



CAMBIOS DE LA ECONOMIA Y EL MUNDO... RETOS PARA EL CONTADOR GERENCIAL

1

Yenny Constanza Durán

AGENDA

- Mundialización y Globalización
- Entorno Económico internacional
- Economía del Conocimiento
- Comercio electrónico y Marketing



“Para gestionar correctamente un negocio se necesita planificar correctamente el futuro, y planificar el futuro significa manejar información”.

Marion Harper

Derechos Humanos

Responsabilidad
Organizacional

Corrupción

Responsabilidad
Social



TIC

Normas laborales

Medio ambiente

Tratados y Acuerdos
Internacionales

MUNDIALIZACIÓN Y GLOBALIZACION

MUNDIALIZACION

Resultado del sistema capitalista, busca maximizar lo beneficios con la ampliación del mercado.



GLOBALIZACION

Es un efecto de la mundialización.

Creación de un mercado Mundial.

Basado en las capacidades mundiales de producción, distribución, cambios de consumo.

REVOLUCION DIGITAL



GLOBALIZACION

Elementos que determinan el cambio del ciclo económico:

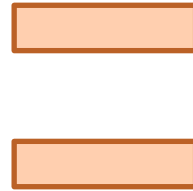
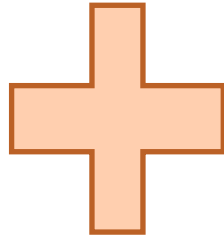
- Declive de los países capitalistas
- Procesos de integración económica
- Cambios en el liderazgo mundial



Fenny Constanza Durán

TIC

(DIGITALIZACION)

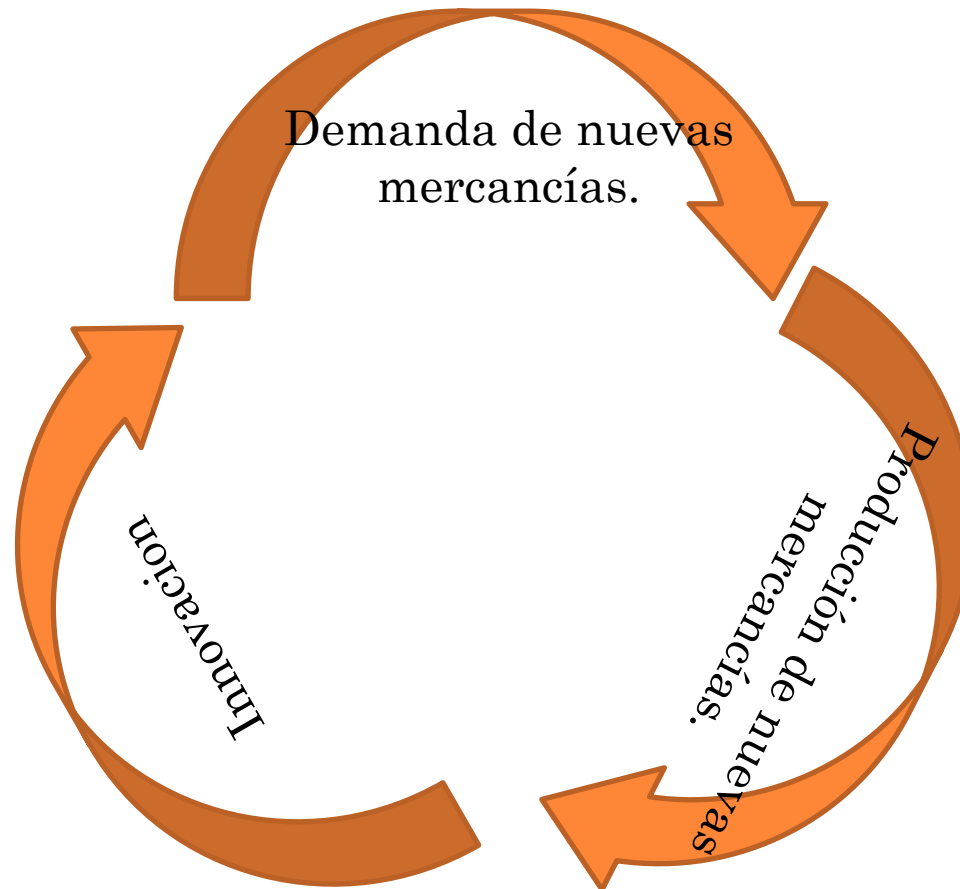


GLOBALIZACION

MUNDIALIZACION

CIRCULO VIRTUOSO

- Alan Greenspan.



Yenny Constanza Duran

NUEVA ECONOMIA

INCORPORACION
DEL
CONOCIMIENTO

TRABAJO EN
CADENA

INNOVACION TECNOLOGIA

- Necesidad Social
- Capacidad Social

Ejemplos:

- Maquinismo
- Electricidad
- Motor de combustión interna
- Revolución Digital



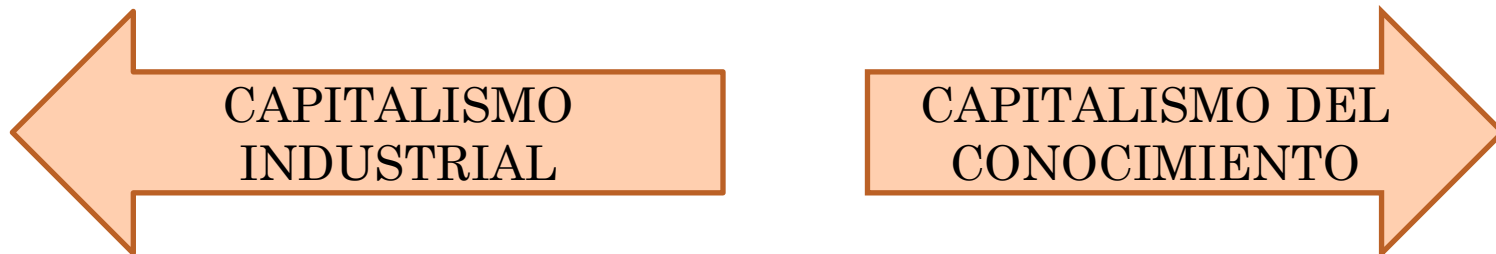
PERIODOS DE DESARROLLO CAPITALISTA

PRIMERA REVOLUCION INDUSTRIAL: Maquina del Vapor, maquinismo

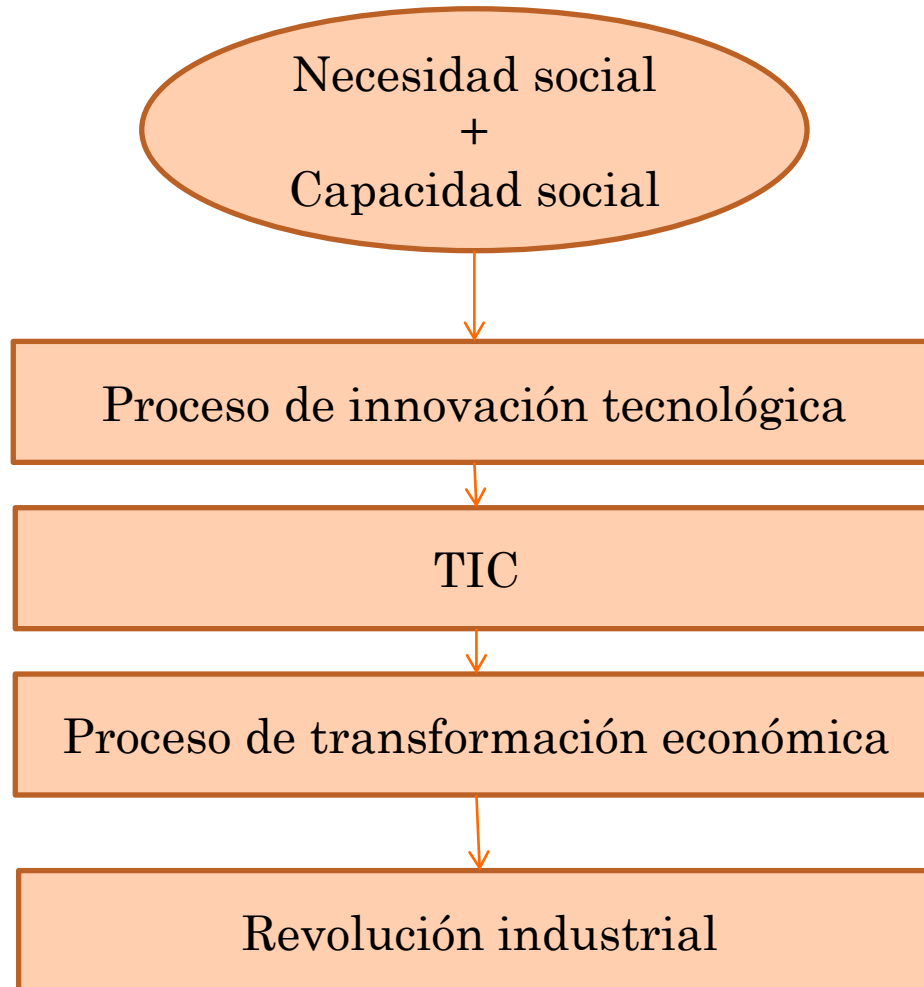
SEGUNDA REVOLUCION INDUSTRIAL: electricidad, motor de combustión interna, teléfono, telégrafo

REVOLUCION DIGITAL: TIC, cambios técnicos y productivos conllevan a cambios sociales y culturales.

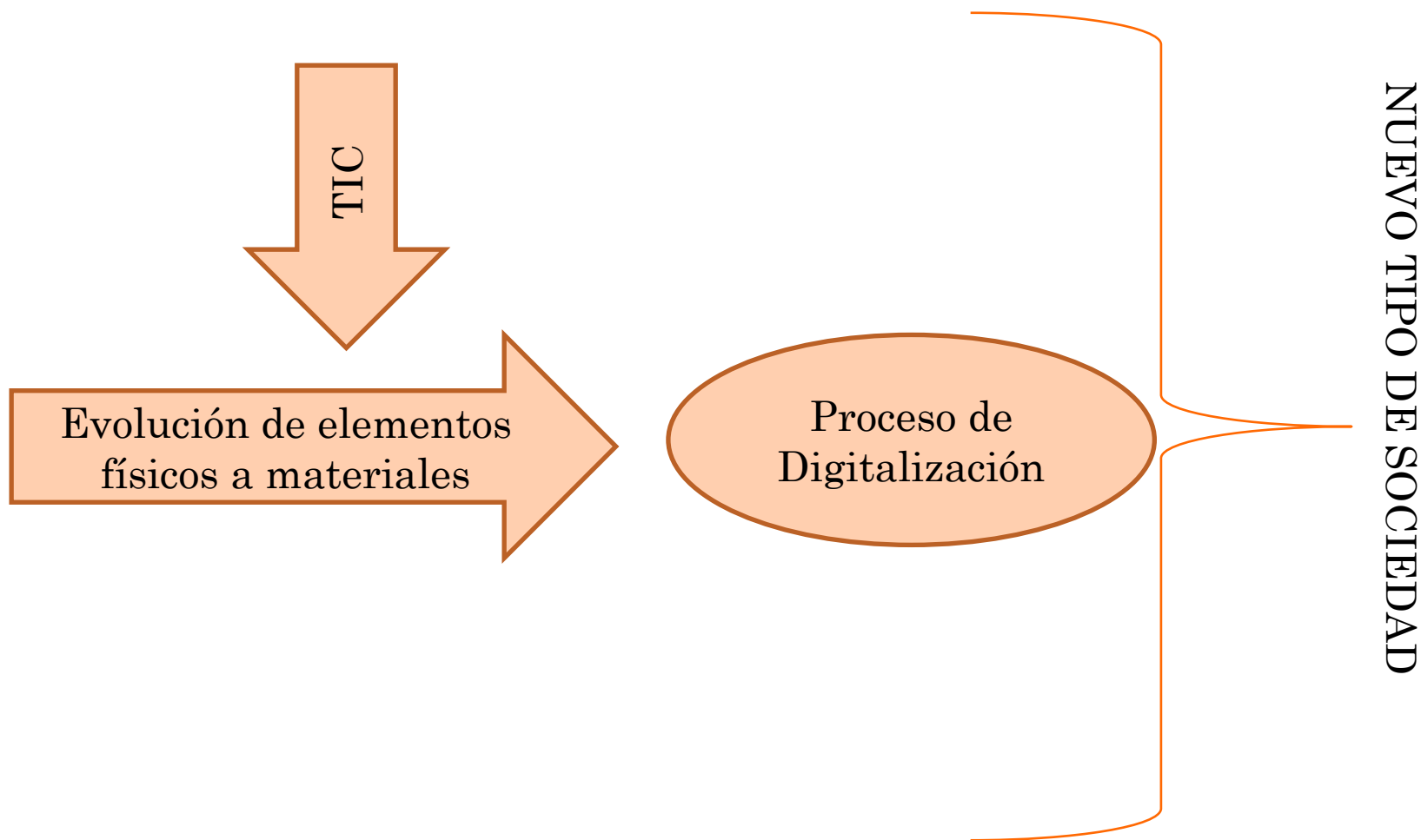
CAMBIO EN LA ECONOMIA Y EL MUNDO



REVOLUCION INDUSTRIAL DIGITAL



REVOLUCION DIGITAL Y TIC



OPINION DE UN EXPERTO



Manuel Castell. – La era de la información, Vol I.

Opina que la tecnología es el indicador del cambio social y cultural, y que internet es el medio y expresión de este cambio.

En la revolución digital, la verdadera novedad es la utilización del conocimiento para generar aparatos que incidan directamente en la generación del conocimiento y la sustitución de las habilidades mentales.

REVOLUCION DIGITAL Y TIC

TIC	REVOLUCION DIGITAL
Conjunto de tecnologías	Convergencia tecnológica
Gestión de la información	Información y conocimiento
Maximizar beneficios – conocimiento.	Transformo la gestión empresarial y la manera de hacer negocios.
Las TIC han transformado la vida de las personas	Las TIC optimizaron recursos.

SISTEMAS TECNOLOGICOS

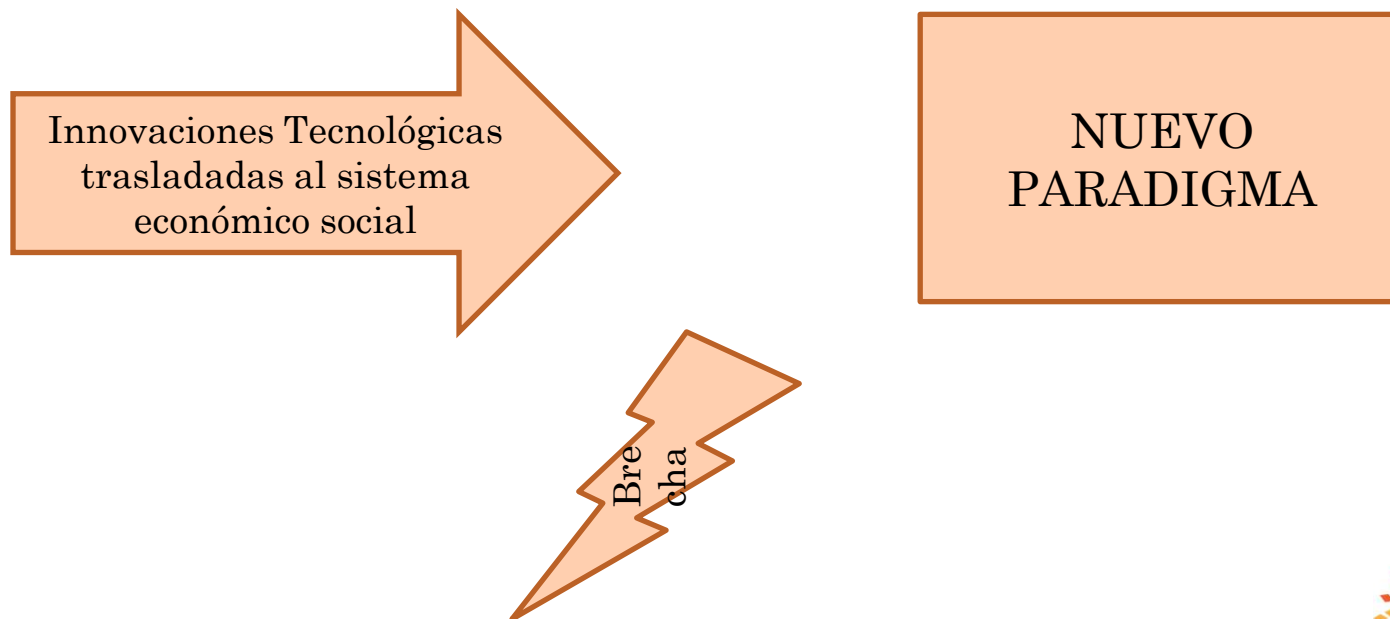
- Cambian la vida de las personas.
- Cambian las relaciones laborales.
- Penetran en la economía transversalmente.



Yenny Constanza Duran

CAMBIO DE PARADIGMA TECNICOECONOMICO

- A finales del Siglo XX.
- Nuevo tipo de sociedad = sociedad del conocimiento



EVOLUCION DE LA DIGITALIZACION

Primera Generación	1946 – Primer Ordenador electrónico
Segunda Generación	1947 – Basados en transistor
Tercera Generación	1957 – Circuito integrado
Internet	Agrupación de redes informáticas.

- Ley Moore
- Ley Metcalfe

PATRONES DE DEMANDA MUNDIAL



Demanda de consumo

Producción de mercancías del conocimiento

Uso intensivo del conocimiento

LA NUEVA ECONOMIA

- Hacia una economía Global, Digital y con Demanda Creciente
- La economía del conocimiento
- Nuevas capacidades
- E-business y empresa en red
- Innovación

LA NUEVA ECONOMIA

- Nuevo aprendizaje
- Nueva política económica.
- Crecimiento económico.
- Nuevo tipo de sociedad.



ENTORNO ECONOMICO INTERNACIONAL

ENTORNO ECONOMICO INTERNACIONAL

Variables económicas que afectan los países:

- Política
- Transporte y Comunicaciones
- Cambios Tecnológicos
- Concentración empresarial
- Deslocalización
- Mercado Financiero Global
- Estrategia empresarial

EL MERCADO Y CONSUMIDORES

Presentan grandes diferencias:

- Económicas
- Culturales y Religiosas
- Lingüísticas
- Legales
- Hábitos de consumo
- Canales de Distribución



LAS COMPAÑÍAS.. TENDENCIA A LA INTERNACIONALIZACION

- Modificaciones estructurales
- Apertura hacia otros países
- Incremento de la competitividad
- Ampliación de mercados



OPCIONES DE INTERNACIONALIZACION

- Exportación Directa
- Exportación Indirecta
- Licencias y franquicias
- Inversión en el exterior



EXPORTACION DIRECTA



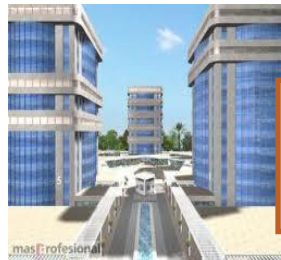
PRODUCTO –investigar el
mercado , negociar,
transporte, aduanas, riesgos
de cobranza



pago

30

EXPORTACION INDIRECTA



PRODUCTO



PRODUCTO –investigar
el mercado , negociar,
transporte, aduanas,
riesgos de cobranza



pago



pago

LICENCIA Y FRANQUICIA

- Cesión de la ventaja competitiva.

Licencia: acceso al conocimiento.

Franquicia: acceso al conocimiento, al nombre comercial, la tecnología y forma de dirigir el negocio.



INVERSION EN EL EXTERIOR

Delegación: La empresa es parte de una empresa matriz.

Filial: Compañía local, patrimonio de la empresa matriz.

Empresa Mixta: privadas y del estado.



RETOS A VENCER EN LA INTERNACIONALIZACION

- Fiscal
- Cuantitativo
- Económico
- Técnico
- Físico



POR QUE DEDICIR INGRESAR AL MERCADO INTERNACIONAL

FACTORES EXTERNOS	FACTORES INTERNOS
Condiciones legales y económicas	Mercado objetivo
Condiciones del mercado nacional	Ciclo de vida



PASOS BASE PARA INTERNACIONALIZAR LA EMPRESA

- Análisis DOFA.
- Pros y contras.
- Investigar y buscar ayuda.
- Seleccionar el nicho de mercado.
- Definir estrategia.
- Buscar cooperación empresarial.

COOPERACIÓN INTEREMPRESARIAL

Busca obtener ventajas competitivas.

- Actividades con elevada inversión
- Mercados con alto grado de incertidumbre y riesgo
- Sectores con importante economía de escala
- Industrias complejas, con tareas especializadas

TIPOS DE COOPERACION INTEREMPRESARIAL

Financiera

Ejemplo: Join – venture

Comercial

Ejemplo: Uniones temporales

Tecnológicas

Ejemplo: Tecnológicas

Productiva

Ejemplo: Subcontratación

VENTAJAS Y DESVENTAJAS

VENTAJAS	DESVENTAJAS
• Reducción de costos • Reducción de riesgos • Transferencia del conocimiento • Aprovechamiento de economías de escala • Posición competitiva • Ahorro en tiempo para cumplir objetivos	• Menor autonomía. • Mayor complejidad organizativa. • Divergencia en intereses • Falta de confianza

COMO DECIDIR A QUE PAIS PENETRAR?

PIB

Inversión extranjera
recibida

Ingreso Per Cápita

Inflación

Población

Tipos de interés

Balanza Comercial

Nivel de reservas

Tasa de desempleo

Deuda externa

Riesgo Político

Riesgo Fiscal

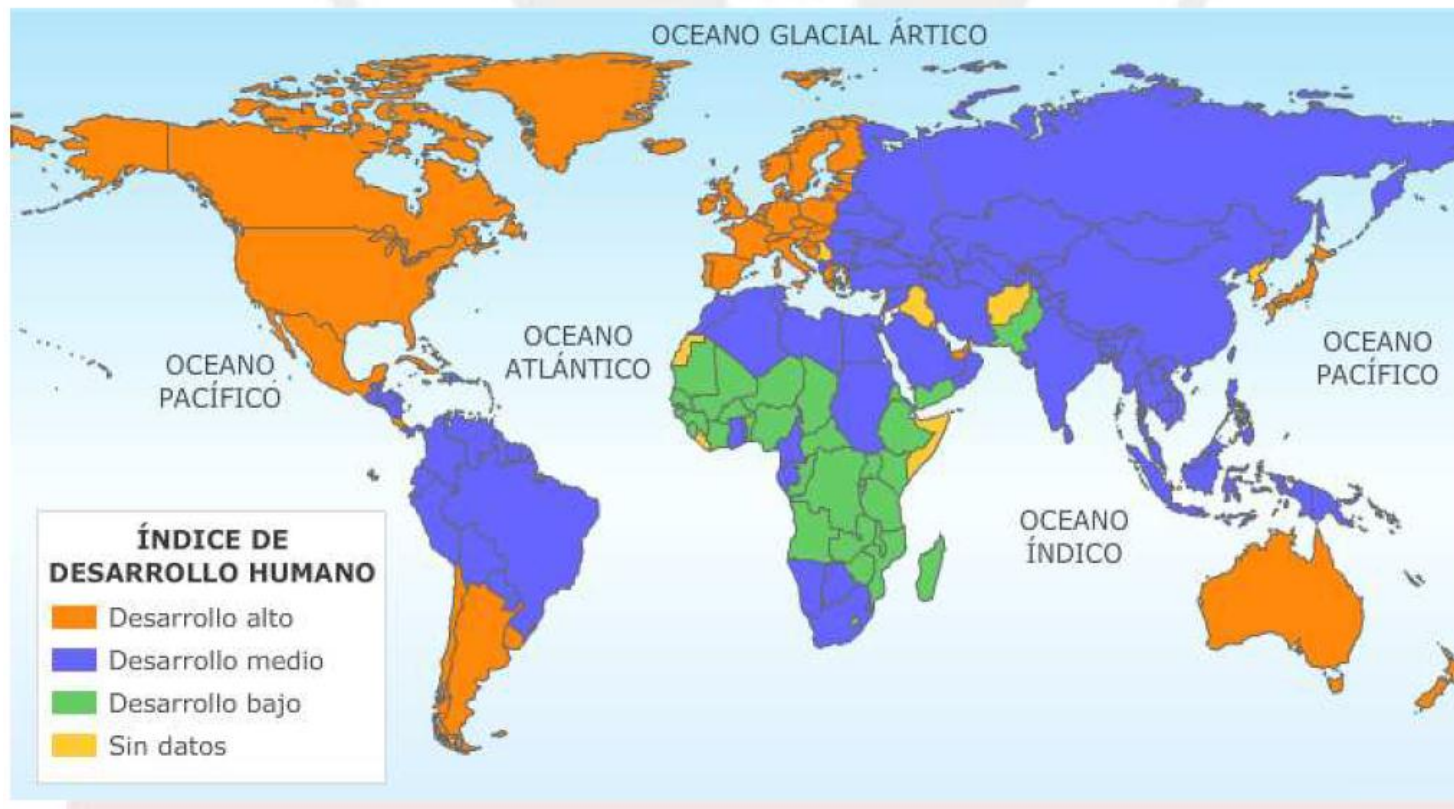
RIESGOS

- Riesgo País
- Riesgo de Cambio
- Riesgo Operacional

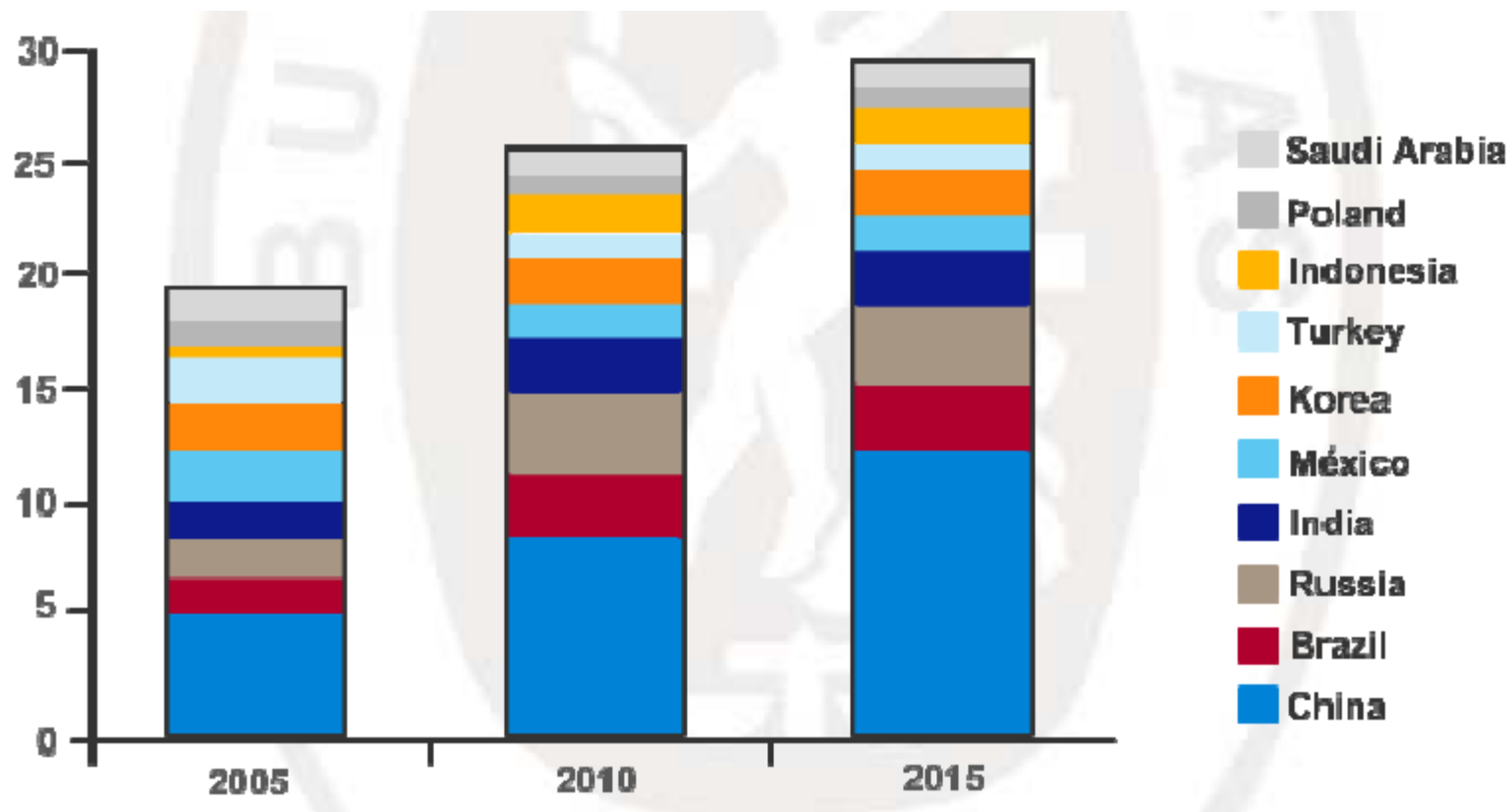


INDICE DE DESARROLLO HUMANO

Mapa de Desarrollo de los Países



ECONOMIAS EMERGENTES



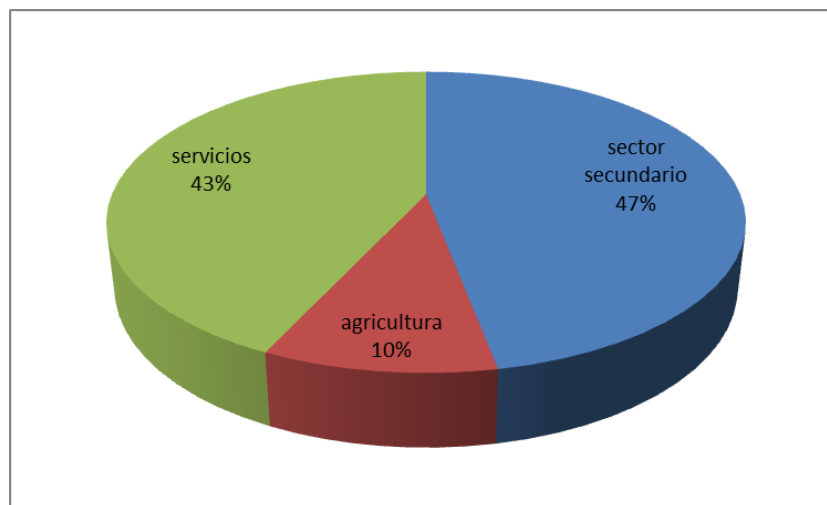
Evolución del PIB del país como % el PIB mundial

CHINA

Cuarto país mas extenso y primero en población

Su economía es la tercer del mundo. (primera
EEUU y segunda Japón)

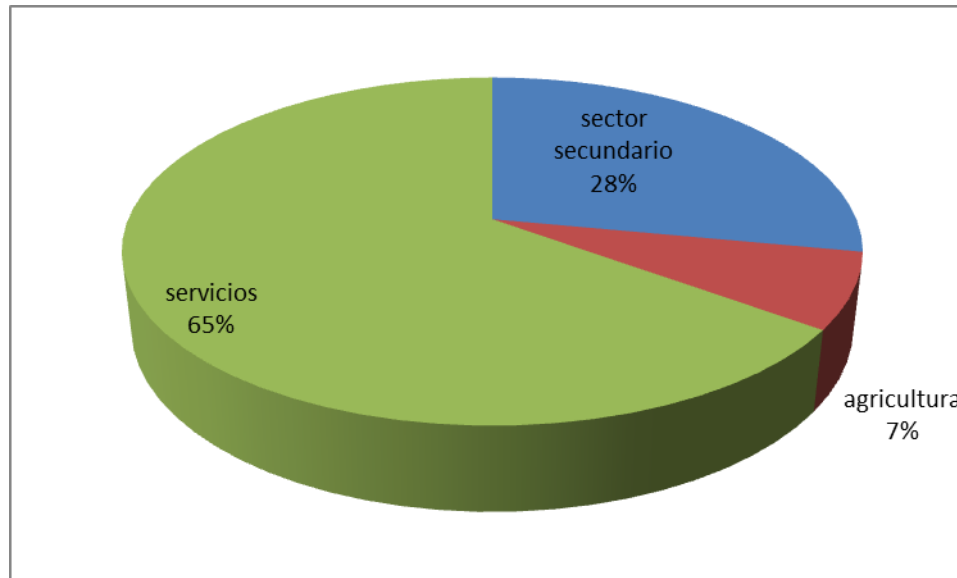
PIB ha crecido anualmente al 10% desde 1978



Jenny Constanza Duran

BRASIL

Quinto país mas poblado, rico en recursos naturales

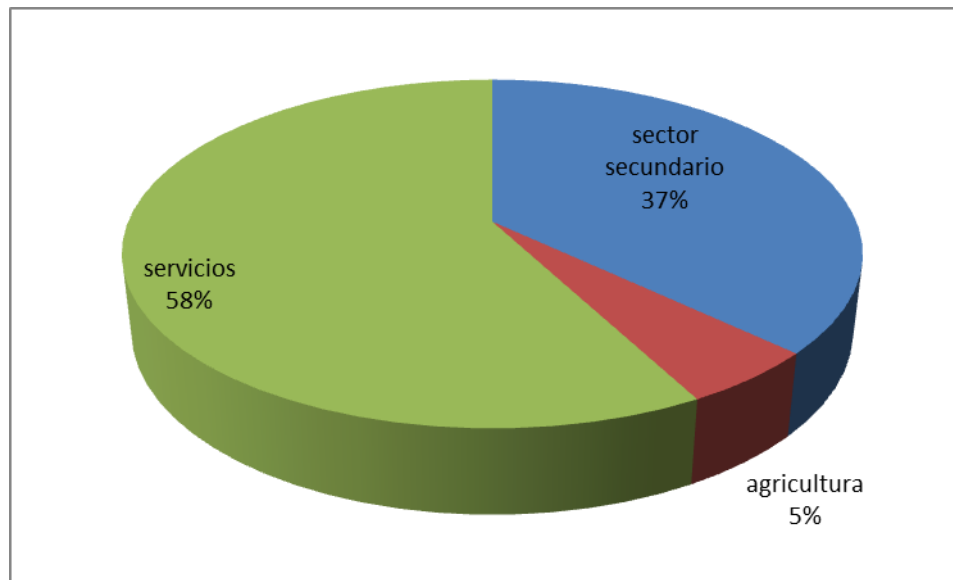


RUSSIA

Gran cantidad de inversión extranjera.

Séptima economía del mundo, 140 millones de habitantes.

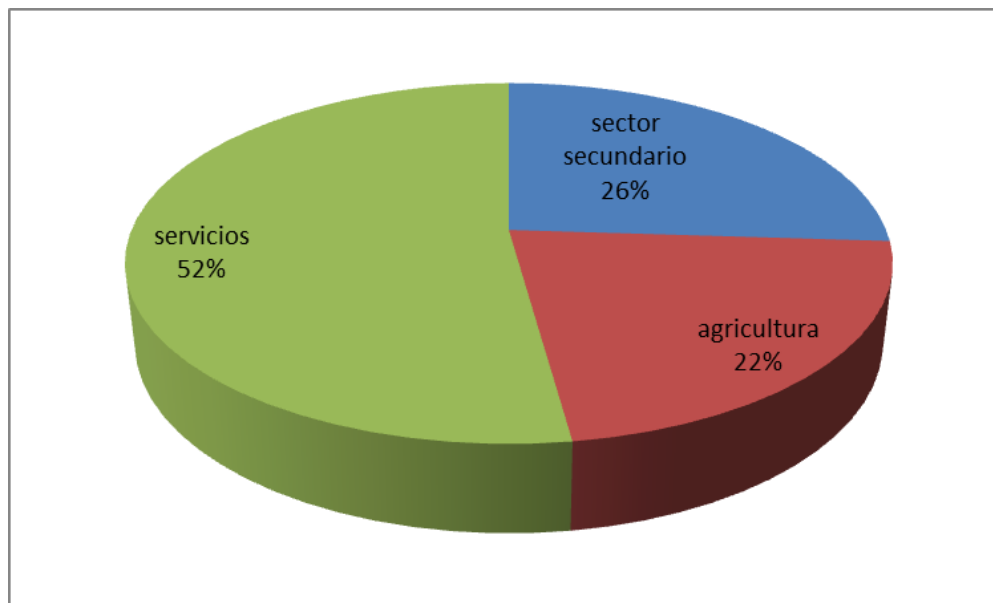
Petróleo, gas, níquel, gran eficiencia energética



INDIA

1,160 millones de habitantes, una de las economías con mayor crecimiento.

Productor de minerales y mineral ferroso.



TENDENCIA DE LA ECONOMÍA

- Modesto crecimiento de las economías avanzadas.
- FMI muestra preocupación: tasas de desempleo, debilidad de cuentas públicas, situación crítica del sector inmobiliario en algunos países.

Recomendaciones:

- Mantener políticas monetarias acomodaticias
- Reducir el déficit público.



TENDENCIAS DE LA ECONOMÍA

ESTADOS UNIDOS	• Mejora en condición financiera • Lenta recuperación laboral
EUROPA	• Política fiscal mas integrada • Saneamiento del sector financiero
ASIA	• Inflación al alza • Excelentes exportaciones • Rápido crecimiento del crédito
AMERICA LATINA Y CARIBE	• Crecimiento moderado • Aumento de déficit
AFRICA	• Políticas monetarias más restrictivas • Reorientación de exportaciones - Asia

PROCESOS DE INTEGRACIÓN ECONÓMICA

Zona de libre Comercio

- Supresión de aranceles

Unión Aduanera

- Supresión de aranceles
- Tarifa exterior para países fuera de la unión

Mercado común

- Supresión de aranceles
- Tarifa exterior para países fuera de la unión
- Libre Circulación

Unión económica y monetaria

- Supresión de aranceles
- Tarifa exterior para países fuera de la unión
- Libre Circulación
- Moneda Única

ACUERDOS Y TRATADOS COMERCIALES

Acuerdo para fomentar el comercio y su desarrollo económico.

- Asociación de las Naciones del Sureste Asiático (ASEAN)

10 países: Indonesia, Malasia, Filipinas, Singapur, Tailandia, Brunei, Vietnam, Laos, Birmania y Camboya.

Acelerar su crecimiento
Estabilidad Regional



ACUERDOS Y TRATADOS COMERCIALES

- Tratado de Libre comercio de América del Norte (NAFTA)

Entre Estados Unidos, Canadá y México.

Eliminar Barreras al comercio

Competencia justa

Oportunidades de inversión

Cooperación entre países

Solución de controversias



ACUERDOS Y TRATADOS COMERCIALES

- Mercado Común del Sur (MERCOSUR)

1991 firmado por: Uruguay, Paraguay, Brasil, Argentina y Venezuela.



Libre circulación

Política Comercial común

Coordinación de políticas agrarias, industriales, fiscales ó monetarias.

ACUERDOS Y TRATADOS COMERCIALES

- Comunidad Andina (CAN)

Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú.

- Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)

Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela.

.

ORGANISMOS INTERNACIONALES - FMI

Fondo Monetario Internacional.

Principal organismo de cooperación monetaria.

Conformado por 187 países

Objetivo: proteger el sistema monetario internacional.

Actividades: Asesoramiento, Financiación y Asistencia técnica.



ORGANISMOS INTERNACIONALES - OMC

1995 - Organización Mundial de Comercio.

Normas – acuerdos, que rigen el comercio entre países

Comercio libre

Mecanismos imparciales para solucionar diferencias

Alcanzar mayor liberalización



ORGANISMOS INTERNACIONALES - GATT

Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio, (1948 – 1994)

Sustituido por la OMC

Solo trata el comercio de mercancías

Lento proceso de solución de diferencias



ORGANISMOS INTERNACIONALES - BIRD

Banco internacional para la reconstrucción y el desarrollo.

Banco internacional para la reconstrucción y el fomento (BIRF)

Prestamos para la proyectos en países en vía de desarrollo.



ORGANISMOS INTERNACIONALES - ONUDI

1966 - Organización de las naciones unidas para el desarrollo industrial.

Promover el proceso de industrialización en los países en vía de desarrollo.

Asistencia Técnica

Asesoría para financiación externa

Financiación parcial de proyectos



ORGANISMOS INTERNACIONALES - OCDE

Organización de Cooperación y Desarrollo Económico.

34 naciones – coordinar políticas económicas y sociales a los países integrantes.

Trata de incrementar el empleo
Eleva el nivel de vida
Desarrollo económico sostenible
Estabilidad financiera
Comercio mundial



60

ORGANISMOS INTERNACIONALES -UNCTAD

1964 - Conferencia de las naciones unidas sobre el comercio y el desarrollo.

Promover el desarrollo comercial y económico.

Vía de propuestas.

Analizar la globalización y sus efectos

Fomentar el comercio internacional

Creación de infraestructuras de servicios

Inversión y transferencia de tecnología

Apoyar a los países menos desarrollados



UNCTAD

ORGANISMOS INTERNACIONALES - BID

1959 - Banco interamericano de desarrollo

Fuente de financiación de proyectos de desarrollo económico y social en América Latina y el Caribe.

Ofrece asistencia técnica.

Fondos y recursos.

Promover la inversión de capitales públicos y privados.

Estimular la inversión privada



ORGANISMOS INTERNACIONALES - G8

Foros para tratar asuntos políticos y económicos.

Países industrializados, cuyo peso económico y político es relevante a nivel mundial.

Reunión Anual , Japón, Estados Unidos, Alemania, Reino Unido, Francia, Italia, Canadá y Rusia.



Yenny Constanza Duran

ORGANISMOS INTERNACIONALES - G20

- G20, Países industrializados y emergentes.
Establecido en 1999.

G8 + Australia, Argentina, Arabia Saudita, Brasil, China, India, México, Indonesia, Turquía, Sudáfrica, Republica Corea y Unión Europea



Yenny Constanza Duran

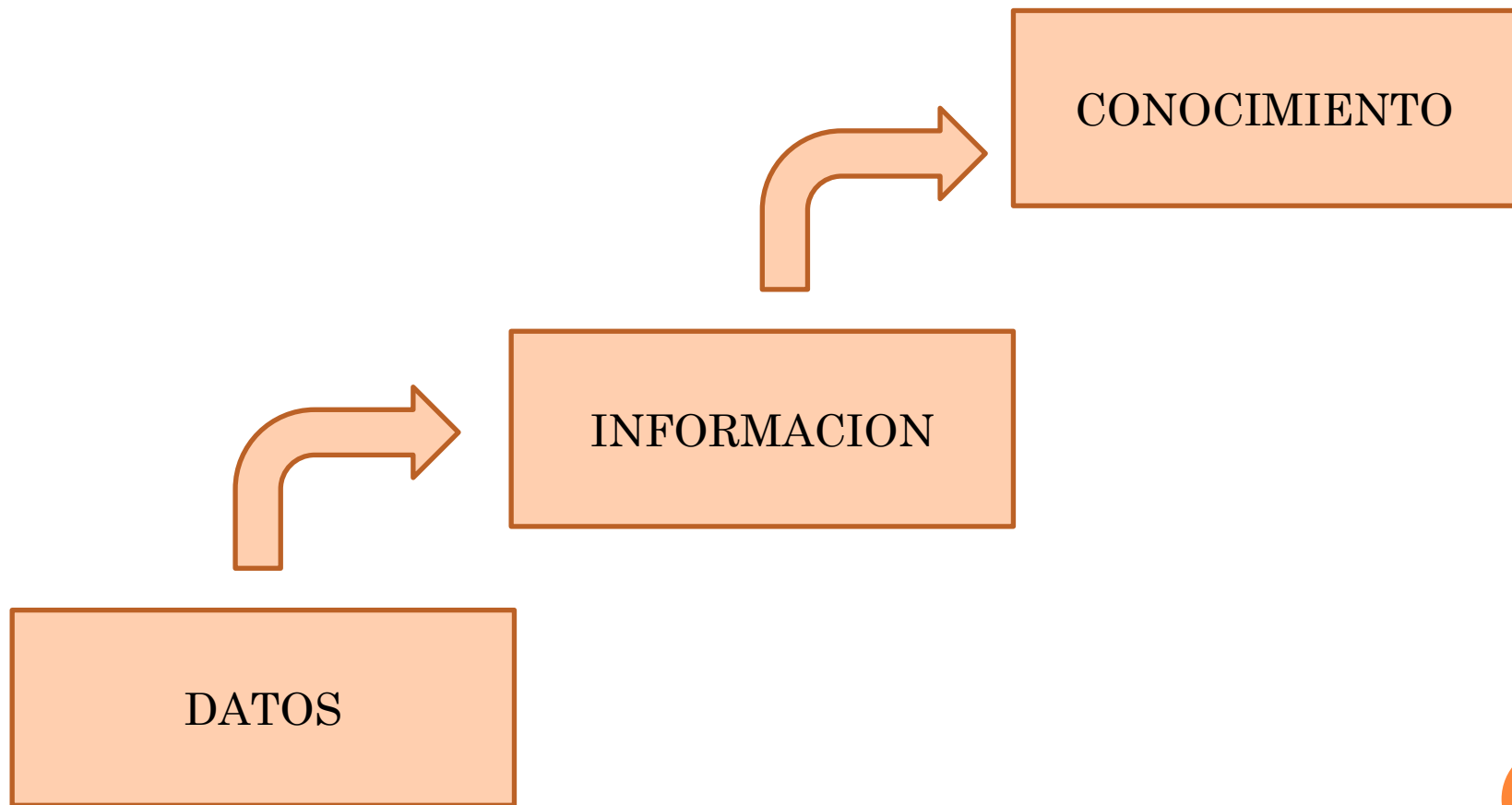
ECONOMIA DEL CONOCIMIENTO

TECNOLOGIA VS TECNICA

TECNOLOGIA	TECNICA
Conocimientos para utilizar, mejorar y crear técnicas	Operaciones para producir
Conjunto de actividades económicas.	Proceso técnico de una actividad determinada

- Producción de bienes nuevos
- Mejoras de calidad
- Mayor producción

PROCESO DE TRANSFORMACION



IMPORTANCIA PARA LAS EMPRESAS



- La posesión o ausencia en determinadas circunstancias es vital para las organizaciones

COMPONENTES DEL CONOCIMIENTO

Experiencia

Evolución y
Cambio

Verdades Reales

Intuición

Dificultades

Cultura y
Valores

CARACTERISTICAS DEL CONOCIMIENTO

- Ilimitado
- Ley de rendimientos crecientes
- Evoluciona constantemente



TIPOS DE CONOCIMIENTO Y CANALES DE DISTRIBUCION

EXPLICITO U OBSERVABLE	IMPLICITO Ó TACITO
Saber que	Saber como
Saber por que	Saber quien
Canales: Bases de datos, libros, paginas web, películas, música	Canal: Experiencia Practica



PUEDE SER RECURSO ECONOMICO?

Activo corporativo.

Requiere reconocerlo y gestionarlo

Siempre que sea útil para la actividad económica de la empresa

Innovar, hacer las cosas bien
Y rápido.



CONOCIMIENTO... VENTAJA COMPETITIVA

Ventajas competitivas sostenibles en el tiempo.

Las mercancías del conocimiento no son rivales.

Soluciones tecnológicas para intercambiar el conocimiento en el ámbito global

Puede considerarse una Mercancía, objeto de transacciones económicas.

CONOCIMIENTO EXPLICITO

Costo	• Altos costos de producción • Bajos costos de reproducción
Propiedad intelectual del conocimiento	• Barato de copiar • Política adecuada.
Experiencia	• El costo medio de producción decrece a medida que aumenta la experiencia de la empresa.
Utilidad	• Exceso de oferta del conocimiento • Estrategias de diferenciación • Numero de usuarios incrementa la utilidad
Costos del cambio	• Elevados costos de cambio • Cambios de tecnología • aprendizaje

CONOCIMIENTO TACITO

Costo

- Altos costos.
- Innovación tecnológica genera reducción de costos.

Experiencia

- Es necesario su consumo

Utilidad

- Difícil de reproducir
- No es tan accesible
- Exceso de demanda

Costos del cambio

- No presenta excesivos costos de cambio

GESTION DEL CONOCIMIENTO

- Información formal
- Información informal
- Experiencias practicas

Tácito a tácito

Experto enseña a un aprendiz

Explicito a explicito

Agrupación de fuentes de conocimiento explicito - informes

Tácito a explicito

Experto expresa formalmente sus conocimientos

Explicito a tácito

Incorporación de nuevas experiencias al conocimiento explicito

VENTAJAS Y DIFICULTADES

VENTAJAS	DIFICULTADES
• Satisfacción de los clientes • Reduce errores • Incrementa tasa de productividad • Motivación • Innovación y creatividad • Reduce costos del producto • Mejora de documentación • Evita perdida del conocimiento • Incrementa la calidad y comunicación	• El conocimiento esta en las mentes • Cambio cultural • Definir que conocimiento es útil • Definir modelo de gestión • Cambio comportamiento organizacional • Pude ser considerado costo y no inversión • La desconfianza

PAPEL DE LA TECNOLOGIA

Las TIC han potencializado la incorporación del conocimiento a la actividad económica.

Nuevas capacidades del Recurso humano

Supresión de barreras.



NUEVAS TECNOLOGIAS Y GESTION DEL CONOCIMIENTO

Datos	• Introducción • Captura • Transferencia
Información	• Base de datos • Estadísticos • Corregir, resumir y estructurar datos para darles un significado
Conocimiento	• Almacenar el conocimiento explícito • Difundir el conocimiento explícito por medio de las redes • Si el conocimiento es tácito, no se puede difundir fácilmente

COMERCIO ELECTRONICO

COMERCIO ELECTRONICO

Mejora de relaciones comerciales con el uso de las tecnologías.

Incluye el comercio, compra-venta, subasta, servicios en línea.

ORIGEN

- Sistemas de comunicación interactiva, tecnología telemática.
- El marketing da lugar a la transacción comercial.

EVOLUCION

- Años 70, el computador estaba restringido al envío de documentos.
- Internet.... Nuevas relaciones comerciales
- TIC son fundamentales en el desarrollo de las ventas, desarrolla actividades de comunicación, que conllevan a mejores relaciones con los clientes.

CARACTERISTICAS

Usuario

Cliente

Consumidor

ZARA

IDENTIFÍCATSE | 🛒 CESTA DE COMPRA - 0 -

ÚLTIMA SEMANA

CARACTERÍSTICAS ▼ COLOR ▼ TALLA ▼ PRECIO ▼

22 ARTÍCULOS

MUJER
TRF
HOMBRE

- Abrigos
- Cazadoras
- Blazers
- Trajes
- Pantalones
- Jeans
- Camisas
- Camisetas
- Punto
- Básicos
- Zapatos
- Bolsos
- Accesorios
- Homewear

NIÑOS
REBAJAS
APPS
CAMPAÑA
LOOKBOOK
BY/
FILMS
CITIES



ABRIGO MANGAS POLIPIEL 249,00 USD



ABRIGO BOTÓN DORADO 249,00 USD



Distribuidor

Vendedor

83

COMPONENTES DEL SITIO

Información
institucional

Catalogo

Procesamiento de
Ordenes

ACTIVIDADES DEL COMERCIO ELECTRONICO

- Identificación de las partes
- Intercambio de información
- Argumentación
- Cierre de venta
- Pago electrónico
- Servicio postventa



PARTICIPANTES Y TIPOS DE TRANSACCIONES

B2B

B2C

C2C

Administraciones – Otras
personas físicas ó jurídicas



MARKETING NO ES SINONIMO

Comercio electrónico e-commerce

Compra y venta de productos por medios electrónicos, ejemplo: internet y redes.

Incrementa la eficiencia.

Marketing electrónico

Uso de internet para publicitar y vender productos

Tienda On-line

Sitio Web para venta de productos

CAMBIO EN LAS ORGANIZACIONES

Se requiere un replanteamiento estratégico a favor de las tecnologías digitales.

- Implementación de operaciones electrónicas
- Gestión de flujos de información

Uso mas eficiente de la información



BIENES DE INFORMACIÓN

Suministra información y de esto depende su valor en el mercado

Núcleo	Información
Almacenamiento	Medio utilizado. Capacidad, velocidad, reutilización, confiabilidad, portabilidad y longevidad
Procesamiento	Capacidad de reorganizar y presentar la información
Distribución	Distribución de la información, depende de su contribución
Presentación	Que el consumidor pueda leer e interpretar la información

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

- La mayoría compra en casa
- Mayor compra ocio.
- Menor compra productos financieros.
- Forma de pago Tarjeta de crédito
- 75% usa buscadores
- En 74% influye el diseño de la pagina al momento de realizar la compra



MAYOR COMERCIALIZACION

- Turismo
- Música
- Formación
- Informática
- Ocio
- Libro



NUEVOS PATRONES DE DEMANDA

- Incremento de consumidores finales en estas operaciones.
- Customización de la demanda



SEGURIDAD EN INTERNET

Características para evitar manipulación de transacciones económicas:

- Autenticidad
- Confidencialidad
- Integridad
- Irrenunciabilidad

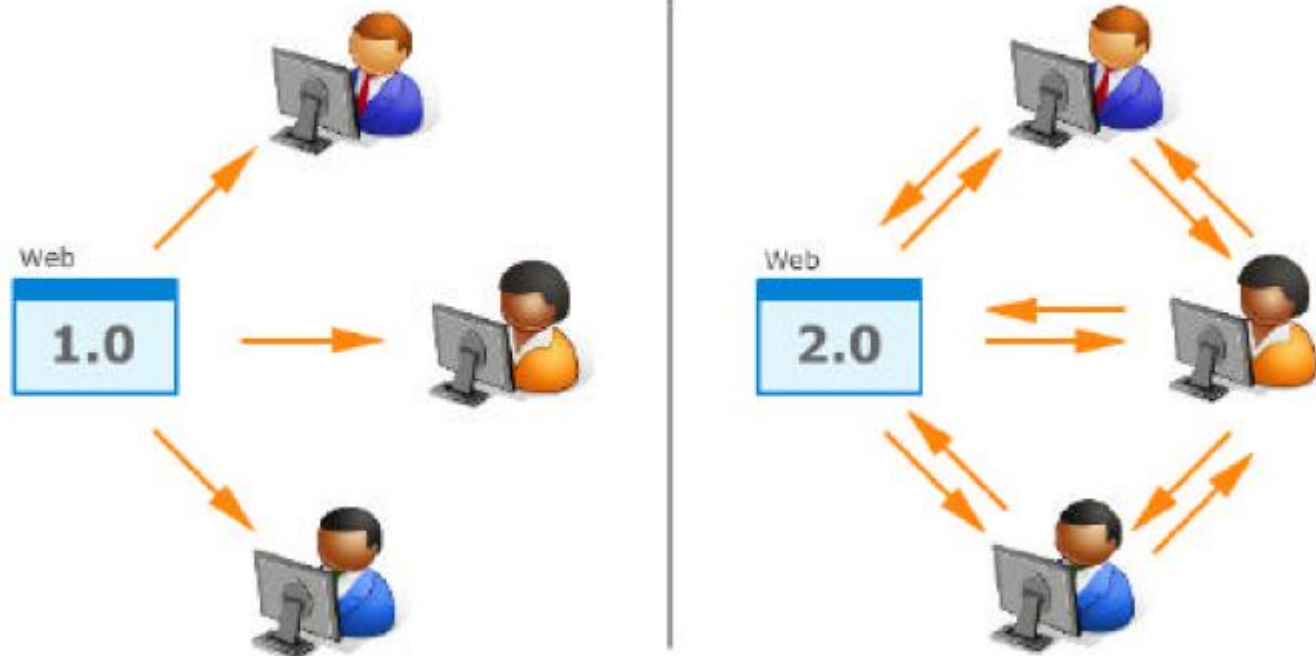


PROS Y CONTRAS E-COMMERCE

PROS	CONTRAS
• Comunicación • Proceso de Compra • Cobertura Internacional • Distribución • Acceso a clientes • Publicidad • Reducción de precios	• Desconfianza en la seguridad de las transacciones • Entorno competitivo cambiante • Regulación legal • Aspectos técnicos

MARKETING 2.0

Fenómeno social.



CARACTERÍSTICAS MARKETING 2.0

- Esta de moda
- Usado para promocionar productos
- Basado en Creación, difusión y recepción de contenidos por los propios usuarios de la red.
- Web colaborativa

RELACIONES EN RED

Repercusión mundial, a costo bajo, tasa de respuesta alta.

Personas que intervienen en la propagación de mensajes

Conectores	Red de contactos amplia Poner en contacto personas
Informados	Poseen información privilegiada
Vendedores natos	Carisma y capacidad de comunicación

USUARIOS DE REDES SOCIALES

Creadores de
Contenido

Activadores

Críticos

espectadores

Recopiladores

Inactivos

COMO ELABORAR UN PLAN DE MARKETING 2.0

Definir Objetivos

Escuchar

Identidad Digital

Estrategia a corto y largo plazo



CARACTERÍSTICAS DE LOS MEDIOS SOCIALES

Participación	Creación, intercambio de contenidos informativos
Apertura	Retroalimentación Participación Privacidad modificable
Conversación	bidireccional
Comunidad	Relación entre miembros
Conexión	enlaces

TIPOS DE MEDIOS SOCIALES

Redes Sociales



Blogs



Wikis



TIPOS DE MEDIOS SOCIALES

Podcasts

That's Entertainment.

Tu colección de música, tus juegos favoritos, aplicaciones, podcasts y mucho más. Abre iTunes y que comience el espectáculo.
Descubre las novedades ▶



Foros

PHORUM

DOWNLOADS SUPPORT COMMUNITY DEVELOPMENT DOCS DIED LINKS

Home > Support in other languages > Soporte en español Welcome! Log in Create A New Profile

Soporte en español

Foro para soporte entre usuarios en español

AVISO sobre los mensajes en este subforo Este es un foro destinado al soporte en español entre usuarios de Phorum. Los desarrolladores de Phorum no hablan español así que no es posible para ellos dar soporte en este subforo.

Si deseas que los desarrolladores de Phorum respondan directamente tus preguntas, por favor publica tu duda en el foro.

1&1 SERVIDORES
Máxima potencia y flexibilidad
para proyectos exigentes
6 MESES AL 50%

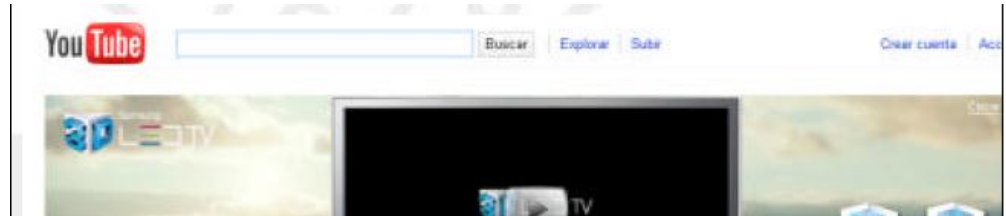
Subject	Posts	Last Post
Comunidad de Phorum en español by PhorumES	1	12/06/2009 04:54PM Last Post by PhorumES
Hola desde Argentina by jlu	2	05/27/2009 09:46AM Last Post by danielrodr

Page 1 of 1 Pages: 1

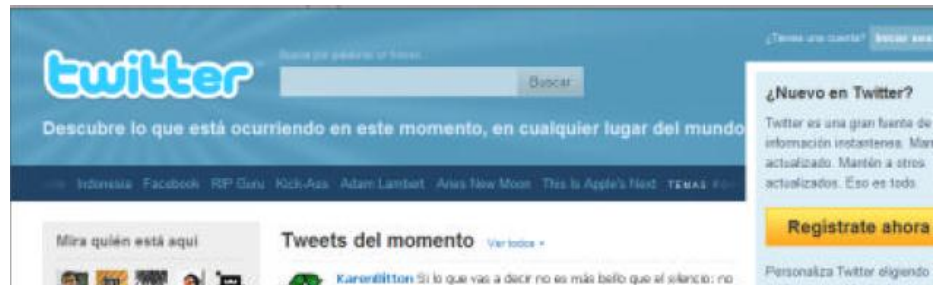
102

TIPOS DE MEDIOS SOCIALES

Comunidades de
Contenido



Microblogging



REPUTACIÓN DE LA MARCA EN INTERNET

Debe tenerse controlada, llamada ORM online reputation management

La estrategia depende de la monitorización y análisis de la reputación

Se debe monitorizar, el nombre de la empresa , sus directivos y sucursales.

La competencia, el sector, las debilidades, socios, proveedores.....

Cuando, con frecuencia, incluso diariamente

CONTADOR GERENCIAL

IFAC (INTERNATIONAL FEDERATION OF ACCOUNTANTS)

Competentes

Versátiles

Enfoque en el cliente y las partes interesadas

Liderazgo y estrategia

Integración de gobierno, riesgo y control

Innovación y Adaptación

Gestión Financiera

Gestión de personas y talento organizacional

Excelencia Operativa

Comunicación eficaz y transparente

LA OPINION DE UN EXPERTO

Shifting to a Long-Term Perspective

According to Dominic Barton, Global Managing Director of McKinsey & Company, there are three essential elements of the shift to a long-term perspective:

“First, business and finance must jettison their short-term orientation and revamp incentives and structures in order to focus their organizations on the long term. Second, executives must infuse their organizations with the perspective that serving the interests of all major stakeholders—employees, suppliers, customers, creditors, communities, the environment—is not at odds with the goal of maximizing corporate value; on the contrary, it’s essential to achieving that goal. Third, public companies must cure the ills stemming from dispersed and disengaged ownership by bolstering boards’ ability to govern like owners.”⁴

— Harvard Business Review, March 2011

107

NUESTRO RETO.....



GENERAR VALOR A LOS STAKEHOLDER

EL DILEMA

A diario, en África, miles de leones se levantan pensando en que tendrán que correr mas que las gacelas para no morir.

A diario, en África, miles de gacelas se levantan pensando en que tendrán que correr mas que los leones para no morir.

¡EL DILEMA NO ESTA EN SER GACELA Ó LEON..... SINO EN CADA DIA CORRER MAS Y MEJOR



Yenny Constanza Duran



twinkl.com

110