

Características del gerente del siglo XXI

Indice

- 1. Introducción
- 2. Características del gerente del siglo XXI
- 3. Conclusiones
- 4. Referencias

1. Introducción

El siglo XX se caracterizó por un gran desarrollo tecnológico e industrial, y consecuentemente, por la consolidación de la administración.

A principios de este siglo surge la administración científica, siendo Frederick Winslow Taylor su iniciador; de ahí en adelante, multitud de autores se dedican al estudio de esta disciplina.

En la administración de fines de siglo, el centro de atención es, lograr los mayores niveles de competitividad, realizar planificación estratégica, y empezar a valerse de herramientas de avanzada, como Reingeniería y Benchmarking, Calidad Total, y Justo a Tiempo.

Son duras las exigencias del mundo empresa cada vez mas, y si mismo la preparación a nivel general del directivo deberá responder a esas exigencias.

2. Características del gerente del siglo XXI

En la mediada que avanza el siglo XXI, varias tendencias económicas y demográficas están causando un gran impacto en la cultura organizacional . Estas nuevas tendencias y los cambios dinámicos hacen que las organizaciones y sus directivos se debatan en la urgente necesidad de orientarse hacia los nuevos rumbos hechos que tiene una relevancia no solo local sino a nivel mundial. Los países y las regiones colapsan cuando los esquemas de referencia se tornan obsoletos y pierden validez ante las nuevas realidades.

Desde la perspectiva más general, la globalización, la apertura económica, la competitividad son fenómenos nuevos a los que se tienen que enfrentar las organizaciones. En la medida que la competitividad sea un elemento fundamental en el éxito de toda organización, los gerentes o líderes harán más esfuerzos para alcanzar altos niveles de productividad y eficiencia.

Los nuevos esquemas gerenciales son reflejo de la forma como la organización piensa y opera, exigiendo entre otros aspectos: un trabajador con el conocimiento para desarrollar y alcanzar los objetivos del negocio; un proceso flexible ante los cambios introducidos por la organización; una estructura plana, ágil, reducida a la mínima expresión que crea un ambiente de trabajo que satisfaga a quienes participen en la ejecución de los objetivos organizacionales; un sistema de recompensa basado en la efectividad del proceso donde se comparte el éxito y el riesgo; y un equipo de trabajo participativo en las acciones de la organización.

La incertidumbre, en algunos casos crónica y progresiva, acerca de la evolución de la función directiva y de su contenido futuro, genera una creciente ansiedad por parte de los ejecutivos de empresa, que es posible satisfacer mediante la identificación de algunas características que, definen el perfil del directivo del nuevo siglo que estamos comenzando.

Uno de los elementos que forman parte del mínimo común denominador del perfil de los directivos de éxito es, crecientemente, su capacidad para establecer y desarrollar relaciones con otras personas. Parece existir una correlación muy estrecha entre la capacidad de establecer una red amplia y efectiva de relaciones, de un lado, y la generación de nuevas oportunidades de negocio, la excelencia en la dirección de personas y la fidelización de los clientes, de otro. La experiencia demuestra que la habilidad para desarrollar contactos no es una capacidad innata, genética, sino más bien resultado del ejercicio y del aprendizaje, algo adquirido con la práctica.

Hay muchos factores que estimulan el desarrollo de esta habilidad. Haber residido en el extranjero durante largas estancias, formar parte de familias numerosas o entornos familiares amplios, manejar varios idiomas, la movilidad laboral o el acceso a la formación continuada a lo largo de la carrera profesional son circunstancias que propician una mejor disposición a crear contactos efectivos.

Las transformaciones del entorno empresarial determinan, cada vez en mayor medida, la necesidad de que los directivos cuenten con esta singular habilidad para desarrollar redes de trabajo. La globalización de los mercados o las barreras difusas entre sectores empresariales hacen necesario, por ejemplo, que un directivo cuente con relaciones personales en otros países o en áreas de actividad diversas.

De hecho, el mercado laboral valora esta capacidad como uno de los aspectos básicos en los procesos de selección de directivos entre las mayores empresas.

La adaptación al cambio y una visión estratégica pasan a ser obligatorias y prácticamente decisivas, "Hacer lo mismo" o "seguir igual" son expresiones desterradas de la argumentación empresarial. Ciertamente, muchas oportunidades para innovar o para desarrollar nuevas oportunidades de negocio consisten en enfocar los procesos empresariales, la manera de hacer las cosas, de una forma diferente, diversa de las convenciones.

Uno de los ejemplos recientes más claros es la distribución de productos de consumo a través de Internet, sector que a nivel mundial se ha desarrollado de una manera que hace unos años ni si quiera imaginaríamos, es mas que parecería sacada de las películas. No obstante, la cada vez más veloz evolución de los cambios hace más necesario, si cabe, el desarrollo de una visión estratégica que permita identificar la actividad nuclear de una empresa, sobre la base de las necesidades satisfechas a sus clientes o usuarios.

El tener un espíritu emprendedor tiene que ver con el hecho de la adopción de un punto de vista empresarial, y no puramente administrativo, es una de las facetas más exigidas al directivo de empresa. Este hecho tiene un reflejo evidente en la reestructuración organizativa que se está llevando a cabo en muchas empresas a raíz de fusiones, adquisiciones, etcétera. Su objetivo es dotar de mayor responsabilidad y capacidad de decisión a las unidades de negocio, en detrimento de los órganos de decisión corporativos.

La progresiva apertura de los mercados internacionales demanda de los directivos una marcada capacidad para operar y conducirse en entornos multiculturales. Esto se manifiesta, por ejemplo, en la exigencia de comunicarse, en muchas situaciones, empleando una versión pragmática del inglés manejable por directivos de procedencia diversa que representa la lengua franca del mundo empresarial. Por lo tanto, el manejo de dicha lengua se ha convertido en una herramienta imprescindible para el futuro directivo.

El uso de un idioma común ha sido, por ejemplo, uno de los factores que más ha ayudado a la ingente inversión directa de empresas españolas en Latinoamérica en los últimos años.

Será necesario dominar, como mínimo, dos idiomas correctamente; tres es un número razonable, y con cuatro ya te puedes desenvolver con tranquilidad. Lo más adecuado para dominar cualquier idioma es pasar una temporada en ese país. El inglés sigue siendo líder en el ranking de idiomas. Le siguen el francés y alemán, aunque lo fundamental es tener conocimiento de la lengua que se habla en el país de origen de la multinacional. Los futuros directivos españoles cuentan con una ventaja: saben castellano, el tercer idioma del mundo y el principal en América Latina, una zona de inversión más relevante cada día.

Además del dominio de idiomas, también se exige el respetar la idiosincrasia de los clientes o socios de diferentes culturas.

Por otro lado, la sensibilización de los directivos hacia los problemas éticos, tanto internos como externos a la empresa, es otro aspecto que progresivamente está siendo valorado por los inversores, por los clientes y por el resto de la sociedad.

Indudablemente, las características anteriores apuntan a un perfil de directivo muy distinto del gerente de hace varias décadas, cuyo patrón se ajustaba en mayor medida al control y la supervisión.

Motivar y generar confianza, apertura hacia la innovación, capacidad para comunicar eficazmente los directivos consumen la mayor parte de su tiempo hablando con otras personas y visión estratégica para emprender cambios son todas ellas facultades, de naturaleza más política que gerencial, que dibujan un nuevo estilo de liderazgo.

La preparación universitaria debe buscar un amplio campo de aplicación y universalidad en los conocimientos. Orientar adecuadamente a los jóvenes que pretenden iniciarse en el mundo empresarial, así si un individuo estudia una carrera, hay que procurar que esté relacionada con la empresa en la que se pretende trabajar. Se puede dar el caso de estudiar filología hispánica y acabar siendo el responsable de una empresa de ordenadores, aunque no es lo normal. Más que los estudios universitarios en sí, lo relevante es poseer una buena formación y mucha iniciativa personal.

La experiencia profesional es un factor imprescindible ya que, para ser directivo, se debe conocer al detalle los entresijos de la empresa. Se valora más que cualquier estudio previo. Al final, cuando se este sentado en un sillón tomando decisiones, habrá acumulado suficiente información y conocimientos para resolver los problemas. Una vez en la empresa, aprovechar el tiempo y absorber cada nueva idea que surja. Tomar iniciativas, ya que la mejor forma de demostrar que se vale es haciéndose imprescindible. Luego, paciencia, que los ascensos siempre llegan.

No hay un umbral mínimo de edad, pero tampoco máximo. Según los expertos, el gerente del siglo XXI puede tener desde los 30 hasta los 65 años. Suponiendo que se han realizado los estudios con éxito, que se ha hecho un master y que se ha estudiado en el extranjero, no se podrá entrar a trabajar en una

compañía hasta los 25 años. No es normal, por lo tanto, acceder a un alto cargo antes de los 30 porque, hasta esa edad, no ha terminado la ubicación en la empresa.

En cuanto al sexo, es una cuestión que ya está superada. El porcentaje de ofertas de trabajo que tienen en cuenta el sexo del solicitante no supera el 1,5%, mientras que el resto, un 98,5%, no lo especifica como criterio de selección; dato extrapolable a los directivos. Incluso el sexo se tiene en cuenta, pero en su carácter de discriminación positiva hacia las mujeres.

Actualmente, ellas son mayoría en las aulas universitarias y, como es lógico, tienen más posibilidades de hacerse con un puesto directivo. Las empresas tienen una especial predisposición a adaptarse al entorno social que le rodea y éste se encuentra dominado por las mujeres. Aun así, algunas empresas consultadas indican que la mujer tiene que demostrar día a día que es válida para el puesto, situación que no se da con los hombres.

Con conocimientos en informática, pero sin ser un informático. Los ordenadores son una herramienta de trabajo que se debe emplear con la mayor soltura posible en el trabajo. Es indispensable saber navegar por Internet y tener los conocimientos suficientes para que no sea el número de teléfono del ingeniero de sistemas el más marcado. Sería inútil detallar los programas que son necesarios conocer, porque la informática se va renovando día a día. Eso sí, no hay que dejar pasar cualquier novedad que surja.

Debe tener un conocimiento profundo de los modelos de negocio, tanto de las empresas como de los pequeños comercios. Para ello, tiene que saber escuchar a la persona que está al otro lado, pero no de forma pasiva, sino reaccionando. Otro aspecto consiste en sentir pasión por el negocio del que formas parte. Si tiene lo que los americanos denominan *passion for the bussines* (pasión por el trabajo), las dos primeras condiciones vienen solas.

3. Conclusiones

El cambio de milenio es una buena oportunidad para reflexionar sobre las habilidades características que el nuevo entorno empresarial demanda de los directivos.

Los directivos del siglo XXI serán similares a los de la década de los noventa, pero no iguales. La preparación será diferente y las formas de trabajo variarán. Idiomas, estudios, conocimientos informáticos y capacidad de comunicación son algunos de los aspectos a tener en cuenta para ser un directivo. Lo primero es tener ganas de conseguir el cargo; después, mucho sacrificio. La mejor medicina es la confianza y la peor la infravaloración personal o el desánimo.

Las características que hoy conocemos son útiles, pero cada vez se tornarán más inseparables; deberá ser estratega, pero al tiempo organizador y líder, pero para poder organizar necesita saber hacia donde va, como va a organizarse, y en cada etapa saber ser líder, según se lo vaya exigiendo cada época de la historia, aunque a lo largo de la existencia del hombre en la tierra el líder siempre ha sido característico sobre los demás.

Deberá pues saber de todo lo bueno un poco, pero también conocer de las cosas malas que pueden afectar una organización, y ser consciente de que a medida que avanza el tiempo además de presentarse en el camino herramientas útiles para sobrellevar cualquier adversidad, aparecen también puntos negros que opacan el panorama.

Hay que saber combinar en la proporción perfecta, habilidades técnicas, personales, específicas, y generales; "la idea es concebir una máquina perfecta para la dirección con todos los conocimientos en cuanto a la administración se refiere, pero con mucho de corazón, y carisma entre las personas".

4. Referencias

apicsmx.com.mx/

printech.com/resources/earticle.shtml

iienet.org

adminstracción.com.ar

Microsoft.com

Lagaceta.com.ar