

Reflexiones saludables

Por: Gustavo Mutis

Antes de iniciar un proceso de reorganización, una empresa debería cuestionarse si está desarrollando bien su papel. Y no al revés.

Por razones de supervivencia , por la rapidez con que cambian las cosas planeadas, por la pérdida de clientes o de mercado, o para mantener el liderazgo, casi todas las empresas se encuentran revisando sus fortalezas y sus debilidades, sus amenazas y sus oportunidades. Incluso muchas de ellas están en planes de reingeniería, calidad total, mejoramiento continuo o una de tantas modas gerenciales que aparecen y desaparecen cada tres o cuatro años.

Pero esto no es suficiente y en muchos casos no es útil, si los empresarios no reconocen que la prioridad, lo que realmente necesitan para afrontar la realidad y construir el futuro, es determinar qué tan saludable es la empresa o qué tan grave es la enfermedad que padece.

Es necesario mirar bien adentro, observar la "causa de la causa" y determinar, entonces, con coraje y valentía, el verdadero estado de nuestros signos vitales. Antes de iniciar la "intervención" es imperativo hacer las siguientes preguntas:

- ¿Está nuestra empresa satisfaciendo en forma desmesurada y a toda costa las necesidades económicas de los accionistas, olvidándose de los principios naturales básicos? ¿Lo está haciendo a costa de los trabajadores o engañando a los clientes o a los socios?

- ¿Qué tan inteligentes y líderes somos para brindarles a nuestros trabajadores verdaderas oportunidades para crecer y desarrollarse, para tener un trabajo retador y digno, para pensar, opinar, decidir o equivocarse? ¿Cuál es nuestro verdadero trato con ellos?
- ¿Qué tan éticos somos en nuestro comportamiento, en nuestras acciones, en nuestros registros contables, en nuestros impuestos? ¿Qué tan fácilmente transgredimos las más elementales normas de la moral y el equilibrio?

Con estas inquietudes la intención no es predicar. Es buscar nuevas oportunidades que garanticen una mayor competitividad; solamente puede agregársele valor a la sociedad cuando comprendemos que nuestros trabajadores y nuestros clientes son los únicos que garantizan nuestra supervivencia empresarial. Y constantemente ellos están observando nuestras actividades, nuestro comportamiento real; y su lealtad y confianza elemento definitivamente estratégico para el desarrollo sólo dependen de la lealtad con los principios o valores básicos, naturales y universalmente aceptados: la rectitud, la equidad, la integridad y la honestidad.

Colombia está en crisis porque estos principios se transgreden permanentemente, invadiendo casi todos los sistemas vivos de una sociedad y convirtiéndose en un cáncer que amenaza, y de qué manera, nuestra salud pública y privada

No se podrá seguir culpando a algunos políticos de turno, o a la ausencia de una justicia rápida y eficaz, cuando las empresas, motor, corazón y sustento del verdadero desarrollo, están carcomidas por estas enfermedades que terminarán destruyéndolas.

Ahora bien, se ha aprendido que las crisis se pueden convertir en las grandes oportunidades. Entonces se tiene el deber y el derecho de participar activamente en la redefinición de nuestros valores empresariales y así desarrollar e impulsar una nueva mentalidad, una nueva cultura para el próximo siglo. Y para tal efecto, proponemos regresar a lo básico, a lo esencial, a hacernos preguntas de fondo:

- ¿Para qué existen las organizaciones? ¿Existe el hombre para satisfacer únicamente las necesidades de rentabilidad de una empresa; o existe para, con dicha rentabilidad, desarrollar cada día mejores bienes y servicios que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida de accionistas, clientes y trabajadores? ¿Es la rentabilidad un medio o un fin?
- ¿Para qué existe, en forma concreta y específica, nuestra empresa? ¿Cuál es nuestra contribución a la sociedad? ¿Cuál es nuestro foco? ¿Por qué producimos y vendemos? ¿A quién nos interesa servir? ¿Con quién hacemos alianzas?
- ¿Qué tanto estoy sacrificando mis principios y mis valores para obtener resultados en forma inmediata? ¿Qué tanto merecemos la lealtad de nuestros clientes?

En definitiva, antes de continuar, vale la pena reflexionar sobre nuestro papel en este convulsionado mundo de los negocios, sobre nuestra responsabilidad social y, ante todo, sobre la forma como queremos que nuestros hijos desarrollen sus empresas en un futuro.

Es seguro que todas las organizaciones deberán seguir prestando un gran aporte a la sociedad, asegurando su rentabilidad y su desarrollo. A mi modo de ver, el progreso depende de introducir en el ciclo productivo bienes y servicios que por lo menos satisfagan las necesidades crecientes de los seres humanos, de los clientes que al comprar contribuyen con su dinero a mejorar esos bienes y servicios, y a la prosperidad de los empresarios.

Pero, ¿a qué costo? ¿Qué tanto sienten nuestros colaboradores que están participando en este progreso? ¿Qué tanto nos alejamos de los "principios básicos" para garantizar un mayor resultado económico? ¿Qué tanto se nos olvida "vivir" o "ser", por estar concentrados en "tener"?