

INFORME DE CONCLUSIONES

Área temática: VIII Administración

Presidente: Juan José Gilli

Secretario: Ricardo Nasiff

Los cinco de los seis trabajos seleccionados para exponer en el panel correspondieron al tema de gestión del cambio organizacional y el restante a una interesante a una interesante mirada sobre las estrategias de marketing.

Los temas de gestión del cambio organizacional fueron enfocados desde distintas perspectivas. Dos trabajos fueron resultado de investigaciones realizadas en el ámbito universitario, una sobre la aplicación de las técnicas de calidad distintas organizaciones y otra sobre el caso de una importante cooperativa. Un tercer trabajo desde la perspectiva de la experiencia profesional en el ámbito de las pequeñas y medianas empresas muestra las principales dificultades de los empresarios para llevar a cabo los procesos de cambio. El cuarto trabajo aporta una perspectiva teórica diferenciando los distintos tipos de cambio y focalizando en las condiciones necesarias para el cambio transformacional.

Finalmente, los trabajos de dos profesionales jóvenes aportaron un enfoque novedoso sobre la forma de adecuar la definición y asignación de las tareas de los jóvenes *millennials* y sobre la importancia de reconocer las motivaciones profundas de los consumidores al momento de definir el modo de satisfacer sus necesidades.

Cerró las actividades del área un panel del Consejo Elaborador de Normas de Administración (CENADMIN) donde se presentó el Proyecto de Resolución Técnica sobre Plan de Negocios puesto a consideración del la Mesa Directiva de la FACPCE.

A modo de conclusión se destacan algunas de las conclusiones de las seis exposiciones y del panel final del área temática de Administración:

- Todo proceso de cambio requiere como paso previo el reconocimiento de la necesidad de cambiar y del involucramiento de las personas en el proceso así como las competencias necesarias para conducirlo con éxito.
- Cambio y aprendizaje son constantes y deben estar relacionados para que el cambio sea sostenible en el tiempo.
- No siempre las metodologías de cambio, como por ejemplo la mejora continua, son aplicadas con un verdadero sustento filosófico y teórico.
- En el ámbito de la pequeña y mediana empresa nacional la dificultad para concretar los cambios reside muchas veces en la mentalidad del empresario y por lo tanto requiere del asesoramiento profesional experimentado y continuo.
- Los profesionales en Ciencias Económicas deben estar atentos a los cambios de paradigmas y abiertos al conocimiento y aplicación de nuevas herramientas y enfoques como la *“job crafting”* o la aplicación de los *“insights”* en la definición de las estrategias de marketing.