

El estilo Google para los demás mortales

Vera Sánchez, Alexis

2016-03

<http://hdl.handle.net/20.500.11777/2410>

<http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf>

EL ESTILO GOOGLE PARA LOS DEMÁS MORTALES

**Por: Mtro. Alexis Vera Sánchez*

Las oficinas de Google en Mountain View, California, se han vuelto globalmente famosas por su originalidad, atrevimiento y enfoque divertido. Ahora muchas empresas y organizaciones quieren hacer lo mismo: poner columpios, mesas de juego, sofás, pelotas, café y bocadillos gourmet (etcétera) para todos los empleados con la esperanza de estimularlos para mayor productividad. Finalmente, a Google le está dando resultado. Otras empresas sienten que eso es demasiado atrevido, costoso, innecesario e improductivo. Las organizaciones más conservadoras piensan que se trata de una moda que algún día pasará y las empresas más innovadoras piensan que ese es el futuro de la oficina. ¿Quién tiene razón?

La llamada nueva economía trajo muchos cambios al mundo del trabajo y también generó un nuevo tipo de empresa: la basada en el trabajo de los “creativos inteligentes”-como les llaman en Google a los científicos de la computación- que inventan nuevas soluciones y productos que aceleran la transformación del mundo. De acuerdo con los altos directivos de Google, este tipo de empleado requiere un nuevo ambiente de trabajo para hacer magia. Son personas que no gustan de la distancia jerárquica ni de estructuras organizacionales rígidas. Son profesionales automotivados para crear el siguiente gran invento que revolucionará el mundo y, por tal, no necesitan supervisión. Al contrario, entre menos se metan sus jefes con ellos, más productivos son. Google lo entendió rápido y actuó rápido. Sus fundadores (exprofesores de alto calibre) vieron que los creativos inteligentes necesitaban la libertad que todo alumno brillante debiera tener para elegir su propio tema de investigación y plantear una ruta crítica para alcanzar sus objetivos. Entonces los directivos de una empresa -así como los buenos maestros de una gran universidad- deberían fungir más como coaches que como micro-managers.

Pero este innovador enfoque de Google no aplica necesariamente a todas las organizaciones. Lo que puede ser muy productivo para Google puede ser desastroso para otras empresas donde -por ejemplo- la ejecución sin error es crítica, como en el caso del control aéreo en los aeropuertos. Es útil entonces hacer un análisis estratégico de la cultura organizacional que se requiere para tener éxito en el sector donde se desarrolla la empresa, antes de imitar las mejores prácticas.

El autor es profesor de la **Universidad Iberoamericana Puebla**.

@veraalexis

Este texto se encuentra en: <http://circulodeescritores.blogspot.com>

Sus comentarios son bienvenidos