



GRUPO RALEI:

DISEÑAN UNA PISTA PARA TROTAR EN LA AZOTEA

Ante la demanda cada vez más creciente de departamentos que cuenten con parques ubicados a sus alrededores para poder practicar deporte, Ralei Grupo Inmobiliario ha diseñado el primer edificio con pista de trote en la azotea.

Así, sus inquilinos podrán disfrutar de una vista panorámica de la ciudad mientras trotan. El bloque de departamentos en cuestión, responde al nombre de Apoquindo Downtown, y se encuentra en Apoquindo, esquina con La Capitanía.

Además, incluye un sector de oficinas, lo que hace que el edificio se asemeje a los levantados en varias ciudades americanas, donde sus habitantes tienden a valorar positivamente el hecho de trabajar en el mismo lugar en el que están viviendo.

Consejo Chile California lanza conferencia y concurso

En el último tiempo, son varios los chilenos que deciden estudiar en el Área de la Bahía de San Francisco. Por ello, el Consejo Chile California organizó una conferencia el próximo 13 de octubre en la UC Davis abierta a profesionales y emprendedores, tanto de Chile como de California, para que intercambien sus conocimientos sobre desarrollo sostenible, educación, empresas e innovación. Además, aprovechando que hay más de 180 chilenos estudiando allá, el consejo convocó a un concurso de ideas que se hayan desarrollado o planteado en California y que tengan posibilidad de implementarse en Chile. Las postulaciones se harán a través del sitio www.calculbo.org hasta el 7 de octubre y el resultado se desvelará en el encuentro de UC Davis. También pueden participar chilenos que hayan vuelto al país.

El milagro de Israel, la llamada nación Start-Up

¿Cómo es posible que Israel, siendo un país con cerca de 7,5 millones de habitantes, que sólo tiene 64 años de independencia y que vive en un estado permanente de conflicto haya producido más empresas de *hi-tech*, innovadoras y creativas que otros países más grandes que disfrutan de economías estables como Canadá, Inglaterra o Japón? Esta y otras cuestiones tratan de resolver los autores Dan Senor y Saul Singer en su libro "Start-Up Nation: The Story of Israel's Economic Miracle", que ya goza de popularidad a nivel mundial y cuenta con versión en español. Como argumentan los autores, Israel no sólo es un país, sino una especie de "estado mental" y si, según ellos, los estadounidenses enfatizan en el decorado y los europeos en los formalismos; los israelíes toman la "jutzpá" —atrevimiento— como prioridad. "Cuando un emprendedor israelí tiene una idea nueva, la echa a andar esa misma semana", cuentan.



Una fría actividad tienen los centros de estudios de negocios chilenos en el campo de los Social Media en comparación con sus pares en Estados Unidos.

ARTURO CATALÁN A.

Sin duda que las redes sociales están ganando cada vez más terreno en todos los campos, y una de sus últimas incorporaciones han sido los centros de posgrado. Los estudiantes son uno de los grupos que más suelen utilizar las *web* y eso se ha visto reflejado en una encuesta que se ha realizado sobre el tema por MBA Tour y que concluyó que el 85% de los ejecutivos que tienen interés por cursar un MBA se dirigen en primera instancia a las redes sociales a la hora de buscar una escuela. En el mismo estudio, el 14% de los postulantes reconocía que estaba decepcionado con el uso de Facebook, Twitter o LinkedIn por parte de este tipo de centros, y al 63% le gustaría encontrar más información.

Quienes llevan la delantera en este campo son los centros universitarios norteamericanos y europeos. Un buen ejemplo es lo que realiza la Escuela de Negocios de Stanford, la cual se ubica en el primer lugar según el último *ranking* de MBA del Financial Times. Su apuesta por las redes sociales es extremadamente sobresaliente. De hecho han creado un sitio especial que aglutina todos los contenidos que difunden en las redes más importantes y masivas. (<http://www.gsb.stanford.edu/about/social-media.html>)

En su página de Facebook hay

ESTRATEGIA EN REDES SOCIALES:

Escuelas de Negocios chilenas están en deuda con la Web 2.0

22.863 partidarios y su cuenta de Twitter (@StanfordBiz) tiene ya cerca de 40 mil seguidores.

La Escuela de Negocios de Harvard tampoco se ha querido quedar atrás y es así como desde la portada de su sitio oficial (<http://www.hbs.edu/Pages/default.aspx>) invita a sus visitantes a ser parte de sus distintas redes sociales. Sólo en Facebook ya cuenta con más de 42 mil adeptos. A la vez, su cuenta de Twitter supera los 25 mil incondicionales. Desde tal espacio virtual dan respuesta a cada una de las interrogantes que plantean a diario sus potenciales alumnos. También es el espacio ideal para dar a conocer estudios, charlas o visitas de profesores internacionales.

En el último *ranking* de MBA de América Latina realizado por América Economía, las tres escuelas de negocios chilenas mejor ubicadas fueron la Universidad Adolfo Ibáñez, la Universidad Católica y la Universidad de Chile.

Al analizar la apuesta que sus distintas escuelas de negocios están realizando en las redes sociales, nos damos cuenta de que distan mucho en comparación con lo que hacen sus homólogas norteamericanas.

A la hora de buscar una respuesta de por qué las Escuelas de Negocios más prestigiosas de Chile no han apostado fuertemente por la Web 2.0, Marco Antonio Terán, gerente de Everis Business Consulting, señala que las es-

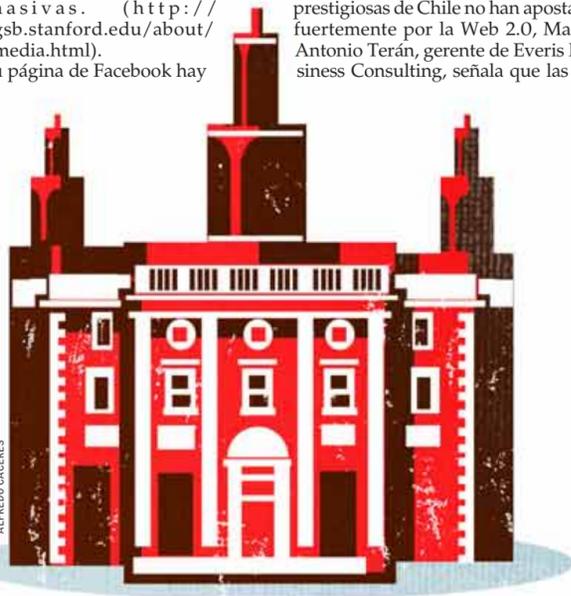
cuels de negocios chilenas buscan desarrollar una relación más presencial con el estudiante, dada su cercanía geográfica. "Principalmente son estudiantes de Santiago. Esto no ocurre con las escuelas norteamericanas, donde cerca del 50% son estudiantes extranjeros, por lo que las herramientas sociales son idóneas para la comunicación entre la escuela y los potenciales estudiantes".

A la hora de conocer el camino que deben seguir en un corto plazo las escuelas chilenas, Juan José Retamal, director del Magíster Internacional en Community Management de la Universidad del Pacífico, indica que deben considerar a las redes sociales como un buen complemento a lo que ya están haciendo en medios tradicionales.

"La ecuación es muy simple: Sus potenciales alumnos están en redes sociales, al igual que los actuales. Si la recomendación es el arma persuasiva más

poderosa, deben gestionar espacios digitales donde pueda fluir esta conversación entre ellos, con el valor agregado de monitorear y clasificar toda la información que se deposita en estos espacios, ya sea para promocionar o mejorar sus programas".

En esta línea, Marco Antonio Terán indica que las estrategias exitosas de *marketing* consideran un portafolio balanceado de acciones comunicacionales. "Ellos permiten llegar a diferentes públicos con distintos mensajes, lo cual trae como consecuencia la disminución de la disonancia cognitiva cuando usas un único medio de comunicación. En ese sentido, las estrategias de redes sociales son más económicas e involucran un complejo proceso de actividades que permiten llegar con diversos mensajes y admite inducir al estudiante a preferir una universidad respecto de otra".



ALFREDO GACÉRES

Ausencia en el mundo 2.0

En el sitio oficial de la Escuela de Negocios de la Adolfo Ibáñez (<http://www.uai.cl/facultades-y-carreras/escuela-de-negocios>) no existe logo o referencia de que tengan una cuenta en Twitter o un grupo en LinkedIn. Su página en Facebook no cuenta con más de 680 seguidores.

Por otro lado, al ingresar al sitio de la Escuela de Negocios de la Universidad Católica (www.fen.uchile.cl) tampoco hay una apuesta por web 2.0 y las redes sociales. En ninguna parte destacan o mencionan que tengan cuenta de Twitter, página en Facebook o grupo en LinkedIn.

Desde el sitio de la Escuela de Negocios de la Universidad de Chile (<http://www.fen.uchile.cl>) se ve una ausencia en Twitter, Facebook y LinkedIn. Pero sí en el Centro de Desarrollo Gerencial www.unegocios.cl, dependiente de la Facultad de Negocios, tienen una apuesta por las redes sociales. Su página de Facebook posee 744 fans. A la vez, su cuenta de Twitter tiene 297 seguidores y no siguen a nadie. Desde su creación sólo han escrito cerca de 70 tweets. Llama la atención que dentro de sus últimos posteos promocionan un Diplomado en Marketing y Redes Sociales.

CLAVES PARA TRIUNFAR EN LA ERA DIGITAL

Marcar la diferencia y conseguir que un emprendimiento crezca no depende de la suerte, sino de un abordaje eficaz. Algunas de las prioridades son identificar las posibilidades reales de éxito, planear en detalle las etapas del proyecto e investigar a fondo el mercado en el que se busca incursionar. Para comenzar un negocio es necesario planificar, invertir tiempo y dinero, y tomar correctas decisiones legales y financieras. Pero en una era de cambios signada por la irrupción estelar de la *web* como nueva forma de gestión, los consejos que hace 20 años podían parecer adecuados hoy resultan insuficientes. ¿Cuáles son los puntos que no pueden dejar pasar los nuevos emprendedores del mundo digital?

La mayor parte de los emprendimientos que fracasan no lo hacen porque su idea no sea lo suficientemente buena, sino porque no planifican bien. El primer punto central para iniciar una empresa es desarrollar un plan de negocios claro. Allí deben considerarse variables clave como el mercado potencial al cual se orienta el proyecto, la competencia, estimaciones de ventas, alternativas de financiación y las distintas etapas para su lanzamiento.

En el nuevo mundo de la economía digital hay tres factores esenciales que debemos tomar en cuenta para el éxito de un proyecto. El primero es la visibilidad *online*. Hoy es muy fácil caer en el error de pensar que contar con una página *web* es sinónimo de tener una empresa. Sin



ALEX KONANYKHIN,
CEO DE TRANSPARENT BUSINESS

embargo, estar en la red no es lo mismo que ser visible. La presencia fuerte en internet es vital para encontrar potenciales clientes e inversores, pero, ante todo, ayuda a dar dimensión a nuestro proyecto. Una sólida estrategia *online* puede igualar las *chances* de un emprendimiento que está dando los primeros pasos con las de una compañía que lleva años en el mercado. Por el contrario, si se falla en este punto, difícilmente se logra triunfar aunque se tenga una excelente idea.

Lo segundo es que el modelo de gestión empresarial cambió. Ya no necesitamos establecer una gran estructura, contratar mucho personal, ni siquiera alquilar una oficina. La nueva empresa es flexible, dinámica, y se basa primordialmente en la captación de talento y la generación de demanda. Fenómenos impulsados por las nuevas tecnologías como el teletrabajo y la computación en la nube permiten reducir las inversiones de capital y adaptar la dimensión de nuestros proyectos a los vaivenes del mercado.

Por último, debemos entender que la economía es ante todo intercambio social, y esto es hoy más válido que nunca. La revolución digital hizo explotar los modelos de colaboración de la mano de conceptos como *crowdsourcing* y *crowdfunding*. La colaboración y la búsqueda de socios de negocios y proyectos complementarios que ayuden a impulsar nuestras iniciativas siempre fueron determinantes a la hora de emprender. De la mano de *internet* y de la socialización *online*, este proceso se acelera. Hoy es más fácil y también más necesario establecer una red de alianzas. Esto no sólo puede hacer surgir nuevas oportunidades para nuestro negocio sino que, en una era signada por la transparencia, es un factor vital para la imagen pública de nuestro negocio.

LA COLABORACIÓN Y LA BÚSQUEDA DE SOCIOS DE NEGOCIOS Y PROYECTOS COMPLEMENTARIOS QUE AYUDEN A IMPULSAR NUESTRAS INICIATIVAS SIEMPRE FUERON DETERMINANTES A LA HORA DE EMPRENDER.

APLICACIONES: Endomondo y Swipe

Endomondo: Una de las mejores aplicaciones de Android para hacer deporte. La herramienta se presenta como un entrenador personal para cualquier tipo de deporte. Monitorizará al detalle los esfuerzos para así poder mejorar el rendimiento. Una de sus ventajas es que entrega información de audio a cada milla o kilómetro. Hasta 10 millones de usuarios ya se la han bajado. <http://goo.gl/dbxhB>

Swipe: Ofrece varios tipos de teclados para el *smartphone*. Uno de sus mayores atributos es que comprende cómo se combinan las palabras, lo que le permite ofrecer correcciones y predicciones mucho más precisas que otros teclados. Sus desarrolladores obtuvieron el premio a la innovación en los Webby Awards People's Voice de 2012. <http://goo.gl/ETrqE>