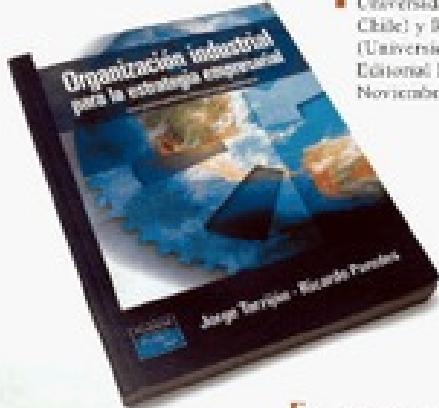




"Organización Industrial para la Estrategia Empresarial", de Jorge Tarjizán y Ricardo Paredes



Jorge Tarjizán (Pontificia Universidad Católica de Chile) y Ricardo Paredes (Universidad de Chile), Editorial Pearson 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 postgrado avanzado, donde se incluyen elementos de organización industrial), como de organización industrial, estrategia 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 formalización matemática en los distintos temas, donde enfocan a la comprensión de los conceptos y a la entrega de ejemplos prácticos, que son particularmente relevantes para países latinosamericanos. Sin embargo, en algunos casos (frecuentemente en pocas) cuando es muy difícil entregar conceptos sin algún complemento matemático basado, 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 los mercados, en la perspectiva económica del mismo. 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 presentados en forma didáctica, sin abusos de notación ni excesos matemáticos (así como en que otros libros, como el de Fudenberg, se alejan de cualquier audiencia de MBA o postgrado). Esta primera parte, por lo tanto, constituye una introducción respeto de la literatura que está disponible hoy. Los casos breves y ejemplos que ilustran los distintos conceptos procuran acercarse a la realidad de países menos desarrollados, lo que pertenece más pertinencia al análisis.

La segunda parte entrega los fundamentos técnicos que subyacen a la formulación de estrategias exitosas. 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, esa 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 competición competitiva en países latinoamericanos para lo cual se incluye material provisto por la teoría de juegos, la que se explica de forma simple y didáctica.

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

En sintesis, 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 ofrece uso de muchos materiales 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 monopolio).

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, procurando una visión actual y analítica del tema, incorporando desarrollos recientes de teoría de juegos.¹

Mario Kolpatik M.
Doctora Escuela de Administración
Pontificia Universidad
Católica de Chile

1. El libro al momento en su segundo impreso dada el alto impacto en las ventas por ser material obligatorio en muchas universidades latinoamericanas. Para mayores antecedentes en <http://www.pearsonedlatino.com/elparticionindustrial>

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](#)