flexibles, que permitan menos seguridad en el trabajo, mayor jornada laboral, etc.

DESLOCALIZACIÓN EMPRESARIAL

Entre las causas de la deslocalización no debemos buscar la falta de rentabilidad de las empresas, ya que la mayoría de ellas obtiene beneficios: su motivación es más bien aumentar sus beneficios a cualquier precio.

Las consecuencias de la deslocalización pueden ser:

Aumento de la desocupación en el país de origen.

Creación de empleo de baja calidad en el país de destino.

Contaminación y destrucción del medio ambiente, al carecer el país de destino de controles ambientales o de sensibilidad para evaluar los daños apropiadamente, lo que puede causar sequías, desertificación, abuso de la explotación de recursos, aumento de la producción de residuos, etc.

"Efecto dominó" en la competencia: para poder competir con la empresa deslocalizada, su competencia debe imitar sus métodos.

Reducción de la calidad del producto final, al ser realizado por personal menos cualificado o en peores condiciones laborales.

| VENTAJAS | DESVENTAJAS |
|---|---|
| Aumento del empleo en el país de destino | La oferta de trabajo: disminuye muchos empleos en el país de origen, y aumentándole en el país para donde va a trasladar la empresa |
| Creación de empleo especializado en el país de origen | Efecto sobre la productividad: las nuevas empresas son de menores costes, aumenta el trabajo de los empleados y esto genera mayor productividad |
| Disminución de la contaminación y destrucción del medio ambiente en el país de origen | Precios: ellos hacen ofertas con menores precios sabiendo que el salario de los trabajadores son inferiores |
| Mejor reparto de la riqueza a nivel mundial: los países pobres tienen oportunidades que no tendrían si las fábricas estuviesen solo en los países ricos | Competencia produciría para el país que se va a trasladar con las empresas que en este estén constituidas. |

DESLOCALIZACIÓN EMPRESARIAL

Evolución de la deslocalización.

A finales de los noventa nace un nuevo patrón de deslocalización, cuyos rasgos característicos cambiaron radicalmente. Uno de ellos fue la dirección de las deslocalizaciones que tienen mayor complejidad; por otro lado ya no se tiene un solo único origen (país desarrollado) un destino (país menos desarrollado y los posibles destinos de las IED inversiones extranjeras directas) y se amplían surgiendo localizaciones de la producción.

Esto es lo que se presenta en la actualidad:

Tecnología Información y Comunicación y deslocalización

El uso de las TIC's permite modernizar la economía y mejorar la productividad. Facilita el ingreso de un nuevo equilibrio entre la flexibilidad para las empresas y la seguridad para los trabajadores como base de una moderna organización de trabajo. Las TIC's permiten la deslocalización de tareas hacia otras partes del mundo así generando facilidad y menor costo de su actividad.

Implicaciones económicas

La deslocalización conlleva grandes implicaciones económicas tanto favorables como desfavorables para el país que acoge a las compañías que inician su deslocalización, una de las que lo favorecen son el descenso de los precios en los productos industriales a nivel mundial, al ahorrarse las empresas muchos costes en mano de obra. Pero contrata con la disminución considerable en el pago por trabajo debido a que las empresas entran a competir con la economía del país que los recibe, con sus cotizaciones sociales y laborales. La deslocalización no devasta plenamente la economía de ningún sector industrial.

Implicaciones sociales para los dos países:

| | |
|---|---|
| País receptor | Empresa a deslocalizar + país origen |
| Mejor oportunidad para adquirir empleo | Desorden económico y desempleo masivo |
| Aumento salarial para los empleados | Aumento en ingresos |
| Aumento de ingresos para el país en cuanto a las exportaciones | Desconfianza de proveedores. |
| Adquisición de niveles más altos, en cuanto a la capacitación y especialización de los empleados. | Mejora en las comunicaciones. |
| Aumento competitivo en las relaciones personales. | Aumento tecnológico en cuanto a la comunicación |

DESLOCALIZACIÓN EMPRESARIAL

Implicaciones jurídicas

Al darse la deslocalización en los países desarrollados estos emigran a países subdesarrollados donde las leyes de conservación y multas no son tan rígidas como en los países de origen permitiendo a éstos el libre distorsionamiento del ambiente. Además los impuestos del nuevo mercado le son más favorables por su bajo costo.

¿De acuerdo? si o no ¿Por qué?

La deslocalización dependiendo en qué país se desarrolle puede tener grandes beneficios para el país de origen o el país receptor debido a que las políticas legales de construcción, de adquisición de productos, de la economía interna del país pueden ser más rentables para el libre crecimiento de la empresa.

Ventajas en el sector tecnológico debido a que los productos de tecnología son más fáciles de adquirir por los sectores educativos menos favorables en su economía. Ventajas económicas en el aumento de los ingresos de exportación, creación de empleo, salarios más altos, igualmente ventajas sociales pues permiten a los trabajadores adquirir un mayor nivel de cualificación y especialización a la par con la mejora de la competitividad de los recursos humanos y mejora en las tecnologías de la información.

Consecuencias de la deslocalización actual:

Principales países donde se centra en la actualidad la deslocalización:



fuelle: ecobachillerato.com

Como se puede apreciar en el mapa, la deslocalización se centra:

- En Europa principalmente en la Europa del Este, lo que actualmente conocemos como repúblicas ex-soviéticas, Rusia e Irlanda.
- En el Continente Asiático se centra especialmente en China, India, Filipinas, Tailandia y Malasia.
- En el Continente Africano solo apreciamos que la deslocalización se ha extendido por Sudáfrica, ya que este continente cuenta con infraestructuras ni estabilidad política en sus gobiernos, que son requisitos indispensables para que se desarrolle la deslocalización en un determinado país.
- En Norteamérica destacamos Canadá

DESLOCALIZACIÓN EMPRESARIAL

- *En Centro América y Sudamérica cabe destacar México y Brasil respectivamente, que suelen ser destinos preferentes a países africanos porque cuentan con infraestructuras y la mayoría, con estabilidad política. (página de internet).*

La deslocalización puede dar lugar a dos situaciones básicamente:

Que las empresas cierren completamente sus plantas productivas en el país originario (y más desarrollado)

Que las reduzcan a un nivel meramente representativo

En los dos casos los efectos son muy similares, siendo su principal diferencia la dimensión de los mismos. Una inversión nueva en un país determinado implica una desinversión en el país de origen. Por eso, los efectos del país de origen son opuestos a los del país de destino. El principal problema social derivado de la deslocalización en el país de origen es el desempleo generado por el cierre de la planta, o al reducir la producción de las mismas.

.La deslocalización, supone, a grandes rasgos, una pérdida de empleos manufactureros a favor de un socio comercial, y se identifica con la posible desindustrialización derivada de la apertura a la competencia internacional

Las consecuencias para la economía española y en particular para la industria pueden ser muy importantes. España se ha industrializado fundamentalmente gracias a la inversión extranjera, de forma que hoy el empleo industrial bajo control externo posiblemente supere el 50% (y puede llegar al 100% en sectores como la automoción) frente al 6% en Alemania, el 12% en EE UU e Italia y el 28% en Francia.

La entrada de capitales y tecnología fue muy favorable para la economía española, pero ha creado una dependencia excesiva de las empresas extranjeras que conlleva un riesgo, pues sus gestores tienen menos escrúpulos para deslocalizar que en las empresas autóctonas, aunque éstas también lo hagan, sobre todo las de bajo valor añadido como la textil, de confección y el calzado.

Hace tiempo que la industria viene perdiendo peso en la economía. Ha pasado de representar el 26,5% del PIB en 1980 al 17% en el 2003, caída bastante mayor que la de la industria francesa en el mismo periodo (del 20,5% al 14%). Es posible que algo se deba a que las empresas industriales han externalizado la gestión de gran parte de sus servicios administrativos, informáticos, etcétera, que antes aparecían en las estadísticas industriales.

En todo caso hay que evitar caer en la utopía de una sociedad posindustrial en la que las empresas de servicios reemplazarían a las industriales como éstas lo han hecho con las agrícolas. La industria es, y seguirá siendo, el vector principal de la innovación y el avance tecnológico, indispensables para la productividad y la competitividad, aparte de que muchos servicios, y de los más importantes, están relacionados con la industria.

Debe ser, pues, motivo de preocupación el hecho de que en el periodo 1996-2003 la productividad aparente en la industria (medido el empleo por la EPA) ha permanecido prácticamente estancada, a pesar de que la inversión en equipo creció en esos años casi el doble que el PIB. Esa baja productividad no favorece la competitividad ni la

DESLOCALIZACIÓN EMPRESARIAL

rentabilidad de las empresas industriales, que acabarán siendo buenas candidatas a la deslocalización.

Era de temer que muchos de los puestos de trabajo en la industria en España que se habían recibido del extranjero acabasen volviendo fuera, pero había cierta seguridad de que el empleo en los servicios estaban protegidos de la competencia exterior. Sin embargo, la lógica que se aplicó a la deslocalización en la industria -la reducción de costes a que obliga una competencia implacable- ha llevado a muchas empresas a extenderla a los servicios ahora que gran parte de la información está digitalizada, que las comunicaciones internacionales son baratas y que el nivel educativo de muchos países en desarrollo ha mejorado notablemente.

Hasta ahora este proceso es marginal en España y se limita a los servicios de bajo valor añadido, pero está llamado a crecer como en otros países. La mundialización de la tecnología de la información es inexorable y muchas empresas recurren a la deslocalización acuciadas por la competencia.

Los países receptores de este proceso se hacen más productivos, creando riqueza de la que se beneficia la economía mundial. Lo que en ningún caso se debe hacer es subvencionar o proteger los puestos de trabajo que se puedan perder hoy, pues serán sustituidos por otros con más valor añadido si se hacen las adaptaciones adecuadas. Para ello habrá que desplazar continuamente el frente tecnológico, de forma que si ya no somos competitivos con la tecnología de ayer e incluso con la de hoy, inmediatamente accesible a nuestros competidores, lo podamos ser con la tecnología de mañana mediante un esfuerzo permanente de investigación e innovación.

Se puede observar que la deslocalización actual tiene dos efectos que son:

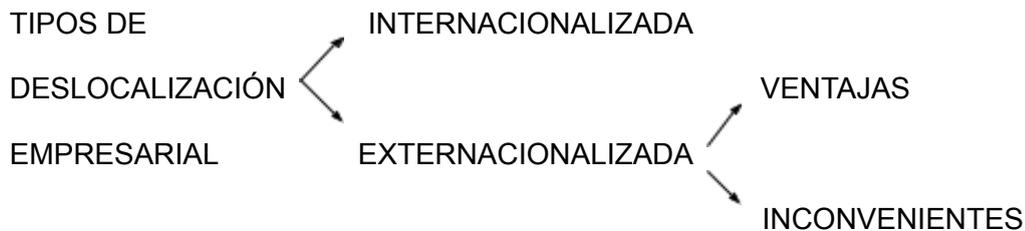
Que las empresas cierren sus plantas productivas en el país originario, o que las reduzcan en un nivel meramente representativo, tiene como consecuencia de que la deslocalización en el país pueda generar desempleo por el cierre de planta, o al reducir la producción de las mismas, y se identifican con la desindustrialización derivada de la apertura a la competitividad internacional. El cuál la economía Española es una de las principales competencias porque se ha industrializado gracias a la inversión extranjera.

El capital y la tecnología han favorecido una gran dependencia a las empresas extranjeras ya que tienen menos posibilidades para deslocalizar que en empresas autóctonas. La industria es la innovación principal del avance tecnológico para la productividad y la competitividad de las empresas de diferentes países. La industria en España que se había recibido del extranjero se había regresado, pero gracias a la seguridad del empleo en los servicios estaban protegidos a la competencia exterior, la idea que se llevó a cabo en la deslocalización en la industria fue la reducción de costes para así tener una competencia implacable que ha generado a muchas empresas a tener una gran expansión de servicios que tiene gran parte de la información, las comunicaciones internacionales son de menor costos y que el nivel educativo de los países ha mejorado su desarrollo notablemente. Este es uno de los procesos en España que se limita a los servicios de un bajo valor, lo cual hace que las empresas recurren a la deslocalización acuciada por la competencia. Y por último los países receptores de estos procesos se hacen más productivos, creando riquezas que benefician a la economía mundial.

DESLOCALIZACIÓN EMPRESARIAL

DESLOCALIZACIÓN EMPRESARIAL

La deslocalización empresarial es el traslado de actividades productivas de países industrializados a países en desarrollo, con el propósito de reducir costos laborales, debido a que el costo es inferior al del país origen y así poder conseguir una mejor competitividad en el mercado ya que con esto pueden disminuir o aumentar la venta de sus productos.



La deslocalización internacionalizada es aquella en que la producción está en manos de una empresa filial de otro país, también llamada intraempresarial donde se crearían filiales de la empresa propia en el extranjero.

La deslocalización externacionalizada se trata de la subcontratación de un servicio a otra empresa o un proveedor es muy útil para el crecimiento y diversificación de la empresa por diferentes lugares.

Las decisiones de que una empresa deslocalice sus plantas productivas de su destino concreto depende de varias causas:

- Los costes laborales: Consisten en la reducción de costes laborales (mano de obra más barata), con el fin de aumentar los ingresos y conseguir mayores beneficios.
- La estabilidad política: Es un sistema político consolidado que garantiza la estabilidad de la empresa y desarrollo de sus funciones sin correr el riesgo de sufrir una crisis política.
- Confianza en las instituciones: Se basa en las buenas relaciones entre la empresa y las instituciones gubernamentales del país
- Carga impositiva: Es el país donde se pagan menos impuestos o los impuestos que se pagan son menores que los del país origen de esta forma aumentan los beneficios.
- Externacionalización de las actividades: Consiste en localizar las empresas en diferentes países con la finalidad de crecer la empresa por diferentes lugares.
- Transferencia de tecnologías: Es el proceso de incorporación a una unidad productiva de un conocimiento desarrollado fuera de ella, generalmente no es gratuita por lo que es un activo de propiedad privada que genera valor de cambio en el mercado.
- Concentraciones empresariales: Consiste en la asociación de empresas pueden obedecer a motivos técnicos, económicos o financieros tratando de controlar el mercado y lograr mayor poder frente a los competidores, donde existen dos clases de concentración Horizontal y Vertical. Donde la primera agrupa a empresas que producen el mismo producto y la misma fase de

DESLOCALIZACIÓN EMPRESARIAL

producción y la vertical reúne las empresas que producen el mismo producto pero en distintas fases de su elaboración.

- Cercanía al mercado: se basa en estar mejor localizado que la competencia y tener una mejor infraestructura, esto genera ventajas competitivas tanto en la distribución, comercialización y venta de productos, que deben ser aprovechadas por las diferentes empresas.

Otra de las causas en que las empresas buscan deslocalizarse es en los países con una legislación menos estricta con la protección del medio ambiente, contaminación, inutilidad de las tierras, mejores condiciones de rentabilidad y de competitividad. En el cual un factor importante es el nivel de infraestructura en el país receptor tanto en transporte y comunicaciones terrestres, aéreas y marítimas.

Las consecuencias de la deslocalización pueden ser:

- El aumento del paro en el país de origen: Es cuando al abandonar una empresa las personas que trabajan para esta se verían en paro, también aquellas que trabajan para empresa cuya producción depende exclusivamente de la empresa principal o deslocalizada, algunas veces este paro es muy elevado.
- Creación de empleo de baja calidad en el país de destino: En el país de empleo se contrata a personas con un sueldo muy inferior al que cobraban los empleados de la empresa antes de que se deslocalizara.
- Contaminación y destrucción del medio ambiente al carecer el país de destino de controles ambientales o de sensibilidad para evaluar los daños apropiadamente, lo que pueden causar sequías, desertificación.
- El efecto dominó es la competencia para poder competir con la empresa deslocalizada esta debe imitar sus métodos.
- La reducción de la calidad del producto final es producida por una persona menos cualificada o en peores condiciones laborales.

Por otro lado también hay dos situaciones básicamente en donde se pueden dar la deslocalización; Que las empresas cierren completamente sus plantas producidas en el país originado, y que reduzcan a un nivel meramente representativo. El principal problema social derivado de la deslocalización en el país de origen es el desempleo generado por el cierre de la planta, o al reducir la producción de las mismas.



DESLOCALIZACIÓN EMPRESARIAL

Leonisa

Leonisa es una marca que conoce a la mujer. Desde 1956 han creado soluciones innovadoras para fortalecer y divulgar la belleza íntima de la mujer. Durante estos años han establecido una relación profunda entre la ropa interior femenina y el alma de las mujeres latinas.

Para lograr esto, se han atrevido a dejar de lado las convenciones del mercado para acercarnos verdaderamente a la mujer y a sus expresiones más íntimas: sus actitudes, identidad, sensibilidad y amor propio.

Con esta innovadora visión, en Leonisa han cosechado logros en las áreas del diseño, la innovación y la calidad. Así mismo, han conseguido entender verdaderamente la esencia llena de pasión, entusiasmo y vibración de las mujeres latinas en diferentes países del mundo.

¿En qué países se encuentra Leonisa?

Leonisa se encuentra en Colombia, Bolivia, Perú, Venezuela, Ecuador, Panamá, Costa Rica, El Salvador, Nicaragua, Aruba, Puerto Rico, República Dominicana, Guatemala, México, Estados Unidos y en Europa pero la planta central de estas prendas está ubicada en España.

Historia de Leonisa

Se creó hace 50 años en la ciudad de Medellín Colombia, el 20 de Noviembre de 1956. Nace una sociedad comercial colectivo, denominada Jiménez Aristizábal & Cía. Confecciones Leonisa. Su propósito ha sido siempre satisfacer necesidades en ropa interior femenina.

En el año 1965 instala una planta de confecciones en Costa Rica para cubrir la demanda centroamericana.

En 1970 Leonisa es comercializada y expandida en 11 países.

En 1981 Aparece con mucho éxito comercial la línea Pantyform. Se establece una oficina en Chile, consolidando la presencia en América Latina.

En 1990 Leonisa llega a Europa y coordina desde España la distribución a todo el continente. Así mismo, se empieza a operar el Centro Mundial de Distribución.

En 1994 comienzan las exportaciones al Japón.

En 1997 Comercializan la ropa interior femenina en más de 20 países con una red de distribución propia.

El mercado internacional

Leonisa vende sus productos en más de 20 países, en 11 de los cuales tiene presencia directa por medio de distribuidoras propias. Las plantas de producción están ubicadas en Colombia y en Costa Rica. La primera distribuidora que se montó fue la

DESLOCALIZACIÓN EMPRESARIAL

de Puerto Rico en el año 1986, y la más reciente es la de República Dominicana. Para el 2001, la distribuidora que tiene más empleados vinculados de manera directa es la de Chile, mientras que la que más factura, alrededor de 10 millones de dólares anuales, es la de Puerto Rico.

Para analizar la presencia internacional de esta empresa se agruparon los países en los siguientes cuatro mercados: a. Centroamérica y el Caribe; b. Suramérica; c. Norteamérica; d. Europa.



Los años 60 fueron capitales para Carvajal. Inicio en Puerto Rico que fue su primera experiencia en mercados fuera de Colombia es cuando sale la editorial norma que es comercializada también por Argentina y México. No era tan reconocida a nivel internacional como ellos querían pero sí era reconocida a nivel nacional, realizó proyectos con editoriales internacionales.

Como era una de las mejores editoriales en Colombia, a la ciudad San Francisco le gustó lo que hacía y la contrataron para que hiciera un aviso publicitario en forma tridimensional que fue hecho para una de las mejores revistas de Estados Unidos.

De esta forma llegó a convertirse en el líder mundial del mercado en cuanto a ser la mejor editorial.

1961: fue un año clave para Carvajal, por primera vez operó una planta de artes gráficas en otro país. Puerto Rico, y se enfrentó a otras empresas gráficas de los Estados Unidos en un mercado fuertemente competitivo.

1970: Carvajal inicia operaciones con Costa Rica, Panamá, Nicaragua, Ecuador, Chile, México, Guatemala, e inicia un proceso de expansión por Latinoamérica.

Juan Valdez



Comenzó en el año 1959 en la ciudad de Antioquia Colombia, cuando la Federación Nacional de Cafeteros planteó la posibilidad de lanzar una campaña publicitaria para

DESLOCALIZACIÓN EMPRESARIAL

diferenciar al café colombiano en cuanto a sus orígenes y promover su consumo en el mercado internacional.

Los creativos de la agencia de publicidad contratada y los funcionarios de la Federación acordaron que dicha campaña, que se mantuvo a lo largo de las décadas del 60 y 70, resaltarán los aspectos que hacían del café colombiano un café de mayor calidad que el de otros orígenes.

Para lograr comunicar estos atributos fue necesario "trasladar" a los consumidores a Colombia, introduciéndolos en las ventajas relacionadas con la oferta ambiental colombiana - suelos volcánicos, café fresco producido todo el año, café de montaña producido en altura - y en la cultura cafetera colombiana.

Hacia comienzos de los años 80 el café colombiano estaba ya consolidado en la mente de los consumidores norteamericanos como un café de alta calidad. Fue en esta década cuando se le dio un impulso global a la campaña, la cual requería un símbolo gráfico de fácil identificación para los consumidores de diferentes continentes, que facilitará la compra del café colombiano.

En los años 90 se mantuvo el esfuerzo de promover el Café Colombiano como un origen superior y la utilización del Logo Tradicional a través de una campaña Marca-Ingrediente se extendió al resto del mundo, logrando crear una demanda específica para productos de Café 100% Colombiano y una clara diferenciación frente a otros orígenes.

El concepto de **Juan Valdez** ® nació en 1981, desarrollado por Doyle Dane Bernbach quien se inspiró en los cafeteros colombianos de antaño.

A partir del año 2002 se lanzó el concepto de Tiendas Juan Valdez Café en Colombia. La expansión de dicho negocio a otros países y la generación de productos innovadores con aplicaciones marcarias específicas, y el desarrollo de nuevas campañas publicitarias que apoyen el Segmento 100% colombiano en diversos mercados son parte fundamental de la nueva estrategia marcaria.

Sin embargo, con el tiempo Juan Valdez ® ha cautivado al mundo del café: con habilidad en mercadotecnia y globalización, Juan Valdez ® se conoce en todo el mundo, sobre todo en Norteamérica y España.

¿En qué países se encuentra Juan Valdez?

Juan Valdez se encuentra en Colombia, Ecuador, Panamá, Costa Rica, El Salvador, España, México y Estados Unidos.

Reconocimiento mundial

El concurso sobre íconos de la publicidad es uno de los más prestigiosos a nivel mundial en ese campo, por lo que el nombre de Juan Valdez y el café colombiano recibirán en los próximos días los beneficios de publicidad gratuita en los más prestigiosos medios de comunicación del mundo, empezando por un anuncio en el diario USA Today (uno de los patrocinadores del concurso) que cuenta con un tiraje de más de 5 millones de ejemplares.

DESLOCALIZACIÓN EMPRESARIAL

Este reconocimiento coincide con el primer aniversario de la tienda Juan Valdez en Nueva York, ubicada en la calle 57. Además, en el vistoso sector Times Square, este martes se estrenará una valla de ocho pisos con la imagen del cafetero más conocido del mundo.

Planes que se tiene para expandirse a más países

Este modelo integral garantiza que podamos ejecutar la estrategia comercial de ofrecer la experiencia Juan Valdez® Café en todas las ocasiones de consumo. Juan Valdez® Café actualmente está concentrando sus esfuerzos de expansión en diferentes países alrededor del mundo, sin embargo nuestros planes de expansión en su país pueden no ser inmediatos.

Así, se buscarán socios interesados en desarrollar un país completo con los tres canales comerciales a través de una alianza de riesgo compartido.

Alpina



Lo que hoy en día es Alpina

En el año 50 nació en los Andes colombianos una pequeña empresa dando como resultado los más exquisitos quesos y mantequillas de la región. Hoy Alpina es parte fundamental de la vida diaria de millones de personas y se ha convertido en una industria conocida no solo por su tradición, sino por la calidad de sus productos y su innovación. Alpina cuenta con 50 productos de diversas ramas: bebidas lácteas, bebidas refrescantes, alimentos dulces listos, quesos y leches. Son líderes en el competitivo y complejo mercado de alimentos en Colombia y hacen presencia en Ecuador, Venezuela, Centroamérica y el Sur de Norteamérica. Su preocupación siempre ha sido y será la de dar a sus clientes lo mejor en productos y servicios.

Historia

ALPINA nace a partir de la historia de dos hombres que, con su visión futurista, llegaron a nuestro país en 1945 procedentes de Suiza. Don Walter Goggel, emigró al Ecuador junto con su amigo Max Bazinger donde se dedicaron a la agricultura e iniciaron la fabricación de quesos y mantequilla, pero el trabajo no prosperó debido a lo incierto del mercado y a las precarias condiciones de agua y luz tan necesarias en la elaboración de productos de óptima calidad.

Juntos viajaron en búsqueda de zonas ricas para el acopio de leche. Conocieron el valle de Sopó y quedaron fascinados por su

Similitud con el paisaje suizo. Al ir hasta el pueblo, les surgió la idea de establecer una fábrica de quesos y mantequilla.

DESLOCALIZACIÓN EMPRESARIAL

En ese entonces compraban 500 botellas de leche y manualmente elaboraban el queso diario. Con el tiempo aseguraron un pequeño mercado y el número de botellas de leche procesadas por día aumentó rápidamente.

Alpina 1945 – 2003

- ✓ 1993: operaciones de comercialización en Venezuela.
- ✓ 1994: operación industrial de Venezuela con la compra de la planta.
- ✓ 1996: operación de comercialización en Ecuador.
- ✓ 2003: Creación del Área Internacional.
- ✓ 2003: Operación industrial en Ecuador, planta de Machachi.

Alpina 2003 2003-2005

- ✓ 2003: Creación de un PORTAFOLIO EXPORTABLE.
- ✓ 2003: Se logran exportaciones al Caribe y Centroamérica.
- ✓ 2004: Inicio de Ventas y Comercialización en U.S.A.

Alpina Internacional

- ✓ 2007, Se toma la decisión estratégica de contar con Operación Industrial Local Propia en U.S.A.
- ✓ 2007, Decisión Estratégica de continuar la expansión geográfica para la operación en un nuevo mercado.

La empresa Alpina Colombiana piensa poner una planta en Perú

Es una empresa colombiana que cuenta con 50 productos los cuales son: bebidas lácteas, bebidas refrescantes; alimentos dulces listos, quesos y leches. Cuenta con presencia en Ecuador, Venezuela, Centroamérica y el Sur de Norteamérica.

Según el comercio, Alpina considera que el consumo de productos alimenticios en el Perú tiene un tamaño adecuado como para invertir en una planta de producción. Perú es un mercado muy interesante, con un tamaño adecuado para hacer inversiones de planta en el futuro y es algo que tenemos contemplado. Pero el tiempo lo va a marcar el consumidor peruano, en la medida en que nuestro negocio vía exportaciones alcance un volumen adecuado y el consumidor reaccione aceptando las propuestas de valor que estamos trayendo", adelantó Gregorio Restrepo, gerente de Negocios Internacionales de Alpina.

Actualmente, Alpina tiene presencia en el mercado peruano desde mayo con avenas listas para tomar y una compota para bebés endulzada con sacarosa, de los cuales ingresaron dos contenedores, de manera inicial. Su crecimiento ha sido positivo (hasta un 25% mensual) lo que entusiasma y se espera que ese crecimiento al final del año reporte hasta \$300,000 en ventas.

Éxito



Cuentan con 47 almacenes EXITO, 46 almacenes Ley, 12 supermercados POMONA y 2 tiendas Q'precios repartidos en 35 municipios colombianos, que conjuntamente sobrepasan los 330 mil m² de área de ventas, generan cerca de 43 mil empleos entre directos e indirectos. En estos almacenes pasan cada año más de 140 millones de personas. Así mismo, poseen sedes administrativas en las ciudades de Envigado, Bogotá, Cali y Barranquilla; y centros de distribución en las principales ciudades del país.

Abril: La revista América Economía eligió a Almacenes Éxito S.A. como una de las "100 Empresas Competitivas Latinoamericanas Globales" al lograr un grado de competencia internacional en los mercados locales.

El éxito empieza como empresa cuando el señor Gustavo Quintero decidió tomar la decisión de hacer una empresa de retazos. Fue así como empezó a surgir éxito en toda Colombia.

Esta empresa empieza en Medellín y se distribuye por varias ciudades del país empezando por Bogotá, Cali, Popayán, pasto, Ibagué, Neiva, Villavicencio. La empresa es una de las mejores de Colombia.

METODOLOGÍA

La investigación es descriptiva:

Su objetivo es describir el estado, las características, factores y procedimientos presentes en fenómenos y hechos que ocurren en forma natural, sin explicar las relaciones que se identifiquen.

La metodología que se va a usar es:

- I. Se hará una investigación profunda del tema.
- II. Se realizarán entrevistas a personas como: profesores de economía, administración de empresas, de negocios internacionales, finanzas o a personas que sepan del tema.

Tipos de preguntas

Se plantearon preguntas abiertas y con única respuesta.

Preguntas:

Objetivo de la entrevista

“Establecer qué nivel de conocimiento tiene las personas sobre la deslocalización”

1. ¿Qué significa la palabra subsidiarias?
 - a) Es una entidad controlada por otra.
 - b) Una entidad controladora.
 - c) Una entidad que actúa solo por sus directores.
 - d) Ninguna de las anteriores.
2. Las empresas multinacionales son las que:
 - a) Son capaces de expandir la producción.
 - b) Se encargan de producir.
 - c) Están establecidas no solo en su país de origen, si no también se constituyen en otros países.
 - d) Ninguna de las anteriores.
3. ¿Qué significa la palabra holding?
 - a) Beneficio económico.
 - b) Compañía que controla las actividades de otras.

DESLOCALIZACIÓN EMPRESARIAL

- c) Acciones.
 - d) Ninguna de las anteriores.
- 4. Usted cómo podría definir la deslocalización
 - 5. Porque cree usted que existe la deslocalización empresarial.
 - 6. Conoce empresas que ya se han deslocalizado.
SI NO ¿CUALES?
 - 7. Cree usted que es favorable la deslocalización.
 - 8. Donde y en qué año se originó la deslocalización.
 - a) Europa, años 70 y 80.
 - b) Europa, años 50 y 60.
 - c) España, años 70 y 80.
 - d) Ninguna de las anteriores.
 - 9. Qué opina sobre la deslocalización.
 - 10. Porque cree usted que se usa el término de deslocalización.
 - 11. Se realizará análisis de las entrevistas
- III. Se darán resultados de las entrevistas hechas y de la investigación.

ANEXOS

La gente opina

Leticia Serrano. Estudiante de 2º de Bachillerato de Ciencias de la Naturaleza

Por una parte me parece bien porque si a las empresas les sale muy cara la mano de obra y nos sale rentable y es una forma de aumentar los beneficios me parece comprensible. Pero por otra parte, también pienso en la gente que se queda sin trabajo por la deslocalización de la fábrica en la que trabajaba y todo por aumentar los ingresos de esta fábrica y reducir sus costes de producción.

Laura Josa. Licenciada en Administración y Dirección de Empresas

Mi opinión es que las empresas quieren ahorrar costes haciendo eso, porque la mano de obra es más barata. Pero no sé hasta qué punto les compensa puesto que necesitan tener un departamento encargado de la formación de esa mano de obra, que en principio no está cualificada. Así que lo que se ahorre en costes salariales, tienen que invertirlo luego en la formación de los trabajadores y en construcción y buen acondicionamiento de la planta. En resumen, estoy a favor de que la industria se lleve hasta los países en vías de desarrollo precisamente para potenciar eso, su desarrollo pero no porque a las empresas les interese o les reporte beneficios económicos porque en ese caso me parece una forma de explotación.

Luis Femia. Departamento de Tráfico, Ventas y Expediciones de Opel (GM)

Llevo veintitrés años trabajando para una multinacional del sector automovilístico, por lo que estoy muy sensibilizado con todo lo acontecido en este tema. Pienso que la deslocalización pone en peligro los puestos de trabajo de las millones de personas que trabajamos en las multinacionales con sede en países desarrollados. Por ejemplo, en el sector automovilístico muchas multinacionales están tomando la determinación de trasladar sus empresas a países del Este, de la antigua Unión Soviética, donde la mano de obra es más barata. En definitiva, estoy en contra de la deslocalización.

Marisol Julve. Profesora de Instituto de Inglés y alemán

Me parece mal porque se aprovechan del subdesarrollo de estos países explotando a las mujeres y a los niños por sueldos miserables durante largas jornadas. Ahí tienes el ejemplo de marcas como Niké que tiene sus mayores empresas en países subdesarrollados, como por ejemplo, Tailandia donde la mano de obra es barata y los impuestos son más bajos, pero posteriormente aquí son vendidos como artículos de lujo, así que, nosotros somos los capitalistas y explotadores.

Otra cosa es que estas empresas no pagan impuestos en España, o sea, esta deslocalización no favorece a nadie, ni a ellos ni a nosotros, solo a cuatro multinacionales. Esto es la realidad.

Santiago Alcalá - Profesor de Instituto de Geografía e Historia

Lo primero que tenía que preguntarte es: de las personas a las que has consultado, ¿Alguien está de acuerdo con la deslocalización? Estoy en contra de la deslocalización porque generalmente lo llevan a cabo las multinacionales con el único objetivo de aumentar los beneficios y no les importa el factor humano, es decir, la gente, ya que piensan únicamente en las ganancias.

Se deslocalizan hacia países subdesarrollados, y aunque una de las causas supuestamente de la deslocalización es que buscan estabilidad política e institucional, en parte se deslocalizan a estos países porque son países con unas leyes y un sistema político débil para poder tener la posibilidad de realizar sobornos y todo tipo de

DESLOCALIZACIÓN EMPRESARIAL

chanchullos para mejorar las relaciones con los dirigentes políticos y para facilitar el acomodamiento de la empresa en el País. (Página de internet).

CONCLUSIONES

- Estamos generando conocimiento sobre el tema a la sociedad que nos rodea.
- Las empresas se están deslocalizando para reducir los costes laborales, etc.
- Las empresas se pueden asociar por motivos financieros, económicos y técnicos para una mejor competitividad.
- El tema de deslocalización es muy importante y extenso debido a que las empresas tienen muchos motivos para trasladar sus plantas a otro país.

BIBLIOGRAFÍA

Autor: Luis Carlos Femia, Título: **“LA DESLOCALIZACIÓN”**, [en línea], disponible en: www.ecobachillerato.com, recuperado: 23 de abril del 2009.

“Consecuencias de la Deslocalización” [en línea], disponible en: http://www.ecobachillerato.com/trabajosecono/deslocalizacion/pagina_nueva_5.htm

http://www.ecobachillerato.com/trabajosecono/deslocalizacion/pagina_nueva_5.htm

http://www.observatoriodeltrabajo.org/nueva/web/index.asp?pagina=134&idioma=1&en_torno=

<http://es.wikipedia.org/wiki/Deslocalizaci%C3%B3n>

<http://iei.ua.es/dokuwiki/doku.php?id=deslocalizacion>

http://app.igape.es/prensa/modif_ver_pdf.asp?pdf=LZLX-6964

<http://www.casaasia.es/pdf/709041821251094574085991.pdf>

http://www.elcriterio.com/revista/ajoica/contenidos_2/toral_pla.pdf

http://www.tecnociencia.es/especiales/deslocalizacion_empresarial/1.htm

http://www.ogasun.ejgv.euskadi.net/r51-19220/es/contenidos/informacion/estudios_publicaciones_dep/es_publica/adjuntos/INFOEJE55.pdf

<http://www.leonisa.com/webapp/Servlet?node=015003&treeManagerId=1&treeId=1>

http://dspace.icesi.edu.co/dspace/bitstream/item/804/1/Internacionalizacion_Leonisa_empresa%20colombiana_ropa_interior.pdf

<http://www.carvajal.com.co/historia/historia-frameset.htm>

<http://almacenesdecadena.blogspot.com/2007/11/exito.html>

<http://www.juanvaldezcafe.com/procafecol/productos/default.asp>

<http://www.juanvaldezcafe.com/procafecol/mapa/>

http://www.bibliotecapiloto.gov.co/bib_virtual/Juan.htm

<http://www.cafedecolombia.com/comercializacion/marcasregistradas/historia.html>

<http://industrias-alimentarias.blogspot.com/2008/09/alpina-de-colombia-piensa-poner-una.html>

<http://www.businesscol.com/directorio/index.php3?more=483>

DESLOCALIZACIÓN EMPRESARIAL

<http://download.microsoft.com/download/6/d/2/6d235535-c0ea-45cb-8104-3b653c426e96/Alpina.pdf>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Subsidiaria>

http://es.wikipedia.org/wiki/Compa%C3%B1%C3%ADa_multinacional

[http://es.wikipedia.org/wiki/Conglomerado_\(econom%C3%ADa\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Conglomerado_(econom%C3%ADa))