



OPINIÓN

Cadena de valor, cadena de sentido

IGNACIO GONZÁLEZ



Estas palabras definen una manera de gestionar las empresas que entronca con el nuevo *management* que se está dibujando en el difícil entorno económico que vivimos.

Hace unos días, en el marco de las VI jornadas de Clade, reflexionamos sobre este concepto. Decía el director general de La Fageda, **Josep María Corblins**, en su intervención: "los hombres somos seres que necesitamos buscar el significado, el sentido a las cosas, sentir que lo que hacemos es útil e importante, y que pertenecemos a un proyecto común en el que nuestra participación es significativa".

Partiendo de esta reflexión profundizamos acerca de una manera distinta de gestionar las empresas que puede marcar el cambio. Estoy convencido de que las empresas tienen que crear valor para crecer y mantenerse en el mercado. Creo que este valor tiene que estar acompañado del dar sentido a cómo éste

se crea. En nuestra organización queremos dar sentido a la actividad de nuestras empresas no solo por lo que hacen sino por cómo lo hacen.

Debemos rechazar la visión excesivamente economicista que ha generado éxitos empresariales a corto plazo y que nos ha demostrado que estos modelos son insostenibles a largo plazo. No solo los mercados son los culpables de esta actuación, sino que los gestores empresariales también tienen algo de responsabilidad en todo lo que ha pasado.

No sólo tenemos que detenernos para reflexionar sobre los efectos económicos de la crisis actual, sino también en los daños colaterales que afectan a las personas: desde la desafección en el trabajo, pasando por la pérdida del compromiso y el hecho de cuestionarse valores básicos en el entorno empresarial.

Es evidente que la crisis actual nos deja una herencia con el interrogante de si será suficiente crear valor económico en las empresas para que las personas de nuestras organizaciones encuentren satisfacción y reconocimiento. Tenemos que pensar cómo dar sentido a su trabajo, porque solo así revertiremos en modelos más productivos y más respetuosos con sus personas y con su entorno.

Esa es una de las funciones de la responsabilidad social corporativa y de las tendencias del *management* en el nuevo entorno socioeconómico al que nos enfrentamos las empresas y al que tenemos que dar una respuesta adecuada.

Es un error pensar que por el hecho de crear valor económico, una empresa está generando bienestar social. Esto solo es posible si las personas que estamos al frente de las mismas pensamos en las consecuencias a largo

Las empresas tienen que crear valor para crecer y mantenerse en el mercado



plazo de los modelos económicos más que en los resultados a corto plazo.

Por ello las empresas tenemos que continuar apostando por dos aspectos críticos: el buen *management* y el papel de las personas en nuestras organizaciones. Son la clave del éxito en general y la apuesta del grupo Clade en particular.

Apostemos por otra manera de dirigir y gestionar las empresas. El buen *management* tiene

que basarse en unas buenas prácticas que persigan no sólo el éxito económico, sino que además estas buenas prácticas se hagan extensivas en la gestión de los procesos necesarios para la creación de valor, así como en la gestión de nuestra relación con los entornos sociales.

Asimismo, el papel de las personas en las empresas tiene que permitir que progresen y mejoren como seres humanos y como trabajadores. Su satisfacción y el compromiso es clave en el éxito de la empresa a largo plazo.

Para los gestores empresariales nuestro reto es permanente. Tenemos que traducir nuestros valores en comportamientos y reflejar nuestra estrategia en resultados.

Ese debe ser nuestro objetivo: continuar trabajando comprometidos con una manera de hacer empresa basada en las personas y en los valores para garantizar un éxito sostenible. De esa manera garantizaremos la supervivencia empresarial a largo plazo.

Una frase de **Cristóbal Colón**, el fundador de la Fageda, lo resume de manera fácil: "el sentido del trabajo es trabajar con sentido". ♦

Ignacio González, director general de Grupo Clade.