

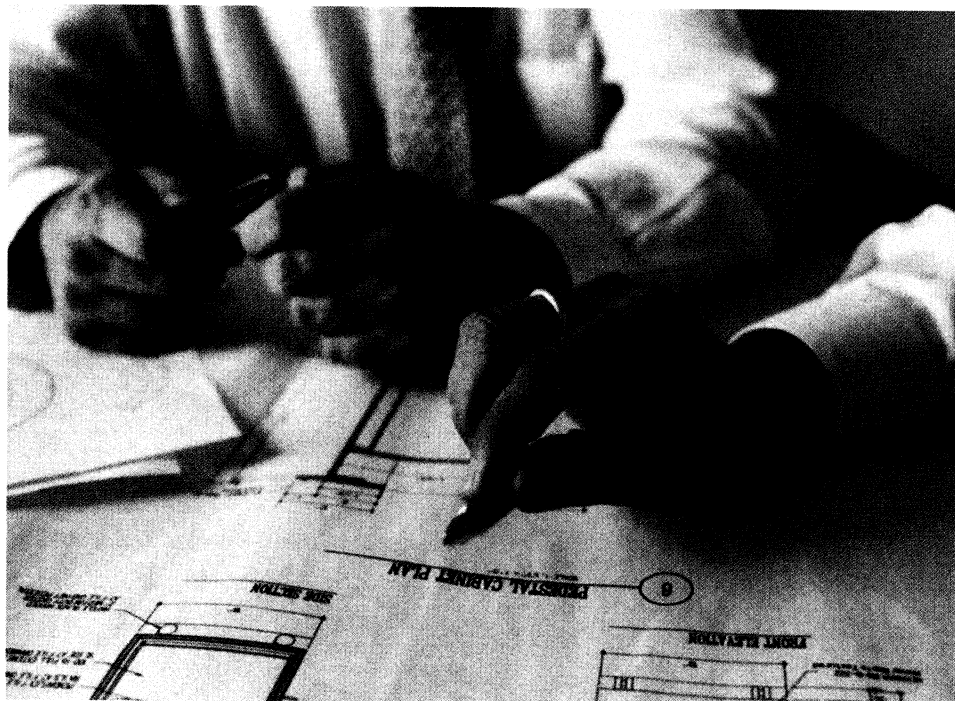
Reportaje

Empresas privadas y organizaciones sociales reconocidas acuden con frecuencia a profesionales con amplia experiencia en el mercado laboral. Buscan en ellos el bagaje y la capacidad resolutiva necesaria en situaciones difíciles.

“Seniors” en las empresas

EL VALOR DE LA EXPERIENCIA

Texto y Fotos: Patricia Pérez-Cejuela y Archivo



En nuestro país la edad de jubilación es de 65 años, aunque la edad media real ronda los 60 años. A ello contribuye la influencia de las prejubilaciones de diversa naturaleza que las empresas aplican a sus empleados. Muchas personas llegan a la edad legal de jubilación en perfectas condiciones físicas y psicológicas y no quieren renunciar a mantenerse activas en su puesto de trabajo. Numerosas empresas europeas han comenzado a darse cuenta del gran potencial vital que estos trabajadores aportan a sus plantillas. Por eso no es extraño encontrar cada vez con mayor frecuencia a personas de más 60 años ocupando puestos de responsabilidad en su entorno laboral. Hemos hablado con algunos de estos “seniors” que representan la voz de la experiencia.

El ensayista estadounidense Elbert Hubbard decía que “una máquina puede hacer el trabajo de cincuenta hombres corrientes. Pero no existe ninguna máquina que pueda hacer el trabajo de un hombre extraordinario”. Alcanzar la madurez es sinónimo de vida y lo que es más importante, de experiencia y serenidad.

La esperanza de vida roza los 80 años en nuestro país, los octogenarios son más de millón y medio, y el número de nonagenarios se aproxima al cuarto de millón. Hoy en día vivimos más y vivimos mejor.

Según el informe Las personas mayores en España (IMSERSO, 2004), la longevidad facilita la reconsideración de los períodos de la vida. La vejez es ahora más importante, estadísticamente hablando, pues a los 65 años a una persona aún le queda un 22 por ciento de su vida por vivir (19,9 por ciento si es varón, 23,6 por ciento si es mujer), es

decir, casi una cuarta parte de su vida total. En este contexto tiene más sentido hablar del envejecimiento activo que implica un cambio en las formas de jubilación, de participación social, de aprendizaje y de actividad. Rocío Fernández-Ballesteros, Catedrática de Evaluación Psicológica en el Departamento de Psicología y de la Salud de la Facultad de Psicología de la U.A.M., señala que “la jubilación ha de ser un derecho no un deber. El Plan Madrid (II Plan Internacional de Acción sobre Envejecimiento de Naciones Unidas) establece en su Dirección Prioritaria I (Envejecimiento y Desarrollo) que los gobiernos deben hacer voluntaria la jubilación con el fin de promocionar el desarrollo, la participación y eliminar la desigualdad y la discriminación en función de la edad”.

El mundo en el que vivimos nos bombardea a diario con mensajes que vinculan a la juventud con el éxito, la felicidad y la plenitud y, a la vejez con la enfermedad, el deterioro y la pasividad. Falsos mitos que a fuerza de ser repetidos calan en el subconsciente colectivo y distorsionan la imagen de las personas mayores. José María Llorente, ingeniero, economista y antiguo presidente de SECOT (Seniors Españoles para la Cooperación Técnica), señala que “la cultura del mercado tiende a valorar más la juventud y eso es culpa no sólo de la sociedad sino también del colectivo de mayores porque no nos hemos preocupado de darnos a conocer suficientemente en el mercado. Estadísticamente hablando, a una persona cuando se jubila le quedan aún unos 20 años de vida y, en muchos casos estas personas están en perfectas condiciones físicas y mentales. Una de las razones por las que están surgiendo tantas asociaciones de mayores es porque este colectivo quiere tener presencia en la sociedad para dejar oír su voz y poder opinar”. El papel que desempeñan los mayores en la sociedad ha ido cambiando con el paso del tiempo así como la valoración de las distintas edades de la vida. Rocío Fernández-Ballesteros apunta que “a menudo los propios mayores quieren ser jóvenes o que les consideren jóvenes...

Contrariamente, mi sueño consistiría en que ser viejo, ser mayor, fuera valorado positivamente por el propio individuo. Y es que, ¿ser viejo tiene un enorme valor para algunos individuos y ello debería ser extendido! Sentirse sereno, con perspectiva y conocimiento de la vida, entre otras cosas, son condiciones para “paladear””.

MANTENERSE ACTIVO

Es sin duda uno de los retos a los que los mayores se enfrentan una vez llegada la edad de jubilación. SECOT (Seniors Españoles para la Cooperación Técnica), es una Asociación sin ánimo de lucro - declarada de utilidad pública-formada por ejecutivos jubilados que de forma voluntaria y altruista ofrecen su experiencia y conocimientos en gestión empresarial. Son un ejemplo del valor que la veterania y la experiencia puede aportar a la sociedad. José María Llorente explica que “vimos como en otras entidades de EEUU, Francia y Alemania los seniors se organizaban para actuar en la vida social de la nación. Tomando como referencia este tipo de asociaciones se fundó SECOT con los objetivos de dar satisfacción a la gente que había sido profesional, dándoles una salida de forma que pudieran poner su experiencia al servicio de la sociedad y, por otra parte, la labor social de ofrecer a aquellos emprendedores que no disponían de recursos la oportunidad de utilizar los medios y la experiencia de los seniors para montar negocios o redirigir esos negocios”. SECOT se creó en 1989 por iniciativa de El Círculo de Empresarios, el apoyo de El Consejo Superior de Cámaras de Comercio y Acción Social Empresarial. Muchas organizaciones sociales reconocidas han acudido a ellos para solicitar asesoramiento, una práctica cada vez más habitual en el mundo empresarial internacional que “busca el bagaje y la experiencia que da contar con un profesional con una amplia experiencia, una cosa que no se puede compartir porque forma parte de las vivencias de una persona, sus circunstancias y, su vida en definitiva”, comenta José María Llorente. Es el caso de La

Asociación Española contra el Cáncer con “quien hemos trabajado para asesorarles en la parte de situación de la organización y una serie de asesorías de tipo estratégico y de posicionamiento. Actualmente también estamos con la Asociación de la prensa de Madrid (APM) trabajando en la actualización de la organización. La ventaja que tenemos es que al no tener ninguna implicación comercial, intentamos ser lo más ecuanímenes posible”, puntualiza José María Llorente.

En este sentido, la actividad de las personas mayores aparece vinculada al compromiso con la vida y con la sociedad que “es una condición del buen envejecer, un criterio que evalúa este hecho. Ser productivo implica que el individuo contribuye en servicios o bienes pero hay que añadir que su contribución puede ser remunerada o no remunerada. En España, una persona que recibe una pensión no puede recibir ninguna otra remuneración por tarea realizada. ¡Ello es terriblemente injusto! Pero, además, las personas mayores realizan múltiples tareas que producen bienes o servicios, lo que sucede es que esas actividades no intervienen en la balanza de pagos ni en el PIB”, afirma Rocío Fernández-Ballesteros.

UN MERCADO EMERGENTE

Cada vez existen más acciones de marketing y publicidad encaminadas al colectivo de personas mayores de 60 años porque, “lo lógico es que en esos años se acumule un mayor volumen de renta, más patrimonio y estas reservas monetarias implican mayor capacidad de consumo. Por eso cada vez se dirigen más productos al sector de los mayores, es un mercado que se está empezando a tener muy en cuenta. Toda buena estrategia de marketing debe intentar estar posicionado en ese sector de mercado porque va a ir para arriba”, asegura José María Llorente. Así lo indica el informe “La banca y los mayores”, realizado por la consultora Gerokom y que refleja que el mercado de los mayores es uno de los más emergentes.