



OPINIÓN

José María Torres

Empresas con valores

Las organizaciones son entes vivos que tienen muchos paralelismos con los seres humanos que las componen. Ahora mismo, la gran mayoría de empresas no piensan en cuál es el impacto real que tienen en la sociedad. Su día a día está gobernado por el estrés, la hipervelocidad y el automatismo. No tienen tiempo para la reflexión y sí un obsesivo afán de lucro en el corto plazo. El gran reto que propone la economía consciente es que las empresas promuevan la actividad económica desde la sostenibilidad, sin renunciar a la rentabilidad. Los negocios han de estar al servicio de la sociedad, generando productos y servicios que satisfagan necesidades, que creen riqueza social y generen empleo.

La verdadera ventaja competitiva está en los valores, que deben trasladarse a todos los miembros de la empresa, desterrando las prácticas egoístas de los últimos años, que nos han llevado a la crisis global que todos conocemos.

Un primer pilar común es el de los valores humanos con el impulso de políticas de formación continuada adaptada a las

Los negocios han de estar al servicio de la sociedad y generar productos que creen empleo

necesidades de los empleados, políticas de contratación en la que se incluyan contratos fijos, contratos a personas discapacitadas o a personas de más de 45 años, políticas de participación donde la empresa haga con-

sultas en relación a decisiones estratégicas y tenga mecanismos para recibir sugerencias con sistemas de estímulos, políticas de conciliación de la vida laboral y familiar, y políticas de seguridad y salud en el trabajo. Otro pilar es el respeto al medio ambiente, en el que es fundamental que las organizaciones incorporen un sistema de gestión ambiental y tengan políticas de reutilización y ahorro de recursos. Y un tercer pilar es el de la contribución a la sociedad: por un lado es importante ofrecer plazas para la realización de prácticas, apoyando así la formación y la educación, y por otro es clave la acción social con soporte técnico o financiero a ONG y el patrocinio de actividades culturales o de ocio para la población. Las empresas tienen que cambiar su objetivo vital de ganar dinero por el de crear riqueza, convirtiendo la ética en sinónimo de rentabilidad.

La sociedad actual quiere un enfoque más humano y sólo serán competitivas en el medio y largo plazo las empresas que incorporen estos valores. Las que no lo hagan acabarán generando rechazo y dejarán de ser rentables.

Presidente ejecutivo del grupo Numintec