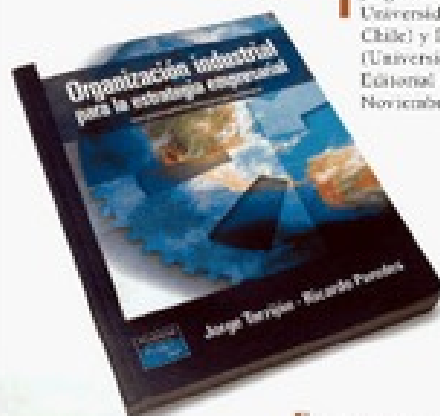




“Organización Industrial para la Estrategia Empresarial”, de Jorge Tarjizán y Ricardo Paredes



Jorge Tarjizán (Pontificia Universidad Católica de Chile) y Ricardo Paredes (Universidad de Chile), Editorial Prentice Hall, Noviembre 2001

Este libro está pensado para satisfacer una demanda creciente en las escuelas de negocios latinoamericanas de material bibliográfico de apoyo para los cursos de estrategia empresarial. Este libro originado en la región, con casos y situaciones locales, le permite a los alumnos comprender el funcionamiento de los mercados, y a partir de allí, entender las interacciones competitivas que se producen entre las empresas.

Este libro fue diseñado para sugerir como analizar las decisiones estratégicas en contextos de competencia en los mercados, con lo que permite ser material tanto de los cursos de estrategia competitiva (típicamente a nivel de MBA y posgrado avanzado, donde se incluyen elementos de organización industrial), como de organización industrial, empresa económica de la empresa y cursos de especialidad para ejecutivos.

Sus autores, Jorge Tarjizán y Ricardo Paredes, logran un notable progreso en los contenidos y metodología adoptada. Los autores utilizan un enfoque metodológico que minimiza la formulación matemática en los distintos temas, dándole énfasis a la comprensión de los conceptos y a la entrega de ejemplos prácticos, que son particularmente relevantes para países latinoamericanos. Sin embargo, en algunos casos (eficiencia en pocos) cuando es muy difícil entregar conceptos sin algún complemento matemático básico, se hacen las excepciones de rigor a la regla en anexos a los capítulos del libro.

Los autores dividen el libro en tres partes. En la primera parte se desarrolla una visión de la organización de las industrias, en la perspectiva económica del sistema. Se introduce a los lectores en el lenguaje técnico de la disciplina, por lo que conceptos como concentración, estructura de mercado, naturaleza de la firma, costos de transacción, barreras a la entrada, segmentación de mercados, son plantados en forma didáctica, sin abusos de ecuaciones ni modelos matemáticos (aspecto en que otros libros, como el de Teófilo, se alejan de cualquier audiencia de MBA o posgrado). Esta primera parte, por lo tanto, constituye una innovación respecto de la literatura que está disponible hoy. Los casos breves y ejemplos, que ilustran los distintos conceptos, permiten acercarse a la realidad de países menos desarrollados, lo que pretende dar más pertinencia al análisis.

La segunda parte entrega los fundamentos técnicos que subyacen a la formulación de estrategias empresariales. En lo fundamental, la visión del libro pretende introducir conceptos de decisión en contextos en los que las decisiones que toma una firma afectan a los competidores, y este efecto sobre el resto afectará las decisiones propias y sus resultados. Por lo tanto, la tesis argumental del libro se basa en que al elegir una empresa una acción o estrategia, una empresa deberá considerar no solo los efectos directos de esa estrategia en sus resultados sino que también y muy importante, la reacción de los competidores a cada una de sus posibles estrategias y los efectos de esas reacciones en sus resultados. En esta segunda parte se desarrollan y explican los conceptos de estrategia en base a casos breves y ejemplos. Estos ejemplos mayoritariamente tienen que ver con

situaciones de innovación competitiva en países latinoamericanos para lo cual se usó un material prestado por la teoría de juegos, la que se explica en forma simple y didáctica.

Por último, la tercera parte considera elementos de regulación. La lógica de incluir esta parte es introducir un elemento que es progresivamente importante en las decisiones que toman que ven con contextos de competencia imperfecta. A menudo ocurre que los mercados involucran a pocas participantes y por ello, muchas decisiones estratégicas de los participantes son desafiadas por los gobiernos a través de sus instituciones reguladoras. Por ello, comprender temas de regulación es crucial.

En síntesis, este libro está pensado para satisfacer la demanda por un texto en las áreas de organización industrial, estrategia competitiva y de regulación de mercados (las que como se analiza a lo largo del texto, están estrechamente relacionadas), tanto en cursos de licenciatura como en los programas de MBA de la región. Asimismo, el libro debiese ser de mucho interés para ejecutivos responsables de formular estrategias competitivas y para personas interesadas en temas de regulación (como es el caso de abogados involucrados en temas de legislación anti monopolios).

El libro Organización Industrial para la estrategia empresarial es un excelente texto para utilizar en cursos de estrategia competitiva, economía de empresas y organización industrial, proporcionando una visión actual y analítica del tema, incorporando desarrollos recientes de teoría de juegos.¹

Natko Keljatic MA,
Director Escuela de Administración
Pontificia Universidad Católica de Chile

1. El libro a la fecha está en su segunda impresión dando el mismo impacto en las aulas por ser material obligatorio en muchas universidades latinoamericanas. Para mayores antecedentes en <http://www.ponared.info.com/organizacionindustrial>

Organización industrial para la estrategia empresarial", de Jorge Tarjizán y Ricardo Paredes [artículo] Matko Koljatic M.

Libros y documentos

AUTORÍA

Koljatic M., Matko, 1944-

FECHA DE PUBLICACIÓN

2003

FORMATO

Artículo

DATOS DE PUBLICACIÓN

Organización industrial para la estrategia empresarial", de Jorge Tarjizán y Ricardo Paredes [artículo] Matko Koljatic M. il.

FUENTE DE INFORMACIÓN

[Biblioteca Nacional Digital](#)

INSTITUCIÓN

[Biblioteca Nacional](#)

UBICACIÓN

Avenida Libertador Bernardo O'Higgins 651, Santiago, Región Metropolitana, Chile