

¿Porqué David venció a Goliath?

Todos conocemos la historia bíblica, pero quizás no hemos reflexionado sobre las lecciones que este relato tiene para el mundo empresarial. Aquí van un par de reflexiones para las organizaciones tradicionales chilenas: los Goliaths de nuestro mundo empresarial.

Los filisteos desafiaron a los israelíes a presentar un campeón que luchase contra su héroe, el gran Goliath, para así dirimir la contienda entre ambos pueblos. Sólo David se presentó voluntario. Y lo hizo porque se lo pidió el Señor. David, un simple pastor, asumió un rol que le era ajeno y se atrevió a luchar en absoluta inferioridad de condiciones, porque sabía para qué lo hacía, tenía un sentido de propósito que le transcendía: salvar al pueblo de Israel. Había un motivo que le movilizaba a ir mucho más lejos de lo que sus pequeñas ambiciones personales le habrían llevado nunca. Mientras que para David había un sentido de propósito tan poderoso que le llevaba a arriesgarse más allá de toda lógica, para Goliath era una batalla más.

Hoy en día, cuando se les pregunta a los empresarios para qué existe su empresa, la inmensa mayoría contesta que para aumentar las utilidades y el valor para el accionista. Meras motivaciones transaccionales. Ganar dinero es una finalidad fundamental para una empresa, pero no es un propósito que aglutine, cohesione y diferencie de la competencia. Aumentar la rentabilidad no es algo de lo que los trabajadores suelen sentirse orgullosos como para comentarlo en un asado o publicarlo en las redes sociales, tampoco los lleva a desafiarse para ir más allá de las pequeñas metas individuales y cortoplacistas.

Como decía Nietzsche los seres humanos somos los únicos animales que necesitamos dar sentido a nuestra vida y desgraciadamente las empresas tradicionales no son espacios donde los trabajadores puedan encontrar ese sentido de propósito. Los que lo encuentran lo hacen muchas veces fuera del trabajo, en una iglesia, en una ideología política o en un equipo de fútbol, al que sí le son fieles.

Hoy en día las empresas digitales y la mayoría de las Startups se constituyen alrededor de un sentido de propósito. Es decir, un propósito que lleva a sus equipos y también a sus clientes a soñar con mejorar algún aspecto relevante para la sociedad. Se genera así un vínculo relacional e incluso trascendental. Por ejemplo, Patagonia define que su empresa "hace negocios para así salvar el planeta en el que vivimos". De esta manera la actividad empresarial tiene un fin superior, que va más allá de ganar dinero, y eso genera lealtad, compromiso y motivación. Las Startups y las empresas digitales ya establecidas son como David, saben para qué existen y porqué deben arriesgarse mucho más de lo que el sentido común y el cortoplacismo aconsejan.

El otro motivo por el que David venció fue de carácter estratégico. Cuando los israelíes le ofrecieron la armadura, el escudo y la espada, David los rechazó. Sabía que no tenía ninguna posibilidad de competir con Goliath en su terreno, por lo

que prefirió desafiar las reglas del juego y usar sus propias armas: su agilidad, su talento con la honda y el factor sorpresa. Y esto mismo están haciendo las empresas digitales: están optando por estrategias competitivas que se basan en cambiar las reglas del juego.

Mientras los taxistas se quejan de que Uber no cumple con la legalidad, y esperan que el estado los limite o incluso prohíba, ellos ya se han quedado con una gran cuota de mercado. Mientras los bancos le piden a la Superintendencia que intervenga, las Fintech ya se están quedando con el mercado de las remesas. Mientras los hoteles se quejan del alquiler por parte de particulares, Airbnb y Home Exchange crecen exponencialmente. Y así en todas las industrias.

El mundo empresarial está lleno de Goliaths, grandes y fuertes, que desprecian a los Davids, mucho más digitales, ágiles e innovadores. Y probablemente los seguirán despreciando hasta que reciban una pedrada en la frente.