

2014 será un año, ¿Sustentable o Sostenible?

Por Fernando Solari*



Se acerca marzo y termina de empezar la dinámica intensa de un nuevo año empresario en la Argentina y, como suele ocurrir todos los años -especialmente en la Argentina- arrancamos con preguntas:

¿Tendremos un año sustentable?

Sustentable es un concepto que tiene una lectura muy rica si es visto desde la óptica aeronáutica donde -para hacer que el avión vuele- es necesaria una buena pista, con espacio suficiente para carretear todo lo necesario y una cantidad de energía que nos permita levantar vuelo.

Si tomamos -metafóricamente- a las empresas como aviones; este será un año donde quienes estén en vuelo deberán aprender a planear ya que las energías propias no serán generosas [en el mundo empresario toda forma de energía llega un punto donde se convierte en dinero], y pocas cosas hay más difíciles de lograr que asistir -o en el peor de los casos remolcar- a un avión en vuelo. Para quienes no hayan despegado será conveniente adaptarse, adecuándose a la necesidad de estar en tierra tanto como sea prudente -o necesario- y hacerlo con alegría y entusiasmo.

En términos de RSE posiblemente el concepto que se va a poner en juego este año sea el de la Sostenibilidad. Va a ser, probablemente, un año donde sostenerse en pie dentro del mercado será considerado -por muchos- como todo un éxito.

Si Sostenibilidad es el concepto a seguir el desafío es saber cómo darle contenido y ponerlo a favor.

¿Qué tenemos que sostener?

Nuestra identidad. Todo lo que hagamos tiene que contener nuestro ADN, si nos reconvertimos, aunque sea temporal/oportunamente debemos ser reconocibles en la conversión. No podemos transformarnos en lo que no somos aunque creamos que lo hacemos para sobrevivir porque en realidad de esa forma estaremos firmando nuestro certificado de defunción.

Nuestra competitividad. En el escenario que se presente -cualquiera sea éste- estamos obligados a crecer; seguramente cambien las variables -como de hecho suelen cambiar a menudo-, y sin dudas cambiarán los indicadores que señalen si seguimos siendo competitivos, pero la competitividad no podemos perderla porque es la clave de nuestro futuro empresario.

Nuestra reputación. Porque es la base de la que depende nuestro futuro. Lo recomendable es tener presente su composición: realidad + percepción; para no perder de vista que lo conveniente es que hagamos las cosas de la mejor forma posible y las pongamos en evidencia sin dejarlas libradas a la interpretación de nadie.



Nuestros valores. Porque es la base de todo lo que tenemos y de todo lo que podemos llegar a construir tanto hacia adentro como hacia afuera de nuestra empresa; podemos sentir por momentos que todo está en riesgo pero nunca esa sensación debe afectar a nuestros valores.

Nuestra capacidad de generar valor para todos. Porque cualquiera sea el escenario o las circunstancias, siempre tendremos la posibilidad de generar valor para todos y cada uno de los actores con los que nos relacionamos, sin dejar de hacerlo para nosotros mismos.

¿Puede la RSE hacer todo esto?

En realidad, todo esto es lo que genera la RSE; ¿cómo?, Siguiendo su naturaleza.

Naturaleza que en primer lugar contiene la naturaleza de sus actores; de todos ellos, por eso es que no puede desprenderse de la empresa porque forma parte de ella tanto como de la comunidad.

Frente a la conmoción que muy probablemente genere en nosotros buena parte de este año, lo que resultará conveniente que hagamos, estratégicamente -con la RSE-, es dejar de lado lo que conmueve y poner el foco sobre lo que genera resultados. Esto significa dejar de lado el asistencialismo, la tentación de ponernos en lugar del otro, porque haciéndolo solo logramos suplantar por un momento, para luego devolverle lo que tenía con el agregado de una oportunidad perdida. Si somos empresas no debemos migrar en una ONG porque sería un error grosero que pagaríamos a un alto costo.

Lo que nos conviene hacer, a todos, es acompañar a cada uno de nuestros *stakeholders* brindando un valor capacitante que nos vincule con los resultados de valor generados, para todos los participantes, nosotros incluidos.

Lo que no podremos dejar de hacer este año es construir futuro. Y un futuro mejor es en el que crece la empresa al tiempo que crece la comunidad, de la que la empresa forma parte.

*fernando@solariscope.com

punto de vista - FERNANDO SOLARI, INVESTIGADOR Y TITULAR DE SOLARI SCOPE

2014 será un año ¿sustentable o sostenible?

El autor plantea que el escenario actual pondrá en juego la capacidad de las empresas de sostener sus programas de sustentabilidad y RSE. Recomienda enfocarse en la eficiencia y acompañar, sin reemplazar, a los *stakeholders*.



Se acerca marzo y termina de empezar la dinámica intensa de un nuevo año empresario en la Argentina y, como suele ocurrir todos los años -especialmente en la Argentina- arrancamos con preguntas: ¿tendremos un año sustentable?

Sustentable es un concepto que tiene una lectura muy rica si es visto desde la óptica aeronáutica donde -para hacer que el avión vuele- es necesaria una buena pista, con espacio suficiente para carretear todo lo necesario y una cantidad de energía que nos permita levantar vuelo.

Si tomamos, metafóricamente, a las empresas como aviones; será un año donde quienes estén en vuelo deberán aprender a planear, ya que las energías propias no serán generosas (en el mundo empresario, toda forma de energía llega a un punto donde se convierte en dinero), y pocas cosas hay más difíciles de lograr que asistir -o en el peor de los casos remolcar- a un avión en vuelo. Para quienes no hayan despegado será conveniente adaptarse, adecuándose a la necesidad de estar en tierra tanto como sea prudente o -necesario- y hacerlo con alegría y entusiasmo.

En términos de RSE posiblemente el concepto que se va a poner en juego este año sea el de la sostenibilidad. Va a ser, probablemente, un año donde sostenerse en pie dentro del mercado será considerado, por muchos, como todo un éxito. Si sostenibilidad es el concepto a seguir el desafío es saber cómo darle contenido y ponerlo a favor. ¿Pero qué tenemos que sostener?

Nuestra identidad. Todo lo que hagamos tiene que contener nuestro ADN, si nos reconvertimos, aunque sea temporal u oportunamente debemos ser reconocibles en la conversión. No podemos transformarnos en lo que no somos aunque creamos que lo hacemos para sobrevivir porque en realidad de esa forma estaremos firmando nuestro certificado de defunción.

Nuestra competitividad. En el escenario que se presente -cualquiera sea éste- estamos obligados a crecer; seguramente cambien las variables -como de hecho suelen cambiar a menudo-, y sin dudas cambiarán los indicadores que señalen si seguimos siendo competitivos, pero la competitividad no podemos perderla porque es la clave de nuestro futuro empresario.

Nuestra reputación. Porque es la base de la que depende nuestro futuro. Lo recomendable es tener presente su composición: realidad + percepción; para no perder de vista que lo conveniente es que hagamos las cosas de la mejor forma posible y las pongamos en evidencia sin dejarlas libradas a la interpretación.

Nuestros valores. Porque es la base de todo lo que tenemos y de todo lo que podemos llegar a construir tanto hacia adentro como hacia afuera de nuestra empresa: podemos sentir por momentos que todo está en riesgo pero nunca esa sensación debe afectar a nuestros valores.

Nuestra capacidad de generar valor para todos. Porque cualquiera sea el escenario o las circunstancias, siempre tendremos la posibilidad de generar valor para todos y cada uno de los actores con los que nos relacionamos, sin dejar de hacerlo para nosotros mismos. ¿Puede la RSE hacer todo esto? En realidad, todo esto es lo que genera la RSE; ¿cómo? siguiendo su naturaleza.

Naturaleza que en primer lugar contiene la naturaleza de sus actores; de todos ellos, por eso es que no puede desprenderse de la empresa porque forma parte de ella tanto como de la comunidad.

Frente a la conmoción que muy probablemente genere en nosotros buena parte de este año, lo que resultará conveniente que hagamos, estratégicamente -con la RSE-, es dejar de lado lo que conmueve y poner el foco sobre lo que genera resultados. Esto significa dejar de lado el asistencialismo, la tentación de ponernos en lugar del otro, porque haciéndolo solo logramos suplantar por un momento, para luego devolverle lo que tenía con el agregado de una oportunidad perdida. Si somos empresas no debemos migrar en una ONG porque sería un error grosero que pagaríamos a un alto costo.

Lo que nos conviene hacer, a todos, es acompañar a cada uno de nuestros *stakeholders*, brindando un valor capacitante que nos vincule con los resultados de valor generados, para todos los participantes, nosotros incluidos.