

Encuesta

# Hacia un 'enriquecimiento simultáneo'

Una encuesta revela que la sociedad entiende que 'rentabilidad económica' es el primer paso para la sustentabilidad. Por eso, en la RSE, es necesario sustituir la filantropía por otro concepto superador.

Las empresas deberían migrar a ONGs? ¿El dinero es el vínculo más importante entre las compañías y la sociedad? ¿Se puede 'comprar' la reputación? Estas preguntas son parte de una encuesta reciente realizada en la Argentina y el resto de la región, en la que sus autor, Fernando Solari, titular de SolariScope, una consultora en temas de sustentabilidad, buscó redefinir los 'pilares conceptuales' de la RSE, lejos de lo que considera la "filantropía tuneada", que suelen encarar, actualmente, las empresas en su inversión social.

En cambio, a partir de las respuestas, elaboró el concepto de 'enriquecimiento simultáneo', un término que comienza a escucharse cada vez más en las oficinas de Sustentabilidad.

Entre los hallazgos del estudio, cedidos en forma exclusiva a *Socialmente Responsables*, se encuentra que, para un 53% de las personas encuestadas, el dinero no es el principal vínculo entre la empresa y la sociedad. Sin embargo, para 85% de las personas, "la sostenibilidad empresarial depende, en primer lugar, de que la empresa tenga rentabilidad". En el mismo sentido, un 76,5% de los encuestados se manifestó de acuerdo con la frase "La evolución de las empresas consiste en ser mejores sin necesidad de migrar hacia las ONGs".

¿Qué significa esto? "Es decisivo y cambia el mapa, radicalmente, de los preconceptos que teníamos acerca del rol de las empresas. Las respuestas sugieren que las personas reconocen que la rentabilidad es clave para la sostenibilidad", dice Solari. De esta forma, añade, "se termina con la tendencia romántica de pensar que las empresas debían ser buenas y donar cuánto más pudiera para ser socialmente responsables. Porque su primera necesidad, para ser sostenible, es ser rentable".

En relación a la pregunta sobre



si las empresas deben migrar a entidades sin fines de lucro, cita al Papa Francisco, quien advirtió que "la Iglesia no tiene que confundirse con una ONG". Afirmó que, si se entiende que la misión de la empresa es otra, "entonces podemos comprender que no haya que hacer filantropía tuneada, acciones solidarias sin fundamentos". El concepto, dice, debe guiar la acción de las empresas. Esto significa que las acciones de las empresas en RSE "no deberían ir contra el negocio".

A raíz de la encuesta, Solari, publicista de carrera y conocido en el área de RSE tras la publicación de su libro "Lazos comuni-

cantes', en 2007, exhorta a pensar en el concepto de 'enriquecimiento simultáneo', contrario al de 'beneficios compartidos', con el que muchas empresas diseñan sus programas de inversión social.

"Cuando hablamos con los directores de empresas, sale a la luz que no comparten el concepto de 'beneficio compartido': no les interesa compartir las ganancias, lo consideran un concepto riesgoso y de poco beneficio", explica. En cambio, a través de la idea de 'enriquecimiento simultáneo', "los actores tratan de generar riqueza, beneficiándose ambos y produciendo valor, ya sea monetario o no".

La idea tiene impacto a la hora establecer políticas de RSE, ya que, a través del concepto, las empresas buscarán dar beneficios a los demás, pero siempre que le traiga un retorno, dice Solari. Da un ejemplo: "En vez de donar pintura para escuelas y municipios, una firma del rubro puede educar, en forma gratuita, a futuros pintores y darles descuentos para que compren sus productos para sus clientes. Así, todos ganan y el negocio es sostenible, porque nadie puede donar el producto que produce en forma ilimitada, sin riesgos para el negocio".

### Otros hallazgos

El relevamiento, sobre 200 casos, se hizo en la Argentina (58% de los encuestados son de esta nacionalidad) y en el extranjero, en especial en países de la región (78% de los consultados del exterior residen en América latina). Entre las respuestas, se destaca que más de un 68% de los encuestados está de acuerdo con la afirmación 'Las empresas hacen lo que las comunidad les permite que hagan, a través de sus representantes políticos'.

También se relevan las ventajas competitivas percibidas por los consumidores. En este sentido, seis de cada 10 encuestados

### Retorno sustentable

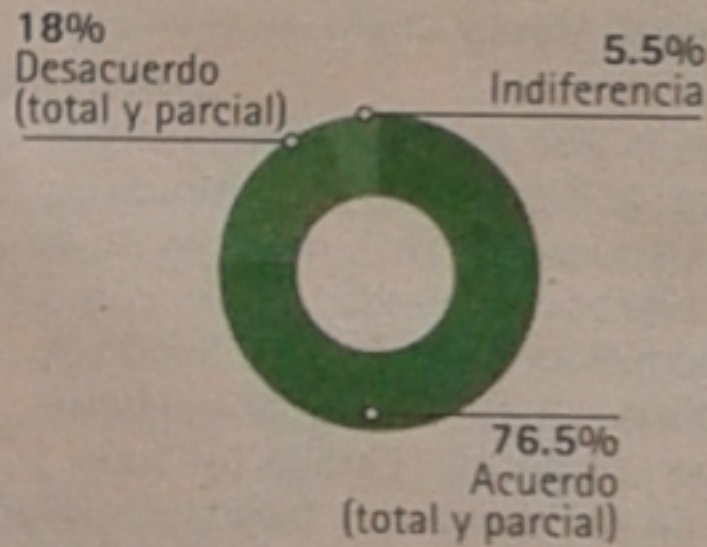
¿La sostenibilidad empresarial depende, en primer lugar, de que la empresa mantenga la rentabilidad?



Fuente: SolariScope

### Empresas y ONGs

¿La evolución de las empresas consiste en ser mejores empresas sin necesidad de migrar hacia las ONGs?



Fuente: SolariScope

opinan que "las innovaciones 'físicas' puede ser copiadas por la competencia sin dificultad y con rapidez", mientras que nueve de cada 10 dicen que "la reputación es el único valor competitivo que no se puede copiar o robar".

Al respecto de la "filantropía", el 92,5% está de acuerdo con que ayudar a resolver un problema, acompañando al otro hasta que lo logre por sí mismo, es más beneficioso que darle dinero para pagar directamente.

### La RSE en la región

La 'Investigación sobre RSE en el mundo Hispano', de la consultora SolariScope, se realizó entre julio y agosto de 2013. Se trató de una encuesta online a 200 personas activas, interesadas en la temática de RSE. La investigación se realizó sobre residentes en 16 países, 58% de la Argentina, 13% de España, 6,5% de Colombia y 4% de Chile, entre otros. Sobre el perfil de los encuestados, 51% de ellos son mujeres. Del total, un 32% tenía entre 25 y 34 años; otro 32% entre 35 y 44 y un 23%, entre 45 y 54 años.

**SE PUEDE CAMBIAR DE CANAL, PERO NO DE PLANETA. POR ESO LO CUIDAMOS.**

En DIRECTV sabemos que un negocio sustentable se logra respetando el entorno. Con esta convicción, en el 2012 realizamos la primera medición de nuestra huella de carbono y desarrollamos nuestro nuevo decodificador, que necesita **43%** menos de la primera medición de nuestra huella de carbono y consume un **29%** menos de energía eléctrica. Además, el nuevo decodificador necesita un **64%** menos de combustible para su traslado y consume un **29%** menos de energía eléctrica.