

El 35% de les empreses de l'estat tenen pàgina web corporativa a Internet, però només un 10% disposen de polítiques familiars actives i responsables, segons un estudi recentment preparat per diverses universitats. La consecució d'un equilibri real entre treball i empresa és un dels reptes socials d'aquest segle i segurament també dels que venen. Tot i això, cal especificar que del 35% de totes aqueixes amb empreses amb pàgina web, només un 6% fa un ús comercial via internet, la qual cosa ens fa pensar que només per a fer bonic no caldria una pàgina web, a no ser que aprofite per a contar-ho als amics en dinars i sopars d'empresa: "entra en la meua pàgina i veuràs quin disseny m'han fet, m'ha costat mig milió de pessetes". Segurament, parlem del mig milió de pessetes que l'empresa no s'ha gastat en "dissenyar" unes polítiques d'actuació familiar, com podria ser la preparació de cursos prenatals, el rigorós i planificat acompliment de la llei per embaràs, l'adequat regiment de jornades reduïdes, l'establiment de serveis per a la gent major a càrrec treballadors de l'empresa. Quina empresa mitjana podria encarregar informes per a dur a terme aquestes polítiques i, t, més encara, quina podria practicar aquests programes? En solitari, probablement no cap ni una. El cost econòmic seria molt elevat. Això no lleva per a que tota la imaginació que l'empresariat posa per a omplir-se les butxaques, l'emprara un tant en pensar (pensar?) en possibilitats cooperatives per a poder dur a terme sense excessives despeses aquestos programes familiars. Una empresa menuda i sola no pot fer-ho, per una cooperativa d'empreses que col.laboren en aquestes tasques sí podrien. Una identitat i una imatge corporativa ben projectada no solament significa una presentació "bonica" del producte. Una imatge corporativa eficaç també es projecta des de les relacions de l'empresa amb els seus treballadors. Una imatge que els clients valoren més profundament que una web "bonica".