



## Valores para inspirar, movilizar y trascender

La confianza y la lealtad al propósito ya no son complementos corporativos, sino el núcleo que permite a las organizaciones mantener su esencia

En un escenario donde la rapidez y la volatilidad parecen imponerse sobre la reflexión, es el momento de hablar de confianza, propósito y coherencia como los pilares que sostienen un liderazgo consciente, capaz de inspirar, movilizar y perdurar. En la mesa redonda *“La cultura de la confianza en tiempos de incertidumbre”*, dos voces con trayectorias distintas, pero una misma convicción, coincidieron en que el futuro de las organizaciones dependerá de su capacidad para unir valores y acción, propósito y resultados.

“El propósito es lo que nos une en Ecoembes”, señaló Rosa Trigo, convencida de que una empresa solo puede proyectar confianza si la coherencia atraviesa toda su estructura. “Siempre digo a mi equipo que lo que compartimos nos hace transmitir nuestros valores allá donde vamos”. No se trata, añadió, de un lema inspiracional, sino de una forma de gobernanza: “Debe estar imbricado en la cultura interna, en la toma de decisiones y en la propia forma de dirigir”.

Jaume Miquel, de Tendam, coincidió en que el propósito no es un eslogan que ilumina desde fuera, sino un principio que impregna toda la organización. “No digo que

sea el faro que nos inspira, pero está en cada parte del proceso. No hay lugar para el llanero solitario: el éxito depende de saber trabajar en equipo, porque somos interdependientes”.

Sobre la confianza, ambos fueron contundentes. “Si eres pirata, tarde o temprano te pillan”, apuntó Miquel con ironía. “Cuando demuestras un comportamiento responsable y sostenido, ya no atraes enemigos, sino aliados”. Trigo lo completó con una reflexión sobre la constancia: “La confianza es cuestión de tiempo. No se construye de un día para otro, y requiere mantener la honestidad incluso en los momentos convulsos. Es adaptabilidad y coherencia”.

En ese equilibrio entre ética y agilidad, los jóvenes representan tanto un reto

### FICHA TÉCNICA

La cultura de la confianza en tiempos de incertidumbre

#### Moderador

Hugo Giralt – Socio Fundador, CEO de Propellan

#### Ponentes

Jaume Miquel. CEO de Tendam  
Rosa Trigo. CEO de Ecoembes

como una oportunidad. Para Trigo, su llegada al mundo laboral supone “una renovación necesaria, una manera de aprender a mirar las cosas desde perspectivas distintas”. Habló de “una apuesta rejuvenecedora” que enriquece a las organizaciones y las empuja a evolucionar. Miquel, por su parte, reconoció que esa nueva generación “también plantea un desafío de fidelidad”. Existe un cierto abandonismo, advirtió, “y eso nos obliga a repensar qué valores transmitimos, cómo equilibramos derechos, deberes y resultados”.

La conversación derivó hacia la tecnología, y en especial hacia la inteligencia artificial. Trigo defendió que su adopción debe nacer del propósito, no de la moda: “Primero debemos preguntarnos qué necesitan nuestros equipos y nuestro ecosistema; solo después decidir qué herramientas aplicar”. Miquel lo resumió con pragmatismo: “La IA puede ser una ventaja competitiva enorme o una forma de quemar todo tu CAPEX sin resultados. La clave es vincularla al negocio real, no subirse a la ola general”.

En tiempos inciertos, ambos coincidieron en una certeza: la confianza no se impone, se cultiva ía a día, con hechos, ética y propósito compartido. ●

## BARÓMETRO DE LA CONFIANZA

### “Hoy nadie espera líderes infalibles”

Lucía Carballada, co-Ceo de Edelman y responsable de Reputación, desgrana las claves de su último estudio.

El Barómetro de Edelman analiza la confianza de la sociedad respecto a gobiernos, medios de comunicación, ONG’s y empresas. En su edición de 2025 destaca un punto de inflexión en la percepción que la sociedad tiene sobre las instituciones auditadas en nuestro país. En positivo se puede decir que, “entre 2014 y 2024 ha crecido la confianza en las empresas por parte de la población española en 56 puntos, una cifra muy elevada”, indica Carballada. A la vez que destaca que es “la única institución considerada ética y competente. La percepción de las empresas como éticas ha crecido, sobre todo, desde el Covid, cuando el tejido empresarial español demostró su integridad, consistencia y propósito por su colaboración ante los problemas que surgieron”.

También aumenta “la confianza en los CEO’s y cabe destacar que hoy nadie espera líderes infalibles”, señala Carballada.

En este sentido, la última edición de su barómetro indica que los CEOs actuales

deben ser percibidos como honestos, efectivos y confiables, capaces de navegar en desafíos como la polarización y la IA. Por contrapartida, al mismo ritmo que escala peldaños la confianza en las corporaciones, lo hace el grado de exigencia de la sociedad hacia las mismas, de las que se espera el desempeño de un rol activo en la toma de acciones reales para solucionar problemas que preocupan a la mayor parte de la población. “A nivel social se detecta una mayor exigencia hacia las compañías para que den respuesta

Las empresas que se vinculan con un propósito son percibidas por la sociedad como legítimas y necesarias

al cambio climático, la justicia social y la mejora de la calidad de vida de las personas”, previene Carballada. Otra conclusión a destacar es que se detecta un creciente escepticismo que eleva la media de la desconfianza hacia instituciones anteriormente bien valoradas. Es el caso de las ONG’s, gobiernos y medios de comunicación, que alcanzan un 46% de la desconfianza entre la población. Unas y otras se juegan, más que nunca, su credibilidad por lo que deberán realizar un esfuerzo extra para demostrar un compromiso real con la sociedad. Por otra parte y, en la línea de lo subrayado durante la jornada, Carballada destacó que: “Las empresas que vinculan su propósito a las necesidades de sus grupos de interés y a los grandes retos sociales son percibidas como legítimas y necesarias. Tienen licencia para operar, transformar y liderar”. ●