

# Management

Nuevas formas asoman, nuestras empresas ¿están preparadas para enfrentarlas?



***“Lo único que no cambia es el cambio”.***

***Por Cont. Victor Oporto / Cont. José Fiorini  
ESTUDIO CONSULFE: [www.consulfe.com](http://www.consulfe.com)  
[estudioconsulfe@yahoo.com.ar](mailto:estudioconsulfe@yahoo.com.ar)***

Los filósofos griegos nos siguen enseñando y esta frase, que se atribuye a Heráclito, describe con precisión la realidad misma de la vida de las personas y de sus empresas. Muchas veces estamos inmersos en las actividades diarias, lo que no nos permite poner freno y tener una mirada más estratégica.

Hoy, más que nunca, y estimamos que el proceso se acrecentará en forma exponencial, los cambios que se avecinan hacen necesario repensar diferentes formas de encarar la actividad; desde el proceso de fabricación, comercialización y por ende la captación del recurso humano para llevar adelante la actividad empresarial

## **NUEVAS TECNOLOGÍAS**

Cada vez la producción está más influenciada por la tecnología, donde a medida que los costos de producción se hacen más accesibles y la globalización los hace más cercanos a todos, el mismo producto, con calidad similar y menos mano de obra para su producción, podría llegar a un público cada vez más exigente e informado. Esto explica por qué los ingenieros industriales cobran cada vez mayor protagonismo en las empresas: La ingeniería industrial es una rama de la ingeniería

que se ocupa del desarrollo, mejora, implantación y evaluación de sistemas integrados de gente, dinero, conocimientos, información, equipamiento, energía, materiales y procesos. También trata con el diseño de nuevos prototipos para ahorrar dinero y hacerlos mejores. La ingeniería industrial está construida sobre los principios y métodos del análisis y síntesis de la ingeniería y el diseño para especificar, predecir y evaluar los resultados obtenidos de tales sistemas. Ahora bien, la mayor tecnología en la industria, ¿implica “prepararnos” para achicar el plantel de personal? No necesariamente: la mutación de “mejorar el producto” a “mejorar el diferencial que hará que el cliente nos elija” hacen que el empresario debiera analizar como alternativa y en forma concomitante a mejorar sus productos y procesos de producción, mejorar la capacitación o repensar las funciones del personal para que el mismo esté a la altura de las nuevas exigencias de los clientes. Pero la tecnología, y es bueno que lo sepamos, no solo

//

*Para armonizar la vida empresarial, los líderes de los tiempos que vienen, tendrán desafíos nuevos y complejos; estarán obligados a mantenerse actualizados en sus conocimientos, aprender a persuadir antes que imponer, controlar y actuar con rapidez antes los cambios y ser excelentes comunicadores.*

//

//

*Para armonizar la vida empresarial, los líderes de los tiempos que vienen, tendrán desafíos nuevos y complejos; estarán obligados a mantenerse actualizados en sus conocimientos, aprender a persuadir antes que imponer, controlar y actuar con rapidez antes los cambios y ser excelentes comunicadores.*

//

afecta a la industria sino también a otras actividades como los bancos: homebanking; aplicaciones para celular, cajeros automáticos, fintech, son los nuevos y no tan nuevos conceptos que están cambiando radicalmente el negocio bancario. Poco a poco las sucursales bancarias se vacían de clientes, al punto que cada vez son menos visitadas. Por eso se achica la superficie de las sucursales, y cuando una entidad sale a buscar un local para alquilar ya no piensa más en 400 metros cuadrados de superficie, sino en 150 metros,... La idea es que los cajeros tengan un lado comercial para generar un nivel de productividad más alto, aprovechando sus tiempos muertos... “La mano cambió. Hay que aggiornarse a los tiempos que corren”, es el lema de los tesoreros, que ahora salen a visitar clientes en su tiempo muerto...” (1)

### **NUEVOS PERFILES DEL PERSONAL A INCORPORAR**

Tomemos como ejemplo la impresora 3D con costos de impresión que tenderán a la baja, esto además cambia el perfil del trabajador a contratar. El personal a tomar será solamente el que muestre un CV más completo y con mayor experiencia, incluso comprobable? o será aquel que demuestre iniciativa para “crear” con el nuevo dispositivo y agregar valor a los productos en un ámbito cada vez más competitivo? Por el lado de las expectativas del personal no podemos dejar de tener presente que en el año 2020 (falta solo algo más de 2 años) la llamada generación de Millennials (personas nacidas entre 1981 y 1996) representará el 41% de la fuerza laboral y en el año 2030 superarán el 70%, siendo la característica de esta generación su capacidad de hacer varias cosas a la vez (multitasking). Los empresarios deberán interpretar sus motivaciones y deseos para que puedan sumar al progreso de la empresa. “...El estudio elaborado por D’arriens demuestra que el 76% de los Millennials busca oportunidades para aprender dentro del trabajo, y el 70% indica que el feedback de sus superiores es necesario para alcanzar ese crecimiento personal y profesional...”(2) Tienen una visión muy distinta del lugar que ocupa su trabajo en su vida. El promedio de duración máxima de los Millennials en un puesto laboral es de dos años, ya que esta generación no busca más hacer carrera en la empresa o estabilidad a largo plazo, sino mayor libertad y flexibilidad. El comentario anterior nos introduce en otro nuevo desafío que asoma y es:

### **NUEVA FORMA DE LIDERAR**

Para armonizar la vida empresarial, los líderes de los tiempos que vienen, tendrán desafíos nuevos y complejos; estarán obligados a mantenerse actualizados en sus conocimientos, aprender a persuadir

antes que imponer, controlar y actuar con rapidez antes los cambios y ser excelentes comunicadores. El País, de España, nos dice en una nota reciente: El siglo XXI ha desdibujado el viejo orden mundial. Fallan los Gobiernos, se derrumban las instituciones que permanecieron estables durante décadas y capitulan las grandes compañías ante las turbulencias económicas. Crónica de un recorrido por templos del liderazgo global en busca de los jóvenes llamados a ponerse al timón en contextos de cambios cada vez más rápidos y profundos.(3)

### **NUEVAS FORMAS DE COMERCIALIZAR**

El “tomador de pedido” es una especie en extinción y va dejando paso al vendedor que conoce, asesora, escucha y comprende a su cliente y a la venta online. En cuestión de minutos, sin moverse, el comprador puede mirar, informarse, comparar, e irá al encuentro del comprador mucho más preparado. En pocas palabras, el consumidor siglo XXI, quiere poder comprar cualquier cosa, desde cualquier lugar, a cualquier hora; sabe mucho más del producto de lo que creemos y le importa mucho no solo que el producto cubra sus necesidades sino que también toque sus emociones y anhelos. Al cabo del día, el consumidor recibió mensajes publicitarios en su celular, en su Tablet, en su computadora, en su televisor, en su radio, en su portal de noticias, en su diario de papel – si aún lo recibe -, en la calle y en los lugares más insólitos y de las formas más curiosas. Con esto no pretendemos generalizar sobre las nuevas características de los procesos productivos y de comercialización tanto mayorista como minorista, pero sí advertir a aquel empresario que no desarrolle su Plan Estratégico conteniendo estos aspectos, que corre serios riesgos de quedar fuera del Mercado. En el análisis de los procesos de crisis en empresas de la zona, generalmente Pymes del tipo familiar, hemos observado algunos temas en común que las mismas han descuidado y los cuales entendemos como principales causas por las cuales han sucumbido y son: Falta de profesionalización (4) Falta de planificación de la Sucesión Familiar Empresarial (5) Falta de percepción y entendimiento de los nuevos paradigmas y nuevas realidades (tratado en parte en el presente) Abogamos para que el empresario local sea estratégico, con capacidad para adelantarse a los cambios, ser pionero de los mismos y decidido a delegar las tareas rutinarias que le quitan un tiempo muy valioso para dedicarse a levantar la cabeza y preparar a sus empresas para un futuro que ya llegó.

### **REFERENCIAS:**

- (1) Diario El Cronista Comercial: 3/10/17. Bancos impulsan que sus cajeros sean también vendedores de productos. Autor: Mariano Gorodisch
- (2) IProfesional: 18/03/15. Para el 2020 los Millennials serán el 41% de la fuerza de trabajo: qué esperan de sus empleadores
- (3) <http://elpaissemanal.elpais.com/documentos/liderazgo-del-futuro/>
- (4) Revista UISF Nro. 7: Profesionalización de la empresa. Autor: Estudio Consulfe
- (5) Revista UISF Nro. 8: Crecimiento o conflicto. La sucesión familiar en la empresa. Autor: Estudio Consufe.