

EMPRESAS Y NEGOCIOS



Escuela de Negocios
y Economía PUCV

Opinión



Rodrigo Valdés Salazar
Académico Escuela
de Negocios y Economía
PUCV

Digitalización del mercado laboral

La digitalización tiene una influencia directa en el mercado del trabajo y la formación. Estamos inmersos en pleno proceso de digitalización de las empresas. La premura en abrazar el mundo digital por parte del sector empresarial e industrial se debe a que las empresas desean incrementar sus ingresos. Muchas empresas han integrado las nuevas tecnologías en su estrategia de negocios para responder a las necesidades de los consumidores de manera más eficaz.

Desde la implementación de la banca online hasta agencias de viajes o editoriales sustituidas por simples webs o apps, esto da lugar al requerimiento de cierto tipo de profesionales para estos nuevos puestos, caracterizados por la necesidad de poseer conocimientos y habilidades adecuados para la era digital.

El principal obstáculo para la empleabilidad es la formación. Muchas empresas actuales ya están demandando habilidades digitales que los trabajadores no poseen.

Estas nuevas formas de empleo motivadas por el fenómeno de la digitalización de la economía generan una brecha entre la demanda de trabajadores con nuevas capacidades, habilidades y destrezas, y la oferta del sistema educativo que ha de procurar capital humano adecuado para solucionar el problema con el firme propósito de evitar desajustes estructurales.

En mi opinión, es conveniente que comencemos a mirar hacia un modelo educativo flexible, en el que la formación en nuevas competencias, habilidades digitales y la exigencia de un aprendizaje continuo a lo largo de la vida se extiendan lo máximo posible.

rodrigo.valdes@pucv.cl

DECISIONES DE PRECIOS Y ELASTICIDAD

ECONOMÍA: Para los monopolios es conveniente mantener precios elevados.



Soledad Cabrera Calvachero
Magister en Economía, Universidad de Chile
Ingeniera Comercial PUCV
Jefa de Docencia Escuela de Negocios
y Economía PUCV
soledad.cabrera@pucv.cl

Una de las tantas decisiones importantes dentro de una empresa es el establecimiento del precio de un producto, el cual debe considerar elementos como: la estrategia genérica de la empresa, costos de producción, características del producto y precio de la competencia, entre otros. Sin embargo, la relevancia de cada una de estas variables dentro de la decisión puede variar dependiendo de la estructura de mercado a la cual pertenezca. Por ejemplo, un monopolio no considera competencia, sus altas barreras de entrada le permiten ostentar un alto poder de mercado, pudiendo fijar con libertad sus precios; en cambio una empresa perteneciente a una competencia monopolística presenta una gran cantidad de competidores que venden productos similares, lo cual le permite cambiar el precio en un cierto rango, pero sin descuidar las decisiones de la competencia.

ELASTICIDAD PRECIO DE LA DEMANDA

Una herramienta que podría ser de utilidad en el minuto de tomar decisiones de precios es la elasticidad precio de la demanda. Ésta correspon-

de a la sensibilidad que tiene la cantidad demandada ante una variación de un 1% en el precio del bien. Esta elasticidad puede adoptar valores entre 0 e infinito, dependiendo de la reacción que tenga la cantidad demandada.

Si la elasticidad adopta un valor 0 significa que la cantidad demandada es perfectamente inelástica a los cambios en el precio; es decir, es insensible. Éste es un caso extremo que se podría cumplir, por ejemplo, en productos que sean muy necesarios y no posean sustitutos.

Una situación no tan extrema como la anterior corresponde a una elasticidad precio de la demanda que adopte un valor mayor a 0 y menor a 1. Aquí, la cantidad demandada es relativamente inelástica a los cambios en el precio; si el precio cambia en una cierta proporción, la cantidad demandada se modifica en una menor proporción, lo cual es más común en comparación al caso anterior. Una situación diferente ocurre con los bienes que no son necesarios o que tienen muchos sustitutos, ya que estos pueden ser reemplazados o simplemente se dejan de consumir. En este caso la elasticidad precio de la demanda es mayor a

1 y se indica que la cantidad demandada es relativamente elástica a los cambios en el precio. De esta forma, un cambio en el precio en una cierta proporción genera una modificación de la cantidad demandada en una proporción mayor.

¿EN QUÉ CASOS SERÍA ÚTIL CONOCER ESTE DATO?

Por ejemplo, una empresa que desea aumentar sus ingresos totales podría considerar dos posibilidades: aumentar el precio de venta o disminuirlo para aumentar la cantidad vendida. En el primer caso -considerando ceteris paribus, es decir, el resto de las variables constantes- un aumento en el precio generaría una disminución de la cantidad demandada. ¿Qué pasaría con el ingreso total? Depende de cuánto cambie cada variable. Si el aumento en el precio es mayor que la reducción en la cantidad demandada, se conseguiría aumentar los ingresos totales. Esta situación se genera si el producto presenta una elasticidad precio de la demanda menor a 1; es decir, productos necesarios con pocos sustitutos. En cambio, si esta medida se aplica a productos con elasticidad precio de la demanda mayor a 1, lo que se logrará es que el incremento en el precio sea menor que la reducción de la cantidad demandada, generando una caída en los ingresos totales. Asimismo, decisiones como

quién paga la mayor parte de un impuesto -consumidor o productor- pueden ser respondidas utilizando esta herramienta.

Si aplicamos el concepto de elasticidad a las estructuras de mercado -considerando la comparación para un mismo producto- podríamos indicar que el monopolio es el sistema que presenta la menor elasticidad precio de la demanda, ya que no posee sustitutos. Esto no implica que su demanda sea perfectamente inelástica, pero sí relativamente, lo que explica en parte lo conveniente que es para este tipo de sistema mantener un precio elevado. En el otro extremo se encuentra la competencia perfecta, sistema en el cual cada empresa posee una demanda perfectamente elástica, ya que puede vender solo al precio establecido por el mercado. Lo que explica el valor de la elasticidad en este tipo de empresas es la gran cantidad de competidores y sus productos homogéneos, por lo que el cliente ante cualquier alza en el precio tiene muchas empresas alternativas para sustituir a aquella que decidió aumentar el precio.

Finalmente, se puede establecer una relación entre la elasticidad y el poder de mercado de tal forma que mientras menor sea la elasticidad precio de la demanda mayor será el poder de una empresa para modificar y establecer sus precios.

libros

CONSTRUYENDO
MARCAS CON FANS



Marcelo Borlando, en esta obra, lee inteligentemente los cambios del mercado y los clientes, relatando su experiencia en el competitivo mundo del marketing, la publicidad y el entretenimiento, ofreciendo como aporte un nuevo modelo que propende hacia un marketing del reconocimiento, donde desarrolla el arte de enamorar e inspirar a los clientes transformándolos en fans mediante la creación de vínculos entre las marcas y las personas.

De este modo, el autor busca distanciarse del concepto clásico de cliente, transitando al concepto de fan. Con todo, se trata de un libro claro en su relato e inspirador para toda persona que desee conocer los profundos cambios que enfrentan el marketing, la publicidad y el entretenimiento.

EDITORIAL BWF
175 PÁGINAS
PRECIO: \$ 14.000

web



[HTTPS://WWW.CHILEATIENDE.GOB.CL/ICHAS/97039-IFE-LABORAL](https://www.chileatiende.gob.cl/ICHAS/97039-IFE-LABORAL)

En la página de Chile Atiende se puede encontrar información y procedimientos para acceder al IFE Laboral, el cual acaba de ser extendido hasta marzo de 2022.

Éste es un incentivo establecido por el Gobierno de Chile para fomentar la contratación formal de trabajadoras y trabajadores, y que al parecer ha sido exitoso en lograr las actuales caídas en el desempleo.

En la página se encuentran los requisitos para acceder a este subsidio que se entrega para mejorar las remuneraciones y formalizar los contratos, accediendo así a otros beneficios sociales, y que está especialmente focalizado en mujeres, jóvenes y mayores de 55 años. También se encuentra especificado cómo y dónde realizar el trámite, a quién va dirigido y la vigencia.