

Resumen PFC:

“Introducing a Spanish Business in the United States of America”

Por Jorge Beltrán Castellano

Mi TFC realizado en la Florida State University consistió en un trabajo de investigación sobre la comunicación y el lenguaje en el ámbito de los negocios. Con los datos que obtuve de este trabajo y con conocimientos de la carrera hice un trabajo de sobre cuál sería el método a proceder y las decisiones a tomar en caso de que un empresario español decidiese establecerse en Estados Unidos.

Con el objetivo de hacer el trabajo más sencillo y atractivo a la vista, lo estructuré en torno a las preguntas ¿Por qué (los estados unidos)? ¿Dónde (en los estados unidos)? ¿Cuál (sector empresarial)? Y ¿Cómo? (Decisiones estratégicas)

El trabajo comienza con una pequeña revisión histórica a modo introductorio de las relaciones políticas y comerciales entre los 2 países, estudiando primero las influencias culturales de España hacia Estados Unidos y luego de Estados Unidos hacia España. En este punto se diferencia entre la cultura Española y la cultura Hispana, la segunda siendo una influencia indirecta de la primera. También se habla de que a pesar de la cultural Española original ha prácticamente desaparecido del país, la “Hispanización” que se está produciendo en los últimos años en el país dado a la inmigración de Sudamérica está revirtiendo el proceso y actuando como influencia indirecta. Por el otro lado se estudia la “Americanización” de España desde su apertura al exterior en los años 60 y sobre todo tras su entrada a la OTAN y a la Comunidad Europea.

Una vez hecho esto, se plantea la pregunta “¿Porque los Estados Unidos?”. Se utilizan argumentos para convencer al lector como, que es el país líder en el mundo, que tiene seguridad de inversión, buenas infraestructuras... Teniendo en cuenta la recesión por la que ha pasado recientemente y para descartar las otras también buenas opciones de los países emergentes como China e India se comparan los datos demográficos de estos 3 países. Los datos ofrecidos concluyen que China e India tienen más población pero su renta per cápita y su índice de desarrollo Humano son claramente inferiores, así como su estabilidad política, seguridad nacional y otros factores que son claves tener controlados para el éxito de una empresa.

Una vez concluida la introducción se procede al análisis del mercado Norteamericano, empezando por la concienciación de las similitudes y diferencias culturales entre los

dos países, a modo guía para el lector o futuro empresario, para no cometer errores fatales a la hora de cerrar un negocio. Se comparan los diferentes puntos de vista sobre aspectos sociales como por ejemplo la visión del trabajador junior contra el trabajador veterano (Estados Unidos es un país donde la visión de un director o vendedor joven da mucha mejor imagen que un vendedor experimentado pero menos juvenil, cosa que puede chocar un poco con la concepción Española). También se explica las diferencias en la formalidad, la percepción del tiempo, la distancia jefe-subordinado, el espacio personal...etc

El siguiente punto es responder a la pregunta ¿Dónde en los Estados Unidos? Para buscar el lugar idóneo se establecen dos parámetros de búsqueda: Mercados con alta concentración de población Hispanica (más propensa a consumir productos similares a los suyos) y con alta densidad de población (ciudades con más densidad implica más clientes, y más cosmopolitas, con más interés en las culturas extranjeras). Mediante los datos acumulados se hace un estudio de cuáles son los estados que reúnen esas características y se pre-seleccionan los cuatro más poblados e importantes para poder estudiarlos con más detenimiento que son California, Nueva York, Florida y Tejas. Luego se establece una Matriz de priorización para la toma de decisiones, mediante la ponderación de los factores importantes para la puesta en marcha de nuestro negocio. Al sumar todos los puntos obtenidos por cada uno de los estados mediante el cálculo de las ponderaciones Florida aparece como el más interesante. Una vez hecho esto, se procede al mismo cálculo pero con las ciudades de Florida y la ganadora resulta ser Miami.

Para elegir el mejor sector económico, se estudian datos de las exportaciones españolas de los que se extrae entre otras cosas que el 43% de las exportaciones de España provienen del turismo y de la industria alimentaria. Por otro lado se estudian los hábitos de consumo de los americanos, y parece ser que gastan una cantidad importante de sus ingresos en restaurantes y en comida, por lo que teniendo en cuenta ambos factores, la mejor opción para un empresario español sería la industria alimentaria o hostelería, más concretamente un restaurante de comida española, donde tiene una ventaja absoluta a la hora de competir con un Americano o un extranjero en el mismo negocio.

Aquí ya termina el estudio del mercado Americano y comienza la parte de determinar la organización y las estrategias de la compañía, contestando a la pregunta ¿Cómo? En este apartado se van a plantear las diferentes opciones de estrategias posibles y se justificará son las mejores a seguir en cada caso. En este capítulo se debate entre las estrategias First mover/follower (Pionero/Seguidor), estrategia de entrada, escala de inversión, concentración/diversificación, política de personal y organización estructural. Mediante la puesta en práctica de dichas teorías se llega a la conclusión de que la empresa tiene que seguir una estrategia de seguidor (concretamente de la

cadena de restaurantes Columbia, del que se hace un pequeño caso de estudio), con una estrategia de entrada de “greenfield venture” (comienzo desde cero), una escala de entrada de pequeña inversión con concentración, en cuanto a los empleados se emplearía un enfoque policentrico para los managers del restaurante, un enfoque etnocentrico para los trabajadores de cocina y de servicio de mesa, y un enfoque policentrico para los trabajadores en tareas de apoyo (limpiadores, contables...). En cuanto a la estructura de la organización optaríamos por una estructura centralizada con una sola sucursal para mejor control de toda la compañía.

A modo de conclusión termina haciendo un pequeño resumen de todo lo dicho anteriormente y explicando que esto es un caso de estudio y anota que esto ha sido un acercamiento a una solución optima al problema pero no la única dado que hay miles de posibilidades que pueden también triunfar y que esto está concebido más como una guía de ejemplo para instaurar un negocio en Estados Unidos.