

LAS TIC AL SERVICIO DEL CONSULTOR DE EMPRESAS FAMILIARES

Gestionar recursos con foco en la cultura de la continuidad

Celebración del Día Internacional de la Empresa Familiar - IADEF Sede Regional Bahía Blanca

“Hablemos con Propiedad en la Empresa de Familia” – I Parte

Bahía Blanca, 23 de octubre de 2014

Lic. Silvia Marcela Batista

sbatista@grupoestrategia.com.ar

Abstract/Resumen

La incorporación del medio audiovisual como herramienta de consultoría de empresas familiares dista mucho de ser solo material didáctico para reemplazar, por ejemplo, la lectura de un estudio de caso a trabajar en una jornada de capacitación o una presentación de diapositivas en una charla de sensibilización o difusión a la cual deben asistir indefectiblemente los interesados. Tampoco una herramienta para “aprovechar” la existencia de aparatos tecnológicos a nuestro alcance. Sino como nuevo paradigma del método de trabajo haciendo uso de las nuevas Tic, como forma innovadora de relacionarse con pares, potenciales clientes y público en general para el logro de sus objetivos.

Palabras claves: tic, consultoría, comportamiento humano

Introducción

La propuesta de IADEF de compartir herramientas colaborativas para el rol de consultor de empresas familiares, invita a revisar la tensión creativa que Senge (1998) describe como:

“La yuxtaposición de una visión (lo que queremos) y una clara imagen de la realidad actual (donde estamos relativo a donde queremos estar), produce lo que llamamos la “tensión creativa”: una fuerza para juntarlas, generada por la tendencia natural de una tensión para buscar su propia resolución. La esencia del desarrollo personal es el aprendizaje de cómo generar y sostener la tensión creativa en nuestras vidas”.

La brecha provocó el desafío de diseñar la herramienta que se describe a continuación. Con motivo de celebrar el Día Internacional de la Empresa Familiar¹ en la sede regional Bahía Blanca del IADEF se presentó la obra teatral “Hablemos con Propiedad en la Empresa de Familia”^{2 3}. La pieza tiene como objetivo involucrar la emocionalidad de los asistentes -integrantes de empresas familiares en su mayoría, consultores, público en general- a modo de provocar una reacción más comprometida en relación a la problemática de las empresas familiares, que la sola acción de escuchar uno o varios disertantes. La evaluación del evento superó las expectativas, ya que las devoluciones reportan en la mayoría de los casos acciones concretas en relación a comunicación, contratación de servicios, inscripción en taller de capacitación, entre otras. Considerando la posibilidad de potenciar la experiencia surge la idea de transponer la obra en un cortometraje⁴, de manera que se transforme en herramienta al servicio de la consultoría y la capacitación,

¹ (www.diadelaempresafamiliar.com)

² Autor: Silvia M. Batista, sbatista@grupoestrategia.com.ar

³ Agradezco especialmente a los actores vocacionales Ma. Lorena LLiteras, Stella Maris Rigoni, Monica Tacchetti, Jorge Garber y Marcelo Merigo, por su desinteresada colaboración y apoyo a este proyecto.

⁴ Director: Franco Stella, en base a guión de obra de teatro ya existente adaptado para la versión audiovisual, grabado a dos cámaras en formato HD alta definición. <https://vimeo.com/38692430>. Reel 2013.

presencial o no, como así también de actividades autónomas. El final del guión fue adaptado, permitiendo dar al mismo el enfoque que cada profesional elija para el objetivo deseado.

Con todo, la obra, se transforma en flujo constante y disponible para el desempeño de la profesión y nos permite hacernos presentes a través de las nuevas TIC⁵, objetivo principal de esta herramienta, que al decir de los especialistas significan mucho más que estar conectados.

Marco teórico

El consultor del futuro

Complementando las definiciones conocidas por todos en relación al consultor en general y de empresas familiares en particular, Gerusa Rodriguez (2002) ofrece una descripción amplia de las diferentes competencias que constituyen el perfil de un consultor; estereotipo que obedece a una serie de dimensiones generales, dentro de las cuales se mencionan:

Dimensión técnica: se refiere al conocimiento específico del propio trabajo gerenciado, a la divulgación técnica y la habilidad para lidiar con la tecnología.

Dimensión administrativa: exige del consultor nuevas estrategias de desarrollo más comprometidas de hecho con la aplicación práctica del conocimiento, con la mejora del servicio y con las funciones de planificar, organizar y controlar, administrando el capital intelectual de la empresa y el uso adecuado de su tiempo⁶.

En sintonía con este aporte, se propone a partir de esta experiencia audiovisual y a modo de optimizar los recursos disponibles de y para los participantes en este proceso, la incorporación de herramientas tecnológicas de la información y las comunicaciones que hagan más eficiente y efectivo el trabajo.

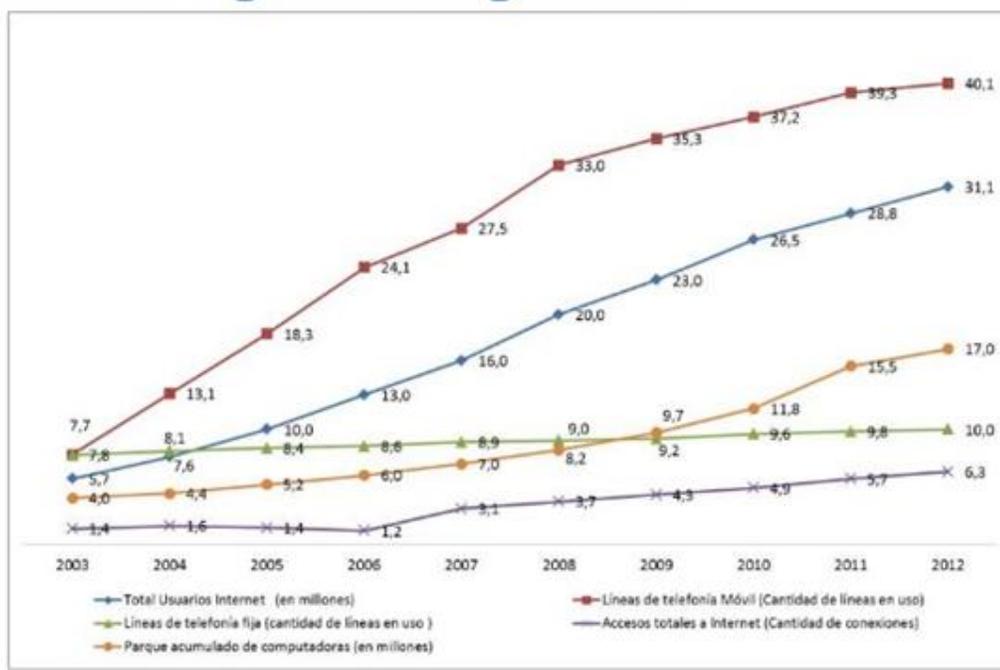
⁵ Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

⁶ Se agradece la traducción del idioma portugués del trabajo de la autora citada a Martina Ardito Batista.

El mercado de las Tic en Argentina

Sumada a la acción innovadora que propusiera el consultor que utilice la herramienta, esta posibilidad se basa sin dudas en el crecimiento de Internet, el desarrollo de software y servicios informáticos y la evolución de los servicios de telefonía móvil en Argentina cuyo volumen de actividad se ha visto impulsado –mayoritariamente- por la venta de equipamiento, que irrumpió en el modo de funcionamiento de la sociedad toda y goza de proyecciones de crecimiento para 2016 de más del 90% de la población argentina conectada. Con todo, no es la única condición a tener en cuenta para considerar la potencialidad de uso de esta herramienta, los especialistas del sector consideran que desde la tecnología y el mercado, la movilidad, la convergencia, los dispositivos inteligentes y las aplicaciones han sido, y serán por unos años más, el motor fundamental de la continuidad del crecimiento del mercado en los últimos años.

Década digital en Argentina



Fuente: www.princepoll.com – Imagen # 1

Para el caso de Argentina y en proyección al área LAC⁷, la población es fuertemente permeable a las innovaciones tecnológicas en materia de información y comunicación. Según lo señalan numerosas investigaciones y estudios, los ciudadanos otorgan un gran valor a la posibilidad de acceder a la información y la comunicación a través de las Tic, y se aprecia en alto grado la incorporación de la tecnología a la vida cotidiana, tal como muestra la Imagen # 1, el incremento del parque de computadoras en nuestro país, el aumento del uso de la banda ancha y la cantidad de líneas activas de telefonía celular. Un número cada vez mayor de personas de todas las edades y todos los orígenes y condiciones sociales -con acento en las capas medias y altas – que forman parte del segmento de interés del consultor de empresas familiares, utilizan o se interesan por los beneficios de las Tic. Investigaciones hechas al respecto indican que existe una capacidad potencial de personas y organizaciones, que harán un uso evolutivo (extensivo, intensivo y estratégico) de las Tic. (Prince A. y Jolias L., 2010)

Oportunidad sin límite para el consultor que podrá interactuar con su mercado a través de múltiples formatos, medios y dispositivos y en cualquier lugar o momento. Según Prince & Jolias (2010 *op. cit.*), desde el punto de vista del ciudadano, las Tic permiten una mejor comunicación e información, aumentando la productividad y fomentando el desarrollo humano. No sólo plantean una mayor capacidad de comunicación y relación con otros, sino que también contienen implícitamente una mejora en la calidad de vida de las personas, al hacer uso adecuado de recursos como por ejemplo, el tiempo.

⁷ Latinoamérica y el Caribe

Del pensamiento sistémico al coaching ontológico

Pasando por el management moderno de Drucker y Senge, todo nos hace dimensionar a nuestro potencial cliente, el integrante de una empresa familiar, como un ser complejo de atender en sus necesidades.

Surgen nuevos paradigmas que alcanzan no solo al mundo empresarial sino a la sociedad en general, como la influencia de la emoción a modo de factor determinante “tanto, que interviene en procesos cognitivos trascendentes como la memoria y la toma de decisiones. La emoción, entonces, involucra al comportamiento en sí, y también cambios corporales internos, el tono de la voz y los gestos” (Manes, 2014).

Método

La herramienta incorpora el medio audiovisual a través de las Tic, como nuevo método de abordaje de espacios de sensibilización y difusión ya sea en capacitación o consultoría, dado que favorece al método de comunicación ya conocido del lenguaje (oral, escrito, visto de manera estática en una presentación de diapositivas, etc.) completándolo con los aspectos enunciados anteriormente: la emoción y el cuerpo (comunicación no verbal) transformándose en comunicación mas efectiva en el público objetivo.

A través de conversaciones internas nuestros potenciales clientes, soñaron su negocio, luego lo crearon conversando con su seres más cercanos, lo desarrollaron conversando con clientes, proveedores, personal, competidores. Nuestras conversaciones determinan la calidad de nuestros vínculos y por lo tanto expanden o restringen nuestra frontera de posibilidades. Es en las conversaciones donde emerge, como en pocas instancias, la profundidad y complejidad del ser humano y su despliegue en la dinámica relacional.

Llegado el momento del traspaso generacional esta ventaja se transforma en alto porcentaje de casos, en dificultad, afectando de manera significativa el resultado deseado por los involucrados.

Necesitamos hacer visible a nuestros potenciales clientes que su emocionalidad influye directamente en la posibilidad de abordar los distintos aspectos que hacen a su íntimo deseo de dar continuidad a su empresa familiar.

La teatralización de una escena posible entre integrantes de una empresa familiar en un momento determinado, busca atraer la atención del participante y provocar la comunicación, condición necesaria, si bien no suficiente, para el éxito del traspaso generacional o la continuidad de la empresa familiar.

El guión de la obra “HABLEMOS CON PROPIEDAD...” se adapta al uso de la herramienta para las distintas ramas de consultoría que atienden a la empresa familiar como las consideradas por el IADEF y más. Cabe mencionar que en su primera representación durante el evento del Día Internacional de la Empresa Familiar, fue utilizado por los disertantes de especialidades como: abogacía, mediación, cambio organizacional y consultor de proceso en empresas familiares. El final abierto que incorpora esta adaptación, permite abordar varios de los aspectos que hacen a la problemática de la empresa familiar.

Dependiendo del destinatario, sean integrantes de empresas familiares, consultores, instituciones, público en general, tanto la introducción como la resolución de las actividades posteriores quedan libradas al interés del usuario de la herramienta.

Conclusiones

"El verdadero liderazgo cultiva la capacidad colectiva que tenemos las personas de formar el futuro que realmente deseamos. Esto requiere de una cultura de apertura y confianza, de la voluntad de desafiar supuestos del pasado y de experimentar en toda la organización".
(Peter Senge, 2009)

El corto lapso de historia del consultor de empresa familiar, hace pensar que el futuro de la profesión pasa en gran parte por las acciones presentes de este colectivo del que formamos parte. ¿Es posible permanecer ajenos a los nuevos paradigmas surgidos tanto en el ámbito tecnológico como en el comportamiento humano? Queda demostrado que las Tic hacen posible la dupla

tecnología&emoción

En gran parte HABLAR CON PROPIEDAD es hacernos cargo de nuestras propias conversaciones. Ése es el futuro donde quiero estar.

Bibliografía

Gerusa Rodrigues, A. (2002) *El rol del consultor externo en el fortalecimiento del negocio.*

http://www.planoauditoria.com.br/site/download/110908_monografia_adna.pdf

Manes, F. (2014) <https://www.facebook.com/facundomanes/posts/707250849321566?fref=nf>.

Prince A. y Jolias L. (2010) *Etapas de la inclusión digital en Argentina: difusión y adopción de*

TIC. <http://works.bepress.com/lucasjolias/9/>

Senge, P. (1998). *La Quinta Disciplina: Como Impulsar el Aprendizaje en la Organización*

Inteligente. Granica.

Senge, P. (2009). *La Revolución necesaria: cómo individuos y organizaciones trabajan por un*

mundo sostenible. Norma.

Anexo

Evidencia empírica

Presentación de la obra “HABLEMOS CON PROPIEDAD EN LA EMPRESA DE FAMILIA”

Asistentes registrados	108
Empresas registradas	38
Profesionales ⁸	16
Amigos/Familia ⁹	22

Opinión sobre el evento¹⁰

Bueno	2%
Muy bueno	26%
Excelente	72%

Temas sobre los que le interesaría participar a los asistentes en próximos eventos/capacitaciones

Resolución de conflictos	63%
Profesionalización	59%
Protocolo familiar	37%
Formación de sucesores	37%

En relación a la obra propiamente dicha, el resultado de dos preguntas realizadas luego de transcurridos 4 meses desde la fecha del evento, arrojó los siguientes resultados:

⁸ Algunos integrantes de empresa familiar.

⁹ En su mayoría acompañaban a los actores vocacionales, quienes también son integrantes de empresas familiares.

¹⁰ Incluye la exposición de tres disertantes.

- ¿Con que aspecto de la misma se sintió identificada/o?

La relación esposa-esposa (fundadores)

La relación esposa-esposo (heredera)

La relación madre-hija (la primera haciendo de filtro al comunicar las exigencias de su esposo a su hija)

La relación padre-hija

Con alguno de los hijos que no participan en la empresa

Con todos

Con ninguno

Con otro, ¿cuál?

No recuerdo nada

- Si genero alguna acción posterior, ¿cuál fue?

Conversar sobre este tema con algún integrante de su familia

Compartirlo con integrantes de otras EF que puedan tener conflictos

Desentenderse del tema por el momento

Desentenderse del tema por completo

Poner en su agenda como un tema a abordar

Hacer una consulta a un profesional

Otra, ¿cuál?

Ninguna

En orden de cantidad de respuestas elegidas, las que siguen fueron las más significativas:

- Identificación

La relación padre-hija

Con todos

La relación madre-hija

La relación esposo-esposa (heredera)

- Acciones

Conversar sobre este tema con algún integrante de su familia

Compartirlo con integrantes de otras EF que puedan tener conflictos

Poner en su agenda como un tema a abordar

Otra: Asistir a próxima capacitación, charla, etc.

En particular se transcriben las respuestas de tres asistentes por el grado de movilización provocada:

- Caso 1

“Posteriormente me quede pensando en la historia de mi empresa familiar, de la que casualmente no participo, la técnica de la representación me ayudo a entender porque no participo”.

- Caso 2

“Pensamos comenzar las bases del Protocolo familiar - Integrante de empresa familiar comenzando a planificar el paso a la tercera generación”.

- Caso 3

“Es posible que el encuentro con algunos integrantes de otras empresa con conflictos parecidos, puedan aportar nuevas ideas de acercamiento y entendimiento, por lo que sería muy interesante considerarlo”.