

Los Imperativos para el s.XXI

Artículo escrito por Javier Sastre, Socio-Director de Sastre y Asociados

Un estudio reciente de [IBM](#), basado en entrevistas personales a más de 1.700 consejeros delegados (los mandamases) de empresas de todo el mundo nos da las claves que van a prevalecer en el mundo empresarial durante los próximos años.

1. Saber gestionar el cambio y adaptarse al entorno cambiante.

2. Trasladar rápidamente los puntos de vista (insights) que manejamos de los clientes o mercados a acción: facilitar la implantación de las decisiones derivadas de esos insights.

3. Ser capaces de crear industrias completamente nuevas o "moverse" a otras industrias aportándoles algún tipo de innovación significativa. Es decir, ser capaces de innovar en el modelo de negocio: de nuestra propia industria o de otras.

4. Liderazgo y gestión de equipos, como consecuencia de una toma de decisiones cada vez más compartida por equipos multidisciplinares, multinivel, con culturas y experiencias muy variadas.

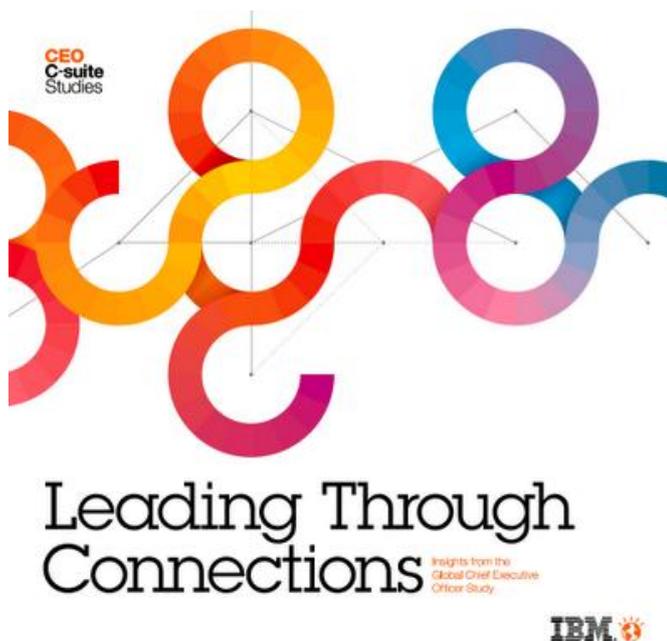
5. Obligada apertura de las empresas: los nuevos medios de comunicación sociales "exigen" muchísima más transparencia. Y las nuevas formas de trabajar mucha más colaboración, interna y externa.

6. Adopción rápida de las novedades y desarrollos tecnológicos, principalmente para capacitar y facilitar la colaboración a todos los niveles

7. Tener empleados que interioricen la misión (sentido de propósito) de la organización y sus valores compartidos. Crece la importancia de las decisiones estratégicas de orden superior como son los valores, la visión y la misión (todos ellos generalmente muy mal utilizados durante mucho tiempo, la mayoría de las veces simplemente con intenciones decorativas)

8. Habilidad para innovar. Seguirá siendo una habilidad clave para aprovechar las oportunidades y receptividad de los usuarios que genera el entorno de cambio continuo.

Muchas empresas están trabajando en algunas de estas habilidades. Aquellas que desarrollen líneas de progreso en todas ellas serán las más capacitadas para dirigir sus pasos y no ser dirigidas por otros.



Las características críticas de los empleados

El informe también habla de las características que más valorarán los CEO en sus empleados en los próximos años. ¡Atención futuros empleados y personas en fase de reciclaje!

Se demandarán empleados que sean:

- **Colaborativos:** hay que aprender a trabajar en equipo.
- **Comunicativos:** hay que aprender a comunicar muy bien, en todas sus vertientes: oral, escrita, gestual...
- **Creativos:** hay que desaprender los malos hábitos que nos han inculcado desde la escuela y volver a desplegar esa creatividad que teníamos de niños
- **Flexibles:** hay que mejorar la cintura para adaptarse a los diversos cambios con los que nos encontraremos a lo largo de nuestra vida profesional (y personal)

Este último aspecto de la flexibilidad me recuerda el enfoque, a mi modo de ver increíblemente certero, de *Thomas Friedman* respecto a los tipos de trabajadores del futuro:

- **Los especiales:** gente especial como puede serlo Fernando Alonso, Rafa Nadal o Bob Dylan. Son únicos y valorados por muchísima gente. No todos podemos serlo.
- **Los especializados:** son gente que sabe mucho de su campo de actividad; un campo que está valorado por el sistema económico del momento.
- **Los adaptables:** personas que hoy están trabajando en esto pero mañana pueden estar haciéndolo en aquello otro. Tienen que estar aprendiendo y reciclándose continuamente
- **Los anclados:** son gente cuyo valor está en ofrecer un servicio de proximidad geográfica. Los dependientes de una tienda, los fontaneros, etc. Si no hay demasiados de ellos y si su trabajo no es digitalizable podrán vivir relativamente bien. En caso contrario, deberán intentar especializarse o al menos saber adaptarse. O lo pasarán mal, porque serán fácilmente sustituibles.

Conclusiones: los imperativos para el S XXI

Volviendo al informe de IBM, los aspectos clave, imperativos, que se plantean a las empresas para este siglo (al menos en la próxima década) son:

1. **"Empoderar" a los empleados** mediante unos valores corporativos compartidos (o sea, la parte "más alta" de las decisiones estratégicas en las empresas)
2. **Relacionarse con los clientes** como individuos, no como grupos o segmentos más o menos perfilados.

3. **Amplificar la innovación** por medio de alianzas a todos los niveles (con proveedores, clientes, incluso competidores; con estos por ejemplo, para resolver grandes retos de un sector o de toda la sociedad)

Sin duda nos esperan tiempos fascinantes. Más si conseguimos estar alineados con estas recomendaciones.

El informe completo (Global CEO Study - IBM) en pdf [aquí](#). Está en inglés.

JAVIER SASTRE

Socio-Director de Sastre & Asociados

Consultoría especializada en innovación & globalización