

Quizás hoy más que nunca las organizaciones empresariales se han visto abocadas a desplegar toda su capacidad de gestión a fin de estudiar, analizar y comprender las complejas realidades económicas, políticas, sociales y culturales que las rodean y de las que no se pueden desvincular. La incertidumbre futura que ha empezado a rondar las oficinas de los altos ejecutivos colombianos es de tal naturaleza que muchos de ellos no saben de qué manera afrontar tamaño reto organizacional. Infortunadamente, aún no han despertado del marasmo en el que vivimos y siguen decidiendo sin contar con los suficientes elementos de juicio que si bien no les elimina el riesgo al menos sí se los reduce de forma considerable.

Esta preocupante situación es más grave aún por cuanto las pocas que han intentado aproximarse a sus particulares circunstancias, lo han hecho apuntaladas en obsoletas concepciones gerenciales y administrativas que sólo les han producido informaciones inexactas, caducas y sobre todo estériles. Aún se siguen apoyando, ya sea en deslucidas cifras oficiales que por evidenciar profundas debilidades metodológicas y claros sesgos políticos las han hecho imprecisas e inverosímiles, o ya sea en las clásicas encuestas que por su carácter deductivo terminan sólo corroborando lo que el investigador ha previsto con anticipación, pero sin detectar la verdadera dinámica que los mercados de hoy experimentan de manera cotidiana.

De ahí se deriva la imperativa necesidad de diseñar e implementar dinámicos sistemas de información organizacionales (SIO) que mediante la recopilación permanente de datos del contexto que les es propio, sean utilizados para decidir sobre el sendero estratégico y operativo que se deba

recorrer. Tales sistemas deberán estar sustentados en adecuadas rigurosidades metodológicas respaldadas por sólidos fundamentos epistemológicos, en una inevitable sistematicidad en la recopilación y procesamiento de la información, y sobre todo, en un contundente respeto por los hallazgos aunque éstos puedan parecer extraños e inadmisibles.

Esta responsable tarea organizacional demanda, por supuesto, abordar otros procesos no siempre tan ortodoxos como a los que nos hemos acostumbrado por cuenta de su pasmosa y mecánica repetición que ha terminado por brindarle un aparente carácter científico. Se trata de estructurar armónicamente las diferentes fuentes de información que, tanto desde lo interno como desde lo externo, alimenten, enriquezcan y respalden cada decisión, debiéndose reconocer la gran cantidad de datos que en el interior de la organización se produce –muy a menudo caricaturescamente despreciados–, y adecuando los diferentes sistemas de vigilancia estratégica del comportamiento de los mercados desde su propia dinámica que detecten las diferentes tendencias, ya sea desde la llegada de nuevos competidores o desde la salida de algunos de ellos. Por ello, recurrir a las bases de datos que circulan en las distintas redes sectoriales ya no es un atributo diferenciador de algunas organizaciones, es un imperativo estratégico de supervivencia en el largo plazo.

Y si la tarea se antoja embrollada cuando se trata de dilucidar de manera creativa la forma y el contenido de la información producida en el interior, es potencialmente mucho más intrincada cuando se intenta una aproximación a la realidad externa en la que los diferentes agentes del mercado interactúan en pro de sus propios intereses. Por ello pretender construir esta información primaria sólo a partir de lo que el investigador intuye desde su propia e íntima experiencia y conocimiento no parece ser el mejor camino, sobre todo porque en su particular accionar investigativo sus informantes sólo se limitan a confirmar lo que en su recorrida experticia él ha supuesto con antelación.

Aunque suene impertinente e iconoclasta, esta labor es mucho más compleja de lo que muchos imaginan dado que en el núcleo del mercado se encuentran personas con todas sus humanas características y no instituciones etéreas y sin forma. Así, dimensionar el entramado social erigido alrededor de los actos de intercambio de beneficio mutuo, las interacciones que se materializan en su concreción y, los impactos sociales y personales que se generan, exige abrir los

espacios mentales del investigador, cincelados bajo una única mirada por muchos compartida. Se le impone la obligación de adentrarse en ignotos y sorprendentes laberintos que demandan de su parte una alta tolerancia a la incertidumbre. Le implica recurrir a su irrenunciable capacidad de asombro para que desde la óptica del mercado –desde su intrínseca esencia–, sea capaz de desprenderse de sus preconcepciones para asumirse desde la posición del indagado, desde la mirada del “otro”, de quien es sometido al proceso de consulta, de análisis y de comprensión de sus propias circunstancias.

Como puede verse, la concepción e implementación de un sistema de información organizacional (SIO), ágil, actualizado y oportuno, se ha erigido en uno de los titánicos retos que históricamente han debido asumir las organizaciones de hoy. Su concreción ha sido inaplazable, transformándose en un verdadero factor de diferenciación y una condición para su supervivencia. Definir y poner en marcha uno que se adapte a las especificidades de cada mercado y de cada realidad organizacional, es una labor estratégica impostergable, no importa a qué tipo de procedimiento se recurra.

DAGOBERTO PÁRAMO MORALES  
*Editor*