

TRIBUNA

EMPRESAS INTELIGENTES Y EMPRESAS TONTAS

En los últimos diez años la gestión empresarial ha puesto de moda la noción de “organizaciones inteligentes”, “empresas que aprenden” y “gestión del conocimiento”. Los expertos japoneses prefieren hablar de “organizaciones que crean conocimiento”.

La idea de inteligencia empresarial no tiene que ver con el beneficio económico, sino con la forma de fomentar el talento dentro de una organización. Todas las instituciones sociales –sean económicas, educativas o investigadoras- tienen que funcionar en un mundo veloz, cambiante, de competencia globalizada, donde los conocimientos, las técnicas, los productos se generan cada vez con mayor rapidez y en mayor número. Walt Disney Productions lanza un nuevo producto cada diez minutos.

En tal situación, es preciso conseguir unas organizaciones que potencien y aprovechen el talento individual, que estimulen la creatividad personal. Se llama “organización inteligente” la que crea un entorno inteligente, en el que las inteligencias particulares se desarrollen con eficacia y brillantez. Lo consiguen por el modo de estar organizadas, por los hábitos de colaboración que establecen, por el clima estimulante, por el atractivo de un proyecto. Las instituciones que no consiguen añadir ese plus de brillantez, creatividad y eficacia son instituciones tontas. Vampirizan el talento y lo dilapidan en burocracias agotadoras, pugnas mezquinas por el poder o por los presupuestos, nepotismos sin ilustración y endogamias perversas.

Una institución inteligente es el resultado de talentos individuales + modos de colaboración + memoria compartida + clima de estímulo + buena dirección. Todo esto unificado por un proyecto valioso.

La investigación empresarial considera que para conseguir una organización inteligente hay que implicar a todos los actores en un proyecto compartido, del que todos han de tener un modelo mental claro. Y esto no es una ingenua teoría del management.

Al contrario de lo que muchos creen no existen diferencias entre pequeñas y grandes empresas en lo que a estas cuestiones atañe. Es más, el complejo de las pequeñas organizaciones a la hora de implantar modelos de gestión del conocimiento en sus estructuras no tiene justificación alguna. Sin ánimo de ofender a ninguna de ellas, ha llegado el momento de que evolucionen y actualicen sus formas y mecanismos de actuación porque eso les proporcionará la ventaja competitiva más eficaz frente a sus competidores.