

Las Empresas del Futuro

Si nos detuviéramos a pensar cuánto ha cambiado nuestras vidas en los últimos 10 años, sin duda nos daríamos cuenta de lo mucho que influyen los avances tecnológicos en los hábitos que adquirimos y de lo mucho que incrementa la distancia entre lo que éramos y lo que somos.

Para poder imaginar cómo serán nuestros días dentro de unos pocos años, muchas empresas dedicadas a la tecnología realizan predicciones de acuerdo a lo que se están dedicando a investigar, desarrollar y mejorar.

Frederick Taylor, padre del célebre taylorismo, fue uno de los pioneros del management moderno y sus descubrimientos fueron posteriormente complementados por nuevas investigaciones. Así, buena parte del management del siglo XX es heredado de las ideas tayloristas.

Pero claro, cuando elaboró sus teorías, Taylor intentaba responder los interrogantes de empresarios de fines del siglo XIX: ¿cómo diseñar procesos replicables para obtener economías de escala e incrementar la eficiencia?

De esta forma, las empresas del siglo XX se estructuraron sobre ideas destinadas a reducir costos en un ambiente de negocios signado por la competencia vía precios.

No obstante, el escenario ha cambiado. En la economía del conocimiento, seguir buscando economías de escala ya no es la clave para triunfar en un ambiente donde la competencia vía diferenciación es tan (o más importante) que la competencia vía precios. Así, las enseñanzas de Taylor han quedado obsoletas.

Es por eso que cada día la empresa debe buscar las nuevas formas de trabajo que sean diferentes a las de su competidor, nuevos procesos en base a nuevas ideas de cómo hacer lo mismo que hacíamos antes pero con una diferente manera de pensar y de accionar de reducir los procesos para hacer lo mismo, de crear nuevos productos a través de la generación de ideas, de la participación activa de los trabajadores de la gente que le rodea, hacer que la gente se involucre para conseguir resultados, pero esos resultados u objetivos ya no los buscaremos en el terreno físico, sino que los tendremos que trabajar para ser competitivos en el mundo virtual.

Internet modificó radicalmente la organización de las empresas. Así, para aprovechar a pleno las oportunidades de las nuevas tecnologías, será necesario modificar algunas de las creencias más arraigadas del management. Entre ellas, la organización del trabajo a través de una cadena burocrática de gerentes y supervisores, que solo se ocupan de criticar y no aportar soluciones.

En las empresas del futuro, los gerentes tendrán cada día menos relevancia en la asignación de los recursos. En efecto, los propios trabajadores serán quienes decidan en qué proyectos participar, como solucionar los problemas, que aportar para mejorar y transformar las empresas, serán los más capacitados debido a una constante actualización, de hecho el gerente con ideas anticuadas y obsoletas entra en una parálisis del conocimiento y esta no aporta nada al objetivo empresarial, por eso deben buscarse nuevos gerentes porque los que se tienen en la actualidad, ya se



cansaron y no alcanzaron resultados, están siempre colocando barreras para impedir el crecimiento de nuevas ideas, nuevas formas de trabajo, por sobre todo la incapacidad tecnológica impide un avance integral de la empresa.

Para saber qué tan orientada está su empresa hacia la creación de nuevas ideas, busque a un trabajador de baja jerarquía y hágale las siguientes preguntas: “¿Cuánta capacitación por parte de la empresa ha recibido usted para innovar?”, “Si usted tiene una nueva idea, ¿qué tan difícil le resulta conseguir apoyo para desarrollarla?”, “¿Su remuneración está basada en la cantidad de ideas que usted genera?”

Esto se debe a las diferencias existentes entre los nuevos desafíos de la economía del conocimiento y las estructuras burocráticas que siguen reinando en la mayoría de las empresas.

Los conocimientos de tecnología, la formación y la creación de redes de conocimiento es que lo que realmente genera resultados; en realidad es el verdadero activo del siglo XXI.

Las empresas recibirán otros impactos o distorsiones relevantes desde ámbitos tan diversos como empresas de mercados emergentes, el comercio y servicios electrónicos, vulneración de códigos de seguridad, y cambios demográficos en la clientela.

En un futuro próximo será necesario que los nuevos líderes empresariales sean conscientes de cómo atraer el talento, gestionar la innovación a través de tecnologías, generar visiones de largo alcance y capacidad para ejecutarlas de forma rentable. Está surgiendo un nuevo paradigma sobre el liderazgo que la empresa debe esforzarse en comprender.