

## Miradas para la empresa de hoy ( y VI )

# La empresa arrogante

Este artículo culmina una serie de textos que han ofrecido cinco visiones sobre la empresa en la actualidad. El objetivo era mostrar que una nueva manera de mirar la realidad, nos abre nuevas maneras y formas de pensar y nos debe permitir una forma distinta de concebir la organización empresarial.

**R**ecorrer el proceso que implica la adaptación inteligente al nuevo hábitat,

donde la tecnología se ha convertido en un facilitador relacional muy potente, representa una oportunidad para las empresas en el entorno de la Sociedad Red. No entender ni emprender el cambio que esta evolución conlleva supone un lastre y puede dificultar la supervivencia futura de muchas compañías. El inmovilismo, además, nos convierte en arrogantes.

Las reglas de juego han cambiado: la lucha ya no es una cuestión de grandes contra pequeños, sino de rápidos y lentos, como señala Nimesh Arora (Google). La capacidad de reacción y de generar sinergias son dos valores al alza, que chocan con la lentitud de las grandes organizaciones. Es el momento de propiciar los cambios que faciliten a nuestra empresa la adaptación. A modo de resumen, cinco acciones nos ayudarán a realizar este recorrido de forma amable y asertiva.

### Explorar

La empresa del siglo XXI debe tener un carácter explorador. Hacer lecturas rápidas, anticiparse, puede evitar decisiones reactivas y precipitadas. Escrutarse lo posible adyacente nos abre nuevas oportunidades. Las soluciones o las propuestas no siempre tienen un carácter lineal. El entorno rela-

Antoni Gutiérrez-Rubí

cional, en red, genera un abanico de posibilidades mayor, pero, para poder detectarlas, es necesario indagarlas. La permeabilidad será uno de los atributos indispensables para la nueva organización empresarial. Ésta, nos hace porosos y permite contagiarnos de otras ideas y oportunidades.

### Disrumpere

Disrupción es un término adaptado del anglicismo *disrupt* que tiene su origen en el verbo latino *disrumpere*: romper o explotar en pedazos. En el ámbito empresarial, esta rotura brusca se produce, a menudo, cuando combinamos perfiles profesionales de distintas disciplinas en un mismo entorno generando situaciones en las que se transforman de manera no previsible los formas de trabajar. Por esta razón, el viejo modelo de viveros de empresas está siendo sustituido por los *coworking* que propician ecosistemas creativos favoreciendo la mezcla y la colisión entre personas e ideas aparentemente muy diversas. El modelo de creación encuentra en el *crowdworking* una profunda transformación gracias a las capacidades instrumentales y relacionales de Internet. Además, la actitud paciente, que debe acompañar este proceso creativo, favorecerá el proceso de maduración de ideas futuras.

Las reglas del juego han cambiado: la lucha ya no es cuestión de grandes contra pequeños, sino de rápidos y lentos. Es el momento de propiciar los cambios que faciliten la adaptación



## Moldear

Las estructuras estancas y rígidas son pesadas y difíciles de modificar. Esta realidad, de muchas organizaciones empresariales tradicionales, choca con las necesidades de adaptación constante que requieren los nuevos escenarios. La viscosidad de la materia permite variar su forma sencillamente. Las empresas necesitan adoptar y adaptar estructuras que permitan el desarrollo de habilidades que den respuesta a las nuevas demandas. Esta maleabilidad les proporciona más facilidad de adaptación pero, también, más capacidad para sorprenderse, para explorar nuevas oportunidades, más creatividad. Generar entornos creativos de una amplia densidad, multidisciplinarios y con capacidad de adaptación, es una buena apuesta para anticiparse.

## Empoderar

El destinatario final de nuestro producto o servicio no debe percibirse únicamente como un cliente, debemos conseguir que sea la mejor referencia de nuestra marca, que se convierta en nuestro prosumidor. Ante la fuerte competencia y la capacidad del cliente para transmitir su experiencia y actuar como polo para atraer a nuevos clientes o alejar a los existentes, encontrar valores añadidos entorno a las marcas es imprescindible. La proximidad entre productor y consumidor y su empoderamiento serán la base para el éxito.

## Transparentar

Del mismo modo que Internet es una plataforma excepcional para generar nuestra comunidad de usuarios, los desastres también tienen un espacio de amplificación mayor y más directo. Proteger la organización e intentar ocultar los errores deja de ser una solución ante un mercado vigilante y una sociedad conectada. Las lecturas rápidas y correctas de la situación pueden transformar una crisis en una oportunidad. Las herramientas tecnológicas, además, permiten tener canales de comunicación directos, económicos y efectivos con nuestra comunidad.



Antoni Gutiérrez-Rubí

Asesor de comunicación - [www.gutierrez-rubi.es](http://www.gutierrez-rubi.es)

La exploración de nuevos mercados, que incentiven la disrupción, junto a la capacidad de moldear las estructuras según las situaciones de una forma transparente y el empoderamiento son las claves de la empresa en el nuevo ecosistema que plantea el actual escenario económico y social.

La arrogancia y la soberbia en la que viven instaladas algunas corporaciones representan la miopía de un liderazgo basado en el poder de la cuenta de resultados. Y los hace más débiles. Una actitud amable y humilde, por el contrario, los fortalece.

Ahora es el momento de las grandes oportunidades para aquellas orga-

nizaciones que sepan realizar lecturas inteligentes, que descubran cómo son los nuevos escenarios, cómo son sus reglas, cómo sacar provecho del contexto y cómo formular las preguntas más adecuadas que permitan encontrar las mejores respuestas.

Los nuevos escenarios requieren nuevos enfoques, nuevas relaciones, nuevas miradas que permitan a las compañías su fácil adaptación. A veces, pequeños detalles pueden adquirir gran relevancia. Un “ligero empujón” puede ser la fuerza definitiva que genere una gran transformación. Es el momento y no hay vuelta atrás. ■