E

n el sector de artes gráficas, una estrategia para el desarrollo empresarial es el modelo de gestión.

Empecemos por considerar que todo cambio tecnológico lleva a fijar, con claridad, el nuevo modelo de empresa, que debe gestionarse pensado desde adentro; es decir, desde la planta de producción, con las nuevas herramientas que se disponen y que redundarán en mayor productividad y competitividad para extender sus beneficios hacia el cliente y que, por inercia tecnológica, realimentarán los nuevos procesos productivos y los productos.

Retos para un cambio

Para la dirección de las empresas de artes gráficas, los fenómenos tecnológicos significaron el replanteamiento o actualización de los modelos de gestión utilizados tradicionalmente, a fin de estar en armonía con los nuevos retos del mercado. El primer reto consistió en aceptar el cambio e implementarlo lo más pronto posible en todas las esferas de la empresa. Con los sistemas de información se dieron los primeros pasos para estar al día en lo que afectaba al sector y al mercado. Posteriormente, se hizo su implementación, para lo que se utilizaron parcialmente modelos de innovación, creatividad, valor agregado, calidad total, cadena de valor, estrategia, logística, tecnología, diferenciación e internet, entre otros.

Las empresas del sector gráfico, con su éxito, debieron tener en cuenta que debían enfrentar el cambio de paradigma con la transformación de los criterios de gestión en todas sus áreas, pasando por las estructuras organizacionales, los modos de funcionamiento, los procesos de producción y las relaciones con el personal. Carlota Pérez, investigadora venezolana, afirma: “Fenómenos como la globalización y la tendencia hacia la descentralización política guardan una estrecha relación con el cambio de paradigma, con las nuevas posibilidades que ofrece y con la manera más eficaz de aprovecharlas”.

Finalmente, está el modelo de gestión de las nuevas tecnologías, que se integra en la gestión tradicional de los empresarios y entra con fuerza para mejorar los resultados empresariales y la competitividad de la organización. La incorporación tecnológica representa una continua innovación en los procesos y los productos, que van tomando su propio dinamismo, al punto de que los empresarios buscan nuevos desarrollos tecnológicos que les permitan mantenerse en competencia en un mercado más globalizado

*Mercedes Gaitán Angulo*