

● EMPRESAS Y NEGOCIOS



Escuela de Negocios y
Economía PUCV

Opinión



**CLAUDIA ALBERTINI
MAYENBERGER QUIROGA**
Académica, Escuela de
Negocios y Economía, PUCV

El orden de los factores sí altera el producto

El año pasado el Banco Central publicó, en su Informe de Política Monetaria, un recuadro sobre crecimiento tendencial y potencial; el Tendencial, se refiere a la capacidad de crecimiento de la economía a mediano plazo, y el Potencial hace referencia a un nivel del PIB que no genere presiones inflacionarias.

Según el texto, la variación del PIB Tendencial para los próximos 10 años se ubica entre 3,0% y 3,5%. Para el PIB Potencial se estimó en torno al 2,5%. En tanto, en agosto del año pasado, el Comité de Expertos que cita el Ministerio de Hacienda, año a año, para estimar el PIB Tendencial, lo ubicó en 2,8%.

Durante el primer gobierno del Presidente Piñera, el PIB aumentó un 5,3% promedio. Sin embargo, dado que nuestra capacidad de crecimiento de mediano plazo es inferior a esa cifra, para recuperar tal nivel de expansión de nuestra economía, es necesario aumentar la capacidad productiva del país.

Si volviéramos a crecer al 5%, en el corto plazo se generarían presiones inflacionarias, lo cual es contraproducente con el anhelo de seguir creciendo a altas tasas. Así, la principal preocupación debe ser: primero cerrar la brecha entre el PIB Tendencial y el efectivo, junto con aumentar la capacidad productiva del país, para luego aspirar a tasas de crecimiento mayores. Por eso, es importante incentivar las inversiones y seguir poniendo énfasis en el aumento de la productividad.

En mi opinión, hacerlo de otra manera, sólo generaría desequilibrios en nuestra economía, con las consiguientes consecuencias negativas que ello conlleva.

claudia.albertini@pucv.cl



CULTURA ORGANIZACIONAL

ADMINISTRACIÓN. Una comprensión necesaria para alcanzar la excelencia.

ALEX PAZ BECERRA

Ingeniero Comercial, PUCV.

Magister en Ingeniería Industrial, PUCV.

Director General de Asuntos Económicos y Administrativos, PUCV.

Académico, Escuela de Negocios y Economía, PUCV.

alex.paz@pucv.cl

Como dice Lao Tze: "Aún el camino más largo, comienza con un sólo paso". Si somos responsables, o parte de un equipo encargado de la labor de liderar decisiones que afecten la estructura de una organización, con el propósito de impactar en el logro de sus objetivos -sin importar las actividades o rubro a las que se dedique nuestra empresa-, existe una amplia gama de elementos a considerar, dependiendo de los objetivos que cada una de las organizaciones se plantee y de la habilidad que éstas empleen para lograrlos.

CULTURA ORGANIZACIONAL

Cada organización ejerce su libertad de autodeterminar aspectos fundamentales, tales como: qué productos o servicios ofrece y emprender las acciones que estime conveniente, de acuerdo con sus propósitos, siempre considerando sus recursos y capacidades con las que cuenta para conseguir sus metas.

Ahora bien, si realmente se pretende alcanzar resultados óptimos y proyectar una organización en el tiempo, se precisa de una cultura organiza-

cional que favorezca y asegure que los servicios o productos que se entreguen a la sociedad sean de calidad y, a su vez, dicha calidad esté garantizada a largo plazo, mediante una cultura que se consolide y permita orientar la organización hacia la excelencia.

Seguramente, muchas veces hemos oído hablar sobre cultura organizacional, de su importancia para las empresas, de los beneficios que conlleva comprenderla, y de sus múltiples funcionalidades, pero ¿qué significa?, se refiere a aquellos sistemas de significados comunes: conductas, creencias, valores, símbolos, que identifican a una gran parte de los miembros de una organización y que los diferencia de otras.

Entre sus principales elementos, se encuentran, la identidad de sus miembros, el énfasis de equipo, rol de las personas, mecanismos de control y normativas internas, misión, capacidad integradora, tolerancia al riesgo, criterios de recompensa, tolerancia al conflicto, perfil de los fines y medios, enfoque de la organización, todos ellos conforman una tendencia a la cohe-

sión interna en las empresas de "excelencia".

La cultura, por así decirlo, es la manera en que los líderes corporativos galvanizan un conjunto de valores, lenguajes, rituales, mitos, etc., de tal modo de hacer surgir la motivación y el entusiasmo en los miembros de la organización, logrando que las personas sientan que su trabajo tiene sentido y que contribuye a algo significativo y valioso, desatando un nivel de compromiso permanente con los objetivos de la empresa.

CULTURA ORGANIZACIONAL Y CALIDAD

Si la organización se hace cargo de su trabajo y logra superar las expectativas de los clientes, sin limitar esfuerzos en cuanto a la mejora de sus productos o al modelo de servicio que ofrece, esta organización asegura un pilar fundamental sobre el cual se pueda sostener.

Dado lo relevante que es para un usuario o cliente recibir calidad en cualquiera de sus expresiones, debiese ser considerado como una necesidad a satisfacer y, por ende, ser un valor que esté inmerso en la cultura organizacional. Esto implica, en primer lugar, que las empresas deben incorporar la calidad como un elemento distintivo y recalcar la importancia de ésta, entre todos

los integrantes de la misma.

Posteriormente, se deben implementar prácticas concretas que garanticen alcanzar las metas, asegurando los procesos eficientes y mejorando los que requieran ajustes, según los parámetros de medición e indicadores de logro con los que cuente cada organización.

LA EXCELENCIA

Si hacemos el ejercicio e imaginamos una organización que se embarca en un proceso de implementación de la calidad, como un aspecto clave de su cultura, nos daremos cuenta que la iteración de ese tipo de prácticas, de manera sostenida en el tiempo, a través de procesos claros, definidos y que apunten a la mejora permanente e innovación, iría consolidando una cultura organizacional marcada también por la calidad, lo que llevaría -en un futuro no muy lejano-, a un paso firme, hacia la excelencia.

Una cultura organizacional marcada por la necesidad de mejorarse constantemente, da paso a una mayor capacidad de adaptación al cambio, generar grados de compromiso institucional por parte de sus miembros, desarrollar innovaciones, establecer canales fluidos que acerquen a los clientes y la empresa, entre muchos otros elementos que favorecen a cualquier organización. **CS**

libros

RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS ORGANIZACIONES



Cuando las prácticas socialmente responsables han ganado paulatinamente su lugar en la realidad actual, es necesario analizar cómo la Responsabilidad Social de las Organizaciones se ha relevado más allá de la empresa privada, llegando a todas las naturalezas organizacionales.

Esta obra de Yolanda Sánchez-Urán Azafra, como Directora y María Amparo Grau Ruiz, como Coordinadora, ofrece un análisis de la Responsabilidad Social de las Organizaciones, destacando el verdadero alcance de las distintas herramientas a utilizar. Para ello, el foco principal se centra en estudiar la actualidad del sector privado y público.

El libro se dirige a los lectores que quieran conocer los avances y los desafíos que plantea la Responsabilidad Social de las Organizaciones.

EDITORIAL ALFAOMEGA

370 PÁGINAS

PRECIO: \$19.700

web



En un formato ágil y con ediciones regionales, en México y Argentina, el sitio web elaborado por la división Digital de Forbes, es una ventana dinámica al mundo de los negocios a través de diversos artículos. La diversidad de información financiera y de negocios presente en el sitio web permite definir a éste como "uno de los mejores cincos sitios financieros por tráfico arroja un estimado de US\$ 70 hasta US\$ 80 millones anuales en ingresos..." (D. Carr, New York Times 2009). Dispone de información relevante en artículos sobre finanzas, industria y tópicos de mercado entre otros. Sin embargo, lo que sobresale es la diversidad de opiniones de los articulistas, lo que contribuye al estudio de la contingencia, adicionando fortalezas para el análisis en los negocios a nivel mundial.