

MAQUIAVÉLICAMENTE INNOVADORA

Posted on 15/09/2008 by Naider



Un oficial británico de la Royal Navy le dijo una vez al marino y corsario francés Barón Robert Surcouf: "En el fondo, lo que nos distingue a nosotros Británicos de ustedes los Franceses, es que nosotros nos batimos por el honor y ustedes se baten por el dinero...". "Es verdad, - le contestó él - cada uno lucha por lo que le falta"

Y es que, se luche por lo que se luche, lo importante de verdad es **planificar** la batalla. Evaluar bien todas las posibilidades. Y ganar. Ya lo decía Maquiavelo: *"El príncipe de los aqueos, tenía entre otros méritos el de que, en los tiempos de paz, no pensaba sino en las cosas que incumben a la guerra, y cuando iba de paseo por la campaña con amigos, a menudo se detenía y discurría así: si el enemigo estuviese en aquella colina y nosotros aquí con nuestro ejército, ¿de quién sería la ventaja?, ¿cómo podríamos ir a su encuentro conservando el orden?. Si quisiéramos retirarnos ¿cómo deberíamos proceder?, ¿y cómo los perseguiríamos si los que se retirasen fuesen ellos?. Y les proponía mientras caminaba todos los casos que pueden presentársele a un ejército, escuchaba sus opiniones, emitía la suya y la justificaba. Y gracias a este continuo razonar, nunca, mientras guió sus ejércitos pudo surgir accidente alguno para el que no tuviese remedio previsto"*.

"Príncipe" es una obra sobre política y estrategia escrita por Nicolás Maquiavelo para Lorenzo de Medici, que fue publicada por primera vez en 1532. Aunque está pensada para ilustrar la forma de gobernar, mantener y fortalecer un Estado del siglo XVI, ofrece una serie de lecciones muy útiles para una empresa del siglo XXI. Y no deja de ser curioso que los consejos que sirven para ganar guerras, sirvan también para gestionar empresas.

Antes de empezar su actividad, una empresa innovadora necesita, sobre todas las cosas, una **estrategia** bien definida, resultado de un proceso de reflexión en profundidad, en la que clarifique cuáles son sus retos y cuáles sus metas y su proyección de futuro. Y tiene que tener claros estos conceptos de forma que todas sus decisiones estén dirigidas a lograr los objetivos para los que ha sido creada.

Uno de los elementos clave de la estructura estratégica de la empresa es el conjunto de **valores** que definen la filosofía de actuación de la misma. Una empresa no es más (ni menos) que el conjunto de las personas que trabajan en ella. Por lo tanto, sus valores corporativos tienen que estar orientados a obtener el mayor rendimiento posible de las habilidades y capacidades de todas y cada una de ellas. Cuanto más **motivadas** estén las personas y más sientan como suyo el proyecto, mejor será el resultado de su actividad y mayor el beneficio de la empresa en su conjunto. *"Nunca sucedió que un príncipe desarmase a sus súbditos; por el contrario, los armó cada vez que los encontró desarmados. De este modo las armas del pueblo se convirtieron en las del príncipe"*. Y pocas situaciones hay más motivadoras que aquéllas que nos permiten desarrollar nuestra **creatividad** y todo el potencial en lo que mejor sabemos hacer: *"El príncipe dará seguridades a los ciudadanos para que puedan dedicarse tranquilamente a sus profesiones, al comercio, a la agricultura y a cualquier otra actividad"*.

Un valor imprescindible sin el cual no tiene sentido hablar de una empresa innovadora del siglo XXI es el **aprendizaje**. Importa la formación. Pero importa mucho más la capacidad de aprender, de captar el conocimiento que no tenemos y que permite que nuestra actividad sea aún más eficiente de lo que es: *"Esta es la conducta que debe observar un príncipe prudente: no permanecer inactivo nunca en tiempos de paz, sino por el contrario hacer acopio de enseñanzas para valerse de ellas en la adversidad, a fin de que, si la fortuna cambia, lo halle preparado para resistirle"*.

Fomentar el **espíritu emprendedor** y la innovación como valores en alza, más allá de que se hayan obtenido o no resultados positivos de la actividad emprendedora, tampoco es una idea que

acabemos de inventarnos ahora. Maquiavelo define perfectamente los riesgos y dificultades de una actitud emprendedora. *"Debe considerarse que no hay nada más difícil de emprender, ni más dudoso de hacer triunfar, ni más peligroso de manejar que el introducir nuevas leyes. El innovador se transforma en enemigo de todos los que se beneficiaban de las leyes antiguas, y no se granjea sino la amistad tibia de los que se beneficiarían con las nuevas, tibieza cuyo origen es por un lado el temor a los que tienen de su parte a la legislación antigua y por otro lado, la incredulidad de los hombres que nunca fían en las cosas nuevas hasta que ven sus frutos"*.

Sin embargo, a estas alturas todos tenemos asumido que para que una empresa sea innovadora no es suficiente con que integre en su filosofía los valores propios de la innovación; es necesario además que interiorice la acción de innovar dentro de su actividad, de forma que la innovación se convierta en un proceso sistemático dentro de la empresa. Uno de los elementos clave para que esto suceda es un sistema eficiente de **vigilancia** del entorno y de la propia situación interna de la empresa, que permita que la misma disponga de toda la información posible sobre sus propias necesidades y las tendencias que marcan la situación de su entorno. Porque únicamente anticipando los problemas es como la empresa tiene la oportunidad de capacitarse y prepararse para hacerles frente de forma eficaz. *"Los males que nacen en el Estado cuando se los descubre a tiempo se los cura pronto; pero ya no tienen remedio cuando por no haberlos advertido, se los deja crecer hasta el punto de que todo el mundo los ve"*.

¿Y un instrumento eficaz de vigilancia? Pues en el siglo XVI Maquiavelo ya postulaba por el **benchmarking**. *"El estudio presenta dos utilidades, primero se aprende a conocer la región donde se vive, después, en virtud del conocimiento de una comarca, se hace más fácil el conocimiento de otra donde sea necesario actuar porque las colinas, los valles, las llanuras, los ríos, tienen cierta similitud con los de las otras provincias, de manera que el conocimiento de los terrenos de una provincia sirve para el de las otras"*.

Si hay algo que define a una empresa innovadora del siglo XXI y la distingue de otras empresas es la forma en la que gestiona el **conocimiento**. No se puede hablar de conocimiento sin hablar de personas, porque es en ellas donde el conocimiento reside. Y el conocimiento se genera de dos formas: mediante la experiencia y a través de la nueva **información**. Una comunicación eficiente y fluida es por tanto un elemento imprescindible en la gestión de las nuevas empresas. *"La primera opinión que se tiene del juicio de un príncipe se funda en los hombres que lo rodean y debe interrogarlos sobre todos los tópicos, escuchar sus opiniones. Y con estos consejeros comportarse de tal manera que nadie ignore que será tanto más estimado cuanto más libremente hable"*.

Sin embargo la información, el conocimiento no viven sólo dentro de nuestra empresa. Están ahí, a nuestro alrededor, en los agentes con los que nos cruzamos en el día a día o, peor aún, en los agentes con los que no tenemos oportunidad de conectar. Por eso las **alianzas**, la colaboración, son un elemento imprescindible para mejorar nuestra competitividad y reforzar nuestra posición en el mercado. *"Un príncipe debe temer que lo ataquen las potencias extranjeras. De éstas se defenderá con buenas armas y buenas alianzas, y siempre tendrá buenas alianzas el que tenga buenas armas"*.

Las claves del presente están en el pasado, o ya no hay nada nuevo bajo el cielo. En todo caso casi todos los elementos mencionados en los manuales de gestión y recogidos en este artículo son un asunto de sentido común. Aunque a menudo este sea el menos común de los sentidos y, por lo tanto, nunca venga de más una repasadita.

¿Y si a pesar de todo lo anterior, nuestro proyecto empresarial no termina de despegar?. Pues ahora sí, un último y maquiavélico consejo:

"...quien engañe, encontrara siempre quien se deje engañar, todos verán lo que aparenta y pocos lo que es, y estos pocos no se atreverán a ponerse en contra de la mayoría..."

There are no comments yet.