

**Universidad Militar Nueva Granada**

**Paola Andrea Licht Cadena**

**Diplomado Alta Gerencia**

**Ensayo**

**Gestión de la alta gerencia impacto en la multimedia**

**Ingeniería en Multimedia**

**Opción de Grado**

**Bogotá, Febrero 15 de 2018**

## **Gestión de la alta gerencia impacto en la multimedia**

Entender el momento actual que vive una sociedad que está necesitando de líderes modernos, abiertos, flexibles y que logren atraer a los diferentes públicos, en un mundo que se mueve a través de la multimedia, se convierte en el escenario totalmente diferente a la industria empresarial tradicional que ha reinado por mucho tiempo, y que para los líderes que están a la cabeza de las organizaciones es un gran reto. Hoy en día el enriquecimiento gerencial y de gestión del talento humano no está tan distante de las nuevas tecnologías.

El termino cultura tecnológica en la actualidad tiene gran relevancia dentro de todo tipo de compañía, esta reciente cultura ha invadido todos los escenarios de los seres humanos tanto personales como laborales, es por esto que las compañías han comenzado a transformarse e innovar su “qué hacer” para poder tener cabida en la sociedad actual, sociedad que se desarrolla cada vez más por medio de actividades digitales y procesos automatizados.

Ser un buen líder, creativo, innovador y que este a la vanguardia son unas de las características más importantes para poder involucrarse en el mundo empresarial que se está ligando cada vez más al de las nuevas tecnologías, las cuales durante la última década han inundado y cambiado desenfrenadamente al mundo contemporáneo. No todas esas características terminan allí, aparte de estas peculiaridades debemos ser profesionales integrales con valores que lleven a la transformación con una excelente calidad de vida.

“El auge de las máquinas computarizadas, los dispositivos electrónicos y las herramientas digitalizadas, han hecho que las funciones de empresarios, empleados y usuarios estén rodeadas de elementos informáticos, de allí que la gerencia de las empresas amerite cambiar su visión organizativa” (Dávila, 2011, p. 160).

Si bien, los grandes emprendimientos de las nuevas generaciones van ligados a lo tecnológico, también se necesita de ciertas competencias y habilidades que deben tener los dirigentes para incrementar su productividad, y la motivación de sus colaboradores y así estar a la vanguardia de un mundo y una sociedad globalizada.

Empujados por la tecnología de la información y la comunicación (TIC), los ejecutivos de hoy en día necesitan modelos de gobernabilidad que fortalezcan las empresas, que sepan leer los gustos y necesidades de sus clientes tanto internos como externos quienes buscan consumir de manera rápida, con ofertas de valor agregado que en muchas ocasiones se encuentran a la mano de las nuevas tecnologías.

Como lo afirma Dávila “Las TIC en las organizaciones, tanto públicas como privadas, han hecho abordar patrones y modelos de gerencia de distinta índole, buscando la fórmula estratégica para llevar su gestión a su punto más eficiente” (Dávila, 2011, p. 160). Las compañías deben ir ajustando su estructura gerencial en función a esta cultura tecnológica que se está viviendo, con el fin de generar mejores productos, servicios y ambientes laborales donde se les brinde a los colaboradores las mejores herramientas para que den cumplimiento a sus objetivos.

Un gerente que investiga, que busca indagar más allá de los simples sucesos del mercado y que conoce los hechos con su realidad y contexto, está en el camino directo al éxito. El mejor profesional del mundo es aquel que realiza un ejercicio valiente, que no deja de lado la capacidad de asombro ante los problemas y retos del entorno organizacional, económico y de un mundo dinámico que está en constante evolución e innovación.

Turriago, citando a The Economist (1999):

La innovación se ha convertido en la religión industrial de nuestros días. Las empresas las conciben como la clave para aumentar beneficios y aumentar su participación en el mercado. Los gobiernos la promueven para impulsar sus economías. Alrededor del mundo toda esta nueva retórica de la innovación, remplazo el pensamiento basado en la economía del bienestar... (The Economist. 1999, pág. 5).

Esto implica que el líder del hoy, que quiera innovar no solo debe preocuparse por utilizar herramientas tradicionales de gestión, debe ir más allá y pensar no solo en la ejecución de estrategias e ideas, sino también en la creación de una misión moderna, acompañada de motivación que construya identidad y cultura corporativa y se conjugue con las nuevas tecnologías, de esta forma la operación de las compañías y sus equipos de trabajo sea más práctica y efectiva, dándole así mayor competitividad a las empresas, mayor crecimiento, sostenibilidad y progreso. Enfocarse en conseguir alinear todos estos aspectos se resume hoy en día en una sola palabra la cybergenencia.

Dávila citando a Socorro (2003) define la cybergenencia como la acción que a través de la administración dirige y busca controlar eficientemente todo conocimiento tecnológico y el impacto de este en la organización, es decir, la cybergenencia busca armonizar la administración y la entrega del conocimiento con el uso racional y eficiente de la tecnología para mejorar todo el desempeño de las compañías.

Las TIC se han convertido en un instrumento estratégico dentro de las compañías ya que el uso de estas herramientas son en la actualidad un complemento del talento humano, cada vez son más los colaboradores que se atreven a usarlas y consideran necesarias el uso de estas para alcanzar sus objetivos laborales ya que estas son facilitadores en la mayoría de procesos: las

compañías que tienen culturas innovadoras son quienes facilitan a sus colaboradores el uso de todos estas herramientas para conseguir los objetivos.

Las compañías han optado por darle un enfoque a su cultura organizacional a partir de todo el boom tecnológico que se vive en la actualidad, esta nueva cultura apoya hoy en día la mayoría de procesos en las TIC, es decir han vinculado la mayoría de procesos a los avances tecnológicos haciendo que cambie su tradicional forma de gerenciar, tal cual lo afirma Gándara, Mathison, Primera y García:

Nos encontramos en un momento de transición en la dirección de las empresas. Las TIC van a impulsar un cambio profundo del que no deben estar ajenas nuestras empresas, sino todo lo contrario. La empresa que desee renovarse debe llevar a cabo un cambio de mentalidad tanto de los directivos como del resto de los trabajadores, es una renovación cultural total. (Gándara, Mathison, Primera y García, 2007, p. 25).

La evolución de la manera como nos llega la comunicación e información, así como las tecnologías que utilizamos para recibirlas, ha hecho que surjan diferentes fenómenos en el entorno de las comunicaciones y han llevado a que las formulaciones y diseños estén enmarcados en procesos de producción efectivos, realizaciones integrales y gestiones gerenciales con valores agregados que desencadenan en una adecuada reputación corporativa con decisiones gerenciales más efectivas y resultados inmediatos.

La multimedia, es una disciplina exclusiva para todos aquellos que buscan desarrollar ejercicios más allá de lo cotidiano, de lo que significa llevar o contar un mensaje o una historia más estructurada por medio de herramientas que ayudan a que el sentido no quede

superficialmente disperso, por el contrario, quede mucho más enganchador y llamativo para el receptor.

La multimedia como dice Dávila (2011) “nace a raíz de la integración de las escrituras (texto), el sonido (audio) y las películas (videos); es la fuente informática mediante la cual se procesa la comunicación automatizada, digitalizada y aplicación de dispositivos electrónicos” (Dávila, 2011, p. 168)

Los ingenieros, entre ellos los de multimedia, dejaron de ser aquellos que producían contenidos específicos y puntuales y pasaron a ser creadores de información global en la que mezclan sistemas informáticos, sonidos, texto, audio, videos y animaciones bajo una adecuada gestión y administración que enriquecen los procesos productivos, y que hoy en día llegan con información relevante e instantánea a todas partes.

Este tipo de profesión es de innovación, está reservado únicamente para aquellas personas de talante, de mentes creativas, de aquellos que alcanzan a ser reconocidos por sus gestiones integrales en la producción de los contenidos, más allá de utilizar diferentes flujos por donde hoy en día se llega la información.

Alcanzar los objetivos de esta profesión no es nada sencillo, ya que deben crear y desarrollar de manera exitosa la mejor forma de entregar la información ya que con este boom tecnológico las organizaciones y personas se vienen involucrando a diario con toda la red tecnológica que tiene a disposición y la utilicen como fuente principal de información.

Aguilera y Riasco (2009) a través de su planteamiento, confirman la importancia de que los líderes que están a la cabeza de las organizaciones deben tener dentro de su estrategia y más que todo dentro de su formación una profundización no solo en las tendencias de la gerencia

administrativa sino también en las tendencias tecnológicas y lo más importante desarrollar de manera efectiva estrategias que involucren estos dos aspectos en sus organizaciones.

El empresario del siglo XXI debe formarse en dos sentidos, por un lado, en las nuevas tendencias administrativas que aportan los elementos clave para el logro de los objetivos organizacionales de su direccionamiento estratégico; y por el otro, en las tendencias tecnológicas que apoyan efectivamente la realización de cada una de las fases del direccionamiento estratégico. De esta forma, el profesional puede adquirir suficientes conocimientos para afrontar la creciente exigencia de innovación que enfrentan actualmente las organizaciones. (Aguilera & Riasco, 2009).

Queda entonces como un reto para todos aquellos innovadores que buscan día a día el cambio constante en la manera como vivimos nuestra cotidianidad, como desarrollamos nuestras tareas en el trabajo; una aventura que sin lugar a duda debe ir conectada con la gestión de todos los recursos intangibles que mueven y potencializan el recurso humano de la mano de aplicación y utilización de las herramientas de las nuevas tecnologías.

La desarticulación entre tecnología, gerencia o gestión empresarial produciría un resultado negativo al interior de una organización, perdiendo capacidad de oportunidad, inversión y confianza al interior y exterior de la empresa.

Que estamos esperando? Estamos frente al reto de ir evolucionando la gestión integral del recurso humano de la mano de las nuevas tecnologías.

## **Bibliografía y Lista de referencias**

- Aguilera Castro, A., & Riascos Erazo, S. C. (2009). Direccionamiento estratégico apoyado en las TIC. *Estudios gerenciales*, 25(111), 127-143.
- Dávila, J. H. Q. (2011). Gerencia Digital: una mirada desde la Informática. *Visión Gerencial*, (1), 159-172.
- Gándara Vásquez, J. A., Mathison Bonaguro, L. E., Primera Leal, C. A., & García García, L. R. (2007). Efectos de las TIC en las nuevas estructuras organizativas: de la gerencia vertical a la empresa horizontal. *Negotium*, 3(8).
- Turriago Hoyos, Álvaro (2002). Gerencia de la innovación tecnológica.
- Drucker F, Peter (2002). La Gerencia en la sociedad futura.
- Kovach, B, Rosenstiel, T (2003). Los Elementos del periodismo.