

Subvenciona:



“En la Economía Social que desarrollan cooperativas, sociedades laborales, mutualidades... hay un reflejo de una de las mejores versiones de nosotros mismos como país”

Entrevista con Eduardo Madina, Socio de Estrategia en Harmon

A.M.S

Tras una larga trayectoria en política, ha desarrollado su carrera profesional en el sector privado, y en el año 2021 se incorporó a la consultora Harmon como Socio de Estrategia. ¿Cómo ha vivido este tránsito del trabajo institucional al ámbito empresarial?

Ha sido un paso maravilloso. Creo que el ciclo institucional como diputado en el Congreso y como miembro de la Dirección Federal del PSOE fue un enorme honor. Completada la experiencia, el salto al sector privado ha sido, en mi caso, muy afortunado. He tenido la suerte de compartir con personas excepcionales un proyecto empresarial que se llama Harmon, que tiene dos años de vida y que cuenta ya con más de 100 profesionales extraordinarios. En la oficina me encuentro cada día con quien quiero encontrarme. No soy capaz de explicar mejor lo feliz que estoy que así, cada día me encuentro con quien quiero encontrarme.

¿Cuál es su rol dentro de la consultora? Harmon se define como la primera consultora especializada en estrategias no-mercado, ¿en qué consiste?

Participo en las relaciones estratégicas de la compañía con el mercado y con los representantes institucionales que lo regulan. Además,



entro en la orientación estratégica de algunos proyectos que tenemos con diferentes clientes. Todos ellos, empresas privadas y organizaciones del tercer sector.

En todos los proyectos en los que trabaja Harmon, trata de ir de la mano de sus clientes hacia la importancia que tienen reputación y propósito corporativo. Cada vez son más las empresas que nos piden que trabajemos con ellas ahí, en todo lo que está fuera de su producción o comercialización de bienes pero que impacta directamente en la consecución de sus objetivos de negocio.



“EN QUÉ MEDIDA ME IDENTIFICO CON MI ENTORNO, CON MI CONTEXTO SOCIAL, MEDIOAMBIENTAL O INCLUSO DEMOCRÁTICO SON PREGUNTAS QUE GANAN PESO EN LAS EMPRESAS”

En su experiencia, ¿cómo analiza la interlocución entre organizaciones empresariales e instituciones políticas? ¿Qué se puede mejorar desde la administración en su atención a las demandas de ciudadanos y organizaciones?

La conversación entre organizaciones empresariales e instituciones atraviesa una época algo extraña. Creo que, en términos generales, goza de buena salud en los niveles municipales y autonómicos y de una salud más bien mala en el nivel nacional. Son confusas las razones de esta mezcla de planos contrapuestos pero lo cierto es que, en el contexto tan complejo que atravesamos -guerras, inflación creciente, tipos de interés elevados, transiciones tecnológicas e incertidumbres económicas- convendría tener un clima más orientado a la búsqueda de consensos amplios entre actores públicos y privados. En este caso, creo que la política nacional debería ponerlo más fácil.

Y en el ámbito privado, ¿qué pueden hacer las empresas para ser más responsables, para mejorar la sociedad?

Desde mi punto de vista, es creciente la conciencia por parte de las empresas de su necesidad de configurar propósitos corporativos más allá del balance y la rentabilidad. Creo que se

va abriendo a buena velocidad cada vez una mayor vocación de impacto en cada vez más empresas. En qué medida me identifico con mi entorno, con mi contexto social, medioambiental o incluso democrático son preguntas que ganan peso en las empresas. En mi experiencia en Harmon cada vez son más los proyectos que avanzan con esta orientación.

“EN EL CONTEXTO TAN COMPLEJO QUE ATRAVESAMOS CONVENDRÍA TENER UN CLIMA MÁS ORIENTADO A LA BÚSQUDA DE CONSENSOS AMPLIOS ENTRE ACTORES PÚBLICOS Y PRIVADOS”

En este punto, ¿qué puede aportar el modelo de Economía Social y fórmulas de gestión como las Sociedades Laborales?

Imagina que fuéramos capaces de anteponer el fin social de la actividad productiva a los rendimientos del capital que genera la misma. Habríamos alcanzado un grado de evolución económica absolutamente extraordinario. Mientras las utopías llegan, las sociedades laborales en su misma definición nos ofrecen un modelo de distribución de la propiedad y una forma de participación de los trabajadores que convendría poner en valor. En la Economía Social que desarrollan cooperativas, sociedades laborales, fundaciones, mutualidades, etcétera, hay un reflejo de una de las mejores versiones de nosotros mismos como país.

En el ámbito “no-mercado”, ¿cuáles son los principales retos que enfrentan las empresas en el contexto actual? ¿Cómo ha evolucionado

la opinión de la ciudadanía respecto al papel de las organizaciones como motores del cambio? ¿Y la concienciación de las empresas en cuanto a su responsabilidad en la transformación equitativa e inclusiva de la economía?

Desde mi punto de vista, cada vez es mayor la conciencia de la importancia que está adquiriendo para las empresas el ámbito del no-mercado. La reputación se juega en parte importan-

te en lo que las empresas demuestran, más allá de lo que ganan. Y en lo que demuestran, vínculo social, medioambiental y en última instancia, democrático, van configurándose cada vez como más importantes. Serán asuntos imposibles de esquivar en los próximos años. Ganarán aquellas empresas que más vínculos de proximidad demuestren, que más propósito social y medioambiental alcancen y más compromiso democrático desarrollen.



¿Qué impacto han tenido y tienen los Objetivos de Desarrollo Sostenible en esta transformación en positivo de la economía?

Creo que enmarcan la conversación y delimitan bien los objetivos que en términos globales debemos seguir para hacer de este mundo un lugar más habitable, más justo y sostenible. Creo

que son asimétricos los niveles de conciencia en la misma medida que es asimétrico el avance en los distintos objetivos. Sin embargo, la agenda sigue vigente y gana valor mientras vemos como la sensación de urgencia se impone en forma de evidencias climáticas o de desarrollo. El tiempo se acaba. Deberíamos ir más rápido.



“LA AGENDA SIGUE VIGENTE Y GANA VALOR MIENTRAS VEMOS COMO LA SENSACIÓN DE URGENCIA SE IMPONE EN FORMA DE EVIDENCIAS CLIMÁTICAS O DE DESARROLLO”

¿Cómo influyen estos 17 objetivos globales en la elaboración de estrategias empresariales? ¿Puede darnos ejemplos de actuaciones concretas que considere especialmente relevantes?

Hay buenos ejemplos que trabajan en sectores directamente relacionados con alguno de los 17

objetivos de la agenda. La financiación e inversión de capital privado en avances tecnológicos para la transición verde y la descarbonización, la inversión en energías renovables descentralizadas en países en vías de desarrollo, los avances en investigación científica orientada a salud financiados con recursos privados o los programas de becas educativas para estudiantes con pocos recursos podrían ser buenos ejemplos. Hay empresas que lo están desarrollando bien y creo que, en el futuro, el papel de estas en campos íntimamente ligados con la agenda de desarrollo de la ONU alcanzará niveles mucho mayores que los actuales.