

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

En este mundo globalizado, se observa como las tecnologías de información y comunicación representan un cambio fundamental a nivel del funcionamiento de los negocios. Su evolución depende en gran medida de estas (especialmente el desarrollo de internet, es decir la red de redes) en la actividad comercial, exigiendo cambios significativos en la forma como las compañías se organizan y se gerencian, acorde con la nueva civilización, la cual trae consigo nuevos estilos familiares, formas distintas de trabajar, una nueva economía y con ello una conciencia modificada, donde la creciente utilización de la información como herramienta comercial es el recurso clave para mantenerse competitivo.

Bajo esas perspectivas, se observa como la aplicación de las tecnologías de información y comunicación está alterando fundamentalmente el modo de funcionamiento de las empresas. Al respecto, Turner (2001) señala que la maduración del mercado de la información es una prueba suficiente de su creciente importancia estratégica, necesitando no solo estrategias de

información sino un adecuado asesoramiento e integración (personas, sistemas operaciones y tecnología) como un medio para garantizar respuestas a las exigencias de los procesos de dirección y organización en entornos cada vez más cambiantes y competitivos.

Es por ello que una forma de atender esos cambios es haciendo grandes inversiones en tecnologías de información y en personal competente para estar acorde a la velocidad de los mismos y mantenerse competitivo en el ámbito global, y poder atender el nuevo modelo empresarial con un proceso de mando facilitador del poder para tomar decisiones, tal y como lo afirma Ferrer (2000), se está en presencia de un mundo interconectado donde las empresas basadas en la Internet aparecen reemplazando a los proveedores tradicionales, desafiando los mercados globales y requiriendo de un personal capacitado para tomar decisiones dirigidas a alcanzar niveles altos de productividad y calidad.

Cabe destacar que ese proceso de toma de decisiones requiere de un perfil gerencial con características comunes, como son el hecho de contar con un alto nivel de formación, haciéndoles tener un criterio propio y con una auténtica capacidad de dirección. Por ello a la hora de elegir un gerente, la búsqueda se orienta hacia profesionales cuyo perfil le permita cumplir con las exigencias de los nuevos entornos cambiantes, competitivos y globales, mediante la experiencia profesional y a través de un estilo de dirección, el cual proporcione beneficios a la empresa.

Lo anteriormente descrito significa requerir de acciones significativas, tales como: redefinir la visión, misión, la estrategia, la estructura y los sistemas internos de las organizaciones, exigiendo también la reformulación de la cultura y el comportamiento organizacional, cosa de la que no escapa Venezuela.

En torno a dicha situación, en los actuales momentos el país vive una transición histórica desde el punto de vista organizacional debido al surgimiento de empresas virtuales, donde el recurso humano juega un papel importante, por cuanto el mismo permitirá producir, acceder, procesar, asesorar y aplicar información de tal modo que sean utilizadas para adecuarse al cambio requerido.

Bajo esta perspectiva, se hace referencia a una encuesta realizada a finales de 1997 por la Empresa Forrester Research, entre las mayores compañías en cada uno de los mercados más grandes de la región: Brasil, México, Argentina, Colombia, Chile y Venezuela, donde se demuestra que el 90% de 180 compañías encuestadas ya tienen o piensa crear un sitio WEB, el 40% tiene una intranet, el 7% tiene una extranet y un 38% piensa crear una. Esta tendencia se debe a que las empresas esperan aumentar significativamente sus beneficios debido a sus inversiones en las aplicaciones WEB. (Pérez, 1999)

Dicha afirmación evidencia que Venezuela comienza a despertar ante las ventajas del comercio electrónico, dándose las condiciones esenciales para el desarrollo de los negocios en la red, tal y como lo afirma Mendoza (2000), Venezuela ocupa el cuarto lugar en uso de internet en Latinoamérica, para el cierre del 2000 la inversión del sector será de 1200 millones de dólares, registrándose un crecimiento importante en los próximos cuatro años.

Tal y como puede observarse, Venezuela ante la búsqueda del desarrollo y el crecimiento social, económico, político y financiero, está implementando cambios para poder incorporarse al mundo de la globalización e integración exigidas por el entorno. Sin embargo, se presenta con una serie de situaciones como son los costos en el manejo de sus operaciones, haciendo que el servicio sea costoso y reduciendo con esto el mercado de usuarios, por cuanto la población no tiene el suficiente ingreso para acceder a la red.

Por otra parte, no existe la cultura en cuanto a las transacciones vía internet, en tanto los consumidores aun no sienten la seguridad en dichas transacciones, tal y como lo afirma Benavides (2000), aún cuando existen buenas expectativas en Venezuela con el comercio electrónico, existen obstáculos, tales como, la falta de confianza en las empresas transportistas, la falta de cultura de compra por catálogos, la baja penetración de internet y la desconfianza en el sistema de pago en línea. Por lo tanto, con el propósito de lograr la visión de la red como una verdadera herramienta de negocios se

deben garantizar los elementos de seguridad que posibiliten a unos y a otros interactuar con tranquilidad.

Atendiendo a dichas consideraciones, se hace necesario tomar conciencia de la situación, para poder dar respuestas a los cambios vertiginosos producidos por el avance tecnológico, por lo tanto, se requiere de profesionales y estructuras organizacionales capaces de utilizar la tecnología de la información y la comunicación como un factor de apoyo para alcanzar el éxito de la empresa, con el fin de transformar la información en acción y decisión al servicio del quehacer corporativo, buscando así la consolidación de las empresas virtuales. Bajo estas circunstancias, el gerente de hoy tiene como misión más importante adecuar a la organización a un proceso de adaptación a las ventajas que ofrece internet.

Con relación a esto, la sociedad del III milenio presencia el surgimiento de una nueva estructura organizacional, como lo es la empresa virtual, conformando una referencia, en principio aceptada, pero al mismo tiempo, como todo el devenir novedoso, lleva a una gran difusión de los contenidos de la realidad y sin duda alguna, en un intento serio de acometer la dirección y organización de procesos complejos; se puede afirmar que lo virtual significa un intento de hacer más accesible, comprensible y, al mismo tiempo, más manejable la creciente complejidad de los sistemas. (Cuestas, 1998)

En consecuencia, se hace referencia al artículo publicado en *The Economist* (citado por Cuestas, 1998), donde señala que una empresa virtual es una red temporal de empresas unidas para explotar una oportunidad específica de mercado apoyada en las capacidades tecnológicas de la empresa misma. Asimismo, la empresa virtual es donde las personas pueden trabajar en cualquier lugar (casa, aeropuerto, oficina del cliente, entre otros) mientras tengan las herramientas de comunicarse con sus clientes y sus compañeros. (Bateman y Snell, 2001)

No cabe duda, que lo virtual implica de manera muy significativa, crecientes exigencias y un despertar del papel de la capacidad humana conjuntamente con la capacidad de comunicación y de información para dar respuestas eficientes, aplicando para ello los adelantos de la tecnología, es decir internet, presentándose ésta como la mayor expresión del desarrollo de la economía de la información, basados en el desarrollo de servicios virtuales o en línea. (Turner, 2001)

De igual manera, una de las características básicas de todo intento de introducir lo virtual en la empresa lo constituye la sustitución de las estructuras tradicionales del ejercicio de la dirección por sistemas de información. La clave del éxito o fracaso de ésta modalidad empresarial la conforma el sistema directivo, por cuanto este representa el eje motor de cualquier organización, por lo tanto la persona encargada de gerenciar este

nuevo modelo empresarial debe contar con características específicas que le permitan adecuar lo virtual con el entorno.

En consecuencia, el desarrollo de esta investigación, permitirá llenar un vacío contribuyendo a definir los requisitos en cuanto a experiencia profesional, estilo de dirección y actitudes personales que debe poseer el gerente, para desarrollar una gestión moderna en un mundo fundamentalmente de cambios, definiendo con precisión y utilidad la manera como deben ser conducidas las organizaciones para alcanzar el éxito.

1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Atendiendo a los planteamientos anteriores, así como a la problemática reflejada en determinar el perfil del gerente en las empresas virtuales, se formulan las siguientes interrogantes:

¿Cómo es el perfil del gerente en la empresa virtual?

¿Cuál es la formación académica del gerente en las empresas virtuales?

¿Cuál es la experiencia profesional del gerente en las empresas virtuales?

¿Cuál es el estilo de dirección del gerente en las empresas virtuales?

¿Cuál es la actitud personal del gerente en las empresas virtuales frente a los procesos de cambio?

2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

2.1. OBJETIVO GENERAL.

Determinar el perfil del gerente en las empresas virtuales en Venezuela.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar la formación académica del gerente en las empresas virtuales en Venezuela.
- Identificar la experiencia profesional del gerente en las empresas virtuales en Venezuela.
- Determinar el estilo de dirección del gerente en las empresas objetos de estudio.
- Determinar la actitud personal del gerente en las empresas virtuales ante los cambios del entorno.

3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo constituye un importante aporte de información en cuanto al perfil del gerente en las empresas virtuales, debido a los continuos avances tecnológicos, la rapidez de la comunicación y el proceso de globalización, generadores de cambios importantes en la gestiones administrativas y gerenciales actuales, puesto que las exigencias de los nuevos entornos cambiantes y competitivos sugieren la presencia de un

gerente con características de innovador, de líder y con la capacidad de definir los nuevos estilos de trabajo; facilitando así la obtención de un mayor nivel de competencia de este tipo de empresa y su permanencia de largo tiempo en el mercado.

Desde el punto de vista social, se justifica el estudio referido al perfil del gerente en las empresas virtuales, por cuanto es de suma importancia para cumplir con las exigencias de los nuevos entornos, cada vez más complejos; pues los procesos de cambio se apoyan en el grado en el cual los gerentes se ajusten a los mismos, promoviendo con efectividad las actividades sometidas a procesos de transformación dentro de las organizaciones. De allí que, el factor humano represente el aspecto central de las nuevas organizaciones enfocadas competitivamente hacia los cambios del entorno para lograr su crecimiento y desarrollo general.

Desde el punto de vista de la justificación metodológica, ésta busca el cumplimiento de los objetivos bajo estudio, mediante la aplicación de técnicas de investigación de recolección de datos, específicamente la observación mediante encuesta, aplicando para ello el cuestionario para determinar el perfil del gerente en las empresas virtuales, lo que servirá de guía a futuras investigaciones.

Desde el punto de vista de las implicaciones prácticas, los resultados de la presente investigación permitirá determinar el perfil del gerente de las

empresas virtuales, donde las tecnologías de información y telecomunicaciones crean condiciones sin precedentes para una nueva sociedad en red, haciéndose necesario el uso intensivo de la información y la tecnología, repercutiendo sobre la noción de las distancias y el tiempo.

No cabe la menor duda que el beneficio de esta investigación es la búsqueda de nuevas formas de dirección y organización de sistemas cada vez más complejos, donde éstos inciden de manera radical en los comportamientos humanos, por el compromiso de la contribución de las actividades a realizar para alcanzar el éxito dentro de las organizaciones.

4. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación estuvo orientada a determinar el perfil del gerente en las empresas virtuales, por que constituye una nueva forma de gerenciar, y junto con las tecnologías de información y comunicación permiten configurar las nuevas formas de dirección en las organizaciones.

De igual forma, permitió realizar un análisis detallado de las características observables del perfil del gerente enfocado fundamentalmente en el manejo de las empresas virtuales donde está inmerso la presencia de un factor esencial referido al estilo de dirección necesario para lograr el éxito de las mismas, en concordancia con las exigencias del puesto.

5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Este estudio tuvo como delimitación geográfica el territorio nacional de Venezuela, realizando una recopilación de información sobre el perfil del gerente en las empresas virtuales. El período para realizar el estudio comprendió desde Septiembre de 2000 hasta Junio de 2002.

Asimismo, se hizo una recopilación de información teórica sobre el perfil del gerente en las empresas virtuales, tomando en consideración, su formación académica, experiencia profesional, el estilo de dirección y su actitud personal, para enfrentar los retos que exige la nueva realidad, tomando como referencia bibliográfica a los autores, Reuter y Conde (1998), Cuestas (1998), entre otros.