

Las empresas multinacionales y la economía mundial

Guillermo DE LEÓN LÁZARO
Real Centro Universitario
«Escorial-María Cristina»
San Lorenzo del Escorial

Resumen: El mundo global actual, o la República tecnológica, como la llama Theodore Levitt está basada sobre fuertes cimientos y no tiene marcha atrás, al menos dentro de las siguientes tres décadas, y las empresas multinacionales son directamente responsables del grado de desarrollo que ha logrado el fenómeno global, o mundialización, como lo conocen en Francia.

El presente artículo describe los aspectos más importantes sobre la interrelación que existe entre la empresa internacional y la economía mundial.

Abstract: The global current world, or the technological Republic, since the flame Theodore Levitt is based on strong foundations and not have reverse, at least the following three decades, and the multinational companies, they are directly responsible for the degree of development that has achieved the global phenomenon since they know it in France.

The present article describes the most important aspects on the interrelationship that exists.

Palabras clave: Empresa multinacional; Globalización; Exportación; Estrategias de entrada; Privatización; Innovación; Equipos multidisciplinares.

Keywords: Multinational company; Globalization; Exportation; strategies of entry; Privatization; Innovation; Multidisciplinary equipments.

Sumario:

I. ¿Cómo se pueden caracterizar las empresas multinacionales?

- 1.1. *Factores organizativos de éxito que caracterizan a la empresa multinacional.*
- 1.2. *Características que diferencian a las empresas internacionales con éxito.*
- 1.3. *Factores organizativos que caracterizan a la empresa multinacional de éxito.*

- II. ¿Cuáles son los elementos que según el paradigma ecléctico se tienen que dar para que una empresa decida invertir en el extranjero y cuáles son las posibles estrategias que puede seguir?**
- 2.1. *Estrategias de entrada en el nuevo mercado aportadas por Bimbo.*
- III. ¿Cuáles han sido los cambios que han facilitado la expansión de las empresas multinacionales desde la década de los noventa?**
- IV. Explicar la importancia de la actividad de las empresas multinacionales de la economía mundial.**

I. ¿CÓMO SE PUEDEN CARACTERIZAR LAS EMPRESAS MULTINACIONALES?

La empresa multinacional se caracteriza por tener como ámbito de actuación el escenario global, independientemente de su tamaño (ya sea por efectivos personales o facturación), sector económico o actividad.

Lo importante de una empresa de cara a la internacionalización no es tanto su tamaño, sino su mentalidad, que supere las barreras y entienda el mundo globalizado como el escenario actual a desarrollar sus acciones empresariales. El estar preparado y conocer la internacionalización permitirá a la empresa continuar siendo competitiva. Podemos afirmar que hoy cualquier empresa que no tenga en su estrategia la posibilidad de internacionalización es difícil que sea competitiva y casi imposible que crezca.

1.1. *Factores organizativos de éxito que caracterizan a la empresa multinacional*

1. **Estrategias y objetivos claros.** Los empleados de las empresas multinacionales de éxito conocen las estrategias y los objetivos de su empresa.
2. **La empresa se centra en su ventaja competitiva.** Las empresas que se especializan en lo que mejor saben hacer (*core business*) y se centran en los negocios en los que pueden mantener ventajas competitivas sostenibles.
3. **Reducción de niveles jerárquicos.** Las empresas internacionales de éxito han reducido sus niveles jerárquicos creando estructuras más planas. Estas estructuras facilitan la comunicación, permiten una mayor flexibilidad y rapidez en las respuestas al mercado.
4. **Equipos multidisciplinares.** Los equipos de trabajo que integran diferentes especialistas se han demostrado eficaces en numerosos campos desde el diseño de productos a la atención de clientes.
5. **Eliminar tareas.** La reducción de tareas y la simplificación de los procesos son una característica de las empresas de éxito.
6. **Fijar objetivos de rentabilidad por procesos.** Estas empresas tienen establecidos objetivos de rentabilidad por procesos.

7. **Dar a los empleados autoridad, formación y medios** para atender a los clientes.
8. **Establecer la remuneración, recompensas, formación de los empleados, en función de la satisfacción de los clientes.**

La internacionalización, también se podría definir como gestión internacional de la empresa, que gracias a la situación de globalización y apertura económica supone una fuente de oportunidades el desarrollar esta gestión internacional y dicho de otra forma, puede significar un coste de oportunidad no ejercer dicha gestión.

Existen distintos criterios para clasificar a las multinacionales como los siguientes:

1. En función de las partes que decida internacionalizar:
 - Sus compras
 - Su capital
 - Sus personas
 - Sus ventas
2. En función del tamaño
 - Microempresas (1-10 empleados)
 - Pyme (10-250 empleados)
 - Empresa de tamaño grande (>250 empleados)

Existen diversas definiciones de PYME según los diversos Organismos Internacionales). Así, el Observatorio Europeo de la Pyme (UE) considera pymes a las empresas con menos de 500 empleados, entre las que las distingue:

- Microempresas, las que cuentan con menos de 10 empleados.
- Pequeñas, si tienen de 10 a 99 empleados.
- Medianas, aquellas que emplean de 100 a 499 trabajadores.

Para el Small Business Administration de EE.UU. son aquellas con menos de 500 empleados.

Para la Unión Europea, de acuerdo con la Recomendación de la Comisión Europea de 3 de abril de 1996, se consideran PYME las empresas que cumplen los siguientes requisitos:

- Menos de 250 empleados.
- Facturación anual hasta 40 m. de ecus.
- Balance general hasta 27 m. de ecus.
- Cumpla el criterio de independencia.

Se consideran pequeñas empresas las empresas que tienen:

- Menos de 50 empleados.
- Facturación anual hasta 7 millones de ecus.

- Balance General anual hasta 5 millones de ecus.
- Cumpla el criterio de independencia.

Y se consideran Microempresas aquellas que tienen

- Menos de 10 empleados.

3. En función de su actividad:
 - Productivas, comerciales y de servicios
4. Se podría diferenciar atendiendo a la autonomía entre empresa internacional, multinacional y transnacional.
 - Empresa Internacional: Filiales con poca autonomía.
 - Empresa multinacional: Filiales con mucha autonomía.
 - Empresa transnacional: La empresa es una federación de filiales. Combina las ventajas de la autonomía en ciertas decisiones con otras funciones centralizadas

1.2. *Características que diferencian a las empresas internacionales con éxito*

1. **Eficiencia.** Estas empresas realizan una mejor utilización de los recursos.
2. **Investigación.** Las empresas internacionales de éxito se diferencian por dedicar más recursos a la investigación y desarrollo.
3. **Adaptación al entorno.** La flexibilidad y la adaptación rápida a los entornos cambiantes es una característica distintiva. Por ejemplo, algunas cadenas de supermercados están creando una sección denominada la tienda de la comunidad con productos adaptados a la comunidad donde está el supermercado concreto. Así los supermercados situados en una zona donde residen muchos latinoamericanos disponen de una oferta de productos típicos de la cocina de esas regiones.
4. **Visión global.** Las empresas de éxito además de adaptarse al entorno tienen una cultura y visión global. La visión global les permite obtener ventajas competitivas al coordinar varios mercados. Por ejemplo ciertas funciones como parte de las compras pueden estar centralizadas suponiendo importantes reducciones de costes. Si una cadena de supermercados compra para toda sus filiales situadas en distintos países Europeos parte de los productos puede obtener importantes reducciones de costes.

1.3. *Factores organizativos que caracterizan a la empresa multinacional de éxito*

1. **Estrategias y objetivos claros.** Los empleados de las empresas multinacionales de éxito conocen las estrategias y los objetivos de su empresa.

2. **La empresa se centra en su ventaja competitiva.** Las empresas que se especializan en lo que mejor saben hacer (*core business*) y se centran en los negocios en los que pueden mantener ventajas competitivas sostenibles.
3. **Reducción de niveles jerárquicos.** Las empresas internacionales de éxito han reducido sus niveles jerárquicos creando estructuras más planas. Estas estructuras facilitan la comunicación, permiten una mayor flexibilidad y rapidez en las respuestas al mercado
4. **Equipos multidisciplinares.** Los equipos de trabajo que integran diferentes especialistas se han demostrado eficaces en numerosos campos desde el diseño de productos a la atención de clientes.
5. **Eliminar tareas.** La reducción de tareas y la simplificación de los procesos son una característica de las empresas de éxito.
6. **Fijar objetivos de rentabilidad por procesos.** Estas empresas tienen establecidos objetivos de rentabilidad por procesos.
7. **Dar a los empleados autoridad, formación y medios** para atender a los clientes.
8. **Establecer la remuneración, recompensas, formación de los empleados, en función de la satisfacción de los clientes.**

II. ¿CUÁLES SON LOS ELEMENTOS QUE SEGÚN EL PARADIGMA ECLÉCTICO SE TIENEN QUE DAR PARA QUE UNA EMPRESA DECIDA INVERTIR EN EL EXTRANJERO Y CUÁLES SON LAS POSIBLES ESTRATEGIAS QUE PUEDE SEGUIR?

La teoría ecléctica o paradigma OLI del autor John H. Dunning, plantea las ventajas siguientes:

1. Ventajas de propiedad, Ownership:
 - Ecnología.
 - Marca.
 - Experiencia.
 - Capacidad financiera o productiva.
2. Ventajas de Localización, Location:
 - Costes bajos
 - Ventajas fiscales
 - Demanda potencial
3. Ventajas de internalización, Internalization:
 - IDE preferible a Exportaciones
 - Menores costes de transacción

Dunning, dentro del paradigma ecléctico, demuestra que la relación entre la inversión directa de un país está influida por la estructura de la economía y, a su vez, afecta al desarrollo. En este sentido, muestra el «camino de desarrollo de la inversión» (IDP) empleando como base de su análisis el paradigma ecléctico.

En relación con las tesis de Dunning, Narula, 1996, desarrolla una versión dinámica del IDP, resaltando que la inversión directa y el crecimiento económico continua en la senda evolutiva, dependiendo mutuamente. También da importancia al papel del gobierno como catalizador de la relación entre el desarrollo económico y las actividades de inversión de capitales. Narula describe dentro del esquema del IDP que los países tienden a atravesar cinco fases de desarrollo en función de su propensión a ser receptores o inversores de capitales. Cada país sigue su propio IDP derivado principalmente de la actuación de cuatro variables específicas de cada economía: los recursos estructurales, el tamaño del mercado, las estrategias de desarrollo económico y el papel del gobierno en la organización de su actividad económica.

Posibles estrategias que puede seguir la empresa:

1. La exportación, que tiene como base dos estrategias distintas:

a) Exportación Pasiva:

- La empresa exporta a través de intermediarios independientes, que conocen los trámites aduaneros, la legislación, los hábitos del sector,... Esta estrategia tiene a favor que implica menor inversión y menor riesgo, pero la empresa depende completamente de intermediarios ya que tienen los contactos internacionales.

b) Exportación Activa:

- La empresa crea un departamento de exportación y visita directamente a los compradores en el extranjero.

2. La producción en el país de destino:

La empresa fabrica en el país de destino con medios propios o en empresas establecidas mediante acuerdos. Los factores para elegir la opción idónea dependen de:

- El compromiso de recursos de la empresa.
- El riesgo.
- El grado de control sobre las operaciones.
- Los beneficios potenciales.

Una misma empresa puede establecer de manera simultánea diferentes estrategias de entrada en el país de destino, en función de las características del país en cuestión.

No hay “un” mejor modo de introducirse en un mercado. El mejor modo depende de las circunstancias competitivas, entorno legal, grado de urgencia,

entre otras. Se ha encontrado que precisamente las empresas internacionales exitosas son capaces de acceder distintos mercados en una diversidad de maneras.

Sería adecuado seleccionar a una persona que reúna las siguientes características:

- Conocimiento del producto que comercializa la empresa, de las fortalezas y de las debilidades, de nuestras ventajas competitivas.
- Saber calcular y transmitir el valor que podemos dar a los clientes.
- Conocimiento del proceso de nuestros clientes.
- Haya estudiado bien la información sobre el país al que queremos exportar.

En esencia existen dos formas de entrada en otro país, exportando, o bien produciendo en el exterior.

CASO BIMBO, una de las empresas mexicanas con mayor éxito en mercados internacionales. “Bimbo” empezó a expandirse internacionalmente hacia 1989, expandiéndose inicialmente hacia Latinoamérica. Su estrategia era adquirir o aliarse con el número uno local en cada mercado donde Bimbo tuviera algo que ofrecer, en términos de tecnología o capacidad de distribución. Sin embargo, sólo harían estas alianzas con aquellas empresas que compartieran sus valores. De no encontrar lo anterior entrarían al mercado a partir de cero.

2.1. *Estrategias de entrada en el nuevo mercado aportadas por Bimbo*

1. Adquirir una empresa.
2. Realizar una alianza estratégica.
3. Empezar de cero.

En Costa Rica adquirieron al segundo fabricante de pan en el país en 1995; en Colombia hicieron una alianza estratégica con Noel (líder del mercado en galletas), mientras en Nicaragua pusieron un centro de distribución trayendo mercancía de El Salvador y Costa Rica.

Cada forma de introducirse en un mercado requiere habilidades distintas y cada una tiene sus pros y contras. Por ejemplo, empezar de cero ofrece la posibilidad de escoger todo acorde con nuestra cultura empresarial, desarrollar un equipo propio de profesionales, pero tiene riesgos muy altos por no tener experiencia previa en el mercado.

Las alianzas estratégicas ofrecen grandes ventajas en términos de experiencia en el mercado pero tienen grandes problemas en términos de integración cultural, comercial o de otro tipo.

Una empresa internacional exitosa tiene la posibilidad de elegir la mejor manera de entrar en el mercado y no tiene porque repetir el mismo esquema de expansión en diferentes mercados.

Se considera un error de expansión internacional tener el mismo tipo de empresa en diferentes mercados. Walter Lingle, vicepresidente de Procter&Gamble hacia 1955, declaró «La mejor manera de tener éxito en otros países es construir una réplica de la organización Procter & Gambe E.U. en la medida de lo posible». Todavía para los años setenta y ochenta, P&G tenía menos de una tercera parte del mercado total de detergentes de ropa, situación muy diferente a su acostumbrado liderazgo en el mercado norteamericano precisamente por haber exigido esta manera de acceder a los mercados. En el caso de haber optado por alianzas estratégicas, el resultado habría sido diferente.

III. ¿CUÁLES HAN SIDO LOS CAMBIOS QUE HAN FACILITADO LA EXPANSIÓN DE LAS EMPRESAS MULTINACIONALES DESDE LA DÉCADA DE LOS NOVENTA?

El período de *privatización y apertura* que se registró durante los años noventa, fue un periodo de cambio, que permitió una marcada expansión de las empresas internacionales.

Los años noventa fueron una época de aceleración en la inversión extranjera directa (IED), atraída por la entrada de multinacionales de países desarrollados hacia sectores recién privatizados o liberalizados.

Es destacable el ejemplo de Telefónica en América Latina, con la operación llamada “Verónica” en los años noventa se enfocó a la adquisición total de las acciones de las empresas en donde tenía participaciones, y fueron estos flujos de IED los que le dio fama de emisor de capitales en el mundo a España.

Johanson y Vahlne, principales exponentes de la escuela de Uppsala, en su trabajo de 1990, destacan el grado de complejidad de *la tecnología* como factor de corte sectorial asociado a la forma de internacionalización elegida por las empresas.

Se dan varios cambios en esta época de evolución tecnológica ahondando sobre todo en el desarrollo de las vías de comunicación e Internet, que supone un cambio que facilita el negocio internacional, también ayuda a la mayor homogeneización de la demanda internacional, como los productos y la tendencia global, como música, comida rápida, la ropa... Y en los servicios ocurre lo mismo, en empresas de auditoría, servicios financieros, turismo...

Las telecomunicaciones contribuyen al desempeño económico de los países en general debido a la importancia de los servicios que prestan. Al aumen-

tar la velocidad de los flujos de información y ponerlos a disposición de un espectro más amplio de usuarios potenciales, el sector tiene la capacidad de transformar la vida económica y política de la región. Sin embargo, que el sector desempeñe esta función dependerá en gran medida del grado de cobertura de la población y de que el acceso se ofrezca a los diferentes segmentos de la población. Es precisamente en su impacto sobre la cobertura y el acceso donde la IED en telecomunicaciones ha desempeñado un papel transformador.

Desde el inicio de la privatización al inicio de los años noventa, los flujos acumulados de IED en el sector, incluyendo la entrada de empresas extranjeras mediante privatizaciones, gastos de capital y el establecimiento de nuevas operaciones móviles. La IED en este sector ha sido, por lo tanto, una fuente clave de la entrada de flujos totales de IED en diferentes regiones del mundo, como en el caso de América Latina. Igualmente destacable es el hecho de que en los servicios no comerciables como las telecomunicaciones, cuya capacidad de respuesta a las condiciones locales es crucial para el éxito, los inversionistas multinacionales han aplicado estrategias adaptadas a cada país anfitrión (las llamadas “estrategias multidomésticas”), lo que a su vez ha generado niveles significativos de empleo e ingresos fiscales en los países receptores.

Por otro lado, los trabajos de Porter (1991), Patel y Pavitt (1991) y Cantwell (1991) destacan el carácter acumulativo de *la innovación* y su importancia sobre la capacidad competitiva de las naciones. En la misma línea, Dunning, en la revisión del paradigma ecléctico que realiza en el año 1995, habla de la necesidad de realzar aún más el papel de la innovación a la hora de mantener y aumentar las ventajas competitivas de las empresas y los países. Por último, Narula, 1996, considera la actividad tecnológica del país de origen como condición necesaria pero no suficiente para el éxito competitivo de sus empresas en la exportación y la inversión de directa en el exterior.

La mayoría de las teorías sobre la internacionalización y el cambio técnico perfilan la existencia de algún tipo de asociación, en algunos casos de causalidad, entre la realización de actividades tecnológicas, en particular actividades formales de I+D, y el proceso internacionalizador de empresas o países, así como entre ambos procesos y la estructura productiva de sus economías.

Pianta, 1995, realiza un estudio sobre la relación entre tecnología y crecimiento para veinte países de la OCDE en el período temporal 1970-1990. Emplea como indicadores de la actividad innovadora el gasto en I+D por unidad de empleo y el cociente entre el número de patentes internacionales y las exportaciones.

Concluye que los países en vías de desarrollo no pueden confiar sólo en la combinación de importación de tecnología e inversiones, sino que deben incrementar al mismo tiempo sus actividades nacionales de carácter tecnológico.

La aparición del fenómeno estudiado a los cambios en el escenario internacional, apuntando a la globalización como el principal elemento impulsador de las nuevas empresas internacionales. La definición más aceptada de estas empresas es aquella enunciada por Oviatt y McDougall (1994) quienes definen las *International New Ventures* como: «una organización empresarial que, desde el principio, busca obtener ventajas competitivas del uso de recursos y de la venta de productos en múltiples países. La característica esencial de este tipo de empresas es que sus orígenes son internacionales, como se puede demostrar con el compromiso de sus recursos (materiales, recursos humanos, financiación...) en más de una nación».

IV. EXPLICAR LA IMPORTANCIA DE LA ACTIVIDAD DE LAS EMPRESAS MULTINACIONALES DE LA ECONOMÍA MUNDIAL

El término multinacional se refiere a un número múltiple de naciones, y se ha hecho muy común utilizarlo cuando se habla de las empresas ubicadas igualmente en múltiples naciones. Este término puede ser acoplado con el término Transnacional este se refiere a que se extiende a través de varias naciones. Ambos términos se consideran sinónimos. Las multinacionales tienen la capacidad de expandir la producción y otras operaciones en el mundo, mover plantas industriales de un país a otro, su poder de negociación se ha fortalecido y su importancia en la economía mundial se ha incrementado con el proceso de reestructuración económica y globalización. La mentalidad de las empresas es global, un punto de vista mundial en sus negocios sobre los mercados (clientes), servicios y productos, donde el mercado objetivo es la totalidad del mundo. Estas empresas se caracterizan por contar con equipos multidisciplinarios con empleados tanto de la nacionalidad de origen como de la de destino.

A pesar del poder económico que en la actualidad detentan, y quizás debido al mismo, no tienen voluntad alguna de ejercer directamente un gobierno político. Tan sólo bastan los lobbies para presionar sobre determinados gobiernos y así lograr sus fines.

Como ejemplo, entre los lobbies creados por EM en Europa, se encuentra la European Roundtable of Industrialists (ERT) compuesta por los 25 presidentes de las EM y transnacionales europeas más importantes. La ERT tiene sede en Bruselas para disponer acceso directo a la Comisión Europea, con capacidad de influencia frecuente en las decisiones.

Resulta más fácil la actuación como lobbistas que como titulares del poder, pues ésta implicaría dar respuesta al denominado “caos desde abajo” que muchas veces ellas mismas generan. Si bien con la formulación de la Teoría de la Interdependencia Compleja, se puso en discusión al Estado como actor central de las relaciones internacionales, al incorporar a otras institucio-

nes –corporaciones transnacionales, instituciones intergubernamentales, organizaciones no gubernamentales, etc.– que influyen sobre las acciones y toma de decisiones estatales, sigue siendo el Estado el principal actor dentro del sistema internacional.

Klindleberger sostuvo que: «*Las EM ya no tienen un país hacia el cual sean más leales, y en ningún país se sienten realmente en su casa*». Se habla de corporaciones sin Estado, sin sede, nociones que nos crean una imagen de anarquía en el sistema y de grandes contradicciones.

Gilpin concluye que: «*el enfrentamiento entre fuerzas integracionistas de la economía mundial y las fuerzas centrífugas de los Estados ha llegado a constituirse en uno de los aspectos más críticos de las relaciones internacionales contemporáneas*».

El reto actual es encontrar nuevas formas de gobierno global y crear nuevos sistemas de regulación. Sin regulación no hay orden y sin orden no hay progreso generalizado.

El capitalismo desde su origen se ha caracterizado por una relación ambivalente entre los Estados y los Actores Privados procedentes del mundo financiero o comercial o industrial. Los Estados estableciendo orden, conquistando nuevos territorios o asegurando el desarrollo de infraestructuras o la formación de la mano de obra, han tenido un rol central en la expansión de la actividad económica en la cual veían una condición de su poderío. Al mismo tiempo los actores privados han buscado siempre junto con aprovecharse de la protección de los Estados, liberarse de las obligaciones fiscales o sociales que estos establecían sobre ellos.

Las empresas siempre han sido oportunistas reclamando a la vez subsidios y menos impuestos, mayores protecciones aduaneras para sus productos y libre acceso a otros mercados.

La economía globalizada ha modificado estas condiciones establecidas, y las empresas han ganado más libertad y perdido protección. Aún así, el conjunto de los países desarrollados han estado a favor de la apertura de los mercados favorables a sus empresas, al mismo tiempo conservan protecciones aduaneras contra los productores del Sur que podían hacer competencia a sus productos.

Las grandes empresas transnacionales han desarrollado sus acciones a nivel mundial, y pueden poner en competencia territorios y Estados. Actualmente en el espacio globalizado se puede producir en un país de salarios bajos para mandar a países ricos. Esto conduce a los Estados a practicar un dumping social y fiscal a fin de atraer a las empresas.

El peso creciente de las empresas multinacionales contribuye, sin embargo, a inclinar la balanza hacia un orden más liberal lo que aumenta las desigualdades tanto dentro de los países como entre los países.

Dentro del conjunto de las empresas transnacionales se ha producido un cambio en el poder de las diferentes empresas, relacionado con la importancia creciente en la economía actual de los servicios con respecto a los bienes materiales. Los servicios incluyen todas las actividades económicas que no significan producción material o construcción. Tienen un carácter transitorio, coinciden con la producción y crean valor inmaterial. Un número creciente de empresas multinacionales gigantes de las tecnologías de la información que obtenían sus utilidades vendiendo material y programas se están transformando hoy día en prestatarias de servicios. Empresas como IBM, General Electric, Xerox y Hewlett-Packard han comprendido que la simple venta de productos materiales no engendra márgenes substanciales de beneficios. Esos soportes han bajado tanto su precio y su calidad es tan uniforme que la única manera de ganar dinero es de proveer la experiencia a los clientes bajo forma de servicios.

El cambio queda de manifiesto en que un número creciente de empresas ofrecen gratuitamente o casi gratuitamente sus productos para atraer al consumidor, a los cuales hacen pagar enseguida los servicios y las extensiones que acompañan al producto. El capitalismo actual tiende además a transformar los servicios culturales en experiencias mercantiles.

Una nueva era basada en las tecnologías de comunicación y la economía cultural, se está dando paso, dos fuerzas cuya sinergia crea un paradigma económico.

Herbert Schiller, profesor emérito de comunicaciones de la Universidad de San Diego en California comenta: «la palabra, la danza, el teatro, los ritos, la música y todas las artes plásticas y visuales son expresiones vitales de la experiencia humana desde el principio de los tiempos». Hoy en día la empresa identifica el valor de la creatividad humana con una clara orientación hacia su comercialización. Las industrias culturales son el sector de la economía mundial que muestra el crecimiento más rápido. El cine, la radio, la televisión, el disco, el turismo, los complejos de entretenimientos, los parques temáticos, la moda, la cocina, los deportes, los juegos profesionales, los casinos, son la primera fila en cuanto a actividades económicas. Un grupo de multinacionales de los medios de comunicación y culturales luchan por el control de estos medios de comunicación que están en el centro de la actividad económica en el siglo actual. Dichas multinacionales controlan los medios de comunicación y regulan la forma en la cual el consumidor adquiere estos recursos.

El poder se ha desplazado del dominio militar e industrial al de la supremacía absoluta en materia de información y de espectáculo.

La empresa multinacional sostiene el equilibrio de la economía mundial, siendo uno de los agentes reguladores y con mayor impacto en las decisiones en un mundo, en que los gobiernos de los grandes Estados han aceptado como marco la economía del mercado globalizado y las estrategias de estos, siguen a menudo la de las grandes empresas para mayor provecho de éstas.

A pesar de ello las empresas están sometidas a la presión de la sociedad. Las ONGs, las asociaciones de consumidores y los fondos éticos de financiamiento, aún si sus acciones son limitadas, influyen sobre el comportamiento de las empresas ya sea directamente o a través de los gobiernos.