



*“Cuando se han encontrado casos de éxito, estos han sido el resultado de que la corporación ha hecho una mezcla de sus propias estrategias que aplican en su mercado, adaptándolas a una realidad diferente”.*

una perspectiva cultural”, porque consideramos que con el proceso de la globalización el tema de la perspectiva cultural cobra mucho más importancia dentro de la disciplina de la gestión. Desde siempre se ha dado el comercio entre los países a través de las empresas, pero aun así, al trasladar a un ejecutivo exitoso de su país natal a un país extranjero, los resultados no eran los mismos llevándolo incluso al fracaso por no haber podido adaptarse a la nueva realidad y esto se traduce en pérdidas de recursos financieros, tiempo, desgaste de recursos humanos, y un fracaso para un ejecutivo que tenía un performance exitoso durante varios años en la empresa donde trabajaba.

Fue así que varios trabajos de investigación han coincidido en que la ubicación de personas, recursos económicos que implican estrategias diferentes en cuanto a marketing, recursos humanos, operaciones y logística, tenían que tomar en cuenta los aspectos culturales de cada país y por ende de cada mercado para poder llevar a cabo exitosamente un proyecto empresarial.

Entonces, cuando decimos que le tema central del evento es “La Gestión en Iberoamérica desde una perspectiva cultural”, intentamos hacer reflexiones sobre

estos casos y ofrecer soluciones, por ello queremos concentrar a investigadores y directivos de empresas que estén interesados en estos temas que muy bien pueden ser aplicados a múltiples áreas de la administración pública y privada, la tecnología, la innovación y gestión, comportamiento organizacional y recursos humanos, como de la propia estrategia de negocio.

Si bien es cierto que esto involucra a toda aquella organización que quiere globalizarse, me parece que es la empresa privada y sus directivos quienes más están más involucrados en este tipo de experiencias desde el momento en que movilizan tanto capital como a todo un grupo humano a un determinado país extranjero para desarrollar nuevos mercados y el primer obstáculo que encuentran es precisamente la cultura del país donde quieren operar, lo que a veces termina en una retirada y por ende en pérdidas de cuantiosos recursos.

Lo que sucede es que a veces las cosas se contemplan desde afuera con una óptica irreal de los mercados. Existen diversas teorías que manifiestan que por estrategia las empresas pueden decidir -lo que llaman posición etnocentrista- de

acuerdo a sus propios lineamientos de su casa matriz, replicar en otro país una misma estrategia de negocio para un determinado mercado, terminando muchas veces en un rotundo fracaso, pero por otro lado, cuando se han encontrado casos de éxito, estos han sido el resultado de que la corporación ha hecho una mezcla de sus propias estrategias que aplican en su mercado, adaptándolas a una realidad diferente. Así como en economía se habla de modelos que funcionan bajo determinados supuestos, es exactamente lo mismo cuando se habla de qué estrategia utilizar para ingresar a determinados mercados en determinados países. Si se controlan las variables que van a afectar el desarrollo de algún proyecto, existirá mayor certeza de que ese proyecto será exitoso. A esta situación se le suma el impacto de la tecnología, la facilidad en la movilidad a nivel global, la apertura para acceder a los mercados en los diferentes países, y el tiempo, ya que hoy en día las cosas se tienen que hacer más rápido.

Aun cuando el evento convoca principalmente a académicos, pareciera -por los temas a tratarse- que los principales interesados en participar en este encuentro deberían de ser los directivos de empresas,