

## La empresa del futuro

VÍCTOR MOLERO AYALA\*

Desde sus más remotos orígenes el ser humano ha pretendido banalmente hacer previsiones de lo que el futuro podía depararle. Magias, conjuros y confabulaciones dotadas de los ardidés más originales, han sido empleadas por el hombre para saber algo del porvenir y estar listo para su llegada. Aún no hemos cambiado, aunque el aspecto de nuestros intentos por descifrar el futuro ha dejado a un lado las pócimas, las bolas de cristal, los números mágicos y demás convocatorias supra e infranaturales, para sacar a escena la nomenclatura de la técnica, el lenguaje del conocimiento, y los gráficos de ordenador. Ahora la planificación, las previsiones, los sistemas de simulación, la representación de escenarios especulativos y otros términos similares, configuran el lenguaje de un idioma, en ocasiones difícilmente comprensible, incluso para los más avezados lingüistas<sup>(1)</sup>.

Los lóbulos frontales del cerebro humano empujan la mente a dibujar el porvenir, a pesar de

la conciencia manifiesta de que lo no ocurrido todavía no se puede conocer. Quizá un mundo como el de hoy nos exija —aún más— saber qué ocurrirá mañana, cómo serán nuestros lugares de trabajo, nuestras casas, y nuestra sociedad. Sabemos que los descubrimientos científicos ejercerán influencia en nuestras vidas pero ¿cómo?. Las empresas y su manera de funcionar variarán pero, ¿de qué manera habrá de afectarnos? En otras palabras: en las puertas del nacimiento del nuevo milenio, tanta gente se está preguntando ¿cómo será la empresa de este futuro que empieza ya a llegar?

**«Desde sus más remotos orígenes el ser humano ha pretendido banalmente hacer previsiones de lo que el futuro podía depararle. Aún no hemos cambiado, aunque el aspecto de nuestros intentos por descifrar el futuro ha dejado a un lado las pócimas, las bolas de cristal, los números mágicos y demás convocatorias supra e infranaturales, para sacar a escena la nomenclatura de la técnica, el lenguaje del conocimiento, y los gráficos de ordenador.»**

A partir de principios de siglo, se han presenciado diferentes etapas en donde las consideraciones acerca de la empresa y su mundo han sido variadas y de muy distinto signo. Desde entenderla como un elemento distorsionador y extorsionante de los derechos del trabajador, hasta ser vista como el

<sup>(1)</sup> Víctor Molero. “Publicidad, Marketing y Comunicación: herramientas para la pequeña empresa”. Ed. ESIC, 1995. Madrid.  
\*Director del Área de Directivos ESIC.

reino ampuloso de los excelsos, las organizaciones han sido alabadas y vilipendiadas sin demasiados motivos para ninguna de las dos posturas.

En la actualidad parece primar el papel que desempeña el empresariado en la economía de un país, con independencia de las interpretaciones que puedan inspirar ciertas ideologías: unas ven la empresa como poseedora de medios de producción donde opera un colectivo obrero como clase diferenciada y sometida a otra clase, la empleadora; para otras, se trata del imperio del beneficio y todo queda sometido a él.

La empresa es en sí una realidad ineludible de nuestro mundo en donde lo que cuenta no son las clases, como ocurriera en su día, ni los derechos de unos frente a los intereses de otros, sino el papel que sea capaz de jugar toda una organización a la hora de competir en unos mercados regidos por las leyes de selección natural: el más capaz para satisfacer las necesidades de los clientes tiene mayores posibilidades de subsistir. Y para eso no sirven ni los modelos organizativos de antaño, ni las concepciones ya obsoletas de tiempos pretéritos.

Las reglas del juego son muy simples. Existe un mercado, unos competidores y unos medios productivos para crear bienes y servicios. Quien mejor compite cuenta con mejores opciones para perdurar. Este sencillo reglamento, ha empujado a las empresas a replantearse sus posiciones en términos de creación de estrategias que respondan a las necesidades del entorno, y no a las veleidades de unos

**«A partir de principios de siglo, se han presenciado diferentes etapas en donde las consideraciones acerca de la empresa y su mundo han sido variadas y de muy distinto signo. Desde entenderla como un elemento distorsionador y extorsionante de los derechos del trabajador, hasta ser vista como el reino ampuloso de los excelsos, las organizaciones han sido alabadas y vilipendiadas sin demasiados motivos para ninguna de las dos posturas.»**

empresarios con la espalda vuelta al mercado. Así mismo, la reglas nuevas han dado lugar a la creación de organizaciones dotadas de enorme flexibilidad, cuyo tiempo de respuesta a sus clientes son inimaginables con los modelos basados en las propuestas de Adam Smith y su principio de división del trabajo<sup>(2)</sup>.

Los cambios que está experimentando la sociedad son vertiginosos y más aún los que nos aguardan a la vuelta de una esquina más cercana de lo que quepa pensarse. La ciencia ficción ha dejado de serlo en muchos casos, y se ha

convertido en ciencia a secas: una ciencia cuyos frutos, traducidos en soluciones tecnológicas, están ya aquí. Los cambios profundos que infligió en nuestra sociedad la aparición de la telefonía, el automóvil y la luz eléctrica, han sido los gestadores del mundo en el que vivimos actualmente, y han configurado las vidas de cada uno, modificando, desde la manera de entender lo que nos rodea, hasta nuestras propias concepciones del tiempo o la distancia.

Del mismo modo, los sistemas de información en avance van a transformar tan profundamente la sociedad y, en consecuencia, la vida en ella, que resulta difícil de imaginar. La idea de que cualquier persona pueda acceder al dato que se le antoje incluido en una gran biblioteca mundial donde se albergue el producto del conocimiento, el saber y la información generada por el hombre durante los últimos dos mil años, resulta sencillamente abrumadora.

<sup>(2)</sup> Michel Hammer y James Champy. "Reingeniería de la Empresa". El. Parramón. 1994. Barcelona.

Sin embargo, eso sólo es una parte de lo que nos espera. La incorporación de nuevos materiales, la revolución genética, la energética y, por supuesto, la informática, se acercan con la inexorabilidad que otrora condujera a los más avezados navegantes europeos a poner su proa hacia poniente. La robótica permite la existencia de pequeños artefactos que pueden ser introducidos en una persona para desobstruir una arteria esclerótica; la traducción mecánica dará paso a la comunicación instantánea vía telefónica sin ninguna traba idiomática: el mismo discurso pronunciado en español ante un micrófono sonará en un altavoz emitiendo palabras inglesas; la realidad virtual hará posible la celebración de reuniones entre personas a muchos kilómetros de distancia, quienes tendrán incluso la sensación táctil del apretón de manos de su interlocutor cada vez que alcancen algún acuerdo<sup>(3)</sup>.

Nada de esto es fantasía. Todo ello son trazos cada vez más definidos de un futuro que, hace mucho tiempo, dejó de ser un simple esbozo para convertirse en una imagen clara, nítida y palpable. El papel de las empresas en ese escenario es fundamental, puesto que la incorporación a la sociedad de cuantos cambios la ciencia y la tecnología permitan, vendrá de la mano de iniciativas empresariales. Hoy mismo hay equipos escrutinando el futuro en un intento de desvelar algunas de las necesidades o inquietudes de quienes vivamos en un mundo tan distinto del actual.

Evitar 12 horas de avión para entrevistarse con alguien en la otra esquina del planeta —cada vez más pequeño— planteará otras necesidades y desencadenará conductas distintas para las

**«Los cambios profundos que infligió en nuestra sociedad la aparición de la telefonía, el automóvil y la luz eléctrica, han sido los gestadores del mundo en el que vivimos actualmente, y han configurado las vidas de cada uno, modificando, desde la manera de entender lo que nos rodea, hasta nuestras propias concepciones del tiempo o la distancia.»**



que las empresas habrán de estar provistas de bienes y servicios adecuados a esa nueva realidad. El mismo sistema de entrevistas virtuales aludido será comercializado por alguien. Los sectores conocidos como la sanidad, los transportes, la educación, las comunicaciones, etc., sufrirán cambios copernicanos, y las empresas habrán de responder. Así, irá tomando forma —ya ha empezado— una sociedad ante la cual la realidad de hoy nos resultará tan remotamente obsoleta como hoy nos parece la época —muy cercana todavía— en que las mujeres debían ir a una fuente pública para abastecerse de agua.

Los cambios no se limitarán exclusivamente a los aspectos referidos a la tecnología y sus aplicaciones. Las empresas se tendrán que organizar para funcionar de manera efectiva en ese mundo; si no, otros lo harán y, como se ha dicho, quien peor compite, peor sobrevive. En los últimos años hemos oído hablar de todo tipo de recetas mágicas para la gestión empresarial: círculos de calidad, calidad total, dirección por objetivos, integración vertical, management integral, técnicas americanas, técnicas japonesas, el amerip-pon, etc. Ahora que lo más reciente es la reingeniería de procesos, ya se están oyendo opiniones "...más allá de la reingeniería"<sup>(4)</sup>.

Lo cierto y seguro es la necesidad de estar a la altura. La ciencia investiga y descubre, la tecnología aplica, la empresa adecúa y distribuye; al final, el resto de los integrantes de la sociedad hemos de beneficiarnos de todo el proceso. Así las cosas, el papel de la empresa en un hipotético año 2.000 es fundamental. En ese punto, el problema quizá resida en la

<sup>(3)</sup> Gary Hamel y C.K. Prahalad. "Competiendo por el futuro". Ed. Ariel. Barcelona. 1995.

<sup>(4)</sup> Alejandro Córdoba. "Más allá del rediseño de procesos". Ed. Deusto. Referencia nº 0109. Madrid.

capacidad del propio ser humano para asimilar una evolución tan vertiginosa como la que nos aguarda y, en tal caso, las preguntas que nos formulemos, probablemente tengan un base más ética que técnica, económica o social.