

Y ya que estamos de *cumple*, la gente de **SolariScope**, liderada por su *pope* **Fernando Solari**, me trajeron de regalito los resultados de una investigación que realizaron en el *Mundo Hispano* sobre **RSE y Sostenibilidad**, abarcando 16 países. "Tuvimos respuestas sorprendentes y estimulantes. ¡Tenemos de todo, inédito!", dijo *Fer* y por eso tendremos varias pastillitas con los resultados aquí, en tu diario interactivo de negocios. Hoy, la primera:

"Investigamos para conocer mejor el terreno donde actuamos, para detectar tendencias y el mejor *`cómo`* que nos permita intervenir generando valor para todos los actores involucrados. Por lo pronto, compartir los resultados que obtuvimos es una forma de brindar valor, aquí vamos: La investigación tuvo origen compartido entre la **Argentina** y **España**, permitiéndonos contar con respuestas provenientes de 16 países (78% de **Sudamérica**, 2,5% de **Centroamérica**, 5% de **Norteamérica** y 14,5% de **Europa**). En **España**, nuestro socio **Marià Moreno** nos ayudó a terminar de identificar los conceptos claves y dejarlos listos para que puedan ser valorados por la comunidad. Entre las definiciones puestas a consideración, un 68% coincidió con que *"Las empresas hacen lo que la comunidad les permite que hagan [en forma directa con su aprobación o rechazo; o en forma indirecta a través de lo que regulan sus representantes políticos]"*. En cuanto a considerar que *"El vínculo principal entre empresa y comunidad es el dinero"* aquí la mayoría estuvo del lado de quienes estuvieron en desacuerdo con un 53%. La investigación comprende preguntas cerradas (categorizadas de valoración) sobre definiciones conceptuales centrales y preguntas abiertas sobre temas básicos y nuevas tendencias. Todavía estamos trabajando sobre lo cualitativo pero ya tenemos cerrado lo cuantitativo; es esto lo estamos compartiendo. Si querés conocer más sobre la investigación, pedíla en ✉".



movistar



Arcos Dorados



ONA



Logic
from
imãgina
everyv

QUA
TECHNO

woman d:biz
presentado por Sa

Ropa anti-violación
Wear creó una
interior antiviolación
versión de uso
deportiva. Estas p
mediante un ma
que no puede se
fuerza; las zo
caderas, muslos
protegidas por u
evitar su desprend

Hoy tenemos una nueva entrega de la gente de **SolariScope**, liderada por su *pope* **Fernando Solari**, sobre la investigación que realizaron sobre **RSE y Sostenibilidad**: **"Argentina** lideró en respuestas con un 58,5% (provenientes de **CABA**; y las provincias de **Buenos Aires, Santa Fe, Córdoba, Tucumán, Río Negro**), el 41,5% restante reside en el resto del mundo hispanoparlante (16 países en total). Esta característica nos permitió contar con una visión global sobre los conceptos analizados. Si separamos a los encuestados según sus ocupaciones nos encontramos con que 23,5% son *Empleados*, 21% *Jefes/Encargados de Área*, 24,5% *Gerentes/Directores*, 8,5% *Presidentes/CEOs/Gerentes Generales* y 22,5% *Dueños/Socios*; quienes, frente a la afirmación *"Los diferenciales físicos (innovaciones) son copiados (o robados) por la competencia, sin dificultad y con rapidez"*, estuvo de acuerdo el 60,5%. Una de las razones que hay detrás de la investigación es la búsqueda de la evolución natural de las metodologías presentadas por **Fernando Solari** en su Libro *"Lazos Comunicantes"* (**Editorial Granica**) y por **Marià Moreno** en su libro *"Construir Comunidad"* (**LID Editores**, en coautoría con **Francisco Giménez Plano**). Ya que percibimos el fin de la etapa donde lo dominante fue la *"filantropía tuneada"* que llega a su agotamiento; en palabras de *Marià Moreno* *"la RSE en esta generación ya ha dado todo lo que podía dar de sí, por tanto, o bien damos paso a una nueva generación o incluso directamente exploramos qué debe sustituirla"*. Los resultados serán, en parte, base para el libro que viene en camino. Mientras tanto, la que se expresa es la comunidad, coincidiendo en un 69,5% con que *"Valor es un concepto relacionado con el rol que la persona desarrolla en cada momento (como inversor buscará principalmente dinero; como vecino buscará principalmente tranquilidad...)"*. Si querés conocer más sobre la investigación, pedíla en ✉️.

Woman U.Biz
presentado por Sa

Francis Mallman, el recordado Gato de los hombres pare adueñado de las parece que no es donde, organizad gastronómica Le Pellegrino, se bautizado Le Clan trata de un circ mujeres chef d parisinos cocinarán un fin de semana la capital francé destinará parte de a Les Enfants du una asociación que mujeres y niños Brazaville.

Sally H

BANCO FINANSUR

Hoy tenemos una nueva entrega de la gente de **SolariScope**, liderada por su *pope* **Fernando Solari**, sobre la investigación que realizaron sobre **RSE y Sostenibilidad**: "Para generar valor tenemos que conocer la esencia de la *RSE/Sostenibilidad* y por eso pusimos a consideración (para validar o descartar) creencias, conceptos y definiciones centrales. Hacer esto, a veces, pone en evidencia que la comunidad evoluciona más rápido que algunos "expertos"; como cuando el 85% de los encuestados coincide con que "La *sostenibilidad empresarial depende, en primer lugar, de que la empresa mantenga la rentabilidad*". Al poner a consideración que "La *evolución de las empresas consiste en ser mejores empresas son necesidad de migrar hacia las ONGs/OSCs*" el 76,5% estuvo de acuerdo. Estas investigaciones no pueden hacerse en forma aislada ni en solitario; localmente contamos con el **Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la República Argentina** como facilitador. Si le preguntás a **Claudio Destéfano** te va a decir que **Marià Moreno** es la figura clave gracias a quien, en su **Museo TOP**, hay *memorabilia* del **Espanyol de Barcelona**; pero nosotros le preguntamos a miembros activos en todos los roles que conforman a la comunidad si "La *Reputación es el único valor competitivo que no se puede copiar, robar o empatar*" y nos encontramos con que el 91,5% está de acuerdo. En cuanto a la dimensión de las instituciones de las que forman parte quienes integran la muestra su composición es 8,5% Independiente, 43,5% de 1 a 20 empleados, 6,5% de 21 a 50 empleados, 9,5% de 51 a 200 empleados, 13,5% de 201 a 1000 empleados y 18,5% con más de 1000 empleados con un nivel de educación de PosGrado para el 49%, Universitario el 36,5%, Terciario 7%, Doctorado 4%, Maestría para el 3% y uno solo de quienes contestaron la encuesta declaró contar con título de *Bachiller*. Si querés conocer más sobre la investigación: ✉".

  



GALA

conectividad a Intern
la medida oficial, Di
en un sector
Telefónica, Claro y
juegan en el interior
medianas, pymes y

Logic
from
imãgina
everyw

UA
TECHNO

En estas
regalá u



Hoy tenemos una nueva entrega de la gente de **SolariScope**, liderada por su *pope* **Fernando Solari**, sobre la investigación que realizaron sobre **RSE y Sostenibilidad**: "Conceptos validados, o refutados, junto con la parte cualitativa de la investigación nos permite conocer la cartografía que señala las vías navegables y las condiciones que mejoran las posibilidades para llegar a buen puerto en relación con la RSE/Sostenibilidad para que el resultado sea de valor para todos los involucrados, sin dejar de lado a la empresa. Divididos por sexo los encuestados son en un 51% mujeres y 49% hombres distribuidos en los siguientes segmentos etarios: 5,5% de 20 a 24 años, 32% de 25 a 34 años, 32,5% de 35 a 44 años, 23% de 45 a 54 años, 5% de 55 a 64 años y 2% de 65 o más años. El análisis que estamos haciendo en Barcelona, con el equipo de **Building Communities** liderado por **Marià Moreno** y en Buenos Aires, con el equipo de **SolariScope** liderado por Fernando Solari; toma en cuenta las respuestas obtenidas, como el 67% que coincide en que "Los empresarios prefieren crear valor -en equipo con la comunidad- antes que compartir -con la comunidad- el que ganaron con su esfuerzo y trabajo". Parece ser una respuesta directa a **Marià Moreno** quien señala *"venimos de una RSE que ni vence ni convence, que de hecho cabalga entre la caridad, el onegenismo o el acompañamiento tutelar y no acaba de sacarse de encima la acusación de querer ser la cara amable de algo que, en el fondo, no puede ser mostrado o no es, directamente, bueno"* cuando el 92,5% coincide en que "Ayudar a resolver un problema o necesidad a cada *stakeholder* [cuya solución se vincule con lo que hace nuestra empresa] acompañándolo hasta que lo logre por sí mismo será más beneficioso que darle dinero para pagar las consecuencias de ese problema o necesidad". Y es justamente en eso en lo que estamos concentrados, esa es la intención de la investigación; mejorar las metodologías para que sea cada vez más claro el significado de "acompañar a los *stakeholders* para que ellos resuelvan sus propios problemas", para que se entienda y pueda ser aplicado con resultados sobresalientes "crear y compartir valor"; para encontrar el camino que permita ser a la empresa un miembro respetado por querido en la Comunidad, en lugar de ser un miembro respetado por temido. Si querés conocer más sobre la investigación: ✉".

mobile d:biz presentado por

¿Se acuerdan de
popular juguete co
que tuvo gran éxito
90. Bueno, lo cierto
20 años después a
Navidades, con el
nuevo modelo que
instantánea. Se tr
versión llamada "T
Digital Friend"
"innovadoras caract
de diseño compar
original. La nueva
24 personajes, mie
incluía solo 6,
integrado un siste
con el que los niños
con otros por mense

Logic
from
imãgina
everyv

70UA
TECHNO



Hoy tenemos una nueva entrega de la gente de **SolariScope**, liderada por su *pope* **Fernando Solari**, sobre la investigación que realizaron sobre **RSE y Sostenibilidad**: "Los conceptos centrales, las creencias y definiciones que forman el núcleo de todo lo relacionado con al RSE/Sostenibilidad fueron validados, o descartados, por personas provenientes de: **Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Centroamérica, Colombia, Ecuador, El Salvador, España, Europa, Francia, Guatemala, México, Perú, República Dominicana, Uruguay, USA y Venezuela**. Los catalanes se destacan por las muchas virtudes que el mundo les reconoce, pero en este caso es pertinente compartir la capacidad de **Marià Moreno** de sintetizar buena parte de los resultados de la investigación: *"no se discute la necesidad de que la empresa gane dinero, pero el dinero no puede ser el único vínculo entre una empresa y su comunidad. La caridad no es el camino ni tampoco el "onegenismo". La reputación no se puede copiar, robar ni empatar. Y la empresa que sea realmente capaz de crear valor y compartirlo, acompañando a sus stakeholders en su propia resolución de problemas, será la que determine el futuro. Un futuro que sus competidores solo podrán contemplar al tiempo que le ven a esa empresa la espalda, naturalmente"*. Cuando las creencias son fuertes, en especial si están relacionadas con un tema como la RSE/Sostenibilidad no suele generar indiferencias, como se nota en que frente a que *"La sostenibilidad empresarial depende, en primer lugar, de que la empresa mantenga la rentabilidad"* solo dejó un 2% de indiferentes. Lo mismo ocurrió con la afirmación que señala que *"la Reputación es el único valor competitivo que no se puede copiar, robar o empatar"* con el mismo 2% de indiferencia. Estos resultados los estamos presentando en empresas e instituciones y los estamos discutiendo en profundidad con actores de todos los sectores de la comunidad en busca de enriquecerlos".



mobile d:biz
presentado por Q