Historia Económica Mundial

Profesor Claudio Castro

Tema: Los BRIC.

Los Grupos Gerdau y Tata

Trabajo Práctico Nro. 3

Texto: *Bric. Gigantes Emergentes*, Sebastián Vigliero y Claudio Castro (Compiladores).

Parte del libro a analizar: **Capítulo 5: Los grupos económicos del mundo emergente (pp. 192-193); Capìtulo 7: La internacionalización del Grupo Gerdau** (José Lannes); **Capítulo 8: Empresas transnacionales de países emergentes: el caso del Grupo Tata** (Andrea Goldstein).

Este TP tiene el objetivo de analizar la evolución de grupos económicos provenientes de Brasil y la India, su vinculación con algunas etapas de la historia económica mundial y sus procesos de internacionalización. La historia de estos grupos nos sirve además para poner a prueba el modelo conceptual sobre estos grupos formulado en el capítulo 5 y tratado en el TP 2.

1. La segunda mitad del siglo XIX dio lugar a la formación de una economía mundializada (o también llamada primera globalización). A) ¿Podría decirse que tanto el inicio del Tata Group como el Grupo Gerdau en sus respectivos países están relacionados a dicho proceso económico? Justificar. B) La formación de dichas empresas en el siglo XIX y los sectores en que se insertaron en aquellos momentos y después: ¿Ratifica o desafía la división del trabajo de la economía internacional entre países productores de materias primas (países de Asia, África y América Latina) y países productores de bienes manufacturados (países europeos y de América del Norte) que solía predominar en aquella etapa de la historia del capitalismo moderno. (Para el TG, ver también la sección “Breve Historia del Grupo” y los cuadros allí incluidos).
2. Dado los rasgos básicos de GEs emergentes. ¿En qué medida obedece el TG las características de los grupos económicos asiáticos? Responder en un texto de no menos de 120 palabras.
3. Lo mismo para el Grupo Gerdau. (Considerar también si obedece más a los parámetros de diversificación de los grupos asiáticos o el de las multilatinas).
4. Encontrar puntos de contacto en la internacionalización de ambos grupos. Por ejemplo, situaciones macroeconómicas que impulsan a la salida al exterior, objetivos cuando se insertan en países subdesarrollados y desarrollados, como y cuando inician dichos procesos, etc. Se puede utilizar el modelo OLI como herramienta de análisis.

**El modelo OLI: una herramienta para comprender la internacionalización de empresas**

El modelo OLI: esquema teórico formulado por el economista inglés John Dunning para tratar de explicar los motivos que llevan a una firma a instalarse en otros países o como se dice en la jerga económica a realizar Inversión Extranjera Directa (IED). También se lo denominó “modelo ecléctico” ya que mezcla diversas teorías previamente existentes.

OLI es el acrónimo de O (Ownership: propiedad); L (Location: localización); I (Internalization: internalización).

Propiedad: una firma decide invertir en el exterior porque puede considerar que tiene ventajas por la propiedad de ciertos activos, como dominio de procesos tecnológicos, de procesos de gestión, mano de obra calificada, insumos para la producción, conocimiento del mercado, productos competitivos, capacidad financiera, etc.

Localización: el lugar de destino de la inversión puede tener ciertas ventajas propias que lo hacen atractivo para la inversión. Por ejemplo, un mercado por desarrollar, mano de obra barata o mano de obra calificada, poseer materias primas estratégicas, acceso o cercanías a otros mercados interesantes, altas tasas de crecimiento económico, instituciones adecuadas para desarrollar la economía de mercado, ventajas impositivas, etc.

Internalización: en el país elegido, por sus altos costos de transacción, es más factible y conveniente realizar las operaciones a través de la internalización de la actividad por la propia compañía que concederla a terceros a través de la venta de licencias.

¿Qué **objetivos estratégicos** tienen las empresas cuando realizan IED ya sea comprando firmas locales o instalando greenfields? Según Dunning, la búsqueda de mercados (market seeking); recursos (resources seeking); eficiencia (efficiency seeking) y por activos estratégicos (strategic asset seeking).

Fuente: John Dunning (1980): “Toward an eclectic theory of International Production: some empirical tests”, en Journal of International Studies, vol. 11, nº 1, 9-31.

1. El inicio del Tata group y Group Gerdau están relacionados por sus exponenciales progresos económicos logrando así crecer e integrarse a la globalización económica mundial. El Group Gerdau logro en 1901 internalizarse comprando tecnología europea ya en uso para operar así con eficiencia. Por otro lado el crecimiento en la diversificación le permitió hacer economía en escala y estar a la altura de grandes empresas.

A la vez, en 1870, el Tata Group empezó a invertir en el exterior y a diversificarse; lo que lo llevo a una internalización global.

b) Ambos grupos desafían la división del trabajo de la economía internacional entre países productores de materias primas y países productores de bienes de manufacturas que solían predominar en el capitalismo moderno. Esto se debe a que Gerdau comienza a llevar su industria a los países proveedores de materia primas. En otros periodos penetra a mercados más grandes con su propia materia prima (el acero). Las empresas del Tata Group también son desafiantes a mercados avanzados, las que reflejan la creciente competitividad de las empresas indias. Su ventaja es la experiencia de producción acumulada, la rentabilidad en sus operaciones y otras adaptaciones a la tecnología. El éxito de las empresas nacionales es su diversificación productiva en las actividades no relacionadas.

1. El Tata Group obedece a las características de los Grupos Emergentes en gran medida. Para empezar, surge en India que es un país de industrialización tardía donde revoluciono las prácticas empresariales; así como los Ges aparecen como la contracara de la empresa multidivisional del mundo avanzado, el TG cuenta con una vinculación de sus integrantes, rasgo básico de los Ges en general. Así es como la actividad entre las organizaciones va desde cosas como prestamos dentro de las empresas del grupo, a participaciones accionarias cruzadas y directorios entrelazados. La débil estructura formal que se presenta en todos los grupos se hizo presente especialmente en la década del 90 donde la débil centralización termino por resolverse con una emisión de derechos a los que debían suscribirse las empresas y, hasta la actualidad, Tata Sons preferiría incrementar la participación accionaria. Además, se creó una oficina corporativa de directores con peso para disciplinar las unidades operativas.

De más está mencionar que el Tata Group está conformado por compañías que pertenecen a diversos sectores tales como textil, siderurgia, aviación, seguros, entre otros. Es decir, que posee un alto grado de diversificación.

Si bien los GEs son un conjunto de firmas legalmente independientes bajo el control de un holding la situación particular del Tata Group difiere un poco, las dos cabezas del grupo son más que un simple holding financiero ya que gestiona de forma centralizada la marca Tata mientras que ofrece formación de alto nivel. El Group Excecutive Office y el Group Corporate Centre son los dos cuerpos responsables de la toma de decisiones que definen y dirigen las operaciones de negocios del conglomerado. A su vez, Tata Sons y Tata Industries son las dos compañías promotoras que controlan el fideicomiso.

La última característica que presenta Tata Groups presente en todos los GEs es la fuerte internacionalización en sus empresas y operaciones y hasta incluso en el personal.

1. El segundo paso en la expansión fuera de américa fue en la India, uno de los grandes mercados de aceros de Asia, con un crecimiento exponencial en la demanda de acero y en la producción interna.

A mediados de 2009, Gerdau hizo un acuerdo con Kalyani Group, un conglomerado indio con cinco áreas de especialización que produjera el ingreso de 1390 millones de dólares en 2008: aceros especiales, equipos y componentes para la industria automotriz, equipos para generación de energía renovable e infraestructura, y productos químicos especiales. EL grupo Kalyani tenía una expectativa de expansión, solo o por asociación con otros capitales, en la búsqueda de eficiencia y de activos estratégicos, como capital y conocimientos. Para Gerdau, el objetivo era la búsqueda de mercado, aunque las perspectivas de acceso a los activos estratégicos de Kalyani no estaban descartadas.

1. **Grupo Tata:** Su estrategia de internalización es la de adquirir múltiples empresas en diversos mercados. Actualmente posee más de 100 empresas operantes en mercados como el de la comunicación, ingeniería, energía, bienes de consumo, químicos, etc. Dicho grupo comenzó su internalización comercializando sus productos y servicios. Una vez adquirido un suficiente monto económico, se dedicó a la adquisición de empresas. Esta estrategia reduce los posibles peligros que puede tener una empresa que se dedicase a lo mismo, pero siendo nueva.

**Grupo Gerdau**: Su estrategia de internacionalización era la de primero conquistar el mercado estadounidense en su rubro; producción de aceros. Por supuesto con el sustento de ser la empresa líder de su país de proveniencia, Brasil. Realizaron el proceso/estrategia de inserción en dicho país haciendo un pequeño proyecto de simulacro de la misma índole, pero a menor escala, en Uruguay, llamado “Mini Mill”. Una vez que el grupo vio los primeros resultados de dicho “simulacro”; intento ingresar a Estados Unidos vía Canadá. En simultaneo, pero en segundo plano, mientras el grupo hacia su inserción en los estados unidos; estaba haciendo lo mismo con países tales como Argentina, Chile, el Caribe, México, etc. Las experiencias norteamericanas, como las de América Latina, mostraron la necesidad de expandirse a nuevos continentes como el europeo (en aceros especiales) y asiático (En estructuras especiales).