

**ANALISIS CORPORATIVO PARA UN ÓPTIMO DESEMPEÑO
EMPRESARIAL
(ENSAYO)**

PRESENTADO POR:

Juan Guillermo Ríos Londoño, Código 6501421 chemicalrios@hotmail.com

Director trabajo de grado:

Fanneth Serrano Ledesma

Universidad Militar Nueva Granada

Facultad de Ciencias Económicas

Especialización en Alta Gerencia

Bogotá, 8 de Abril de 2013

ANALISIS CORPORATIVO PARA UN ÓPTIMO DESEMPEÑO EMPRESARIAL

Resumen

En este trabajo se busca que el lector, analice con detenimiento y énfasis su organización, y llegue a una meta última, lograr que sea rentable y exitosa. En este análisis se traen a colación varios autores que son renombrados por lograr que las organizaciones alcancen un máximo potencial, así como frases celebres para que el lector recapacite en su forma de actuar y lleve a su empresa y vida personal a otro nivel.

En la actualidad, las comunicaciones hacen que la información sea oportuna y de libre acceso para todos, lo que hace que aunque la empresa más pequeña sea conocida tanto para el público como para la competencia; el gerente actual debe conocer más de una herramienta y estar a la vanguardia tanto en tecnología como los procesos para llevar su organización a otro nivel, logrando que su desarrollo de producto o servicio, den un valor agregado y un reconocimiento importante en el mercado en que se desenvuelva.

Palabras clave: Rentabilidad, Innovación, Tecnología, Vanguardia, Mercado, Competitividad, Eficacia, Eficiencia.

ANALISIS CORPORATIVO PARA UN ÓPTIMO DESEMPEÑO EMPRESARIAL

Abstract

In this paper invites to the reader that make an analysis with closer look to his or her organization and do everything to arrive to the ultimate goal that is to become an profitable business and a great success. Also in this work we bring various authors that thanks to their efforts and work, they gain international labels for transforming their enterprise in maximum potential organizations. You can find Quotes so the reader make reflections and change their habits and actions so they send their business and personal live to another level.

In this moment, the technology communications make that the information be quick and be free access for everyone, this make that a small business be know by their clients and the rivals, this actually it's a two coin face; the actual manager must know a lot of tools and be update to the latest technologies and organizational process around their business so it give the ultimate edge, making plus values to their product and making a name in their market.

Keywords: Profitable, innovation, Technologies, Vanguard, Market, Competitive, Efficiency, effective.

ANALISIS CORPORATIVO PARA UN ÓPTIMO DESEMPEÑO EMPRESARIAL

Introducción

El desempeño empresarial nos ayuda a llegar al éxito empresarial siempre y cuando se tenga el objetivo en mente. El gerente actual se debe armar de muchas herramientas que le ayuden como primera medida a diagnosticar asertivamente su organización, luego, ver su estado actual en cuanto a mercado y posicionamiento y por último trazar y corregir planes que ayuden al mejoramiento de la misma.

En este trabajo se busca que el lector mire su entorno de forma desarraigada y logre un crecimiento en su organización, haciendo uso de una mirada externa y de personas competentes que le ayuden a determinar las posibles falencias que tiene su empresa.

Como teoría, se muestra lo último que existe en la actualidad sobre manejo de las organizaciones y como se puede, desde una perspectiva de máximo desarrollo, tocar no solo a usted sino a sus subalternos para lograr que su empresa llegue a un nivel completamente nuevo, con ello, podrá no solo obtener un máximo desempeño empresarial si no que hará que su empresa se vuelva líder frente a la competencia.

I. Análisis de la Organización con foco en el desempeño empresarial.

En la actualidad existen diversas maneras de ver una empresa, logrando que sea exitosa y rentable, pero antes de eso, debemos preguntarnos si realmente estamos dispuestos a asumir los retos del futuro y así mismo, un cambio en nosotros mismos, con el fin último que es el éxito total.

El gerente actual debe armarse de una serie de herramientas que le ayuden a diagnosticar día a día, mes e incluso años de su organización; debe tomar muchas veces decisiones frías y calculadoras pero con el fin llevar sus sueños a una realización total.

En este trabajo como se ha mencionado, se busca suministrar otra perspectiva para que los gerentes puedan con otros ojos, ver los errores que cometen y las decisiones las cuales a futuro se pueden hacer que el líder se arrepienta del mal manejo; se debe tener una clara conciencia que en el análisis debe desligarse de sus sentimientos, basarse en datos y tener una visión objetiva; si esto no se logra, debe tener en cuenta muchos puntos de vista los cuales le ayudarán a aterrizar conceptos en busca de un éxito total.

Este trabajo se basó en la formulación de 15 preguntas las cuales buscan indagar de una forma general el estado de la empresa. Cabe notar que si es posible y el autor puede realizar esta simple formulación a otro personal de la organización, está dando un paso grande en la delegación e integrando elementos de trabajo en equipo y compromiso del personal.

II.1. Análisis Del entorno empresarial.

“Como una sólida roca no se mueve con el viento, así el sabio permanece imperturbado ante la calumnia y el halago” (Sidhartha Gautama. 563 D.C).

El análisis a una organización debe ser minucioso y como mencionamos, contiene varios actores para lograr un análisis a fondo y que logre de forma crítica implementar varias medidas de contingencia para futuras crisis.

El gerente como primera medida debe preguntarse con ojo crítico si su organización cumple con su sueño y con un óptimo desempeño empresarial; de aquí parte el planteamiento de este trabajo, el cual busca no solo optimizar una organización si no que apunta a que los gerentes sean analíticos y creen sistemas de defensa en contra de futuras crisis. Si el lector se centra en su posición, posiblemente no logrará entrar en una serie de cambios que probable beneficiarían a la organización; si es humilde, y sobre todo, quiere llegar a un punto de éxito, deberá adoptar nuevas filosofías que rigen el desempeño corporativo actual.

“Nuestra recompensa se encuentra en el esfuerzo y no en el resultado. Un esfuerzo total es una victoria completa” (Mahatma Gandhi. 1942).

La siguiente mirada es hacia los procesos de la compañía, ¿son o no exitosos?, ¿qué procesos utilizan rehúso de tiempo, materias primas, procesos o servicios hacen que el desarrollo de un producto sea engorroso para el cliente?, en ocasiones por estos detalles hacemos que los clientes se cautiven y damos un valor agregado ahorrándonos dineros en procesos innecesarios.

Una alternativa altamente efectiva es tercerizar los procesos. Aunque el empresario actual este acostumbrado a ser multitarea, debe ver que este procesos se aleja bastante del denominado “Core Business” o eje central de la empresa.

En la actualidad existen gran cantidad de compañías que tienen una amplia trayectoria en el sector, no solo en desarrollo de procesos de producto, si no también cartera, logística, etc., haciendo que la compañía elimine roles que no producen un valor agregado y se concentren en el núcleo central de la organización.

Todo lo anterior se vuelve más fuerte y relevante si tenemos un excelente clima organizacional. En la actualidad y como veremos en el trabajo es preferible que las personas al interior de la empresa sientan un llamado e identificación con la misma, que ir rutinariamente a un lugar de trabajo buscando una forma de sobrevivir. Esto hace que mejoremos la productividad y compromiso de recurso humano de la compañía.

“La recompensa del trabajo bien hecho es la oportunidad de hacer más trabajo bien hecho.” (Jonás Edwar Salk. 1950).

Diariamente los gerentes se han preguntado por qué la competencia sigue en el mercado o aun con más preocupación sentir que la competencia es mucho mayor y no se va a lograr subsistir en el mercado donde se está viviendo. Pero sin importar el tamaño, la competencia en muchos casos, descuida procesos claves en los cuales, si tenemos un ojo crítico, podemos aprovechar esas debilidades y lograr mejorar nuestra participación.

“El trabajo y la lucha llaman siempre a los mejores “. (Lucio Seneca. (2AC).

Muchas veces el entusiasmo que tenemos cuando comenzamos una empresa o un alto cargo se ve mermado por las trivialidades del diario vivir, descuidando esa flama que nos impulsa a ser mejor cada día. Con un análisis del cómo

están nuestros planes y si la organización está encaminada podemos medir efectivamente los procesos que han llevado nuestros propósitos. Es preciso que los gerentes analicen con lupa si sus esfuerzos los llevan al éxito o simplemente están cubriendo el día a día sin una meta o ideal.

Existen actualmente varias formas de trabajar con el cliente. Una bastante interesante y difícil de lograr es hacer que el cliente necesite de nosotros y no al contrario. Esto es, no solo ofrecer nuestros productos y servicios, sino vincularnos a su organización y hacer cambios sustanciales logrando que se cree un vínculo mucho mayor y seamos partícipes del crecimiento de ellos.

II.2. Teorías Empresariales.

El gerente de hoy debe conocer varias herramientas, y una de ellas son las diferentes teorías que buscan que las organizaciones se maximicen, logrando así un óptimo potencial.

Abraham Maslow gracias a sus estudios en psicología nos aportó un valioso análisis del comportamiento humano el cual nos ayudará a entender desde una óptica interesante el comportamiento de los clientes, y cómo podemos retenerlos mejor.

“La satisfacción de la necesidad de autoestima conduce a sentimientos de autoconfianza, valía, fuerza, capacidad y suficiencia, de ser útil y necesario en el mundo.” (Abraham Maslow.1960).

Ahora, Maslow creó una pirámide de necesidades, su desarrollo comenzó con el comportamiento de los simios y ver que necesitaban primero. Lo dedujo de forma impresionante y logró de una manera exitosa trasportar esas vivencias al entorno humano.

En el nivel más bajo de la pirámide encontramos las necesidades psicológicas, encontrando las más básicas como son el agua, aire, comida etc., una vez

satisfechas estas necesidades básicas encontramos las necesidades de seguridad y sentirse a salvo. Lo más lógico es que una vez que se tenga alimento y resguardo se quiera establecer un punto de vivienda.

Continuando con el escalafón encontramos el amor y la necesidad de pertenencia; ésta da lugar a la necesidad de sentirse en comunidad y recibir apoyo de los amigos, pareja etc. Por último encontramos las necesidades de estima las cuales se dividen en dos niveles, encontramos en el inferior las necesidades de fama, respeto por los demás etc, y en el superior la autoestima.

“The 'physiological' needs -- The needs that are usually taken as the starting point for motivation theory are the so-called physiological drives. Two recent lines of research make it necessary to revise our customary notions about these needs, first, the development of the concept of homeostasis, and second, the finding that appetites (preferential choices among foods) are a fairly efficient indication of actual needs or lacks in the body. Homeostasis refers to the body's automatic efforts to maintain a constant, normal state of the blood stream. Cannon (2) has described this process for (1) the water content of the blood, (2) salt content, (3) sugar content, (4) protein content, (5) fat content, (6) calcium content, (7) oxygen content, (8) constant hydrogen-ion level (acid-base balance) and (9) constant temperature of the blood. Obviously this list can be extended to include other minerals, the hormones, vitamins, etc.” (Abraham Maslow.1960).

El anterior análisis nos orienta qué falencias tienen nuestros trabajadores con respecto a sus labores, su vida etc. Podemos de una forma óptima ver qué falencias tienen en sus vidas y con actividades (viajes, capacitaciones, días libres pagos, etc.) y remuneraciones suplir esas necesidades, logrando una fidelización con la compañía.

Con actividades y personal capacitado en recursos humanos podemos buscar cómo alentarlos a que vean el trabajo no como una condición o necesidad sino que tiene un fin. Debemos buscar planes alternativos para que sientan que lo que hacen los convierte en mejores personas y cumplen un plan de vida. Se

logran también que ellos proponga y den su punto de vista haciendo que se vuelvan participantes activos en la organización.

Lo anterior no solo sirve para nuestros subalternos si no para nosotros mismos. Debemos analizarnos y ver qué comportamiento tenemos y así identificar qué necesidad existe, buscando métodos para satisfacer las falencias que tenemos. El análisis puede empezar desde la forma en cómo nos comunicamos hasta nuestros comportamientos.

Un análisis interesante, que podemos aplicar en nuestras organizaciones es pedirles a nuestros colaboradores un panorama de su futuro. Con este ejercicio podemos de una forma asertiva ver qué necesidades tienen y mediante un trabajo de alta gerencia se combinan elementos de psicoanálisis y objetivos, para lograr no solo que la persona surja humanamente y profesionalmente si no que tenemos personas que nos seguirán de una forma más carismática y no impositiva.

El método de necesidades de Maslow también lo podemos aplicar para cautivar más al cliente, y en cierta medida encontrar la forma de llegar más a él, a sus necesidades no solo de producto si no psicológicas. Lo importante de este conocimiento es ayudar a que el cliente crezca en todos sus ámbitos no solo los laborales, si no que nosotros ayudemos a que se cree una unión más que un simple trato de cliente – proveedor.

Siguiendo con nuestro análisis, y eje que son nuestros sub alternos debemos ver cómo se comportan, y si eficazmente estamos supliendo sus necesidades. A esto sumamos la teoría de Frederick Herzberg, el cual comenzó a buscar factores claves para el desempeño óptimo de los trabajadores. Herzberg comenzó con obreros y pudo clasificar dos tipos de componentes los higiénicos y los motivadores donde encontró que hay elementos de satisfacción e insatisfacción, de di satisfacción y no di satisfacción.

“No se puede motivar a nadie para hacer un buen trabajo si no tiene un buen trabajo que hacer” (Frederick Herzberg. 1959)

Los factores higiénicos son la base de los deseos del trabajador, en estos se compilan los factores esenciales para la motivación en los sitios de trabajo, aunque su efecto no es de largo plazo, al no existir pueden llevar a una disatisfacción. Para aclarar más el tema podemos tomar como factores higiénicos el salario, ya que este debe ser apropiado y razonable con el oficio el cual se desempeña. Otro factor decisivo son las políticas administrativas o de la compañía, en donde debemos incluir horarios flexibles, código de vestimenta, descansos etc. éstas deben ser claras y deben llegar a todo el personal.

Una vez en contexto con lo que nos enseña Frederick Herzberg, debemos analizar los elementos de salario, código empresarial, seguridad social, condiciones para el óptimo trabajo, status, relaciones interpersonales. Luego tomamos los elementos motivacionales los cuales son inherentes al trabajo, como lo son el logro, la recompensa, responsabilidad entre otros.

“Ask workers what makes them unhappy at work, and you’ll hear about an annoying boss, a low salary, an uncomfortable work space, or stupid rules. Managed badly, environmental factors make people miserable, and they can certainly be demotivating. But even if managed brilliantly, they don’t motivate anybody to work much harder or smarter. People are motivated, instead, by interesting work, challenge, and increasing responsibility. These intrinsic factors answer people’s deep-seated need for growth and achievement.” (Frederick Herzberg. 1959)

Como dice Herzberg en el párrafo citado anteriormente, debemos cambiar el método actual de trabajo y hacerlo de una forma más amigable y sin tantos enfoques a los resultados. En cambio sí trazamos un óptimo plan, donde el trabajador sea reconocido por sus logros más que por sus errores y los empleados sean galardonados por sus metas sobresalientes en la organización. Así logrará que el sistema de trabajo sea más laxo, y los trabajadores exijan mayor responsabilidad.

Una vez creemos programas viables de recompensas, y marquemos objetivos con las personas y les mostremos que su esfuerzo puede lograr un crecimiento tanto personal como para el bien de la empresa, debemos buscar si las personas están ubicadas en la posición correcta.

A la hora de contratar nuevo personal o reestructurar nuestra organización debemos ser asertivos a la hora de una ubicación acertada. Aunque la capacitación que nos da la universidad y la vida es de gran influencia en nuestro pensamiento y actuar, tenemos que ser conscientes que no poseemos muchas habilidades en ciertas áreas y que muchas veces dificulta nuestra labor en la organización. Para esto, es correcto analizar nuestras fortalezas y aún más la categoría que nos entregó David C. McClelland en donde podemos ubicarnos y sacar nuestro verdadero potencial.

David C. McClelland analizó con más profundidad y categorizó a las personas en una organización, éstas se encuentran en tres grupos que son las (Nach) por logros, las (Naff) por afiliación, los (NPow) por poder; y dependiendo de estos factores las personas se pueden ubicar en diferentes partes de la organización, logrando que la empresa desarrolle sus fortalezas intrínsecas y a su vez la firma se vuelva prospera.

Debemos saber que el test para medir el tipo de finalidad de las personas (grupo NACH, NAFF, y NPOW), es una serie de imágenes abstractas a lo cual se les pedirá a las personas que relaten una historia con base a las gráficas, logrando así, que las personas muestren sus deseos y se relacionen con la prueba TAT. Teniendo en cuenta lo anterior y según el perfil, mostrará en qué se puede desempeñar mejor la persona.

“The achievement motive can be taught. It can be achieved by learning. A manager can raise achievement need level of his subordinates by creating a healthy work atmosphere, provision of reasonable freedom to subordinates, provision of more responsibilities and by making tasks more interesting and challenging. Even reward and appreciation of high performance of subordinates is useful for raising their achievement

need level. This is how motivation of employees is possible by developing the desire for higher achievement in their mind. Such achievement motivation is necessary and useful for the success of an enterprise.” (David C. McClelland.1987)

Las personas del grupo NACH, son personas que necesitan el reconocimiento al logro, estas personas buscan evitar las actividades que posiblemente terminan en fracaso y buscan objetivos que puedan alcanzar con facilidad. Para poder desarrollar su potencial es necesario que trabajen solas con una meta definida o en la mayoría de los casos que se agrupen con personas exitosas para que puedan mostrar su verdadero potencial.

Las personas del grupo NAFF buscan relaciones armoniosas y sentir la aceptación de otras, estos individuos, son muy buenos en las interacciones con otros sujetos y tienen gran desenvolvimiento en el servicio al cliente o donde se interactúe con los clientes.

Las personas del grupo NPOW buscan el poder, aunque este se divide en dos grupos, unos que necesitan el poder para dirigir otros que enfocan el poder de los otros para hacerlos llegar más lejos; estos dos tipos de líderes son necesarios tanto para la gerencia como para la guiar los esfuerzos de la compañía.

Una vez analizado a nuestro personal y trazando un plan de cambios para la organización, podemos ya avanzar en dos teorías que han cambiado el mundo. Estas hipótesis han hecho que las organizaciones cambien notablemente su manera de actuar y las ha hecho ganadoras.

La teoría Y y X de Douglas MC Gregor es una comparación constructiva entre dos tipos de organizaciones, la clásica y la moderna. En estas relaciones podemos efectivamente hacer que nuestra organización se vuelva orgánica y tenga un comportamiento horizontal.

“What are your assumptions (implicit as well as explicit) about the most effective way to manage people?” (Douglas MC Gregor. 1960).

Como pregunta MC Gregor, debemos buscar la manera más adecuada de llegar a nuestros encargados y liderarlos hacia un desarrollo óptimo de sus actividades empresariales y que no vean el trabajo como una camisa de fuerza o un requerimiento más en sus vidas.

MC Gregor claramente definió a los líderes que tienen un comportamiento normal en las organizaciones como X y los que cambian radicalmente sus hábitos y comportamientos como Y. Los dirigentes X son personas que se basan en los resultados, fechas de entrega de trabajos, intolerantes, son distantes, fríos, arrogantes, elitistas etc.

Los líderes Y, en cambio son personas abiertas al dialogo, llevan a su grupo al logro por medio de objetivos y participación, se enfocan en los objetivos alcanzados más que las metas, etc. Aquí se halla una gran diferencia en cuanto a mentalidad, ya que como hemos expuesto los Gerentes clase X vienen de una larga línea de hereditaria definida por métodos y posiciones de la vieja gerencia y el cambio de mentalidad les significa perder algo para ganar mucho.

Analizando nuestras actitudes frente a los demás y vemos que afectan indirectamente nuestro ambiente laboral, o encontramos que los empleados nos abordan con un diálogo temeroso y respetuoso; tenemos altas probabilidades de ser gerentes clase X. Debemos de forma inmediata cambiar nuestras perspectivas y enfocar nuestros esfuerzos hacia los gerentes clase Y, ya que estos obtienen mejores resultados en cuanto al trabajo en equipo y hacen que las personas trabajen con gusto y mejoren su calidad de trabajo.

Los gerentes de clase Y hacen que el trabajo de equipo tenga un valor prioritario, dándoles a los integrantes un trato equitativo, hace que las labores sean más dinámicas, logrando un ambiente participativo y a su vez, buscando

que el trabajo no se vuelva algo rutinario, o que toca hacer, si no que tanto el gerente como los trabajadores amen el trabajo y esto se vea reflejado en sus actividades diarias.

Los gerentes clase Y, son la nueva tendencia que nos muestra MC Gregor, para los empresarios del futuro puedan desarrollar planes y hagan que el clima organizacional mejore considerablemente. Para llegar a ese punto, debemos auto realizarnos un test, y si es posible, hacer que las personas que tenemos a cargo nos lo aplique; de ahí, debemos drásticamente, si nos toca, cambiar nuestra mentalidad, forma de aprovechar y guiar a nuestros empleados para generarles un cambio tanto en lo laboral como a sus vidas.

Mc Gregor nos expone que para hacer la transición hacia los gerentes de clase Y debemos dejar de pensar que nuestros esfuerzos son orientados hacia los resultados y fechas claves; debemos crear un plan de trabajo donde involucre a nuestros sub alternos y pedirles que ellos mismos sean los que planteen cronogramas, generando amor y responsabilidad en las tareas impuestas.

Otro concepto que debemos desarraigar es el concepto que tenemos hacia los hechos y realizar comparaciones con base a los resultados. Debemos medir los esfuerzos y ser consecuentes con lo que muestran los empleados especialmente en los resultados de las actividades. Usualmente surgen comparaciones con otro personal o grupo lo cual crea brechas entre el líder y el personal a cargo.

Los gerentes que son de la teoría X, no entienden o no tiene interés en la parte humana y tratan de todas las formas no vincularse con sus empleados. Se debe trazar una serie de objetivos que vayan acorde con los lineamientos de la empresa; se deben plasmar teniendo en cuenta que deben ser orientados a que el empleado se motive, el mismo comience y desarrolle la actividad y que muestre la organización que quiere implementar.

Algo que sucede con frecuencia en las organizaciones es el hecho que los jefes siempre dan tareas que son imposibles de realizar. Se debe siempre buscar metas con una complejidad media, logrando así que el personal se motive y quiera más retos. Para lograr llegar a la gerencia Tipo Y debemos basarnos en estadística y metas posibles haciendo que el grupo se motive y sienta que el éxito es posible.

Una vez logrado un cambio en nuestro pensamiento y en nuestro proceder con nuestros empleados, podemos de forma efectiva pasar a otro nivel el cual es la teoría Z, que viene del manejo japonés e integra de forma interesante la Teoría Y. su autor es William Ouchi.

William Ouchi creó esta teoría cuando comparó en los 80's las compañías tradicionales estadounidenses con las japonesas; si recordamos en esa época, Estados Unidos perdió mercado por la forma en que los orientales especialmente Japón logró apoderarse de una importante parte, con sus filosofías.

Lo interesante de la teoría Z es que reúne habilidades de estas dos comparaciones (entre las compañías individuales americanas, y las tradicionalistas e unidas Japonesas) logrando que se llegue a un potencial sin igual.

Continuando con parte de la teoría Y, la teoría Z sigue con un enfoque humanista pero a diferencia de la Y se enfoca en toda la organización. Para entrar en contexto debemos pensar que los grupos de trabajo son como clanes culturales, donde existen homogeneidad de valores, creencias y objetivos; la cultura del clan se enfatiza en la completa socialización de los miembros para alcanzar congruencias de metas grupales e individuales.

En la teoría Z, se tienen ciertas características que sobresalen de la teoría Y y una de ellas es que existen largos términos de contrato, ya que las empresas

americanas veían a sus empleados como engranajes que podían ser cambiados en cualquier momentos, y que las relaciones entre jefe y subalterno podía terminarse en cualquier momento; en cambio, en la teoría Z se busca que este compromiso sea de largo plazo donde se busca la lealtad del empleado hacia el empleador, haciendo que se promueva la estabilidad en la organización y se les cree una seguridad de trabajo.

Otra característica vital en las organizaciones con Teoría Z, es que la comunicación se vuelve una prioridad y acompañado de esta vienen la colaboración y el consenso a la hora de tomar decisiones, ya que se está partiendo de las decisiones del jefe a hacer un trabajo conjunto donde todos están de acuerdo con un plan a seguir y hace que los trabajadores sientan amor hacia lo que hacen por la involucración que se les otorga.

Las organizaciones tradicionales se enfatizan en la responsabilidad individual y las evaluaciones de rendimientos, las compañías Japonesas orientan todo hacia el grupo, con esto podemos concluir que aunque hagamos un reconocimiento individual debemos siempre priorizar el contexto de manejo de grupo y como esto afecta el bienestar global.

La teoría Z también nos recalca que las promociones y las evaluaciones deben llevar un consecutivo y no, como en las organizaciones comunes, que las personas con alto rendimiento son las que ascienden y toman puestos más altos, ya que la teoría Z adopta un sendero especializado de carrera, donde las personas no saltan de un lado a otro, si no que van escalando peldaños y haciéndose expertas en un área afín.

Como culminación de este trabajo, se buscó que el lector dejara paradigmas que muchas veces hacen que la organización no progrese y tarde o temprano llegue a su fin. Se plantearon varias hipótesis como un conjunto de caminos para lograr una gerencia moderna y exitosa.

III. Conclusiones.

- El modelo tradicionalista no permite el óptimo desarrollo empresarial, y las nuevas tendencias sugieren que se haga un acercamiento más humanista.
- Es imprescindible que el gerente moderno adopte las nuevas tendencias en información, esto le ayudara a plantear mejores métodos en su organización y llevarla al éxito.
- Este ensayo plasma las ideas modernas de organizaciones de éxito buscando que el lector las siga como un camino y logre una excelente alta gerencia.
- Mediante las hipótesis manejadas, podemos cambiar nuestra visión de la organización, logrando que la restructuremos a los retos futuros y cambios de corrientes de pensamiento.
- Es necesario transformar las filosofías empresariales en pro de un enfoque que tenga más en cuenta al trabajador no solo como empleado sino como ser humano. Las motivaciones y el análisis psicológico de ellos ayuda a mejorar la asignación de labores y a una mayor productividad. Las teorías expuestas demuestran que las empresas mantienen en una constante transformación en donde el papel gerencial es de suma importancia ya que lidera estos procesos transformativos.

IV. Referencias y citas bibliográficas.

Sidhartha Gautama (563 DC). Disponible en <http://www.yalosabes.com/frases-de-buda-sidhartha-gautama>.

Mathatma Gandhi (1942). Disponible en <http://proverbia.net/citasautor.asp?autor=197>.

Mahatma Gandhi (1942). Disponible en <http://www.proverbia.net/citasautor.asp?autor=197>.

Jonás Edwar Salk (1950). Disponible en <http://www.Salk.proverbia.net/buscarfrases.asp?Texto=trabajo&Submit=Buscar>.

Lucio Seneca (2 AC). Disponible en <http://www.Proverbia.net/buscarfrasees.asp?Texto=trabajo%Submit=buscar>.

Webspace.ship.edu.2006. Abraham Maslow (en línea). Disponible en <http://webspace.ship.edu/cgboer/maslow.html>.

Abraham Maslow (1960). Disponible en <http://www.frasesypensamientos.com.ar/autor/abraham-maslow.html>

Abraham Maslow (1960). Disponible en <http://www.altruists.org/f62>.

Frederick Herzberg (1959). Disponible en <http://www.leonardogargiulo.com/2010/03/07/frase-de-herzberg-sobre-motivacion/>.

Hbr.org.2003. Frederick Herzberg (en línea). Disponible en <http://hbr.org/2003/01/one-more-time-how-do-you-motivate-employees/ar/pr>.

David C. MacClelland (1987). Disponible en <http://kalyan-city.blogspot.com/2010/06/david-mcclelland-achievement-motivation.html>.

Businessballs.2010. Frederick Herzberg (en línea). Disponible en <http://www.businessballs.com/herzberg.htm>.

Managementstudyguide.com.2010. Frederick Herzberg (en línea). Disponible en <http://www.managementstudyguide.com/herzbergs-theory-motivation.htm>.

Netmba.com.2010. Doglas MC Gregor (en línea). Disponible en <http://www.netmba.com/mgmt/ob/motivation/mcclelland/>.

Doglas MC Gregor (1960). Disponible en <http://www.pon.harvard.edu/shop/human-side-of-enterprise-theannotated-edition/>.

Businnessbals.com.2010. Doglas MC Gregor (en línea). Disponible en <http://www.businessballs.com/mcgregor.htm>.

Enotes.com.2010. William Ouchi (en línea). Disponible en <http://www.enotes.com/theory-z-reference/theory-z-176920>