



knowsquare .

FRANCISCO ABAD JIMÉNEZ

12 DE ABRIL DE 2013

REFLEXIONES SOBRE GESTIONAR SIN DINERO

ARTÍCULO

knowsquare .

Privado y Confidencial

Prohibida su Distribución sin Autorización Expresa del Autor
y Know Square S.L.

Llevo unas semanas animando a debatir sobre la idea de gestionar sin dinero en distintos foros empresariales. Es uno de los temas elegidos este año por la Fundación Empresa y Sociedad, con la que colaboro, porque parece que será una de las características de la sociedad del futuro.

Más que una opción

Cuando presentamos el tema se suelen producir dos tipos de reacciones: Incredulidad en un primer momento y curiosidad después. A nivel particular, coincidimos en que lo más importante de nuestra vida ni se compra ni se vende. A nivel empresarial, en que los inicios de toda iniciativa emprendedora no están marcados precisamente por la sobreabundancia.

Siempre hace falta un cierto nivel de liquidez para financiar el proceso transformador en cualquier empresa, porque no todo se puede resolver sin dinero. Pero no es verdad que absolutamente todo esté basado en él. Parece que hoy emergen nuevas versiones del trueque tradicional, fórmulas de economía colaborativa o compromisos ciudadanos para asumir responsabilidades y tareas comunitarias. Por otro lado, algunas empresas empiezan a tomar posiciones ante tendencias como el cambio demográfico, la economía de la base de la pirámide, la nueva ciudadanía o el nuevo trabajo.

Por eso proponemos hacer el ejercicio de incorporar puntos de vista diferentes a los habituales en el pequeño ecosistema de cada uno. A nivel personal y familiar ya vivimos de forma distinta a como lo hacíamos en 2009. A nivel empresarial e institucional el cambio apenas ha empezado. Con el máximo respeto y apoyo a quienes peor lo están pasando, la propuesta es pasar de las luces cortas a las largas y pensar en las tendencias que se avecinan. Sería paradójico que nos sorprendieran dentro de un tiempo cuando hoy ya podemos empezar a jugar con la ciencia ficción.

Ser protagonista

Una de las claves es apostar por crear futuro y asumir que lo que no hagamos ahora cada uno quedará sin hacer. Es pasar del qué puede hacer la sociedad por mí al qué estoy haciendo yo por la sociedad. Cambiando nuestro mundo cambiará el mundo. Individualmente y en equipo, porque las neuronas son más eficaces si están interconectadas.

Cambiar la forma de pensar y asumir que tenemos que actuar no sólo no cuesta dinero sino que dispara nuevos resortes internos que se multiplican cuando se comparten. La creatividad crece exponencialmente cuando el presupuesto pierde un cero. Y la satisfacción.

Se puede decir que no se trata de hacer más con menos, sino de hacer cosas diferentes de manera distinta para alcanzar otros objetivos.

Anticiparse al nuevo sistema de bienestar

Un primer acercamiento a los grandes números de la situación en España es suficiente para concluir sobre la inminente quiebra del actual sistema de bienestar. Una quiebra conceptual y financiera.

La última EPA indica que el número de desempleados y el de mayores de 65 años ya es de casi el 61% de las personas en activo y que por cada persona en activo hay otra que no trabaja, bien porque es menor de edad, mayor de 65 años o está en situación de desempleo. En cuanto a la edad de jubilación, la foto actual es que la sociedad española ha pasado de recibir pensión durante 6 años a hacerlo durante 29, mientras que el periodo de actividad se ha reducido de 48 a 28 años, y todo esto

en tan sólo 30 años. Si además consideramos datos como que el número de españoles que nacieron a principios de siglo es la mitad de los que iniciamos el *babyboom*, tampoco desde este punto de vista se puede mantener el sistema actual sin que se produzca un cambio a fondo. Parece que cada año irá disminuyendo la renta media personal porque la solidaridad intergeneracional tiene sus límites técnicos.

Reaccionar ante el cambio demográfico

El gran sector empresarial apenas le presta atención todavía al envejecimiento. Quizá porque tampoco lo hacemos los ciudadanos, para los que es una especie de verdad incómoda cuya planificación postergamos sistemáticamente.

A nivel global todos sabemos que la pirámide de edad tradicional ya tiene forma de rombo y la tendrá de seta debido al *babyboom* que se produjo entre 1957 y 1977, al aumento de la longevidad y al descenso de la natalidad. Ya somos 8 millones de mayores de 65 años en España, un 17% de la población. En 30 años seremos el doble, casi 16 millones y el 30%. Pero parece que no hemos pensado aún en sus consecuencias.

El envejecimiento poblacional plantea dos tipos de retos empresariales:

- Nuevos productos y servicios, no sólo para la última tercera parte de la vida de cualquier cliente sino para muchos más si se considera el envejecimiento como un proceso que dura toda la vida y, por tanto, incluye la previsión y la planificación. Sin olvidar que las opiniones de los mayores son esenciales en las decisiones de compra de muchas familias.
- Nueva gestión de las personas en el capítulo laboral, incorporando la adaptación de funciones y tareas según su edad.

En el primero de ellos, se presentarán grandes oportunidades de todo tipo. Por ejemplo, se producirá un empobrecimiento global de los mayores, lo cual quiere decir que será necesario un abaratamiento generalizado de productos y servicios básicos como residencias, ropa, calzado, alimentación, ocio o comunicación, compatible con pensiones decrecientes.

En el ámbito interno, hoy todavía no se considera la edad como una de las perspectivas de gestión de recursos humanos. Un análisis de la plantilla según su edad permitiría identificar la riqueza de la diversidad si se considera este ángulo, los necesarios cambios de funciones, tareas y dedicación a lo largo de la vida laboral, la necesidad de potenciar el espíritu emprendedor y el uso de las TIC a lo largo de toda la vida así como la de apoyar el empleo para los trabajadores mayores y su tránsito a la jubilación.

¿Se puede pensar en aplicaciones concretas para el mundo empresarial? Algunas primeras aproximaciones pueden ser en el mundo de los paneles de consumidores, la transmisión intergeneracional bidireccional de experiencia y conocimientos técnicos o los consejos de edad en ciertos ámbitos de decisión.

Considerar los recursos invisibles

Aunque parece que lo que no se cuantifica no existe, los estudios sobre el uso del tiempo reflejan que la mayor parte de nuestro trabajo es informal, no remunerado, producido y consumido en los hogares, las familias y las comunidades. Se concentra sobre todo en los cuidados, la educación y

diversos campos del interés general. Una producción y un consumo masivos y crecientes, que no recogen ni el PIB ni ninguno de los indicadores macroeconómicos habituales.

Se trata de un contrapunto especialmente importante a los análisis cuantitativos, ya que el cambio producido en España durante estos años se ha podido soportar gracias a que esta parte de la sociedad ha asumido los recortes del sistema de bienestar que las decisiones políticas le han transferido casi íntegramente.

La empresa no debe olvidar la perspectiva socioeconómica de la maternidad de sus empleadas ni las consecuencias del cuidado de los hijos y mayores en las retribuciones y futuras pensiones de quienes los prestan. Ni cómo afectan a sus posibilidades de educación, formación, empleo y otras actividades culturales y de desarrollo individual.

Pasar de “lo público” a “lo común”

Estamos asistiendo a una serie acelerada de cambios relevantes en las formas de vida y relación entre la persona y la sociedad. Vivimos en un escenario más complejo y globalizado, en el que lo público empieza a pasar de no ser de nadie a ser de todos. La política está perdiendo capacidad para gestionar una sociedad en cambio acelerado y con nuevas dinámicas, en las que la ciudadanía quiere participar directamente en los temas que le afectan.

Quizá por eso se empiezan a desarrollar nuevas formas de gestionar lo común a través de una participación ciudadana directa que asume nuevos retos a partir de principios como la solidaridad, la corresponsabilidad o la sostenibilidad. Van ganando terreno apoyándose en muchos casos en Internet, pero no parece que ni la lógica del mercado ni la de los estados vayan a asumir fácilmente los movimientos sociales que están apareciendo al margen de sus estructuras soberanas. Todavía queda mucho por experimentar, pero parece indudable que estamos ante una oportunidad de evolución de los sistemas tradicionales de participación ciudadana dado que las estructuras de siempre dan la sensación de que entran en obsolescencia. Internet y las redes sociales quizá modificarán la actual estructura de poder, hoy concentrada en una élite política y empresarial.

A nivel personal, no se trata tanto de cambiar el mundo, sino de que cada uno cambiemos nuestro mundo partiendo de sentir que lo público y su evolución depende de cada uno de nosotros tanto por acción como por omisión.

Esta nueva dinámica social también afectará al mundo empresarial. Por eso es un buen momento para apostar por una nueva forma de empresa que aspire a la llamada “economía del bien común”.

Deconstruir la responsabilidad social de las empresas

¿Forma parte lo anterior de las preguntas que hoy se hacen las empresas? ¿O están concentradas en intentar sobrevivir día a día? ¿Lo limitan a sus programas de responsabilidad y acción social?

Por si ilustra, cuando hace unos días planteé estas ideas al consejero delegado de una gran compañía de seguros, con actividad en salud y vida, me remitió al director de su fundación. Posiblemente porque la esencia de la empresa y sus prioridades estratégicas no están conectadas con la futura realidad social, porque la industria de la responsabilidad social dificulta entender las claves de la relación entre la empresa y su entorno y porque la relación de la empresa con la sociedad todavía no se gestiona transversalmente, sino desde un área marginal.

Provocar un efecto viral

El reto de anticiparse a la futura realidad social tiene un componente especial de intuición e inteligencia emocional, de valores y actitudes, y de objetivos cualitativos que los expertos califican como principalmente femeninos.

Como la mejor manera de adaptarse al cambio es empezar a provocarlo, proponemos ir generando un efecto viral de interés en construir un nuevo sistema de bienestar, basado en el *"bienser"* y enfocado al *"bienhacer"* que nos afectará a todos durante mucho tiempo si consideramos que la esperanza de vida se aproxima a los cien años. Un debate abierto.

© Francisco Abad Jiménez

© Know Square S.L.