

# LAS EMPRESAS CON PROPÓSITO MÁS ALLÁ DE LOS BENEFICIOS VAN MEJOR



**ORIO AMAT**

Decano de UPF Barcelona School of Management y catedrático de Economía Financiera de la Universitat Pompeu Fabra

Un propósito es un objetivo, es decir, la determinación de conseguir algo. Todas las empresas se crean para alcanzar uno o más objetivos, y el más habitual es ganar dinero. Hasta hace algunas décadas, esto era lo que se esperaba de la mayoría de compañías. El premio nobel Milton Friedman, por ejemplo, afirmaba en 1970 en *The New York Times* que “La única responsabilidad de una empresa es aumentar sus beneficios... Los temas sociales son responsabilidad

Jodorowsky: “Perseguir un beneficio ilimitado es aberrante, y está ocurriendo: muchos trabajadores son despedidos simplemente para que unos cuantos accionistas ganen un poco más”. En la misma línea, diversos estudios ponen de relieve que la mayoría de los consumidores ya esperan que las empresas hagan más cosas aparte de ganar dinero.

Por ello, actualmente, cuando hablamos de empresas con propósito, nos estamos refiriendo a organizaciones

**Los objetivos de tipo social** se refieren a hacer el bien, por ejemplo, con inversiones responsables e iniciativas para promover los derechos humanos o el comercio justo, combatir la pobreza o mejorar la salud de la población.

**Los objetivos de tipo medioambiental** se refieren a actuaciones que contribuyen a mejorar el medio ambiente o las inversiones en empresas que trabajan para mejorar la sostenibilidad.

Las empresas con propósito tienen buenos valores, como la integridad, la honestidad, la lealtad, la responsabilidad social, la humildad, la justicia o la cultura del esfuerzo, por decir algunos de los más relevantes. Y, afortunadamente, las empresas con propósito van mejor. Así, muchos estudios demuestran que las organizaciones que cuentan con un buen propósito:

- Mejoran su imagen ante el público en general y ante la Administración Pública.
- Tienen empleados, accionistas y proveedores más

**DIVERSOS ESTUDIOS PONEN DE RELIEVE QUE LA MAYORÍA DE LOS CONSUMIDORES YA ESPERAN QUE LAS EMPRESAS HAGAN MÁS COSAS APARTE DE GANAR DINERO**

comprometidos con la empresa.

- Aumentan sus ventas y beneficios.
- Aumentan el valor de las acciones.
- Resisten mejor los años de recesión económica.

Por tanto, las empresas con propósito consiguen más satisfacción, compromiso y rendimiento. O sea, que, además de ganarse el cielo, viven mejor en la tierra.

**LOS OBJETIVOS DE TIPO SOCIAL SE REFIEREN A HACER EL BIEN, POR EJEMPLO, CON INVERSIONES RESPONSABLES E INICIATIVAS PARA PROMOVER LOS DERECHOS HUMANOS O EL COMERCIO JUSTO, COMBATIR LA POBREZA O MEJORAR LA SALUD DE LA POBLACIÓN**

del Estado, pero no de las compañías”. Pero ya hace años que esta visión está empezando a tener muchos detractores. Como muestra, podemos recordar lo que decía hace unos meses el director de teatro Brontis

cuyos objetivos van más allá de los beneficios. Por propósito entendemos que las compañías, además de los resultados económicos, tienen que perseguir objetivos de carácter social y también medioambiental.