

Reconstruyendo empresas como comunidades

escrito por Vladia Ionescu | noviembre 24, 2019



Según el artículo "[Rebuilding Companies as Communities](#)" [*Reconstruyendo empresas como comunidades*] escrito por Henry Mintzberg en Harvard Business Review, la crisis económica no ha afectado únicamente, como ya sabemos, a nuestra capacidad de adquisición de bienes, las oportunidades de encontrar un trabajo o la calidad de algunos puestos, sino que también ha conllevado a una "depreciación en las empresas de la comunidad", haciendo

que sea más importante ser el/la CEO (Chief Executive Officer -en inglés- o el máximo responsable de la gestión de una empresa) en detrimento de los recursos humanos, lo que hace que las personas seamos meros productos dentro de la cadena de trabajo.

El análisis llevado a cabo en la investigación se ha centrado en el mercado americano, país en el que el gobierno ha rescatado las grandes empresas y corporaciones que han sufrido con la crisis, y concluye que las empresas necesitan involucrar más a sus trabajadores y trabajadoras, dando un giro importante, pasando de que sus CEO dejen de ser jefes/as a ser líderes.

Tal y como se subraya en el artículo y como venimos viendo en diferentes artículos de este medio, las personas somos "social animals" o animales sociales, lo que significa que trabajamos en comunidad. Pero ¿qué significa comunidad o ser comunidad? Según Mintzberg, *"comunidad significa preocuparse por nuestro trabajo, nuestros colegas y nuestro lugar en el mundo, geográfico y de otro tipo, y a su vez inspirarse en este interés"*. El autor también ejemplifica prácticas de éxito que se han llevado a cabo en empresas como Toyota, Semco (Brasil), [Mondragón](#) (España) o Pixar.

Como claves para que una empresa consiga cuidar e involucrar a sus recursos humanos y trabajar en comunidad, se destacan los siguientes: 1) la construcción de la comunidad en una organización puede comenzar mejor con pequeños grupos de gerentes comprometidos; 2) el sentido de comunidad se arraiga a medida que los gerentes de estos grupos reflexionan sobre las experiencias que han compartido en la organización; 3) las ideas generadas por estas reflexiones desencadenan naturalmente pequeñas iniciativas que pueden convertirse en grandes estrategias, y 4) a medida que estos equipos iniciales promueven el

cambio, se convierten en ejemplos para otros grupos que difunden la comunidad en toda la organización.