

El beneficio es una necesidad de la empresa

José María Martínez



JOSE MARIA MARTINEZ

Director General Industrial de Corporación IB-MEI

• **Es Ingeniero Eléctrico y realizó el Programa PDG del Insituto de Estudios Superiores de la Empresa.**

• **Entre 1978 y 1985 trabajó para Bendix España en calidad, sucesivamente, de Jefe de Mantenimiento, Jefe de Ingeniería de Producción y Jefe de Producción de Fábrica.**

• **En 1985 ficha por Zertan, S. Coop. como Gerente, empresa en la que sería nombrado Consejero-Delegado y Director General en 1991. Ese mismo año es nombrado Consejero-Delegado de Nuova IB-MEI, S.p.A.(Italia) y Director General Industrial de Corporación IB-MEI, S.A.**

Hoy vamos a exponer algunas ideas sobre la actualidad de las relaciones industriales, en general en el automóvil, y en particular su problemática y su desarrollo en Navarra.

Nada mejor para comenzar que una pequeña reflexión de J.A. Sánchez Asiaín, Presidente de la Fundación BBV.

“Tenemos que ser conscientes de que se está produciendo una revolución tecnológica en todos los campos, que está acabando un orden social y económico, y que está dando comienzo otro. La revolución industrial se agota sin haber llegado a durar doscientos años. Otra etapa, todavía sin nombre, ha comenzado”.

De esta manera y de forma significativa podemos resumir el cambio de las relaciones en su más amplio contenido.

Parece mentira que a estas alturas haya que plantearse preguntas tales como “qué es la empresa” o “¿es necesario el beneficio?”. Pero, por mentira que parezca, es absolutamente necesario. Porque se ha producido en los últimos tiempos, y la crisis tiene sólo en parte la culpa, una concepción interesada y falsa de lo que es la empresa y del papel del beneficio.

Muchas empresas han utilizado las exigencias de rentabilidad (que sólo un insensato pondría en duda) como una fácil justificación de reducción de plantillas y de la actividad. Esto puede aumentar la rentabilidad a corto plazo. Y a veces (¡pero no siempre!), a largo plazo.

Una decisión de este tipo sólo es aceptable después de una profunda y rigurosa reflexión estratégica. Quiero decir que moralmente sólo se justifica un sacrificio social en aras de la rentabilidad del capital cuando se han agotado todas las vías de mantenimiento/expansión con la cuidadosa consideración de muchas opciones estratégicas (nuevos productos, nuevos mercados, nuevas tecnologías, NUEVA ORGANIZACION EFICAZ).

Si la empresa fuese sólo capital, podría pasar. Pero la empresa NO son sólo los accionistas, son también los interesados la Administración Pública, las entidades financieras, los sindicatos, los clientes, los proveedores, los asalariados, la comunidad, la sociedad y por supuesto los accionistas. Los objetivos de la empresa