

TALLER PROMOCIÓN DE VALORES HUMANOS y SOCIALES EN LAS ORGANIZACIONES: UNA NUEVA MANERA DE HACER EMPRESA Universidad y Compromiso Social

“No estamos ante una época de cambios, sino ante un *cambio de época*”

(Leonardo Da vinci)

Muchas personas, especialistas de diferentes disciplinas incluyendo la economía, coinciden en que esta crisis no es sólo económica y financiera, sino que también estamos ante una crisis de valores.

Esto, unido al auge de las nuevas formas de relacionarse con el mundo y entre las personas que nos facilitan las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, lleva a esos mismos autores a afirmar que no es que estemos en una época de cambios, sino en un cambio de época.

Las organizaciones del futuro no serán las mismas que hemos conocido hasta ahora. Será difícil volver a los niveles de consumo que hemos mantenido la última década y que han estado al alcance de un amplio grupo de la población de los países occidentales. La satisfacción de la persona es uno de los factores que genera mayores beneficios a las empresas. No se trata, tan solo, de implementar una adecuada política de recursos humanos. Sino que hay que dar un paso más y promocionar el equilibrio personal de los trabajadores y trabajadoras perteneciente a la organización.

Las empresas que sobrevivirán serán aquellas que tengan una estructura sólida. Hoy por hoy, el tipo de personas que tengamos en la organización es lo que nos puede diferenciar de otras, lo que nos puede proporcionar valor añadido de manera significativo. La solidez se facilita con valores como el trabajo en equipo, la creatividad que genera innovación, la capacidad de unión en momentos de crisis, el compromiso con el proyecto, la visión de cambio social más allá de la obtención de beneficios... pero también con nuevos valores que están apareciendo en la escena: la justicia social, la cooperación, la búsqueda de la felicidad...

Así, las nuevas empresas se configurarán como agentes sociales que interactúan con más fluidez con el territorio con el que conviven. Tendrán un compromiso con el entorno en el que participa. Esto le puede proporcionar a la empresa un valor añadido que de mayor estabilidad a su actividad. Tendrá un mayor respeto por parte de la comunidad -potenciales clientes-, un mayor acercamiento a los mismos que le facilita información de primera mano, además de nuevos clientes. Una actividad empresarial irresponsable tarde o temprano se vuelve contra la propia empresa, como estamos viendo en la actual crisis económica.

Muchas organizaciones, especialmente las PYMES y las ONG´s tienen dificultades para tener una visión estratégica que les marque el camino. Suelen vivir en el día a día, tomando decisiones relacionadas con las situaciones que se les presentan en el corto plazo, sin tener una visión más allá de un año. La falta de reflexión en estas organizaciones conlleva una pérdida del valor de las mismas y una falta de consciencia sobre el conocimiento y el saber acumulado que van generando, sin saber claramente cuáles son sus fortalezas y sus debilidades.

Las organizaciones, ya sean públicas o privadas, con ánimo de lucro o sin él, se enfrentan a un nuevo reto, reinventarse y adaptarse a esta nueva época. El presente taller tiene como objetivo propiciar un nuevo enfoque sobre la situación actual, generar innovación y creatividad y plantear un modelo de gestión basado en valores humanos y sociales.