

Serie Gerencia Global

En las últimas dos décadas, la transición hacia una verdadera economía global ha experimentado un impulso importante en virtud de diversas tendencias que han ido convergiendo a gran velocidad. Cambios en el escenario político, en las fronteras del avance científico y tecnológico, en los patrones de comportamiento y de consumo de las sociedades y en la naturaleza misma de la competencia entre las empresas son solo algunos de los elementos que han configurado un entorno complejo e incierto que incide en el clima de negocios local y global.

En este escenario, la búsqueda de la fuente de ventaja competitiva sostenida se ha transformado en parte medular de la agenda de los gestores de negocio y de los inversores, en su empeño por conducir a sus organizaciones hacia niveles sostenidos de crecimiento y rentabilidad. Para ello procuran ser más eficientes que sus competidores y adoptan paradigmas novedosos —cada uno más prometedor que su predecesor—. No obstante, las investigaciones conducidas por la Universidad ESAN en los últimos años sugieren que los aumentos persistentes en competitividad y eficiencia son difíciles de sostener, debido a que las buenas prácticas son replicadas rápidamente por los competidores.

En ese contexto, la gerencia con visión global, la gestión del talento humano y el desarrollo de soluciones de negocio ad hoc desde disciplinas funcionales, como el márketing, la tecnología o las finanzas corporativas, pueden constituir elementos diferenciadores para alcanzar ventaja competitiva y liderazgo en los sectores. Estos esfuerzos, sin embargo, parecen ser más factibles de emprender por empresas multinacionales, en virtud de su peso específico en la economía global y de las ventajas que disfrutan, como las economías de escala y alcance, y el empleo intensivo de tecnología y capital, entre otras.

Pero ciertamente en el ámbito latinoamericano es posible que las empresas locales pongan en marcha estrategias y soluciones de negocio

innovadoras que no solo les permitan competir con empresas foráneas en el mercado local, sino también participar en el comercio internacional.

Con el propósito de aportar al crecimiento e internacionalización de la empresa latinoamericana, y particularmente la peruana, la Universidad ESAN presenta su serie Gerencia Global. Creada como un proyecto institucional orientado a brindar soluciones prácticas de negocio para enfrentar los complejos desafíos de los mercados globales, esta serie busca compartir un conjunto diverso de propuestas, planes de negocio y tecnologías de gestión que permitan a los gestores de negocio y los emprendedores identificar y explotar las oportunidades que emergen en el pujante escenario de apertura gradual de la economía nacional ante el mundo.

La serie Gerencia Global comprende una selección temática de diversas disciplinas asociadas al mundo de los negocios y la economía: desde el comercio internacional, la gerencia estratégica y los nuevos instrumentos de financiación (como los bonos de carbono) hasta temas emergentes como la responsabilidad social empresarial y el marketing relacional, entre muchos otros. De esta manera, la Universidad ESAN reafirma su compromiso de contribuir al desarrollo del país mediante la generación y difusión del conocimiento que sea de utilidad práctica para las empresas, los profesionales que en ellas se desempeñan y la comunidad académica, cuya misión es formar a los emprendedores que ensamblarán los nuevos motores del crecimiento nacional, particularmente en sectores con proyección global como el turismo sostenible, la agroindustria y otras industrias con valor agregado.

La Universidad ESAN hace votos para que las publicaciones de la serie Gerencia Global sirvan de material de consulta a las empresas, la comunidad académica, los profesionales con proyección y los gestores públicos interesados en promover el desarrollo de la economía nacional y el fomento del emprendimiento.

Peter Yamakawa, Ph. D.
Vicerrector de Investigación
Universidad ESAN