



Management. Como gestionar para salir victorioso en el mundo inestable de los negocios

El “mundo de los negocios” sufre cambios vertiginosos y complejos.

Esta realidad exige una constante e insistente adecuación de las empresas respecto a los negocios a encarar, nuevos o re-direccionamiento de los actuales que permita responder eficazmente, anticipándose a los futuros cambios que sobreviene en cada momento como estrategia de supervivencia empresarial.

En un anterior aporte, el autor en Giménez C. et al (2013) afirmaba en las conclusiones:

“En un escenario de los negocios donde los procesos de cambio son cada vez más rápidos y profundos, donde la competencia es feroz e impredecible, solo podrán sobrevivir las empresas que definan una estrategia dirigida a la diferenciación para ganar.

Solo serán sustentables y sostenibles en el tiempo, aquellas que tengan la capacidad de reinventarse constantemente, y que logren anticiparse a las necesidades de los futuros clientes o consumidores o logren crear una necesidad en ellos”.

Así, la gestión de “decidir” racionalmente se transforma en una tarea que debe contemplar un sin número de variables.

La correcta combinación de ellas hace posible ser exitoso y obtener los resultados según la estrategia propuesta.

La visión estratégica de las organizaciones debe estar dirigida a instrumentar y ejecutar la mejor combinación en las acciones que promuevan la creatividad, la innovación y una mayor ventaja competitiva que aseguren un desarrollo sustentable.

Resulta fundamental considerar las actividades de los seres humanos. La empresa no es sólo una organización, sino una actividad, una praxis, y por eso hablamos de prácticas (actividades empresariales”.

Una empresa con una visión innovadora, beneficia tanto a la sociedad y a la propia competitividad a través de la oferta de productos o servicios novedosos que influyen en la cadena de valor.

El éxito de una empresa y el de la sociedad se retroalimentan mutuamente.

Consecuentemente cuanto más estrechamente vinculado esta un tema ético-social con el funcionamiento de un negocio, mayor será la oportunidad para aprovechar los recursos y medios que utiliza la empresa para beneficiar a la sociedad en su contexto.



Conclusiones

- En un “mundo económico globalizado” el ciclo de vida de los productos se van reduciendo temporalmente al ritmo del constante avance tecnológico, y la alta competitividad
- Existe una innegable necesidad de acciones a nivel mundial para el aseguramiento de la protección del medioambiente y el desarrollo de nuevos productos más amigables con la ecología, como estrategia de supervivencia.
- Los cambios que se avecinan al compás de los avances tecnológicos.
- Las nuevas ideas sobre la visión de la economía, con lineamientos basados en principios morales y donde el ser humano es prioritario y esencial en cualquier decisión económica.
- Incluir, en el marco de la toma de decisiones económicas, toda la problemática derivada de las sistémicas relaciones entre economía y ecología.
- La creatividad y la innovación deben ser herramientas constantes en el proceso de cambios en los negocios y por consiguiente en el proceso de management.
- Los profesionales en ciencias económicas, con orientación a la gestión, y como docentes formadores de futuros profesionales que actuarán en las próximas décadas deben aceptar el desafío y capacitarse para cumplir adecuadamente con las metas propuestas.
- Articular la estrategia sobre una base de entendimiento uniforme.
Es necesario conocer cuáles son las fortalezas, y las debilidades y saber instrumentar oportunidades donde se visualicen amenazas
Definir un modelo de decisión dirigido a alinear todos los recursos que cuenta una organización, (humanos, tecnológicos, culturales, etc) con el objeto de realizar las acciones; que condicionen que el camino elegido sea la ruta correcta.
- Aceptar estos cambios asumiendo resistencia por parte viejas recetas, mientras que ir desarrollando posibles soluciones. Esta circunstancia nos obliga a intentar estar a unos pasos adelante para reorientar y asegurar la supervivencia de nuestra profesión.
- Este simple aporte es una contribución crítica y un reto para que actuemos en consecuencia.

DISERTANTE/S

Profesor Macrini Domingo

- Doctor en Ciencias Empresariales, UMSA.
- Contador Público y Licenciado en Administración, UBA.
- Departamento Pedagógico de Contabilidad. Sub – Director a cargo del Area Costos y Gestion de la FCE – UBA.
- Profesor Titular Regular Grupo Asignatura Costos FCE – UBA.
- Profesor Universidad Torcuato Di Tella. Carrera. Licenciatura en Administración y Economía.
- Profesor de la Maestria en Recursos Humanos en la FCE – UBA.
- Profesor de la Maestria en Contabilidad Internacional en la FCE – UBA.
- Profesor Titular en materias de Gestion y Costos en las carreras de Ciencias Economicas y Comercio Exterior de la UMSA.
- Profesor Posgrado en la UNIVERSIDAD AUSTRAL, Programa de Gestión en Logística e Inventarios.



- Profesor de la Carrera de Posgrado de Especialización en Costos y Gestión Empresarial en las FCE de la UBA, UNER, UCA de Córdoba, UNMP y UNR.
- Profesor jurado y tutor de tesis doctorales, maestrías y especializaciones.
- Integrante de la Comisión Técnica del Instituto Argentino de Profesores Universitarios de Costos.
- Integrante del Centro de Estudios de Costos de la FCE – UBA.
- Ha desarrollado y desarrolla actividades relacionados con la especialidad en empresas públicas y privadas del país.
- Autor y coautor de libros y artículos sobre costos y gestión.