

Comentario de Libro

Martin Schaffernicht¹

¹Ph.D. Universidad de Talca, Casilla 721, Talca, Chile. E-mail: martin@utalca.cl

Lawrence J. Gitman y Carl McDaniel. 2007. **El futuro de los negocios**. 5ª ed. Thompson: México. 814 páginas. ISBN 970-686-478-4.

“El futuro de los negocios” es una invitación y una introducción para personas interesadas en elegir una carrera en los negocios – ya sea como empresario o administrador/gerente. ¿Cómo tener éxito empresarial? Los autores responden con cuatro principios: sujetarse a principios contables sólidos, tener altos estándares éticos, satisfacer al cliente y brindar productos y servicios de calidad. Para esto, se recomienda estudiar los contenidos, y el capítulo inicial está dedicado a este tema.

Luego se presenta un recorrido bien exhaustivo sobre las diferentes facetas de la actividad empresarial, organizado en seis partes. Primero se aborda el entorno de los negocios, considerando el entorno cambiante, la evolución de los sistemas económicos, la ética y la responsabilidad social en la toma de decisiones y la competencia global. Segundo se discuten las formas de propiedad, particularmente la constitución legal de las sociedades y la iniciación de la actividad empresarial. Tercero, seis capítulos acercan al estudiante a las facetas principales de la ad-

ministración empresarial: el proceso de administrar y el liderazgo, el diseño de organizaciones, la administración de recursos humanos, motivación y equipos, relaciones obrero-patrón y la administración de operaciones. Luego la cuarta parte está dedicada al marketing, introduciendo a la comprensión del cliente y la formulación de estrategias de marketing, el desarrollo de productos de calidad, la distribución y el uso de la comunicación integral. La quinta parte – tecnología e información – acerca al lector al uso de la tecnología para administrar la información y también al uso de la información contable y financiera. Finalmente, la introducción a las finanzas se estructura en la revisión del dinero y de las instituciones financieras, la administración de las finanzas, los mercados de valores y las finanzas personales.

Cada uno de los capítulos presenta objetivos claramente definidos, preguntas-guía de pensamiento crítico, un mini-glosario en las márgenes de las páginas, con ejemplos concretos y recomendaciones prácticas, con actividades de revisión y bastante material

adicional en el sitio web que acompaña el libro. El estudiante capacitado para trabajar de forma autónoma encontrará todo un sistema de estudio. Pero también el docente de cursos de introducción podrá organizar su asignatura siguiendo este texto y usando el material adicional del sitio web dirigido a los instructores. Probablemente el tiempo de un semestre se hará corto para digerir todo lo que contienen las poco más de 800 páginas. En resumen, el libro tiene en su favor la amplia cobertura de los temas relevantes y su muy buena puesta en forma para estudiar.

Sin embargo, el potencial lector debe ser puesto en alerta sobre algunos puntos desfavorables. Primero, constatemos que se trata de un libro escrito en Estados Unidos y para lectores de ese país. El idioma del material adicional en el sitio web es inglés. Los ejemplos y casos, así como la discusión del desarrollo de la población, provienen y se refieren a los Estados Unidos. Algunos de los tópicos, tales como el terrorismo, los escándalos corporativos – y en cierta medida también la ética y la responsabilidad social – son temas que no tienen el mismo significado en América Latina.

Esto no quiere decir que la ética y la responsabilidad no sean relevantes en nuestra región geográfica. Justamente, me habría gustado un tratamiento más ex-

plícito de los principios éticos; encuentro que en este capítulo se podría hacer más. Por ejemplo, la Regla de Oro, el Imperativo Categórico de Kant, la Regla del Cambio de Descartes serían dignas de mención. También habría deseado encontrar en los capítulos sobre la administración de las operaciones y sobre el empaque, una conexión con el tema de la ética y la responsabilidad social. La concepción de productos por todo su ciclo de vida, tomando en cuenta el uso de recursos durante la fase de construcción, permite a las empresas en varios países Europeos practicar conductas que reducen el daño ambiental y con efecto positivo en las utilidades. Esto incluye la reducción de desechos gracias a un diseño más cuidadoso de los empaques.

Por último, reconociendo que una gira amplia de introducción no puede tratar cada tema en profundidad, habría sido deseable terminar los capítulos no solamente con referencias a sitios web, sino que también con referencias bibliográficas a las grandes obras de especialidad de los diferentes ámbitos, como diseño de organizaciones, y marketing. Sin embargo, estos aspectos puntuales no deberían hacernos dar por baja este libro: es un texto recomendable para cursos de introducción. Recomendaría a los docentes con un potencial interés en usarlo, una lectura previa crítica, con el propósito de seleccionar los tópicos esenciales y agregar los complementos oportunos.