

DÓNDE ESTAMOS Y HACIA DÓNDE VAMOS

En un mundo marcado por el mercantilismo, la cuenta de resultados, la competencia, el alza de los beneficios como objetivo fundamental para mantener los puestos de trabajo, la precariedad de las contrataciones laborales, los efectos de una crisis económica, que normalmente afecta más a los más débiles, los índices de paro tan alarmantes, la cultura del tanto tienes tanto vales, es decir, el reconocimiento por lo material, de ahí los altos índices de consumo y de endeudamiento, basar el desarrollo personal y el éxito en la capacidad competitiva frente a los demás; la aceleración de una forma de vida basada en las prisas, la inmediatez de las respuestas comerciales, el cortísimo plazo en los planes de desarrollo empresarial; los efectos de un mundo globalizado que no acierta a erradicar las miserias de millones de criaturas, las terribles diferencias entre los que todo lo tienen y los que no tienen nada, lo que provoca la injusticia más alarmante de este mundo que hablamos (con una década del siglo XXI ya consumida), donde la vida en sí misma parece que cada vez tiene menos valor... Pues bien, en este contexto actual, aunque no nos guste mucho y podamos estar en desacuerdo en algunos de estos criterios, creo que hemos de hacer una profunda reflexión respecto a dónde estamos y hacia dónde vamos. Y me consta que hay ya muchas voces muy cualificadas que se dejan oír, reclamando esta llamada de atención respecto al rumbo que toma este mundo tan convulsionado, tan cargado de contradicciones e injusticias que afectan a tantos pueblos marginados y explotados en el corazón de esa globalización.

Cuando a nivel empresarial nos planteamos cómo enfocar la gestión más adecuada para lograr los mejores resultados, ¿qué importante es que todos los implicados en el desarrollo de esa gestión se sientan integrados y comprometidos en sus logros! Porque la reflexión que trato de hacer respecto a los indicadores de macroeconomía, de políticas globalizantes, de sociedades en desarrollo, y de todas esas variantes de repercusión nacional e internacional a las que antes me refería y que afectan a grandes poblaciones de nuestro mundo actual, es extrapolable al análisis que podemos y debemos hacer sobre la estructura de nuestras empresas, en su forma de gestionarse, en la manera de participar todos sus integrantes económicos, técnicos, sociales y laborales. De ahí la importancia que adquiere, en esa gestión, la claridad de ideas, la transparencia, la manera de tener en cuenta la realidad de los factores humanos que contribuyen al crecimiento de la empresa que debe ser, a su vez, el desarrollo de las personas que constituyen sus recursos humanos.

Cuando se habla de crisis, y se ha hablado mucho y lo que aún queda por hablar, las consecuencias de todos esos desajustes económicos afectan a empresarios, consumidores, profesionales, incluso a la aplicación de una política social y presupuestaria en los Estados y Entes Públicos... Se ha de tener en cuenta que, hoy en día, tampoco antes, no podemos disociar ninguno de los factores que desencadenan esta y todas las crisis. Sólo hay que mirar nuestra realidad y valorar el mapa de la economía y de todos los componentes que se relacionan con ella: humanos, sociales, ambientales, políticos... Es como si se hubieran unido todas las fuerzas negativas que pueden destruir la estabilidad, la confianza, la credibilidad y la esperanza en un mundo mejor. Incluso se ha llegado a situaciones de profunda alarma en la sociedad, en la política y en el sector de las grandes, medianas y pequeñas empresas. Las entidades financieras tampoco se han escapado de esta alarma; sólo basta evaluar los flujos millonarios que han inyectado los gobiernos para mantener la solvencia y la confianza de las mismas. Por esta razón, considero extrapolable a la gestión empresarial todo este proceso negativo que puede desembocar en la desaparición de algunas de ellas, y así ha ocurrido.

Ante un panorama como el descrito, es preciso recurrir a la toma de conciencia de lo importante que son las personas que conforman la realidad empresarial: directivos, profesionales, empleados, clientes, proveedores... Lo humano es lo que puede ayudar a salir de situaciones tan complejas como las que vivimos. La historia de la humanidad nos ha demostrado siempre que son las personas, el esfuerzo conjunto y solidario de las personas, las que hacen posible los logros de superación para reconvertir un desastre en otra realidad nueva, más creativa y productiva. Esa es la actitud que puede provocar el fortalecimiento de las empresas, implicando a todos sus recursos humanos, valorando la realidad de los mismos en todo su contexto profesional, social y familiar; fomentando la participación activa y comprometida de los hombres y mujeres que pueden dar credibilidad a la empresa.

Humanizar las relaciones en todas sus variantes. Sí, humanizar. No centrar el interés y el beneficio personal a costa del esfuerzo de otros. No ubicar en el centro de la vida la idea de poseer, tener, acumular... riquezas y bienes, poderes y privilegios..., a costa de sacrificar la ética y los valores humanos, precisamente aquellos que pueden ayudarnos a tomar conciencia de que somos personas, capaces de pensar por sí mismos. No utilizar el engaño, la confusión, las sutiles palabras que provocan la desorientación del propio discernimiento, de poder tomar las propias decisiones. Una empresa con unos recursos humanos formados y capaces de vivir coherentemente el sentido de la responsabilidad social y humana, puede revolucionar el

criterio de productividad y de mercado. A través de la publicidad, muchas veces sugeridas por las mismas organizaciones, creo que se ha vendido mal el mensaje de lo que significa una participación real, auténtica, en los diversos niveles de gestión, en cómo hacer creíble y transparente, desde la dirección hasta los puestos profesionales más modestos, eso que venimos llamando “desarrollo personal y de la empresa”. Y se vende mal porque una cosa son las palabras y otra son los hechos. Una cosa son los mensajes subliminales que dan una buena imagen política de la empresa, y otra muy diferente es cómo se lleva a cabo esa realidad en el día a día. Honestidad y coherencia, humanizar las relaciones en el marco de una comunicación transparente y clara, fomentar y fortalecer la corresponsabilidad...; son algunos de los valores éticos que pueden ayudarnos a lograr un crecimiento estable a corto, medio y largo plazo. Las prisas, la improvisación, la voraz competitividad a cualquier precio..., no nos ayudarán a conciliar estos valores ni a conseguir que las personas se sientan felices con lo que hacen.

En esta reflexión no pretendo dar una visión negativa del comportamiento empresarial, pues reconozco el esfuerzo que muchos profesionales hacen por aplicar estos criterios de buen hacer. Ahora bien, considero muy necesario pararnos a analizar con objetividad dónde estamos y hacia dónde vamos ¿Podemos, entonces, definir cual es el futuro que nos espera?

José Olivero Palomeque
Agosto 2010