

SUBMARINO ECONÓMICO

Donde otros no pueden ver

Edición N°11

01 de Octubre



**LA INDUSTRIA ES EL
FUNDAMENTO
DEL DESARROLLO**

»»» Roberto Pizarro

»»» **ECONOMÍA
PLATEADA**

Por Ana Ramírez S.



»»» **PRODUCCIÓN V/S
PRODUCTIVIDAD**

Por Mauro Grossi



»»» **"LA VENTA MAESTRA: CÓMO
TRANSFORMAR TU BÚSQUEDA DE
TRABAJO EN UN ÉXITO"**

Por Rodrigo Gorostiza L.

LA INDUSTRIA ES EL FUNDAMENTO DEL DESARROLLO



El crecimiento económico y exportador de las últimas tres décadas no ha favorecido el desarrollo. En efecto, la actividad productiva, fundada en la explotación de bosques, pesca y riquezas minerales, no produce suficientes encadenamientos hacia el conjunto de la economía y genera escaso empleo. Aquí radica la base material de las desigualdades y la dificultad para convertirnos en país desarrollado.

Como lo ha señalado el economista Ha-Joon Chang, profesor de la Universidad Cambridge, el desarrollo económico se logra sólo cuando aumentan las habilidades productivas de las personas; cuando mejora su capacidad de organizarse en emprendimientos innovadores y logran transformar el sistema productivo.

La base productiva para el desarrollo es impulsar el sector manufacturero de la economía. Según Chang, la evidencia internacional muestra que la mayoría de los países mejoran sus habilidades a través de la industrialización y, especialmente, a través del desarrollo del sector manufacturero, el verdadero centro de "aprendizaje del capitalismo".

Sin embargo, los gobiernos de Chile, sin una propuesta para la industria y, con una apertura radical de la economía, sin regulaciones, ha favorecido la destrucción de la industria.

En efecto, la participación de la manufactura en el total de la producción nacional se ha reducido desde el 20% del PIB que representaba a principios de los años noventa, a menos de un 10% en la actualidad. Paralelamente, el capital industrial ha sido desplazado paulatinamente por el capital financiero.

Así las cosas, se ha acentuado la heterogeneidad productiva en la economía, con elevadas tecnologías y eficientes procesos en sectores de materias primas, pero baja productividad en actividades de transformación y empresas pequeñas. En consecuencia, copadas las actividades de recursos naturales, y ante la inexistencia de nuevos negocios, el crecimiento económico se ha reducido, la productividad se encuentra estancada y la informalidad crece.



Autor:

ROBERTO PIZARRO HOFER

Por otra parte, tampoco se aprovecha el esfuerzo de las negociaciones económicas internacionales para favorecer nuevas oportunidades de exportación en productos con valor agregado. Y hay que destacar que los acuerdos comerciales permiten un acceso al 80% del PIB mundial y a un poder consumidor de 4.000 millones de personas en todo el mundo, sin aranceles. En consecuencia, se desaprovecha una demanda internacional que, si hubiese una estrategia industrial, permitiría desplegar inéditos procesos productivos de transformación, a escalas elevadas.

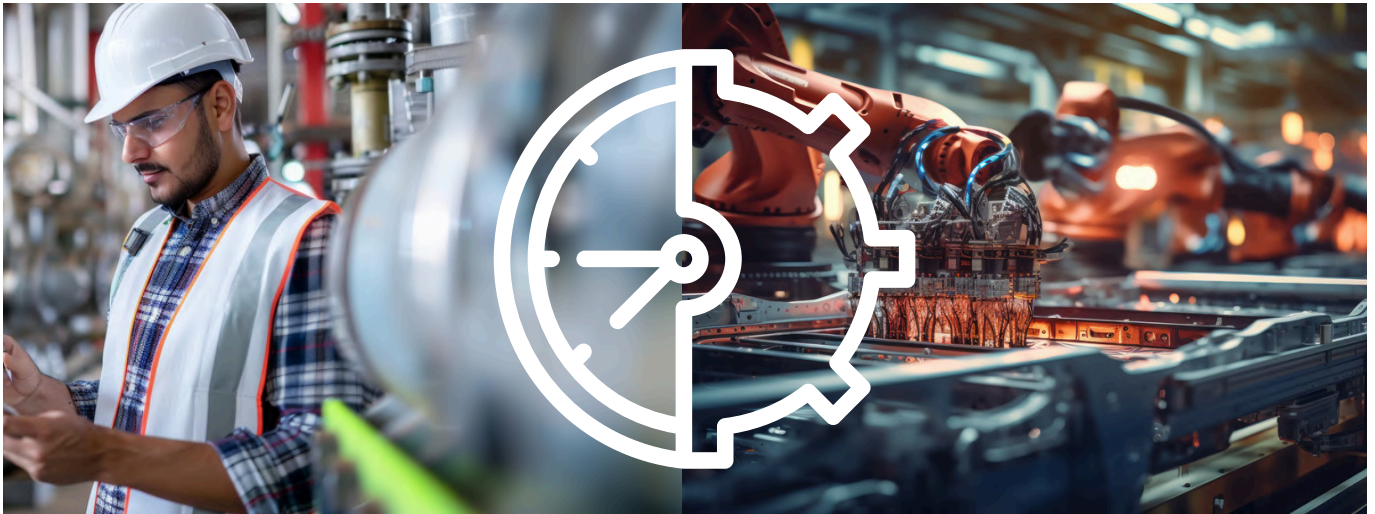
Por ello urge una nueva estrategia de desarrollo productivo, con una política económica activa, que termine con la neutralidad del Estado, entregando incentivos claros a los agentes económicos para inversión en actividades de transformación, y en todas las regiones del país.

Segundo. Urge un acuerdo entre Estado, empresarios y trabajadores para construir una economía productiva y exportadora diversificada, que incorpore mayor valor agregado a los bienes y servicios. Ello favorecerá nuevos espacios de inversión, aumentará el crecimiento, mejorará la productividad, potenciará las PYMES y permitirá un empleo de calidad. Y así se aprovecharán más efectivamente los nuevos mercados de exportación, que ha abierto la política comercial.

Tercero. Es imprescindible un decidido impulso a la inversión en ciencia y tecnología, que la duplique en un periodo de cuatro años, junto a un esfuerzo nacional para mejorar radicalmente la calidad de la educación formal y la capacitación permanente de los trabajadores. Ello mejorará la productividad, la calidad empleo y los salarios.

PRODUCCIÓN V/S PRODUCTIVIDAD

EDICIÓN XI - 1 DE OCTUBRE 2024



En mi actividad profesional diaria, en las conversaciones técnicas y en las visitas a terreno, me encuentro con que muchas de las personas con que interactúo (desde estudiantes en práctica hasta dueños de empresas), confunden “Producción” con “Productividad”, conceptos que parecen iguales, pero sin duda son distintos y su desarrollo o mejora tienen implicancias importantes en la empresa.

- La Producción corresponde al número de unidades de producto fabricadas o servicios prestados, en un periodo de tiempo (ejemplos: año 2022, 350 toneladas producidas; mes de enero 820 atenciones de clientes, etc.)
- La Productividad corresponde al cociente entre la producción y los recursos necesarios para lograrla (Ejemplos: 32 piezas por hora; 28 piezas por dólar, u otro, pero siempre en la relación producción y recursos utilizados).

Al momento de medir la actividad de una empresa, si bien es importante fijarnos en la producción y sus potenciales variaciones de un periodo a otro, esto no dice relación con la “Productividad de la empresa o el proceso”, que pone el foco en el uso de los recursos y por tanto en los costos unitarios de producción, lo que finalmente da cuenta del aporte de valor en el proceso productivo.

En la medida que mejoremos la productividad, en un lenguaje simple, z lo que estamos haciendo es lograr: “aumentar la producción, pero sin variar los recursos utilizados” o “Mantener el rango de producción disminuyendo la cantidad de recursos utilizados”. Desde una mirada global, el aumentar la productividad nos hace un país más competitivo.

Finalmente, el desafío está en hacer más eficiente los procesos productivos o de servicios, lo que considero recién estos últimos años ha sido el foco de discusión de los actores relevantes, pero aun de forma insipiente.



MAURO GROSSI PASCHE
Ingeniero Civil Industrial

"LA VENTA MAESTRA: CÓMO TRANSFORMAR TU BÚSQUEDA DE TRABAJO EN UN ÉXITO"

¿Cansado de enviar currículums al vacío y esperar respuestas que nunca llegan? Es hora de cambiar tu enfoque. **Buscar trabajo no es solo enviar currículums, es venderte como la solución ideal para una empresa.** Y como en cualquier venta, la proactividad, la personalización y el conocimiento profundo del cliente (en este caso, la empresa) son clave.

EL MITO DE LA BÚSQUEDA PASIVA:

Durante años hemos escuchado que "buscar trabajo es un trabajo", pero pocos se atreven a profundizar en esta afirmación. La mayoría se limita a crear un currículum impecable y postular a través de plataformas online, esperando que la oportunidad perfecta los encuentre. Sin embargo, esta estrategia pasiva rara vez funciona en un mercado laboral cada vez más competitivo.



LA VENTA ACTIVA: TU ARMA SECRETA

Para destacar entre la multitud, debes adoptar una postura proactiva. Esto implica:

- **Networking estratégico:** Construye una red de contactos sólida, y acude a ella, no solo al primer nivel, sino también en segundo y tercer nivel (el conocido del conocido). El objetivo es que te regalen 15 minutos para un café y que puedas indagar el "problema real del cliente"
- **Investigación profunda:** Antes de postular a cualquier puesto, investiga a fondo la empresa, revisa la prensa y las redes sociales. ¿Cuáles son sus desafíos? ¿Qué buscan en un nuevo empleado?, a partir de ahí genera un diagnóstico
- **Personalización:** Adapta tu currículum y carta de presentación a cada oferta (efectivamente es más trabajo). Demuestra cómo tus habilidades y experiencia pueden resolver los problemas específicos de esa empresa.
- **Prospección directa:** No te limites a esperar que las empresas te encuentren. Busca activamente a los tomadores de decisiones y preséntales tu propuesta de valor.

TÚ ERES EL PRODUCTO: ¿QUÉ TE HACE ÚNICO?

En esta ecuación, tú eres el producto que se está vendiendo. Para destacar, debes identificar tu propuesta de valor única. ¿Qué te diferencia de otros candidatos? ¿Qué problema puedes resolver para la empresa? Al enfocarte en las necesidades del cliente, te posicionas como la solución ideal.

EL CAMBIO DE MENTALIDAD:

La búsqueda activa de empleo requiere un cambio de mentalidad. Debes pasar de una posición pasiva a una proactiva, donde tú tomas el control y diriges tu carrera. Este cambio implica:

- **Proactividad:** Deja de esperar que las oportunidades lleguen a ti. Sal a buscarlas, tu red de contactos es tu equipo de ventas, tu marca personal el equipo de marketing, tu gestiones el funnel de venta, desde la prospección al cierre.
- **Personalización:** Adapta tu mensaje a cada empresa y a cada contacto.
- **Empatía:** Ponte en el lugar del empleador y entiende sus necesidades.
- **Confianza:** Cree en tus habilidades y en tu capacidad para lograr tus objetivos.

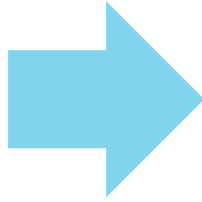
Buscar trabajo es un desafío, pero también es una oportunidad para crecer y desarrollarte profesionalmente. Al adoptar una mentalidad de ventas y aplicar las estrategias adecuadas, aumentarás significativamente tus posibilidades de éxito. Recuerda, tú eres el dueño de tu carrera, ¡toma las riendas y construye el futuro que deseas!



RODRIGO GOROSTIZA L.
Magister en Innovación PUC & Gerente de Marketing de Trabajando.com

ECONOMÍA PLATEADA

EDICIÓN XI - 1 DE OCTUBRE 2024



Para 2035 se estima que en el país las personas mayores representarán un 25% de la población total. La esperanza de vida cada vez más elevada y las mejores condiciones físicas y mentales de los adultos mayores para continuar trabajando, el retiro obligatorio del mercado laboral a una edad temprana, la crisis de solvencia económica que han atravesado en las últimas décadas las instituciones que brindan servicios a las personas mayores, entre otros factores, han dado cuenta de un grupo importante de la población que habiendo alcanzado los 60 o 65 años, umbral de edad que establece el cese de la vida laboral y el inicio de la vejez, continúan o aspiran a continuar realizando una variedad de actividades productivas y contribuyendo significativamente al desarrollo y bienestar de la familia y la sociedad. Debemos entender que las sociedades funcionarán de manera diferente donde el término inclusión debe abrazar esta diversidad de generaciones. Lamentablemente prevalece una visión de la vejez que tiende a identificar a las personas mayores como un grupo poblacional supuestamente homogéneo caracterizado por la inactividad, improductividad y dependencia, condicionando de este modo el rol social de los adultos mayores. Cambiar esta concepción que bordea el edadismo, será uno de los desafíos de los próximos años.

El término de "Envejecimiento productivo" hace referencia a la capacidad de los adultos mayores para permanecer activos y contribuir en el lugar de trabajo y en la sociedad. Y cuando pensamos en discriminación no se nos viene a la mente el edadismo, sin embargo es la tercera razón de discriminación en el mundo, en Chile el 70% de los reclutadores consideran la edad al momento de la selección, sumando esto a que más de la mitad de las empresas no han contratado a trabajadores mayores de 55 años en el último año.

Es un tema en el que debemos avanzar, como sociedad es necesario reconocer lo importante de aprovechar las habilidades y conocimientos de las personas mayores, sin duda las organizaciones que sepan reconocer y transformar una fuerza laboral mayor capitalizando su aporte en equipos intergeneracionales podrán acceder a importantes ventajas comparativas. Sin embargo, a la espera de este reconocimiento, cada vez más personas mayores optan por el emprendimiento senior, creando sus propios negocios, y a los que agencias como Corfo o Sercotec debiesen considerar como nicho objetivo fortaleciendo el ecosistema de emprendimiento e innovación no sólo enfocando recursos en Mipymes senior sino también en quienes hacen parte de sus equipos y trabajan para mercados senior que son de una amplia diversidad como turismo, teleasistencia, tecnología de comunicaciones, cuidados, vida saludable, entre otros. Necesario es remarcar que los mercados senior deben ser no solo para las personas mayores sino con las personas mayores.

En definitiva, promover una cultura de inclusión y diversidad generacional en el ámbito laboral, empresarial y de emprendimiento es esencial para construir una sociedad más equitativa.



Autor:

ANA RAMÍREZ SOTO

Ingeniera Comercial.

Vicepresidenta Encargada de Género

Converpymes C.G