

TRIBUNA



OTRA FORMA DE HACER NEGOCIOS

EUGENIO DE ANDRÉS

Cuenta una vieja leyenda sufi, que una anciana hechicera se encontraba muy alterada por haber perdido uno de sus talismanes. Estuvo todo el día buscando el preciado objeto sin éxito, y cuando la noche cayó sobre el poblado, la mujer comenzó a gritar pidiendo auxilio. Una gran cantidad de personas acudieron y la hallaron de rodillas buscando entre la maleza, cerca de la gran hoguera de la cabaña del jefe. Todos se pusieron a ayudarla, y batieron aquel terreno palmo a palmo. Tras varias horas de infructuoso esfuerzo, uno de ellos le preguntó a la hechicera: 'Aquí no hay nada, ¿seguro que lo has perdido cerca de la hoguera?'. 'No' contestó secamente. Sorprendido el hombre le preguntó 'Entonces ¿por qué buscas aquí?'. La vieja le miró fijamente y le contestó: 'Porque es donde está la luz'.

El profesor Javier Fernández Aguado en el prólogo del libro que acabo de publicar junto a Daniel Primo, *Sé InnovadoRH*, decía: «No creo en la afirmación mil veces repetida de que 'un mundo mejor es posible'. Soy un ferviente creyente de la posibilidad de contar con miles de micromundos mejores». Esta idea me cautiva. Si la unimos a la noticia de que se necesitaban 500.000 nuevas empresas para solucionar los problemas de la crisis, creo que se evidencia su fuerza. Está claro que de la situación actual sólo podemos salir haciendo cosas nuevas. Los viejos paradigmas no nos han traído nada bueno, y no van a ser un apoyo para levantarnos. Necesitamos innovar, reinventarnos, pero también un estilo nuevo, una nueva forma de hacer negocios. Necesitamos iniciativas que permitan un desarrollo económico, pero transformando su entorno, mejorando su micromundo, ofreciendo valor no como retorno, sino como vocación, entendiendo a las personas como un fin y no cómo un recurso, y desde luego, con unos valores que guíen con mano firme su rumbo.

En el pasado solía pensarse que el fin último de cualquier empresa era la consecución de resultados económicos positivos y la obtención de una suficiente solvencia financiera. En nuestros días (más competencia, nuevos perfiles de consumido-

res y con mayor conocimiento, nuevos canales, nuevos perfiles de empleados, globalización...) este enfoque se queda corto. Las prioridades han variado sustantivamente y todos los *stakeholders* que rodean a las empresas tienen expectativas adicionales, exigen nuevas formas de hacer, nuevos valores, nuevos fines...

El mundo empresarial está teniendo una evolución en el enfoque del negocio y en el fin de las propias organizaciones. Los criterios de eficiencia, productividad, coste-beneficio y utilidad en torno al capital invertido habían sido, inicialmente, las únicas medidas de éxito incuestionables, dentro del paradigma de un modelo empresarial de éxito.

Para bien de todos, se percibe bajo la corriente de pensamiento posmoderno, una tendencia de cambio liderada por las empresas comprometidas con unos valores, con una historia... que están optando por apostar por buscar una finalidad mayor de

NO PODEMOS BUSCAR LA SOLUCIÓN A LOS PROBLEMAS 'DONDE ESTÁ LA LUZ'

las empresas. Este fin sería la búsqueda del desarrollo integral, la dignidad y satisfacción de cada persona junto a las utilidades económicas y materiales.

Nos estamos acercando al cambio y renovación de la manera de pensar más tradicional, abriendo la posibilidad de la llegada de un modelo de organización con visión y sentido de aportación y vivencia de valores.

No podemos caer en la tentación de buscar la solución a nuestros problemas 'donde está la luz', 'donde siempre se ha hecho así', 'como lo hace todo el mundo'. Existe otra forma de hacer empresa, un modelo sostenible, que huye del cortoplacismo, que construye el presente mirando al futuro, que cree en las personas. Es momento de llevar nuestra luz a océanos azules, de crear nuevos espacios. Es momento de innovar y de mejorar nuestro micromundo, porque todos tenemos mucho que aportar. ■