

Marketing Internacional Curativo: Nuevo Enfoque en el Campo

Por Michael Czinkota

Parte 2

Las empresas se han beneficiado sustancialmente del marketing internacional. Con un mayor alcance del mercado y muchos más clientes, las empresas en el mercado internacional producen más y trabajan más eficientemente que sus contrapartes del mercado local. Como resultado de lo mencionado, las empresas internacionales logran establecer menores costos y, al mismo tiempo, un mayor margen de ganancias tanto en el mercado local como internacional. La diversificación y estabilidad del mercado que surge de la independencia de las empresas de un mercado en particular, constituye otro punto a favor. Las empresas también aprenden de sus competidores, lo cual permite que sus gerentes sean más sensibles y receptivos frente a los diferentes ambientes, por lo tanto, esto los prepara para el cambio y las nuevas competencias. Además, las actividades globales permiten que las empresas contraten y desarrollen los mejores talentos alrededor del mundo, lo cual presupone una ventaja en recursos humanos. El efecto acumulativo de estas dimensiones es mayor. Las investigaciones han demostrado que las empresas de todos los tamaños y en todas las industrias que emplean el marketing internacional superan ampliamente a sus contrapartes que se dedican exclusivamente al mercado local. Asimismo, sus ventas aumentan el doble de rápido y presentan mayores resultados sobre el capital y los activos.

Los trabajadores también se benefician de las actividades de marketing internacional. En promedio, las empresas internacionales de todos los tamaños pagan mayores salarios que las compañías de mercados locales. En vista de su mayor rendimiento y longevidad, la seguridad en el trabajo es sustancialmente mayor en las plantas de ventas internacionales que en las compañías locales. Controlados por el escrutinio de los medios globales, las empresas internacionales se han convertido en grandes actores de responsabilidad social, lo cual presupone un beneficio para sus empleados alrededor del mundo. Nunca antes los trabajadores se han beneficiado en tal grado de los reglamentos benevolentes implementados por las corporaciones, cuyas sedes se encuentran muy lejos de su localidad. Por ejemplo, las buenas condiciones globales de trabajo impuestas por Nike para sus subcontratistas, o por Kmart, para sus distribuidores, son ejemplos únicos en la historia.