

Alta dirección en proceso de transformación

OPINIÓN

Opinión

Pulso Columnas

8 SEP 2020 08:58 PM

Somos cambio permanente, desde esa misma dinámica, podemos conservar lo esencial que nos permite estar vivos. Por eso nuestra mejor opción es asumirnos abiertamente en transformación. Seamos claros, no es adaptación o rediseño de imagen, implica cambiar.

Somos cambio permanente, desde esa misma dinámica, podemos conservar lo esencial que nos permite estar vivos. Por eso nuestra mejor opción es asumirnos abiertamente en transformación. Seamos claros, no es adaptación o rediseño de imagen, implica cambiar.

El filósofo norteamericano Nelson Goodman, en su libro *Maneras de hacer mundos*, afirma: “Tanto Cervantes como El Bosco, en no menor medida que Newton o Darwin, parten de mundos conocidos, los deshacen, los rehacen y vuelven a partir de ellos reformulándolos de diversas maneras”. Reconociendo que el mundo que podemos crear no será el único posible ni el único verdadero, sí puede permitirnos fluir en coherencia.

En el ámbito empresarial, en particular, desde el desafío que implica la transformación en la alta dirección de las empresas y las enseñanzas de Goodman, propongo cinco estrategias para observar nuestros procesos desde la alta dirección e invitarlos a transitar desde el paradigma de la transformación.

- 1) Descomponer: Todo lo que entendemos como “real” puede ser descompuesto en partes y, por lo tanto, también reconstruido de una nueva manera. Starbucks ha reconfigurado barrios enteros en torno a sus cafeterías y la propia industria del café, descomponiendo la forma de aprovisionarse y consumirlo.
- 2) Re-ponderar: Probemos re-balancear los énfasis que han prevalecido hasta ahora. La pandemia ha hecho que muchas familias destinen más tiempo a la elaboración de comidas, incluso han empezado a cultivar sus huertos. ¿Quién no intentó hacer pan durante la cuarentena? Múltiples oportunidades fluyen de esta nueva manera de asignar nuestro tiempo.

3) Simplificar es parte de la transformación. Steve Jobs eliminó todo lo superfluo en sus diseños minimalistas, tal como lo hizo décadas antes Henry Ford con el Ford T, para lograr un precio accesible a más personas. Ambos transformaron industrias y formas de vida.

4) Re-priorizar para dialogar con los aprendizajes de este tiempo. Como lo que hizo Anita Roddick al crear Body Shop cambiando la industria de cosméticos para siempre al atreverse a anteponer el no testeo en animales a precio y calidad.

5) Reconvertir para permitir que surja lo nuevo. La historia nos muestra que las derivas de los productos y los servicios son muchos. ¿Qué tienen en común Givenchy, Dior, Jägermeister, Bacardi y el perfume de Shakira? Todos reconvirtieron parte de su producción para aportar a la producción de alcohol gel.

No hay fórmulas de transformación únicas ni de éxito asegurado. Pero es desde la transformación individual, actuando de manera colectiva y articulada que podemos co-construir los cambios estructurales que requerimos para recuperar coherencia en el vivir.

-El autor es CEO de Proteus Management & Governance y profesor de Ingeniería UC.