



ÈTICA I NEGOCIS

▶ CARLOS MORENO

No hi ha cap empresa bona?

LA VERITAT, NO SORTIA DE la meua sorpresa. Aquell viatge en Euromed de Barcelona a València compartint espai en el tren amb dos executius d'uns 35 anys que dialogaven animadament sobre la seva empresa i les empreses amb les quals es relacionaven deixava una cosa ben clara. La seva conclusió era: «no hi ha cap empresa bona». Les argumentacions que donaven eren del tipus: «les empreses només busquen el màxim benefici; la resta són ximpleries», «esprèmer i picar el personal», «contractes penosos», «poques queixes, perquè, si no, al carrer»... i un llarg etcètera que va durar gairebé tot el trajecte.

Em vaig quedar pensant. Potser sí que hi ha empreses que es dediquen a fer tot el que aquests executius deien... Sabem que hi ha empreses que, encara, en la seva manera de funcionar, estan ancorades en el segle XIX. Però d'això a afirmar que «no hi ha cap empresa bona»...

Al meu entendre, lentament però decididament, ens encaminem a diferents models –manera de pensar i de fer– d'empresa. I, en un futur no gaire llunyà, coexistiran aquests diferents models d'empresa. Alguns, com el que aquests dos executius descrivien; uns altres, en canvi, molt diferents. Algú podria dir, amb raó, que les empreses no són ni bones ni dolentes. Les empreses són el que són, que és tant com dir el que cada empresa decideix, cada dia, que sigui. Ja se sap *business is business*. Però permetin-me dir, també, *ethics is ethics*, l'ètica és l'ètica, que és tant com dir que l'ètica és, en una empresa, el

que les persones en l'empresa decideixin diàriament que sigui. Sense fer judicis de valor moral –bondat o maldat–, tots sabem que certes actuacions, comportaments o decisions d'algunes persones en les empreses no són els correctes. Moltes vegades, fer el correcte i el que s'ha de fer no és fàcil. I aquí és on una persona concreta amb nom i cognoms, amb una funció dins de l'empresa, pot fer el correcte o no. La suposada bondat o maldat de les empreses és en les persones que la integren. El to ètic de les empreses el donen els seus professionals, les persones que

«No hi ha empresa bona? Sí, hi ha **BONES** empreses.

Potser mai no surtin en els **MITJANS** ni tinguin

RECONeixEMENT, però ser-hi, hi són, són aquí

lluitant per **MANTENIR**-se en el mercat»

hi treballen. Vaig estar temptat de dir als meus dos companys de viatge que hi ha moltes empreses que, pel treball dels seus professionals, fan les coses raonablement bé o molt bé, sempre tenint en compte, evidentment, les circumstàncies i l'entorn en què es mouen. Que ells parlen de tendències. Es fa o no tot el possible –corregixo, «tan bé com sigui possible»– en unes circumstàncies determinades? Sense oblidar que, de vegades, el millor és enemic del bo. Però existeixen –i tant que sí!– bones empreses, perquè hi ha gent que es dedica –dia a dia– a fer que la seva empresa funcioni... i de quina manera!! També em vaig

quedar amb les ganes de dir-los que les empreses «bones» tenen molt ben perfilats els seus processos, procediments i sistemes de treball, que faciliten que tothom conegui quin peu calça. Sabem que hi ha processos, sistemes i procediments poc «adequats o incorrectes» i, en alguns casos, fins i tot perversos, que maregen el personal fins a esgotar-lo o avorrir-lo.

Em disculparan. Em vaig quedar una mica empenyat però estic convençut que vostès, com jo, coneixen bones empreses. En les que jo coneix se solen donar tres elements bàsics. Primer: generen beneficis, guanyen diners però no de qualsevol manera. Sempre guanyen diners? Ho intenten, uns mesos –exercicis– més que uns altres..., però creixen. Segon: voluntat de servei. Tenen gravada la vocació de servei en la manera de tractar la gent, tant els clients interns com els externs. Tercer: posen el seu personal en el centre de l'empresa. Es creuen realment que les persones són el seu actiu fonamental. Tendeixen,

en la mesura de les seves possibilitats reals i de la disponibilitat de la gent, a posar els professionals en el centre de l'empresa. Sempre? Sempre que poden i, de vegades, sempre que les deixen. Hi ha professionals que estan molt còmodes amb les seves quatre coses i que no els vinquen amb punyetes.

«No hi ha cap empresa bona?» Sí, hi ha bones empreses. Potser mai no surtin en els mitjans ni tinguin reconeixement, però ser-hi, hi són, són aquí lluitant per mantenir-se en el mercat. Contumaces, discretes, treballant dur, intel·ligentment, consistentment..., un dia després d'un altre. Fent un bé a la seva comunitat, a la societat, generant riquesa a força d'esforç, de dedicació.

PROFESSOR DE LA UNIVERSITAT RAMON LLULL

EL MIRADOR

GONZALO BERNARDOS
Director del Màster d'assessoria
i consultoria immobiliària de la UB



El PNH: un enfocament crític

EL PACTE NACIONAL PER L'HABITATGE (PNH)

és una barreja de declaració de bones intencions i oportunisme, posa especial èmfasi en la ideologia i atorga escassa importància a la gestió immobiliària i urbanística. Indubtablement, no és la resposta adequada als problemes del mercat de l'habitatge. Des de la meua perspectiva, tant en l'Administració pública com en l'empresa, la solució d'un problema exigeix un diagnòstic previ. Per tant, en primer lloc hem de preguntar-nos: falten habitatges a Catalunya? Paradoxalment, la resposta és no. Existeix un elevat excés d'oferta. Segons les meves estimacions, al final del 2008 en poden sobrar més de 150.000 unitats (el 2006 es van programar 126.326 habitatges nous i només se'n van vendre 51.407). Per tant, en una gran part del país, el problema no és de construcció (tal com indica el pacte) sinó d'assignació de recursos. Una distribució correcta eliminaria el problema d'accés a l'habitatge en una gran part de Catalunya. La principal excepció seria l'àrea metropolitana de Barcelona. En aquest territori, la resolució del problema és notòriament més difícil, atesa la gran bretxa existent entre la demanda i l'oferta potencial. Una solució parcial consistiria, tal com deixa entreveure el pacte, en la venda de sòl públic (nou o antic) per part dels ajuntaments als promotors a un preu substancialment inferior al de mercat per generar un considerable parc d'habitatges de preu assequible. A pesar que la intenció és lloable, tinc seriosos dubtes que l'objectiu es pugui assolir. El motiu: en el passat recent, a través de l'especulació amb el sòl, els ajuntaments van compensar per vies extraordinàries la falta de finançament regular. Per evitar la seva apel·lació a aquesta heterodoxa font de recursos, seria imprescindible promulgar una nova llei de finançament local. Encara que sembli increïble, aquesta no és ni ha estat mai prioritària per als polítics. Una mostra més del meu escepticisme la constitueix una experiència històrica: si l'obra social d'una important caixa catalana ha tingut grans problemes per adquirir sòl públic a preu assequible, per quin motiu els ajuntaments haurien de canviar ara la seva conducta per vendre barat als promotors?

Segons el meu parer, la millor manera de solucionar el problema de l'habitatge en l'àrea metropolitana seria la creació d'una adequada xarxa d'infraestructures. Un sistema de transport que permetés a la població desplaçar-se amb rapidesa i seguretat des del lloc de residència al de treball (encara que ambdós estiguin separats per gairebé cent quilòmetres). No obstant això, el que són les paradoxes de la vida!: la coalició que impulsa el PNH és justament la que més impediments posa a la generació d'aquesta xarxa. Són les coses de la política i del nostre país.

Novament l'automoció

El tema no és nou. La competència internacional en la indústria de l'automoció és tan elevada i, per aquest motiu, la pressió de les firmes de cotxes als seus proveïdors per reduir costos, tan sufocant, que periòdicament es produeix una mena de selecció natural amb un dolorós cost en mortalitat empresarial i llocs de treball perduts. Aquests dies estem assistint al que sembla un brot d'aquesta dinàmica sinistra, que ha tornat a portar els treballadors al carrer. I la concentració de casos ha fet girar l'atenció dels mitjans de comunicació cap al sector. GDX Automotive i SAS han anunciat que tanquen, i Sysmo, Tecnoconfort, Copo, Frape Behr i Mercedes-Benz estan vivint crisis d'arrels i conseqüències diferents, però sempre preocupants.

El Govern i els sindicats refusen parlar d'una crisi generalitzada i recorden que, entre els anys 2005 i 2006, la facturació va augmentar 500 milions d'euros. Però això no mitiga la preocupació pel futur d'una indústria clau per a l'economia catalana. Espanya és el setè productor mundial de la indústria auxiliar. A Catalunya es concentren el 38% de les empreses, un 30% de la producció i un 20% de les

exportacions de l'Estat. Una part del teixit industrial que genera aquestes xifres l'integren pimes altament internacionalitzades i que tenen una àmplia cartera de clients. Aquesta obertura i diversificació de riscos les fa menys vulnerables als daltabaixos que pateixen marques concretes o mercats determinats. Cal pensar que, tot i que les vendes de cotxes han patit retrocessos a casa nostra els darrers mesos, a escala mundial la compra de vehicles ha augmentat. Així doncs, per a una empresa plenament internacionalitzada, la sensació és que cada vegada té més possibilitats de vendre.

Ara bé, hi ha unes 6.000 petites empreses de segon i tercer nivell que representen el 40% de l'ocupació i que presenten un major risc, ja que són molt dependents d'un sol client. Això és així fins al punt que la pèrdua del contracte de subministrament d'una peça per part d'un fabricant les pot deixar ferides de mort. L'anunci de Nissan que no fabricarà un nou model de vehicle a Barcelona s'afegeix al clima de preocupació sobre la viabilitat del sector a mitjà termini.

Com que no sembla que aquestes dinàmiques puguin canviar pròximament, el futur de la indústria auxiliar catalana passa inevitablement per la internacionalització i per una aposta clara per la innovació.

DOSSIER ECONÒMIC

Editor: Jordi Castillo
Sotsdirector i director en funcions: Francesc Muñoz
Cap de redacció: Ramon Roca
Redacció: Jordi Garriga, Paula Mateu, Anna Pinter,
Oriol Ribet, Berta Roig, Roger Valls

Neus Doncel (Correcció),
Maquetació i producció: Daniel Blasco (Responsable
disseny), Jordi Queralt

Edita Gestió i Edició de Mitjans, SA (GEMSA)
Director general: Albert López
Anàlisi de dades: José Enrique Ordóñez
Director de distribució: Agustín Fraile
Director de publicitat: Jaume Canals
Publicitat Barcelona: Jordi Triginer (Director de pro-
grames), Pere Cortés (anunciants)
Publicidad Madrid: Javier de Gonzalo
C/Orense, 8 Tel.: 91 514 9476 - 654 525 191
Gabinet jurídic: Arturo Hidalgo

Redacció i administració: C/ de la Marina, 315
08025 Barcelona
Tel.: 934 463 030. Fax: 934 359 639
Tel. Publicitat: 934 462 910
Fax Administració i Publicitat: 934 353 051
A/e: redaccio@dossiereconomic.com
administracio@dossiereconomic.com
Dipòsit Legal B-38964-97