

● EMPRESAS Y NEGOCIOS



Escuela de Negocios y
Economía PUCV

Opinión



CLAUDIA ALBERTINI
MAYENBERGER

Coordinadora de Cooperación Técnica, Escuela de Negocios y Economía, PUCV

Navegando sin información

Nuestra Universidad, en conjunto con este Diario, realizarán este miércoles un Conversatorio de regionalización y elección de gobernadores regionales en 2020.

Sobre este tema, lo que más se ha debatido públicamente es si las competencias entregadas a las nuevas autoridades son o no suficientes para ejercer el rol asignado.

Pero además de ese debate -muy importante por cierto- también es necesario reparar en las herramientas que tendrán los gobernadores para ejercer las competencias que les serán traspasadas por parte del gobierno central para su desempeño.

Una herramienta básica que se debiera disponer son estadísticas regionales, para así aplicar políticas públicas acorde a las necesidades de la región. Parece algo de sentido común, pero a veces éste es el menos común de los sentidos.

Un ejemplo de ello es que uno de los indicadores más importantes para saber cómo está una región, desde el punto de vista económico, es el Inacer (Indicador de Actividad Económica Regional), que era informado trimestralmente por el INE, pero no ha sido publicado con datos de este año, sin que se tenga certeza sobre su continuidad. Alternativamente, el PIB Regional que publica anualmente el Banco Central, tiene un desfase que le resta fuerza como información de apoyo para la gestión.

Como consecuencia, en mi opinión, la nueva autoridad contará con pocos instrumentos de información que apoyen sus decisiones y, como contraparte, los electores no tendremos muchas posibilidades de exigir resultados más concretos.

claudia.albertini@pucv.cl



GESTIÓN DE ORGANIZACIONES EN LA ERA GLOBAL

ECONOMÍA. A pesar de las diferencias culturales y éticas, vivimos un periodo de extraordinaria movilidad de capital, información, bienes e incluso personas.

PABLO DIEZ BENNEWITZ
Ingeniero Comercial, PUCV
Ingeniero Civil Industrial, USM
MBA, USM
Académico Escuela de Negocios y Economía, PUCV
pablo.diez@pucv.cl

Actualmente, la administración exige una visión global. Desde el cambio de milenio, más de 3 mil millones de personas de países en vías de desarrollo han superado las barreras culturales, religiosas, étnicas y políticas, incorporándose en la era de la economía global, sea como proveedores de servicios o como consumidores.

Conforme estas barreras disminuyen, se tienen avances simultáneos en transporte confiable, tecnología, comunicaciones y digitalización. El resultado esperado es el crecimiento del comercio mundial, de los flujos de capitales internacionales y de los movimientos migratorios entre países. Esto significa una creciente integración de la economía e interdependencia de los países, expandiéndose así la globalización.

RESPUESTA DE LAS ORGANIZACIONES

Ante el auge incontrarrestable de la globalización, las organizaciones están extendiendo sus operaciones internacionalmente de manera apresurada y con estrategias innovadoras.

Por ejemplo, Amazon dis-

tribuye todo tipo de artículos y en todo el mundo más rápido que sus competidores, al integrar la flexibilidad en su plataforma comercial, mientras invierte en nuevos centros de datos y distribución en los 5 continentes. A su vez, Falabella, una empresa chilena con creciente expansión en mercados de Latino América, se orienta con fuerza hacia el comercio electrónico, invirtiendo en un centro de diseños de moda en Bangalore, India, mientras simultáneamente desarrolla un centro de distribución con la más moderna tecnología en San Bernardo, Chile.

EFFECTOS DE LA GLOBALIZACIÓN

El modelo de negocio dividido entre producción para consumo nacional y producción de exportación ya no es viable. Existen nuevos estándares de competitividad global que impactan la calidad, variedad, personalización, conveniencia, las fechas y lugares de entrega, y también los costos.

La globalización contribuye a aprovechar las economías de escala (mayores volúmenes de producción a un menor costo unitario) y agrega valor a los bienes y servicios, pero también complica el trabajo de la gestión de operaciones ya que se intensifican la complejidad, el riesgo y la competencia.

UNA VISIÓN GLOBAL DE LAS OPERACIONES

Existen varias razones por las

que se decide cambiar las operaciones de negocios nacionales a alguna forma de operación internacional. Incluyendo desde elementos tangibles, como la reducción de costos al aprovechar ventajas tributarias o proveerse de materias primas o mano de obra más económicas, mejorar la cadena de suministro y proporcionar mejores bienes y servicios; hasta elementos intangibles, como entender los mercados, aprender a mejorar las operaciones y atraer el talento global.

Buscando aprovechar las oportunidades que las operaciones internacionales ofrecen, las organizaciones que distribuyen sus recursos en varios países, utilizando una perspectiva global para volverse más eficientes, son capaces de desarrollar nuevos productos, explorar nuevos mercados para vender sus productos, capacitar a los empleados e invertir en nuevas instalaciones y equipamientos para sostener su crecimiento empresarial.

ASPECTOS CULTURALES Y ÉTICOS

Uno de los grandes desafíos que se presentan al globalizar las operaciones es armonizar las diferencias en el comportamiento social y cultural. Con problemas como, la corrupción, la contratación de menores, la contaminación ambiental. Los administradores a veces no saben cómo res-

ponder cuando realizan su trabajo en una cultura diferente. Lo que en un país es aceptable, en otro es inaceptable o ilegal.

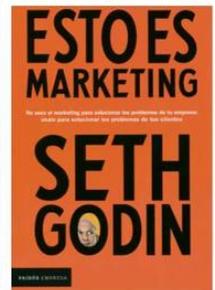
Mediante diferentes y crecientes esfuerzos observables en las últimas décadas, liderados por diversas organizaciones no gubernamentales (ONG), por ejemplo la Organización Mundial de Comercio, se ha avanzado paulatinamente en los acuerdos y códigos de conducta para las transacciones internacionales. Si bien hay tarea pendiente, son cada vez más las naciones que, incluso en aspectos donde poseen diferencias culturales significativas, aceptan la uniformidad global en significativos aspectos como la corrupción o la protección de la propiedad intelectual.

CONCLUSIÓN

A pesar de las diferencias culturales y éticas, vivimos un periodo de extraordinaria movilidad de capital, información, bienes e incluso personas. Lo más probable es que esto continúe así. El sector financiero, el de las telecomunicaciones y el de logística en el mundo, son apenas algunos ejemplos de instituciones saludables que estimulan el buen uso de capital, información y bienes. La globalización, con todas sus oportunidades y riesgos, llegó para quedarse. Los administradores definitivamente deben considerarla. ❧

libros

ESTO ES
MARKETING



El autor, en esta oportunidad, con un lenguaje directo y libre, expone conocimientos adquiridos frutos de la experiencia en el área, haciendo del marketing algo más digerible para los lectores ávidos de aprender qué es marketing según la propia visión del autor.

En sus veintitrés capítulos, se discuten conceptos fundamentales en la disciplina, como lo son: la idea de generar confianza con el cliente, el arte del posicionamiento, la mejor forma de alcanzar las metas y cómo la publicidad y branding de antaño ya no sirven en los tiempos actuales; el rol de la tensión en la compra y cómo el marketing, al final, es acerca de las historias que nos contamos sobre nuestro estatus social. Una forma peculiar de acercarse al marketing. ❧

EDITORIAL PAIDÓS
288 PÁGINAS
PRECIO \$13.500

web



HTTP://WWW.ESCUELADISENOSOCIAL.ORG/

En esta web se desarrolla y estudia el diseño social, referido a la incorporación progresiva en una comunidad, personas e instituciones, de innovaciones en los modos de relación, en la gestión de los recursos y en los intercambios de valor mutuo, para elevar la riqueza social de la misma. Innovaciones debidamente sustentadas en principios éticos, la participación activa y el conocimiento cooperativo.

Este tipo de diseño se justifica, por cuanto las ciencias sociales no han tenido un protagonismo propositivo frente a las aplicaciones de la ciencia y la economía en la sociedad. En consecuencia la orientación y los resultados de las innovaciones sociales han presentado carencias graves en su finalidad social, e incluso han sido inapropiados en sus impactos. ❧