

# **DE LA INSUFRIBLE ESTRUCTURA PIRAMIDAL A LA INQUIETANTE ESTRUCTURA HORIZONTAL**

*Posted on 27/08/2008 by Naider*



¿Le ha ocurrido que tiene una chaqueta tan vieja o un abrigo tan caduco que se le ha puesto de moda? Si su andrajo parece de marca probablemente esté roto, y haya que tirarlo.

Desgraciadamente, las empresas, en teoría regidas por criterios de eficiencia, se encuentran inmersas en tendencias poco operativas, a veces condicionadas por asesores independientes (qué contradicción encierra la expresión), por gustos personales o por el entorno más cercano.

Esas tendencias imperantes pueden producir en una estrategia corporativa, confusión en clientes, proveedores o lo que es más preocupante, pueden generar malestar en la propia organización.

Así ocurre con la proliferación actual de fusiones y absorciones. De la diversificación de riesgos y responsabilidades, separación del patrimonio empresarial del personal o

simple acumulación de inmovilizado en una sociedad tenedora, se está pasando a la concentración. Ciertamente es que cambios normativos o necesidades de nueva financiación pueden obligar pero, junto a casos justificados, existen quienes agrupan sociedades inservibles o negocios irreconciliables con la matriz.

Nadie puede negar que caminar enfundados en unos pantalones a la altura del muslo puede ser útil en la ocultación de armas y superación de cacheos en el Bronx. Sin embargo, cuando un adolescente lo replica en un barrio acomodado de nuestras ciudades, el descenso progresivo de la altura de los pantalones, salvo que sea una adaptación paulatina al estado en que nos encontramos en la edad adulta, tiene una utilidad nula y, a veces, es ridículo.

Las tendencias que mencionábamos hace un par de párrafos se proyectan en todos los ámbitos de la empresa, tanto internos como externos. En el ámbito publicitario, por ejemplo, es difícil distinguir algunos anuncios de multinacionales energéticas o bancarias de los de organizaciones no gubernamentales. Si se trata de confundir u ocultar el producto o servicio, realmente se consigue. Si, por contra, se busca una difusión entre clientes actuales y potenciales es difícil apreciar qué nos pueden ofrecer.

Quién no se ha sorprendido de cómo hemos pasado de entrar en entidades bancarias que eran verdaderos búnkers donde llaves, móviles y bolígrafos metálicos eran potenciales armas camufladas -por qué no, en nuestros pantalones tipo Bronx- a oficinas con mobiliario de parque infantil. Acaso podremos dejar a nuestros hijos allí o sólo es un decorado un tanto histriónico para una transacción comercial.

Interesante también es analizar, en nuestro avance por la pasarela de moda empresarial, el paso de la insufrible estructura jerárquica y piramidal a la inquietante y simulada estructura horizontal, tanto en la distribución de competencias y denominación de cargos como en la asunción de responsabilidades últimas.

Afortunadamente, las organizaciones productivas actuales, han eliminado modos antiguos, tradicionalistas y obsoletos que limitaban la relación con clientes y entre compañeros. Esperamos no ver resucitar las figuras omnipotentes en la empresa, que como emperadores Romanos hacían y deshacían destinos, cuando no rodar cabezas.

No obstante, sí esperamos que ese emperador, cuando lo sea, no se haga llamar simple ciudadano, por cuestiones estéticas, ya que, si no trabaja correctamente, los ciudadanos tienen no sólo el derecho, sino el deber de pedir su cabeza, sea cual sea su título.

Pese a lo dicho, y en definitiva, el mundo de la pasarela sí tiene lecciones muy importantes que podemos aprender. Fíjense en la forma de vestir, comportarse, actuar y dirigir de los grandes diseñadores; nunca siguen la tendencia, la crean e inducen. Hagámoslo nosotros también en nuestras empresas.

**There are no comments yet.**