

Keeping it under your hat

Enviado por Josue Garcia Veigaen Mar, 08/30/2016 - 23:06

Cita:

The Economist [2016], "Keeping it under your hat", *The Economist*, London, 16 de abril, <http://www.economist.com/news/business-and-finance/21696911-tech-fashion...> [1]

Fuente:

The Economist

Fecha de publicación:

Sábado, Abril 16, 2016

Revista descriptores:

[Estudios de caso: actividades - empresas](#) [2]

[Formas de la competencia entre grandes empresas](#) [3]

[Fronteras del capital](#) [4]

Tema:

Un giro a la integración vertical

Idea principal:

A contracorriente de la estructura prevaleciente en la organización industrial del siglo XXI, Apple y Tesla son dos grandes transnacionales que hoy en día se mantienen integradas verticalmente. Apple no sólo programa gran parte de su propio software, sino que también diseña sus chips y dirige sus propias tiendas. Tesla fabrica 80% de sus coches eléctricos y los vende directamente a sus clientes, además está construyendo una red de estaciones de servicio y la mayor fábrica de baterías del mundo, en el desierto de Nevada. La integración vertical tuvo su auge en gran parte del siglo pasado, ejemplo de ello fue el toyotismo.

Hoy en día este tipo de integración es poco frecuente: en los últimos 30 años las empresas se han centrado en su negocio principal y con la subcontratación dejan todo lo demás a los especialistas. De acuerdo con la nota, es gracias a la globalización que las empresas siempre pueden encontrar nuevos recursos y mejores proveedores.

No obstante, se señala que existe un número creciente de empresas que están volteando a la integración vertical. Principalmente en algunas industrias de vanguardia, por ejemplo la tecnología de la información. *The Economist* destaca cinco razones para el retorno:

1. La más importante es la simplicidad. Al parecer los consumidores están dispuestos a pagar un poco más por productos completamente integrados, que no los obligue a tratar cuestiones de soporte técnico con distintos o varios proveedores, sino simplemente con un fabricante. Por ejemplo, Apple.

2. Una segunda razón es que a las empresas que operan en la frontera tecnológica a menudo les resulta más eficiente hacer las cosas internamente.

3. Una tercera razón es la elección: mientras más ofrezca el mercado, más importante es construir una relación con los clientes. Netflix y Amazon ahora crean sus propios programas de televisión con el fin de evitar que sus espectadores compren contenido genérico en otro lugar.

4. La elección se ve reforzada por la velocidad. Zara, la marca de ropa española, opera sus propias fábricas de ropa, emplea a sus propios diseñadores y ejecuta sus propias tiendas. Esto le da una gran ventaja de poder convertir la última moda en productos nuevos y tenerlos rápidamente a la venta.

5. Las preocupaciones de incertidumbre geopolíticas. Las compañías de cruceros, tales como Costa Cruceros y Disney han comprado islas en el Caribe y las Bahamas para que puedan garantizar a sus pasajeros un lugar vacío y virgen para visitar cuando navegan con ellos.

Complejidades básicas

No obstante, en general las empresas siguen manteniéndose en la lógica de la contratación externa. Dicho esto, encontrar el equilibrio adecuado entre hacer las cosas internamente y contratar cosas externas es claramente mucho más complicado.

Nexo con el tema que estudiamos:

En el fondo *The Economist* percibe, aunque no explícitamente ni como algo central, a los costos como factor decisivo en la elección entre la integración vertical o integral. Actualmente podemos observar una gran diversidad de formas y combinaciones entre ambas. No contradiciendo lo anterior, habría que agregar la importancia que la competencia puede ejercer sobre las industrias y sus empresas para que externalicen o internalicen: aumento de la productividad.

Source URL (modified on 3 Septiembre 2016 - 2:31 pm): <http://let.iiec.unam.mx/node/983>

Links

[1] <http://www.economist.com/news/business-and-finance/21696911-tech-fashion-old-management-idea-back-vogue-vertical-integration-gets-new>

[2] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/16>

[3] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/17>

[4] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/18>