

La paz es un negocio rentable

¿Qué llevó a un exitoso banquero de inversión noruego a crear una fundación que promueva la paz, teniendo en cuenta que su tema son las finanzas y, no los asuntos sociales, y que su país es uno de los más pacíficos del mundo? La respuesta de Per Saxegaard es que justamente por su trabajo se dedicó varios años a identificar qué es lo que vuelve exitosos a los negocios^[1]. Descubrió que les va mejor a aquellos que trabajan para la sociedad y no a los que únicamente se lucran a expensas de ella.

“La globalización^[2] y la creciente interconexión entre los países hace que temas como el cambio climático o la injusticia social ya no solo atañan a unas economías sino a todo el planeta. Por eso, ahora, las empresas en todos los países deben buscar soluciones para los problemas de la humanidad y uno de los más urgentes consiste en buscar la paz”, dice en entrevista telefónica desde Oslo.

Su argumento es que en los tiempos actuales las empresas^[3] deben estar enfocadas en un gana-gana de sus accionistas y de su comunidad. Ese debe ser, en su concepto, **el core-business de las firmas globales**, que ya no pueden pensar “yo gano y tú pierdes, sino si yo gano, ganamos todos”, reitera.

Lea también: Sin resentimientos por la paz^[4]

Saxegaard pone como ejemplo las nuevas disrupciones tecnológicas, como los celulares o los negocios de internet^[5], en donde se han encontrado soluciones que facilitan y abaratan la comunicación, lo que luego redundará en abultadas ganancias para los empresarios.

“Avanzamos más cuando trabajamos en colaboración a través de redes. **Se generan ventajas comparativas y, por eso, la complejidad de un tema como la paz debe ser incluido en las estrategias de negocios.** Hoy se tienen competidores en todo el mundo y si una empresa juega en el mismo equipo de su comunidad de influencia lleva ventaja”, insiste.

Hace 10 años, Saxegaard creó la fundación Business for Peace, con el convencimiento de que las empresas deben trabajar para la sociedad y no solamente para hacer dinero; el cual no puede ser el propósito, sino el resultado. **“Lo que deben hacer las empresas es resolver problemas para la sociedad o reducir su impacto.** De nuevo, en el caso de los celulares^[6] no solamente se facilitó la comunicación, sino que además se pasó de aparatos muy pesados y que costaban una fortuna, a unos más baratos, que hoy prácticamente están en manos de todas las personas”, reitera.

Agrega que la diferencia entre lo que él considera negocios dignos, que son los que trabajan por la paz, y los que practican la responsabilidad social empresarial, radica en que la segunda se refiere a lo que se debe o no se debe hacer, mientras que en los negocios dignos el objetivo es crear valor, combinando prácticas de responsabilidad social.

“No es solo comportarse de manera ética y con valores, sino también estar convencido de que se es empresario

para mejorar la sociedad. Varios estudios han demostrado que cuando se tiene éxito comercial, acompañado de un impacto social se siente más realización personal, que cuando solo se obtiene dinero”, enfatiza.

Lea también: El problema económico en el tema de la paz^[7]

Premio a los mejores

La fundación de Business for Peace es reconocida porque otorga el *Oslo Business for Peace Award*, distinción que reconoce el liderazgo^[8] y los esfuerzos de quienes impulsan iniciativas que aportan a la construcción de paz. El premio es considerado como el “Premio Nobel de los negocios”. No lo ganan empresas, sino individuos, pues Saxegaard considera que a son las personas las que toman las decisiones que dan forma a los negocios. “Y queremos promover a los buenos para que otros empresarios se den cuenta de que es posible combinar la rentabilidad con hacer buenas cosas para la sociedad”.

El premio lo han recibido personalidades como el inglés Richard Branson^[9], fundador del conglomerado Virgin; Ratan Tata, líder del grupo indio Tata, y el mexicano Roberto Servitje Sendra, director del Grupo Bimbo. Solo un colombiano lo ha ganado y es el emprendedor social Juan Andrés Cano, quien hace consultoría para ayudar a las compañías a adoptar los estándares del Dow Jones Sustainability Index, al tiempo que desarrolló un índice de sostenibilidad que se aplica mediante una herramienta tecnológica, el cual les permite a las empresas y a sus cadenas de suministro registrar, valorar y comparar su gestión de responsabilidad social.

Saxegaard aclara que **la paz es un concepto que exige mucho y no es simplemente llegar a un punto en que no existan conflictos, sino llegar a un ambiente ideal para que el potencial humano se desarrolle.** “Es el mejor contexto para potenciar a las personas y eso les sirve a los empresarios”, dice este experto, quien confía en que el plebiscito en el país sea aprobado y “ojalá con un alto apoyo. Esto va a ayudar a que cuando los empresarios piensen en paz, piensen que también significa negocios”.

Lea también: Las inquietudes del sector privado de cara al postconflicto^[10]

Referencias

- 1.^negocios (www.dinero.com)
- 2.^globalización (www.dinero.com)
- 3.^empresas (www.dinero.com)
- 4.^Lea también: Sin resentimientos por la paz (www.dinero.com)
- 5.^internet (www.dinero.com)
- 6.^celulares (www.dinero.com)
- 7.^Lea también: El problema económico en el tema de la paz (www.dinero.com)
- 8.^liderazgo (www.dinero.com)
- 9.^Richard Branson (www.dinero.com)
- 10.^Lea también: Las inquietudes del sector privado de cara al postconflicto (www.dinero.com)

