OPINIÓN >



Directorios: ¿cuál es la principal diversidad?

MAURICIO OLAYA

Socio principal del Estudio Muñiz

El ángulo sobre el que me enfocaré en estas líneas guarda relación con la capacidad de contribución y de agregar valor a una empresa a partir de la sola diversidad.

Siendo así, no será la diversidad de género aquella en la que me detenga. Siempre he asumido que cualquiera sea el género de la persona lo que deberá identificarse en ella es su talento y capacidad de aporte.

Tampoco me detendré en la diversidad desde el punto de vista de la experiencia técnica, ya que me parece que es natural y responde a los diversos perfiles que la empresa puede demandar. Es decir, la diversidad es consustancial a la existencia de un directorio conformado por independientes a quienes se recurre en la búsqueda de valor agregado. A lo largo del tiempo, y según la realidad de cada empresa, coyuntura económica de esta o del país en el que se desarrolla la actividad, las habilidades buscadas han ido experimentando cambios. Y la diversidad en este ámbito técnico se ha establecido naturalmente. Es decir, está claro que hasta hace algunos años las empresas buscaban a un financiero, un abogado, un comercial y un "abre puertas" (esa era su sentido de "diversidad"; siendo que, actualmente, ha dado un giro hacia el perfil tecnológico, el estratégico, el del director profesional que trae experiencia diversa, entre otros.

Sin embargo, a mi modo de ver, existe una diversidad no tan desarrollada, pero que resulta esencial en la medida que tiene que ver con la forma de entender el mundo y por ende todo lo que lo rodea. Esta es la diversidad generacional. Cada vez más se reconocen generaciones muy definidas en base a sus elementos característicos (baby boomers, generación x, millennials, generación z, entre otros venideros). Como veremos, aquí ya no se trata del género ni de la especialidad técnica, se trata de la naturaleza misma de una persona, su forma de pensar, de analizar el mundo, de entender con mayor facilidad la demanda, intereses y forma de ser de sus coetáneos, etcétera.

"Lo que para un grupo significa 'mirar fuera de la caja', para otro, vivir mirando fuera de ella corresponde a su naturaleza".

Esa diversidad me parece que tiene aún muchas oportunidades; sobre todo en las empresas familiares más tradicionales que bajo el liderazgo, por ejemplo, de un baby boomer les cuesta determinar la composición de un directorio en base a una diversidad generacional.

La gran mayoría de directorios siguen siendo espacios en los que mayores de 40 o 50 años consideramos tener la capacidad de leer el mundo en su conjunto y sentimos que es a partir de esa edad en la que se tiene la capacidad de aportar valor en base a una experiencia acumulada. No lo niego, en efecto me parece que en términos generales (y solo generales) es una edad en la que se alcanza un nivel de madurez, experiencia, solvencia y estampa adecuadas en cualquier género o especialidad técnica correctamente cultivada. Sin embargo, existen miradas adicionales en las nuevas generaciones de personas de 20 años a más que bien identificadas en su perfil podrían tener la capacidad de convertir una empresa tradicional en un nuevo start up.

Y es que, lo que para un grupo generacional significa "mirar fuera de la caja", para otro, vivir mirando fuera de ella corresponde a su propia naturaleza humana.