

La tecnología y la motivación

Existen tres grupos en las empresas donde la tecnología puede ser utilizada para motivar a las personas, afirma Patricia Cánepa, vicepresidente y coaching ejecutivo de DBM Perú.

En la esfera ejecutiva

En las organizaciones más planas, donde todos debemos hacer más y el tiempo se nos hace corto, tenemos que brindar las mejores facilidades tecnológicas para que nuestros ejecutivos puedan sentirse motivados para realizar el trabajo y no sentirse frustrados. Si su ejecutivo le pide un ERP, o implementar un sistema similar, quizá una computadora nueva

o PDA para ser más eficiente, evalúe seriamente hacer la inversión. Si se lo está pidiendo es porque probablemente existe la necesidad para ser más eficiente.

La generación Y o X

Estos jóvenes de 20 a más nacieron con una computadora bajo el brazo. Los jóvenes usan intuitivamente la tecnología. Como jefes, no podemos dar-

les la computadora más lenta. Por el contrario, tenemos que darles todas las facilidades del caso para que estén más motivados y sean más productivos. Tenemos que usar la tecnología para que todos, tanto los jóvenes como los mayores, hablen el mismo idioma en la oficina, para que se creen sinergias y no divisiones entre ambos grupos.

Las mujeres

Los estudios de Forbes y Catalyst confirman que las empresas que tienen una mayor

representación de mujeres líderes tienen retornos a la inversión por encima del promedio en su sector. ¿Cómo hacemos para no perder al valioso talento femenino luego que da a luz o cuando tiene que dedicarle tiempo a la importante crianza de sus hijos? La tecnología puede ser una solución. Solo en EE.UU. hay 45 millones de personas que un día a la semana trabajan desde casa. Si no podemos permitir la flexibilidad de trabajar desde casa a través del uso de la tecnología, probablemente no se perdería tanto

talento femenino. Una empresa que lo ha probado generó US\$ 500 mil en ahorros y duplicó sus niveles de productividad.

La tecnología nos ayuda a ser más eficientes y mejorar los resultados. Es, por lo tanto, un aliado de su marketing personal. Si rehúye a ella será menos competitivo. Pruebe, afine y vaya viendo cómo se presentan las cosas. Como decía Bobby Kennedy: "hay quienes ven las cosas como son y se preguntan, 'por qué?'. Yo veo las cosas como son y me pregunto '¿por qué no?'".