

Gestiona tus activos, y conviértete en "liberado" en la economía digital.

26/04/1999. Mensaje núm. 422

En uno de aquellos artículos que pueden hacer historia, Thomas Malone y Robert Laubacher presentaron hace unos meses unas sugerentes ideas sobre la "economía de los liberados" (e-lancers), traducción que me atrevo a proponer para el término "e-lance economy" que ellos utilizaron (el artículo se publicó en el número de septiembre-octubre 1999 de la Harvard Business Review).

La idea es simple. La economía a la que vamos, o mejor, en la que ya estamos en muchos países, es una economía no basada en la "empresa" sino en el "individuo". En una economía en la que lo importante son las ideas, podemos pensar en la empresa como en una "confederación de emprendedores, unidos por una marca". O sea, cada cual sabe de algo, utiliza la empresa para coordinarse con los demás, para poder aplicar sus conocimientos, gracias al "paraguas" de la marca de la empresa a la que "vende" su know-how.

Uno puede pensar que esta es una descripción que no encaja con lo que ahora está haciendo... especialmente si uno está en estos momentos en un trabajo muy rutinario. Pero, un análisis de por qué las empresas han necesitado de estructura para funcionar (análisis que se hace en el artículo), muestra cómo en la era de las comunicaciones, una "empresa" (una marca, de hecho) puede "lanzar" a la Red su propuesta de colaboración a emprendedores individuales (free-lancers) o a pequeños grupos, todos ellos con know-how específico, que se unirían en una especie de organización virtual para llevar a cabo el proyecto en concreto. Y que para llevar adelante una empresa ya no es preciso mantener pesadas estructuras como se ha venido haciendo desde la era industrial.

El artículo propone un ejemplo que ya está ocurriendo, y que creo que aclara las cosas. Se trata de cómo se llevan a cabo las grandes (costosas) películas en estos momentos. La idea de un estudio con actores, directores, guionistas, etc, todos a sueldo, ya está desfasada. Una gran parte de los componentes del equipo que hace la película se "gestiona" a sí mismo como empresa, y en el caso de los actores y directores, se gestionan incluso como "marca". El equipo se une para el proyecto, lo desarrolla, y después a otra cosa...

Si este ejemplo no gusta, piénsese también en el caso de la industria automovilística (que se explica en el artículo con cierto detalle), que era antes el paradigma de la concentración ("nosotros lo hacemos todo") y que ahora deviene una industria de ensamblaje de know-how. El fabricante se dedica básicamente a gestionar la marca, y para llevar a delante sus proyectos contrata a otras empresas, por ejemplo, contrata a los mejores diseñadores del mundo, que puede que no estén en su nómina (y que a su vez se encargan de construir "su" equipo), las diferentes partes de un automóvil están fabricadas por distintos "expertos", empresas que son contratadas por saber hacer lo que hacen como nadie sabe hacerlo (aparte de ser muy competitivas en sus precios, quizás), mientras que otros se dedican a ensamblarlo.

Si el artículo está en lo cierto, veremos como "las empresas grandes, permanentes, dejan paso a las redes flexibles, temporales, de individuos", cada uno con un know-how específico, o sea, con una serie de activos intelectuales, que está dispuesto a "vender" a cambio de algo. El mercado sería, pues, un mercado de conocimientos...

Yo conozco algunas personas que ya trabajan de acuerdo con este esquema. Uno es iluminador de spots publicitarios. Uno de los mejores de Europa. Gestiona su

persona como quien gestiona una empresa. Le llaman porque es el mejor. Y no necesita trabajar para nadie en concreto. No hay horarios, no hay sueldo. Hay gestión de sus activos, de su persona. Otra amiga mía trabaja de traductora, y desde que ha decidido trabajar por su cuenta, tiene más trabajo del que puede absorber. Y más y más ejemplos que vosotros me podrías contar...

Puede parecer que esto solo es posible si eres uno de los "escogidos". Pero si pensamos un poco, veremos que cada uno de nosotros sabe hacer algo bien, mejor que los otros. Y que un "mercado" de conocimientos, un lugar donde pusiéramos nuestros activos a la vista de quien los precisara en un determinado momento, podría funcionar. Y más en una era de "mercados digitales" como la que estamos empezando a experimentar. Todo ello, claro, si es cierto que lo que más se va a valorar de nuestro trabajo no estar sentado en una mesa, sino las ideas que podamos aportar... cosa que va a ocurrir de todas formas en el futuro, estoy seguro....

Mira por donde, de todo este tema trata justamente el artículo de Peter F. Drucker en la Harvard Business Review de este mes (marzo.abril 1999). El título lo dice todo: "Managing oneself", y hay un resumen en <http://www.hbsp.harvard.edu/products/hbr/marapr99/1999204.html>. Si no conocéis a Drucker, es posiblemente la persona que más ha contribuido a definir el campo del "management" en los últimos 30 años. Y en este artículo, escrito desde la experiencia de muchos muchos años (Drucker tiene más de 80), el autor dice que el éxito de cada uno depende, precisamente, de entender cuales son tus "fortalezas", y de aceptar proyectos en los que puedas desarrollar al máximo esas virtudes. O sea, analízate, determina "en que eres bueno", y aplícate a encontrar "donde poder aumentar esas capacidades".

Una verdadera revolución, puesto que a la mayoría nos es más cómodo creer todavía en "mamá empresa" (si no en "mamá gobierno", que aún puede ser peor...).

Y lo mismo se decía, me permito recordar, en las conclusiones del libro "BLUR, The speed of change in the connected economy", de Davis y Meyer, cuando decían que, aparte de lo que hagan en tu empresa para adaptarse y responder al reto de la economía digital, lo mejor que puedes hacer es "BLUR your life". Se decía mucho de lo que hemos dicho en este mensaje. Véase el web del libro en <http://www.blursight.com/home/index.asp>

Habrá que atreverse... Y para empezar, habrá que pensar en qué somos buenos, y si podemos vivir de ello...