

Estrategias de la mercadotecnia y recursos humanos en la globalización

América Hernández- Grijalva ¹, Griselda Lazalde Solis², and Julio Domínguez-Quiroz²

¹Tecnológico Nacional de México - Campus Zacatecas Occidente

²Affiliation not available

28 de octubre de 2020

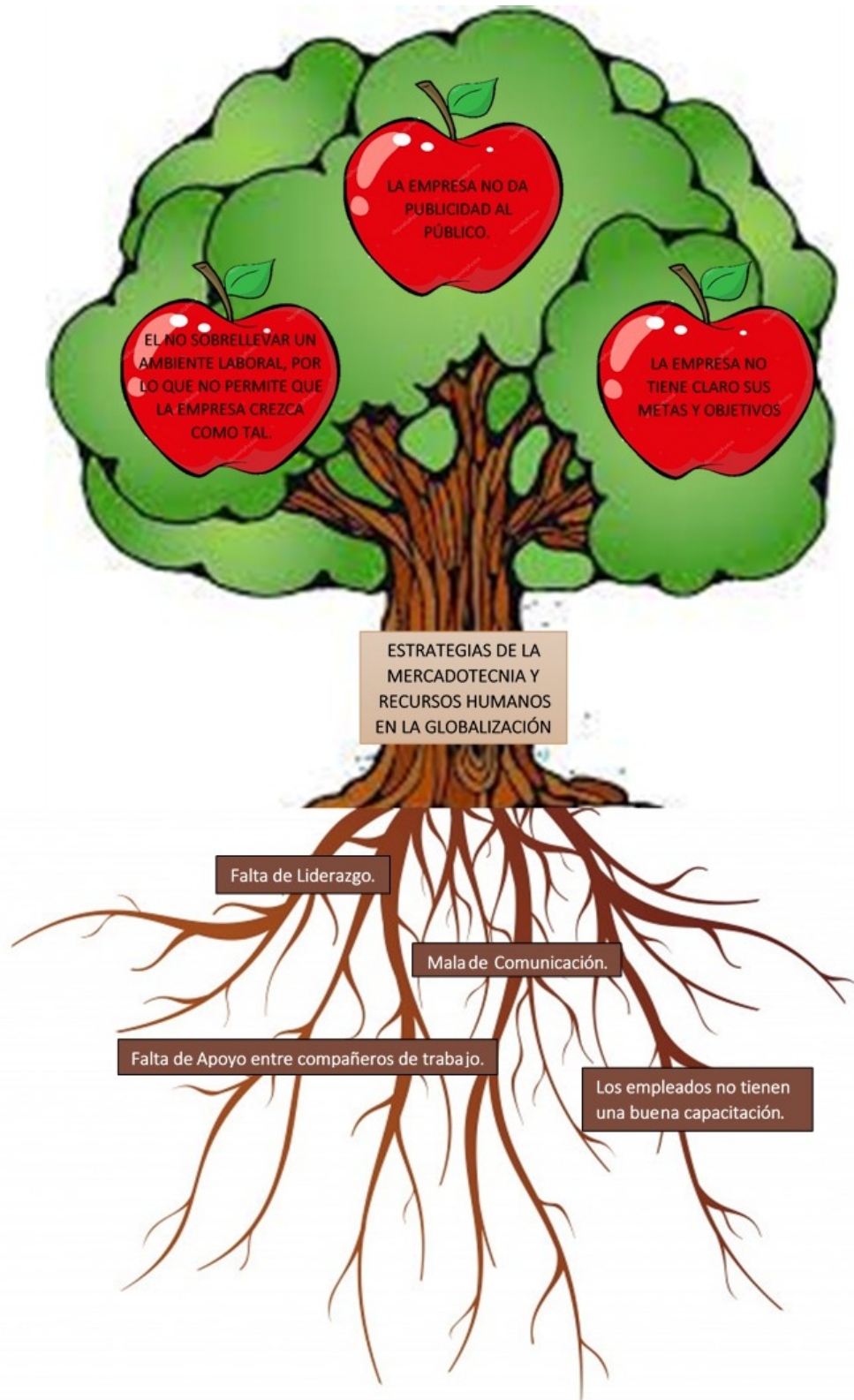


Figura 1: Arbol del Problema

Antecedentes

De acuerdo con (Mera & Jiménez, 2005) La globalización ha cambiado las formas de la competencia empresarial, que ahora están dominadas por los activos intangibles y por las personas que, o bien los componen o bien los utilizan. Por ello, las empresas que actúan globalmente prestan atención especial a la dirección de sus Recursos Humanos, es decir que los toman como un componente estratégico y, al mismo tiempo, su consideración como personas; esto es, atender a su dimensión ética y moral. Para ello se propone como primer paso de un camino que no es exclusivo ni excluyente, el empleo de certificaciones sobre Recursos Humanos.

De acuerdo con (Aranguren, 2006) La globalización es un fenómeno contemporáneo que implica retos importantes para las empresas, pues deben adaptarse a condiciones cambiantes que amenazan permanentemente su competitividad y posicionamiento en los mercados locales, nacionales o internacionales. No obstante, con frecuencia se presentan diversas manifestaciones definidas por muchos autores como flexibilización, achatamiento, externalización, entre otras, las cuales en muchos casos desembocan en fraude laboral. A la gestión de los recursos humanos, partícipe de este proceso, le corresponde implementar los cambios en su materia, aunque probablemente su participación en la toma de decisiones haya sido muy limitada o en el peor de los casos, nula. Esto plantea un reto a las formas actuales de gestionar recursos humanos, que buscan por un lado, el aumento de la productividad y por el otro, el aumento de la calidad de vida en el trabajo, siempre dentro de los preceptos éticos de acuerdo a los nuevos enfoques de corte humanista, bajo el supuesto de que si se mejora el nivel de vida en el trabajo, se contará con un trabajador más sano, dispuesto, motivado y, por tanto, productivo.

De acuerdo con (Becerra, 2010) de las empresas. El planteamiento inicia con una descripción amplia de la globalización hasta llegar a la plena identificación

de la relación sinérgica que existe entre las dos variables. Adicionalmente, se hace referencia a las opciones estratégicas que el contexto mundial ofrece para alcanzar el crecimiento empresarial. El artículo no solo pretende resaltar la importancia de la globalización en el crecimiento empresarial, sino que, además, invita a explorar la influencia de los factores externos e internos sobre la toma de decisiones al momento de salir a los mercados extranjeros en búsqueda del crecimiento. Las estrategias de internacionalización como medio de crecimiento toman sentido cuando se mejora la productividad y se innova, es decir, cuando alcanza una condición que le garantice el éxito y la estabilidad.

De acuerdo con (Bassi, 2003) El conocimiento expuesto en el libro esta basado en experiencias de concepción e implementación de estrategias de globalización de empresas, cuyo principal objetivo es el aumento de la competitividad mediante la integración y expansión de sus actividades internacionales.

De acuerdo con (Castelletti & Canzanelli, 2005) La mundialización de los sectores relevantes de la economía internacional aporta complejidad a dichos cambios. Las políticas de ajuste estructural, cuyo objetivo era la creación de condiciones económicas y financieras nacionales adecuadas para participar en la economía mundial, han sido la opción ofrecida a las economías más débiles para obtener provecho de las oportunidades brindadas por los procesos de innovación y por la globalización.

Referencias

Globalización y competitividad de las empresas: los recursos humanos. (2005). *Análisis Económico*, 20(43), 167–186.

Gestión de recursos humanos y globalización. (2006). *Visión Gerencial*, 2, 113–121.

La globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de internacionalización. (2010). *Pensamiento & Gestión*, 28, 171–195.

Globalización de negocios: construyendo estrategias competitivas. (2003). Editorial Limusa.

Estrategias e instrumentos para el desarrollo local en la era de la globalización. (2005). *Revista Opera*, 5(5), 5–25.