

Análisis

CLAUDIO PIZARRO

Profesor adjunto, Ingeniería Industrial, Universidad de Chile. Managing Partner, CIS Consultores



CAMBIO EPOCAL

El cambio climático, la cuarta revolución industrial, la crisis de la democracia liberal, la escasez de alimentos y materias primas, la pandemia y, para terminar, amenazas de guerra nuclear dan cuenta de un cambio de época, es decir, nos plantean cuestionamientos acerca de cómo nos relacionamos y organizamos como sociedad. Esto, por supuesto, incluye a las empresas.

En este contexto, los problemas que las empresas enfrentan son cada vez más complejos. Superan una mirada desde la economía y la competencia, ya que exigen comprensión cabal de los individuos y de las comunidades, es decir, visiones y conceptos de las humanidades y las ciencias sociales. Estos problemas son más relevantes hoy, acelerados por las redes sociales, porque involucran fricciones en torno a bienes comunes, es decir, los que nos atañen a todos.

Los desafíos que surgen de estos problemas superan el esfuerzo individual. El capitalismo ha permitido entregar beneficios a muchos, resolviendo problemas complejos, pero, al mismo tiempo, ha creado diferencias que se hacen evidentes. Diversos autores (Henderson, 2021; Gelles, 2022, y Von Wolfersdorff, 2022) proponen ajustes que se hacen urgentes, con implicancias en la dirección y gestión de las empresas, en la distribución del valor creado y, muy relevante, en la estructura de compensación de ejecutivos. Los cambios requieren conciencia de la necesidad de hacerlos, así como convicción y fuerza para impulsarlos, y lograr resultados. Nadie dice que será fácil. En momentos en que vivimos una inflación que varias generaciones no conocían (en torno al 12% anual), la cual empobrece a muchos, cabe tomar conciencia de por qué muchos consideran que: (i) las empresas se aprovechan para subir los precios (57%) y (ii) hay colusión y ocultamiento de productos (48%). Esto desconoce los fundamentos que explican este fenómeno. Es peor en grupos C2 y C3, y en rango etario sobre los 36 años (GfK, mayo 2022). Hay una distancia sideral entre las empresas y sus clientes, y con las comunidades con las que interactúan. Este es un problema muy complejo, cuya solución también es compleja.

La diversidad de formación, género y trayectorias de vida es una fuente valiosa para enfrentar esta complejidad, ya que requerimos construir espacios de confianza, lo que exige puentes de diálogo y conversación para conocernos, para entendernos y, en definitiva, para confiar. De lo contrario, es más difícil como sociedad, incluidas las empresas, superar el contexto que enfrentamos.