

EDITORIAL

Cultura del chisme y gestión empresarial

Por: Lilia Mendoza Vega¹

<https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.33.11155>

Deborah de los Angeles Rodríguez y Arregocés no podía creer que finalmente ocupaba la gerencia de su organización. El camino para llegar hasta ese punto fue largo.

Recordó sus inicios como operaria en la fábrica y asistente del almacén, cuando carente de todo escrúpulo y valiéndose de su mirada inocente, engañó a un supervisor y ganó su confianza con el único propósito de obtener su puesto.

Luego fueron quince años en el puesto de supervisora. Hasta que usando las artimañas que aprendió observando a su padre, un militar retirado –como grabaciones y fotos incriminantes, entre otras–, Deborah logró chantajear a Purita, la hija del accionista principal de la organización *INSPIRATION*, Don Manolo Rodríguez Pimiento, para obtener el cargo de la gerencia, amenazándola con exponer su amorío con un vigilante de la empresa frente a todo el personal de producción, empaque, finanzas y servicio al cliente.

A Purita poco o nada le importaba que su padre supiese de sus andanzas. Lo que le angustiaba era que su esposo, Esteban, se enterara de la situación. Aunque su temor no provenía del amor... sino de la magnitud lo que arriesgaba. Entre las capitulaciones que Purita firmó antes de casarse, aceptó perder su derecho a la fortuna de los Rodríguez Pimiento y a la mitad de las acciones de *INSPIRATION*, de comprobársele una infidelidad.

Inicios

Al posesionarse en su cargo, Deborah comenzó estableciendo el llamado: “régimen devorador” o “régimen del terror”. Y para tal fin contó con la ayuda de su inseparable amiga, Segismunda Ferrer, quien se encargaba de vituperar a Deborah frente a los empleados de mercadeo, finanzas y servicio al cliente, con él propósito de provocarlos a generar sus propias críticas, hasta desahogarse sobre la continua explotación a la que eran sometidos desde la llegada de Deborah. Una vez incitados por Segismunda, algunos empleados eran grabados manifestando su descontento y revelados ante Deborah, quien en su rol de gerente los despedía sin dar motivos. Las vacantes eran ocupadas sólo por amigos de ella, sin importar sus competencias o cualificaciones.

La empresa

INSPIRATION se dedicaba a la comercialización y exportación de productos medicinales derivados del Cannabis, cultivado en las fincas “La Abundancia”, ubicadas en varios municipios de Cundinamarca, Bolívar, Atlántico y Quindío. La mayor parte de sus productos eran exportados a Estados Unidos y Suiza, y la empresa era considerada como una de las más rentables de la región, pero se reportaba mucha rotación de personal derivada de su clima organizacional.

¹ Docente y coordinadora de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Libre, seccional Barranquilla. Editora Revista *Dictamen Libre*. liliam.mendozav@unilibre.edu.co. ORCID.: <https://orcid.org/0000-0001-9384-6395>

La situación

Ante las continuas quejas en los últimos dos años de los clientes extranjeros, el presidente de *INSPIRATION* decidió despedir a Deborah y ella luego se enteró que Segismunda desprestigiaba su gestión, no sólo ante sus compañeros de trabajo, sino ante los directivos de la empresa e incluso ante los clientes, provocando múltiples protestas sobre su gestión.

Segismunda no terminó como gerente de la compañía, pero se le encargó la supervisión del personal cultivando el Cannabis en La Abundancia, quienes no sufrían con el “régimen devorador” en *INSPIRATION*, pero carecían de motivación y descuidaron la calidad del producto. Por otra parte, Segismunda inició un negocio clandestino con la competencia local, vendiéndoles materia prima del Cannabis a espaldas de los dueños de la compañía.

Al exponerse esta situación, Segismunda fue despedida de la empresa, pero no antes de generar pérdidas millonarias a la compañía y desmotivar a los empleados.

Reflexión o análisis

Aunque este fue un caso hipotético, es triste afirmar que en muchas organizaciones latinoamericanas, los gerentes, lejos de tomar decisiones debidamente analizadas, teniendo en cuenta las herramientas de sistemas de información gerencial –como Balanced Scorecard, la Teoría de Restricciones, Lean Manufacturing, o el viejo y útil, análisis DOFA–, prefieren dejarse llevar por el chisme, convirtiéndose éste en el principal impulso de toma de decisiones empresariales.

La decisión de usar el chisme como principal impulso de toma de decisiones no es nueva, de hecho, los británicos utilizaron el chisme como un arma en su enfrentamiento con los alemanes en la década de 1940, difundiendo el rumor de que en Inglaterra habían creado un líquido inflamable que podía arder sobre la superficie del mar, con el ánimo de debilitar las estrategias de guerra alemana. Podríamos considerar el chisme como un arma poderosa, no solamente en la guerra sino también en las organizaciones, sobre todo para beneficio de la competencia.

En el caso de estudio el chisme debilitó la productividad y eficiencia de la organización. Según la RAE (2023), el chisme se define como una “noticia verdadera o falsa, o comentario con que generalmente se pretende indisponer a unas personas con otras o se murmura de alguna.”. Mancilla (2023), considera que el chisme deriva en una situación donde no se pretende ayudar a la persona de la que se habla.

A manera de conclusión

Es evidente que el chisme origina malestar en los equipos de trabajo, lo cual conlleva a una disminución en la productividad, aumento de rotación del personal y hasta el deterioro de la salud mental y física de los trabajadores.

Prohibir el chisme originaría el efecto contrario, pero es posible servirse del mismo para mejorar un clima organizacional, propiciando la comunicación asertiva y estrecha dentro de un grupo con sesiones de trabajo en equipo. Compartir la misión, la visión y las estrategias de la organización no sólo de manera formal, sino en los encuentros informales frecuentemente suele tener más efectividad.