

ÉXITO Y FRACASO EN LA NUEVA ECONOMÍA. REGLAS PARA DIRIGIR EN LA ERA DE INTERNET

GUIDO STEIN, GESTIÓN 2000, BARCELONA, 2000

QUISIERA comenzar confesando uno de mis vicios de lectura, bastante arraigado: me gusta empezar a leer los libros por el final. Leer así los libros no hace que para mí pierdan su interés o encanto -otro vicio: apenas leo obras de ficción-, sino que me permite además formular una idea, por lo general acertada, de si el texto merece una inversión de tiempo y esfuerzo. O sea, me justifico en mis hábitos de lectura por un peculiar "principio de economía", el que se expresa en *ars longa, vita brevis* o, si se quiere, en *omnis electio est negatio*. He de decir que, a pesar de someter el último libro de Guido Stein, *Éxito y fracaso en la nueva economía*, a este procedimiento un tanto inusual y quizás injusto para cualquier autor, me ha gustado mucho.

En el epílogo, titulado *La deconstrucción vital*, Stein afirma: "Internet y su influen-

cia en la dirección de empresas es hoy un tema de moda, quizá en unos años ya no lo sea tanto. Un repaso por la historia de la ciencia y la práctica empresarial suministraría numerosos ejemplos de obsolescencia de conceptos, métodos y estrategias. Sin embargo, la irrupción digital en el mundo de los negocios y los nuevos aires virtuales que ha esparcido a diestra y siniestra, configuran una época, la nuestra. Efectivamente, para nosotros, es la mejor época de la historia. Es la única en la que podemos operar. Forjar el presente es adelantarse a lo que está por venir" (p. 135).

El autor es como un buen capitán de barco, plenamente merecedor de nuestra confianza. Con él seguro que llegamos a buen puerto y la nave no se perderá a la deriva -como ocurre tantas veces con las corrientes de moda- porque tiene la mirada fija en el norte del realismo, sin desconectarse

en ningún momento de lo actual.

Con la modestia que caracteriza a los realistas dice a continuación: "Éxito y fracaso en la nueva economía no anhela perdurar, pretensión vana y prematura, como prematuro es cualquier tipo de éxito en esta vida. Se contenta con contribuir a la comprensión de una actividad tan apasionante como es la que entraña la vida de la empresa, aorta del corazón de la sociedad del conocimiento y de la información" (p. 136).

La vida empresarial... Seguramente, Aristóteles fue injusto al calificarla de indigna para los seres humanos, porque se fijó exclusivamente en su carácter medial o instrumental. Lo que Aristóteles no pudo haber imaginado de ninguna manera es cómo toda una economía y estructura empresarial acabaría fundamentándose en lo que para él ya era el acervo propio de los humanos, es decir, en el saber y en el conocimiento.

Ahora vayamos al principio...

El cuerpo del libro está compuesto por cinco ensayos, fruto de una reflexión -a veces

"convulsiva", como afirma el propio autor, pero al final siempre cabal- del impacto de Internet en el binomio "economía-sociedad", o lo que es lo mismo, desde otra perspectiva, en el par "empresa-cultura".

En el primer capítulo, "El liderazgo renovado", Stein dibuja el perfil del directivo que la empresa del conocimiento y la sociedad de la información necesitan. Éste ha de tener suficiente integridad de carácter, inteligencia y voluntad para no amedrentarse ante las rupturas que provocan las innovaciones tecnológicas; debe valorar la experiencia, sacando de ella enseñanzas prácticas pero, sobre todo, debe vivir hacia el futuro con ánimo esperanzado.

En el segundo capítulo, "El enfoque global", nuestro autor lleva a cabo un análisis del entorno económico y global de la actualidad -que construye el marco para el cuadro de sus comentarios posteriores-, sirviéndose de la figura egregia de Felipe II. "La era de Internet" es el título del tercer capítulo, donde pormenoriza las consecuencias de la revolución digital no sólo en áreas como la comercialización y la logística, sino también, y más signi-

ficativamente, en el gobierno de las empresas (*management*).

“La perspectiva financiera” es el objeto del cuarto capítulo, en el que Stein se detiene en cómo lograr la creación sostenida de valor para los accionistas. Se trata de un tema que en los últimos años ha cobrado mayor relieve gracias a las intervenciones decisivas de inversores institucionales, como los fondos de pensiones y de inversión (*hedge funds*), en los mercados de capitales y en los consejos de administración. Finalmente, el quinto capítulo está dedicado a la “Dirección de personas”. Es aquí donde Stein saca sus colores inconfundiblemente druckerianos al

insistir que el “*management*” es, en realidad, una labor de gobierno de personas, antes que de “cosas” o “recursos” y de “funciones” o “tareas”. Las empresas “punto-com” no van a ser una excepción en esto.

Hoy en día a menudo nos encontramos sumidos y aplastados por lo que parece ser una avalancha de datos y de información. Sentimos la necesidad de preguntar -como hizo en su momento el poeta T.S. Eliot- por la sabiduría que pueda esconderse entre tanto barullo. A mi juicio, el libro de Stein ofrece valiosas pistas para ayudarnos a encontrarla.

Alejo José G. Sison

