



Pedro R Mondelo
Director Congresos ORP

Empresas sin presente

El tiempo verbal presente esta sobrevalorado en exceso en la empresa, ya que es un tiempo prácticamente irreal.

En la empresa sólo existe el pasado y el futuro, el pasado para apalancar y proyectar los objetivos, y el futuro para marcar las metas a alcanzar.

Obviamente, esta supresión del presente y de la elasticidad temporal que este tiempo permite, genera no pocas incertidumbres y zozobras en el proceso de planificación de las organizaciones. Aunque sea posible establecer objetivos de crecimiento y rentabilidad, el decisor afronta la dificultad de establecer perfiles nítidos de evolución, viéndose abocado a establecer escenarios alternativos; consecuentemente, la estrategia (el cómo alcanzar los objetivos) debe considerar no sólo su actuación en el escenario más interesante, además debe plantearse cómo lograr que ese escenario se materialice y establecer planes de contingencia frente a otros escenarios.

Dicho de otra forma, en un mundo cada vez más competitivo, la supervivencia, sin la cual el futuro no existe, exige organizaciones que no sean onerosas, puesto que la carga sería insostenible para la organización y para las personas que la componen, dificultando los procesos de aprendizaje y adaptación necesarios para la innovación, requisito imprescindible para ser objetivo a la hora de mantener o desanclarse del pasado, para abordar el futuro que, tras un paso fugaz por el presente, será pasado.

Editorial

Editorial

Este esquema dual innovación-onerosidad es, a mi juicio, el esquema que debe utilizarse para posicionar estratégicamente la empresa del siglo XXI. La onerosidad, desde el punto de vista económico, la constituyen los activos pesados, rígidos y con un dudoso valor a medio y largo plazo y permite evaluar la salud económica de la organización. Pero además, desde el punto de vista humano, la organización onerosa, pesada, impide la retención y el aprendizaje de las personas que componen la organización.

La otra variable determinante "innovación" es una amenaza-fortaleza que debemos equilibrar y sin la cual la empresa perdería el futuro y serviría como caso de estudio de los historiadores económicos. Una empresa que no practique una política de innovación es una empresa que ha fijado su fecha de caducidad.

	NO INNOVADORA	INNOVADORA
ONEROSA	SENTENCIADA	VULNERABLE
NO ONEROSA	AMENAZADA	SOSTENIBLE

Pero, ¿cómo innovar si la gran mayoría de las empresas son pequeñas empresas o microempresas? O, alternativamente, ¿cómo innovar en una gran empresa, sometida a grandes inercias?

Innovar requiere de un ejercicio de proyección del futuro, ver hacia dónde se quiere ir, y que se puede hacer para obtener un estado perenne.

Por supuesto esta reflexión-intuición o este plan integral de inversiones en I+D+i dependerá del tipo y tamaño de la empresa, pero cada día en la organización la innovación debe estar presente desde el minuto cero, ya sea con ideas simples o con un proceso formal de planificación estratégica, puesto que la innovación es el tiempo verbal que se debe incrustar entre el pasado y el futuro para evitar el colapso y óbito de la empresa.