impulsar la economía a través de Negocios Internacionales

Por **Eileen Ortiz Rivera**, M.B.A., Coordinadora Programa de Comercio Internacional, UIPR-Ponce

La participación de las empresas y negocios locales en los mercados internacionales trae consigo una serie de oportunidades y ventajas. Definitivamente, formar alianzas estratégicas con socios en el extranjero, ofrece una rápida entrada y expansión de productos, servicios y nuevas ideas. Inclusive, resulta excelente cuando obtener ganancias en otro país podría equilibrar las pérdidas que se adquiera en otros mercados.

Pero el éxito de una transacción internacional no solamente se debe medir por factores cuantitativos, ni tampoco por lo buen negociante que sea el empresario. Existen aspectos cualitativos que son muy importantes para definir el éxito que se desea alcanzar. Por ejemplo, el empresario, funcionario, director o gerente, en este ambiente internacional, debe conocer y entender las diferencias culturales predominantes en el lugar de funcionamiento de la empresa. Manejar factores como el idioma, religión, valores, costumbres, educación y otros se hacen imprescindibles para el desarrollo de unas buenas relaciones de negocios, basadas en confianza y respeto. El reconocer y entender las diferencias culturales entre los socios de negocio, redundará al final, en largos acuerdos comerciales entre los países.

La participación de las empresas y negocios locales en los mercados internacionales trae consigo una serie de oportunidades y ventajas.

El impacto en el mercadeo internacional es mucho más amplio que años atrás y se debe al aumento sustancial del volumen de las actividades de mercadeo, a través de medios masivos de comunicación, como lo es el uso de la Internet. El comercio y el mercadeo electrónico, han llevado a los gerentes de mercadeo internacional a estudiar y repensar nuevas estrategias de comercialización para sus productos. Conocimientos en planificación estratégica, identificación de los mercados, modificación y adaptación del producto en el ambiente internacional, suelen ser algunos de los aspectos que debe aprender un candidato o estudiante a trabajar en Negocios Internacionales.

De mismo modo, ejercitarse en las actividades de exportación e importación, provee una manera segura para que los futuros gerenciales de las empresas sepan manejar los riesgos inherentes de las transacciones internacionales. El gerente internacional debe comprender las leyes y regulaciones del país con el que se está negociando, para atender propiamente aquellas situaciones de corte legal que puedan surgir como por ejemplo el incumplimiento de un contrato internacional. Por otro lado, familiarizarse con la documentación requerida para cada transacción, los sistemas computarizados de información gerencial utilizados en el intercambio de la documentación, la distribución internacional, los términos de comercio internacional (INCOTERMS) y las opciones de pago, son otros tópicos que se deben aprender en el aula universitaria.

Un buen programa académico en Negocios Internacionales provee las habilidades y los conocimientos necesarios para quienes quieren formar parte de los recursos humanos que son claves en este ambiente tan competitivo. Sobre todo, porque sus egresados pueden ser capaces de ayudar al gobierno y a las industrias en identificar nuevas oportunidades para el desarrollo de la economía y la prosperidad social.

Para más información sobre BBA en Comercio Internacional: 787.284.1912 EXT. 2024, 2252 • eortiz@ponce.inter.edu

imperativo

examinar las estrategias en el mercadeo de hoteles

Por **Miguel A. Morales**, M.B.A.,
Profesor de Administración de Empresas,
UIPR-Ponce

La industria hotelera es la empresa del momento en el área sur de Puerto Rico. Tiene visos de mover en los próximos años, millones de dólares en esta región y convertirse en una fuerte competencia para la región norte. Proyectos como *Porta del Sol*, la remodelación y expansión del *Ponce Hilton & Casino* y el Hotel *El Legado,* del famoso golfista Chichí Rodríguez, son algunos ejemplos del incipiente desarrollo hotelero que se prepara para dominar el sur.

Expertos en turismo y mercadeo como el doctor Ernesto M. Conde Pérez y las licenciada Marilyn Bernal Prado y Yineisy Cedré Santos han trabajado extensamente en exponer las mejores técnicas de mercadeo que deben llevar los gerentes de hoteles para que puedan ser exitosos.

Sus recomendaciones están dirigidas a considerar que un alto nivel de orientación al mercado, dota al hotel de una mayor sensibilidad hacia las percepciones de los clientes, y destaca, además, la necesidad de ofrecerles más valor en su oferta. Se sobreentiende que esto debe incrementar las posibilidades de éxito en el lanzamiento de nuevos productos, mejorar la retención de los clientes, propiciar el crecimiento de las ventas, y en definitiva, lograr una mayor rentabilidad.

Estos especialistas postulan que un procedimiento para mejorar la orientación al mercadeo de hoteles, se inicia con la fase de análisis que abarca la caracterización del hotel, la identificación de puntos fuertes y débiles del producto turístico y el estudio del mercado y sus segmentos. Igualmente, se debe considerar la exploración de la competitividad y la medición del grado de orientación al mercado. La segunda fase del proceso consiste en la toma de decisiones estratégicas con su correspondiente plan de acción. Consecuentemente, se organizan y ejecutan las decisiones tomando en cuenta los controles previstos y el insumo de la experiencia.

Es importante establecer que la ejecución de las decisiones estratégicas debe incluir la participación de los trabajadores de los hoteles con la cual se espera lograr tres objetivos; primero, involucrar a todos en el proceso, pues todos los miembros de la organización deben conocer los planes estratégicos. En segundo lugar, es necesario lograr compromisos reales y conscientes de todos. Cada miembro de la colectividad debe conocer con exactitud cuál será su contribución en el proceso y percibir cómo su esfuerzo combinado con el de sus compañeros puede producir resultados eficientes y eficaces. Por último, con la participación directa de cada integrante de la organización se trata de responsabilizar a todo el personal de los resultados obtenidos de modo que sea producto del esfuerzo de todos y no solamente de la alta dirección de la entidad.

Para concluir, se debe señalar que estas estrategias de mercadeo deben estar dentro de un contexto que recoja el sentir del mercado de la región donde se llevará a cabo las operaciones. No se puede perder de vista que la complejidad de los procesos administrativos que redundan en el éxito de la industria hotelera, requieren profesionales especializados que puedan manejar las estrategias para una planificación acertada. ■

Para más información sobre el BBA en Gerencia de Hoteles: 787.284.1912 EXT. 2044, 2077 • mmorales@ponce.inter.edu

INTER

impactar positivamente

¿qué opinan los estudiantes acerca de los servicios que reciben en la Inter en Ponce?

Un estudio realizado entre 576 estudiantes (11.2% la matrícula de 5,134 estudiantes) durante este año académico reveló aquellos elementos que los estudiantes entienden que se destacan en la Inter en Ponce. Los resultados son muy importantes porque permiten a las autoridades universitarias documentar la efectividad de las intervenciones diseñadas y realizadas, identificar las áreas que ameritan atención y conocer los indicadores de satisfacción que son parte del avalúo de la unidad académica y complemento del avalúo del aprendizaje de los estudiantes. Estos fueron los reactivos por área con puntuación mayor de 90%.

Facultad

- La mayoría de mis profesores me trata con respeto y profesionalismo.
- La mayoría de mis profesores demuestra dominio de los cursos que enseña.
- Las evaluaciones (notas de exámenes, trabajos escritos u orales, y otras) que me hacen los profesores miden el nivel de la labor académica que he realizado
- Los profesores están disponibles en sus horarios de oficina para atenderme fuera del salón de clases.
- En muchos cursos el profesor utiliza recursos tecnológicos (computadora, video, grabadora, etc.) que contribuyen a que yo entienda mejor el tema.
- La mayoría de mis profesores utiliza estrategias de enseñanza que facilitan mi aprendizaje.

Oferta Académica

- La preparación académica que estoy adquiriendo en mi programa de estudios me capacita para competir favorablemente en el mercado de empleos.
- Mi participación en la evaluación de los profesores contribuye a fortalecer la calidad de la enseñanza.
- La calidad de mi programa de estudios cumple con mis expectativas académicas.

Asuntos Relacionados a la Matrícula

- El Recinto me brinda opciones de pago para la matrícula que me ayudan a continuar mis estudios.
- El proceso de matrícula es rápido, sencillo y cómodo.
- La programación de cursos (el horario, la oferta de cursos y secciones) me permite completar mis estudios en un tiempo razonable.

PONCE

Instalaciones físicas

- El Recinto se mantiene limpio, bonito y agradable.
- Los servicios sanitarios están limpios y se mantienen funcionando en condiciones adecuadas.
- Los salones de clase son cómodos y adecuados y así puedo concentrarme en mis estudios.
- Las facilidades y servicios que el Recinto tiene para los estudiantes con impedimento les ayuda en su vida universitaria.

Servicios Estudiantiles y de Apoyo a la Academia

- El acceso a los recursos bibliográficos y a otras fuentes de información que ofrece la Biblioteca del Recinto me ayuda a cumplir con mis tareas académicas.
- El laboratorio de computadoras me ha permitido realizar mis trabajos académicos con prontitud y eficacia.
- Los laboratorios del Recinto están diseñados y equipados para ayudarme a fortalecer el aprendizaje.

Clima Universitario

- El personal administrativo del Recinto me trata con esmero y cordialidad y me ayuda a resolver los problemas que le consulto.
- La administración del Recinto atiende mis necesidades.

Servicios Estudiantiles Complementarios

- El Recinto me hace sentir en un ambiente seguro.
- El proceso de admisión a la Universidad es fácil y rápido.
- Recibo ayuda y atención cuando solicito los servicios del área de enfermería o dispensario.
- Los servicios de la Oficina de Registraduría, tales como transcripción de créditos, certificaciones de estudio y cambios de clases, se ofrecen con rapidez y cordialidad

Vida Universitaria

- Las actividades culturales, sociales y recreativas que ofrece el Recinto son variadas y atractivas.
- Las actividades que ofrece la Oficina de Vida Religiosa (Capellanía) me ayudan a desarrollar los valores cristianos, éticos y espirituales.
- Las actvidades estudiantiles del Recinto contribuyen a mi desarrollo personal y académico.
- Las actividades co-curriculares y de vida estudiantil son factores que contribuyen a que continúe estudiando en este Recinto.