

Civisme empresarial

Josep Maria Canyelles*

Els valors de la societat actual, dels joves que avui s'incorporen al treball no casen bé amb els valors que encara manen a l'empresa. Però no solament entre els joves sinó que una massa creixent de persones altament vàlides no estableixen el lligam emocional amb la seva feina ni les complicitats que poden dur a l'excel·lència. Per a no instal·lar-se en la mediocritat, les empreses haurien de construir una nova cultura empresarial i organitzativa que encaixi amb els nous valors emergents al voltant del treball.

Fer l'esforç de seduir el màxim de persones amb la seva cultura corporativa és una manera d'incorporar-los a la cultura del treball i de l'esforç, fet que redundarà en positiu per a l'empresa però també per a la societat. Renunciar a fer pedagogia implica augmentar el percentatge de ciutadania del país que es desentén de la cultura del treball, que no s'incorpora a ple rendiment en l'economia del coneixement, fet que pot ser letal tant en la crisi actual com de cara a la projecció de futur.

Algunes empreses exclouen sense gaire contemplacions el personal que d'entrada no mostra una alineació precisa amb la cultura que l'empresa li proposa, afavorint que persones amb capacitats vegin com s'estreny el seu camí i vagin perdent la confiança en l'entorn productiu. Una política de terra cremada implica en darrer terme que s'accentui la pèrdua de centralitat de la cultura del treball, com explica molt bé Carlos Obeso en el seu llibre Treball i Valors. El significat del treball avui a Catalunya.

Algunes persones ja d'entrada van poder prendre l'opció d'apostar per altres vies de creació de valor, ja sigui per mitjà del cooperativisme o de les organitzacions socials. En certa manera, les entitats sense ànim de lucre, orientades al desenvolupament humà i social, han proveït durant un cert temps un espai de producció de serveis alternatiu al mercantil, que més enllà de la no lucrativitat ha tingut com a atribut significatiu el fet de basar-se en una cultura organitzativa més propera a les persones i als temps actuals. Les possibilitats que donava aquest marc institucional va fer que, per exemple, professionals de gran vàlua optessin per un compromís social tot i perdre les oportunitats de promoció i incentius que li podia donar l'empresa privada.

Ara trobem que algunes empreses han començat a canviar fonamentalment i que fins i tot es fixen amb aquelles organitzacions del tercer sector i l'economia social que disposen de trets de major excel·lència. Volen aprendre'n les característiques que fan que una persona pugui tenir-hi una implicació missional o fins i tot, en el cas del voluntariat, dedicar-hi hores de treball a canvi de res.

En contrapartida, també observem com algunes ONL han anat perdent els trets que les feien especials i que oferien oportunitats per al desenvolupament personal, amb unes cultures més àgils i adaptables. Fruit de la creixent necessitat de competir en el mercat, sovint amb condicions injustes, algunes han fet el procés invers consistent a captar aquells atributs més arcaics de les empreses mercantils.

Sigui com sigui, estem tots –privats, socials i públics– en una carrera pel talent, que no hauria de concebre's únicament des del punt de vista de captar el millor talent, sinó de desenvolupar el millor talent. La pregunta a fer seria: les persones que entren a treballar en una organització social, en una empresa o en una administració pública, com es troben al cap de cinc anys? Amb una cultura del treball més desenvolupada o amb una desconexió creixent? Aquesta és la pregunta que cada organització, cada sector i el conjunt de les forces productives del país s'haurien de fer, amb voluntat d'aprendre els uns dels altres i de millorar els valors nacionals per mitjà del desenvolupament de la cultura de la pròpia organització.

Parlar de la cultura organitzativa i del compromís de les empreses amb els valors ciutadans ens remet a conceptes com ciutadania corporativa, responsabilitat social, civisme empresarial, tots ells connectats si no sinònims. En moments com el que vivim hauríem de reflexionar-hi molt a fons i sota una perspectiva estratègica, no solament vinculada a l'empresa sinó als reptes del país.

A Catalunya hem tingut sempre una centralitat de la cultura del treball i de l'esforç. La mateixa intensitat de la vida associativa i la fortalesa tradicional de la societat civil en són un clar reflex. Ara podem caure en un relaxament, no només per hedonisme, sinó per manca d'adaptació de les organitzacions i per manca d'explicitar bé i promoure quins són els valors que ens calen per redreçar el país.

A les conclusions del llibre que hem citat, s'hi diu: "De fet, quan les empreses es queixen de la poca cultura de l'esforç dels joves que s'incorporen al treball (cosa que només és veritat en part), s'haurien de preguntar qui finança per mitjà de la publicitat aquests programes que són líders d'audiència".

Sols havent identificat bé els valors que ens calen i promovent que tots els agents hi siguin conseqüent podrem invertir la tendència. Sols amb l'assumpció d'una responsabilitat de cada part en el desenvolupament intern i en la promoció dels valors públics podrem construir un territori socialment responsable, laboralment compromès i econòmicament avançat.

Aquest article ha estat publicat a xarxanet.org (16-04-09)

* **Josep Maria Canyelles** jmcanyelles@collaboratio.net, promotor del *think tank* www.ResponsabilitatGlobal.com. Assessora empreses, governs i organitzacions. És assessor tècnic de la Cambra de Comerç de Barcelona. Col·labora amb l'Associació per a les Nacions Unides. Coordinador de la Comissió RS de l'Ass. Cat. Comptabilitat i Direcció www.accid.cat i col·labora amb diferents universitats. Promou **collaboratio**, iniciativa per als TSR