

RSE y el barrio

Por Fernando Solari*



La RSE [Responsabilidad Social Empresarial] suele enfocarse en metas lejanas, y está muy bien que así sea; pero la cercanía es la que nos permite el contacto con quienes realmente somos. Es, en buena medida por eso, que la relación con el entorno cercano es tan importante.

A las empresas suele ocurrirles esto mismo que se pone en evidencia en el párrafo anterior. Hacer un planteo complejo de algo que tiene que ser simple. Simple y fundamental. “Entorno cercano” sigue siendo “el barrio”; y el barrio sigue siendo el sitio donde nos conocen más -y mejor- que en otro lado, donde están quienes han tenido la suerte de seguir de cerca nuestra trayectoria, quienes saben de nosotros -quizás- un poco más de lo que imaginamos porque nos miran actuar cuando estamos concentrados en nuestra tarea.

La relación con el barrio, con el entorno, es una relación clave para todo lo que tiene que ver con la gestión de vínculos comunitarios. Tan importante y tan obvia -a veces- que la damos por descontada y es por donde se filtran conflictos que luego cuesta resolver.

Los casos suelen ser la mejor forma de graficar esta importancia, y acostumbran a aportar valor sin necesidad de identificar a los protagonistas, gracias a la capacidad de representar a tantos otros donde solo cambian los detalles.

Tenemos una planta con silos en el interior de nuestro país. Centenaria y situada en un sitio estratégico gracias a la inteligencia de sus fundadores que supieron ver que había un punto intermedio entre el pueblo, al que le dieron trabajo y riqueza, y la estación de trenes, que les permitió crecer y llegar muy lejos.

La empresa en cuestión fue, en buena medida, motor del crecimiento del pueblo y una de las fuerzas que lo empujaron a transformarse en ciudad. Ese crecimiento la llevó a quedar en medio del pueblo extendido con una escolita -con 1000 niños como alumnos- con la que comparte medianera.

Un buen día la escolita amanece con cascarilla que se filtró desde los conductos que unen los silos con la planta. Algunos reaccionan con alergias y todos están frente a una crisis.

Alertada la empresa decide hacer una visita con regalos frente a un recibimiento levemente tenso e incómodo que rápidamente se diluye bajo la promesa de que el episodio no se repetirá. Hasta que se repite.

Cuando esto ocurre y los directivos proponen regresar con nuevos obsequios no consiguen el apoyo de nadie, ni siquiera son ellos los dispuestos a hacer la visita. Ya no se trata de regalos, se trata de tomar una medida de fondo. De hacer lo que corresponde cuando una planta está en medio de un pueblo.



De hacer lo necesario para que no le exijan que se vaya. Ya no es una cuestión industrial con parámetros y márgenes técnicos sino una cuestión barrial. Ya no pesa la historia. Ahora son los nuevos vecinos que ponen en duda si desean compartir el barrio con quien estaba mucho antes que ellos. Y los vecinos miran hacia adelante.

De la crisis a la oportunidad

Hay casos más concentrados, como el de la empresa de moldeo de plásticos que creció desde la casa de su fundador y se mantuvo en el barrio donde el resto siguen siendo casas de clase media trabajadora. Frente al ingreso de la PyME vive un señor que sufre dolencias que lo mantienen en una silla de ruedas que, cuando el tiempo lo permite, llevan hasta la puerta de su casa donde pasa horas escuchando radio. Y mirando la planta.

Cuando este señor percibe algo distinto de lo que considera “común” llama a la policía, a los bomberos y a la radio para dar el alerta temprano. Como es de imaginar, sus interpretaciones suelen ser erradas y el deseo de todos es que deje de generar alarmas que quitan la atención de donde es necesario mantenerla.

Para la empresa este señor es su vecino y es un testigo ventajoso y bien predispuesto al que simplemente hay que capacitar. Un vecino que impulsa a la empresa a tomar medidas preventivas superiores a las que solía tener y que, luego de su implementación y entrenamiento, ayuda a que el control, y la prevención sean más eficaces.

En términos empresarios, y en especial en todo lo relacionado con la RSE, suele hablarse de la comunidad, de los *stakeholders*, de los grupos de interés... como abstracciones inasibles y de tanto poder que llegar a despertar sospechas para los no iniciados; pero de lo que hablamos siempre es de personas.

Siempre son personas las que forman parte de nuestros equipos, las que son testigos de lo que hacemos y las que suelen compartir -por azar o decisión- nuestra evolución.

Entre las personas más cercanas están quienes componen el barrio, un grupo grande y heterogéneo que ve -e interpreta- todo lo que hacemos. Cada día y todos los días. Sin el compromiso de formar parte. Sin el condicionamiento de un vínculo superior al de compartir ese lugar común que se llama barrio.

La importancia del hacer; de la mejor forma posible y superadora en cada paso junto con el valor de comunicar. Comunicar para que la interpretación no sea errada y no incline -injustamente- lo que construimos derecho; encuentran su mejor banco de prueba en el barrio.

Ese sitio donde, luego de la intimidad de nuestra empresa, están las personas que nos rodean en los mejores y en los peores momentos. Con los que siempre vamos a tener la chance de recomponer las cosas. O quienes nos van a pedir que nos vayamos, como primera señal de que estamos equivocando el camino. O que perdimos la capacidad de entender al otro.

La RSE es una construcción de valores que, para ser validada, encuentra su mejor sitio en el barrio del que -en primer lugar- formamos parte activa.

*fernando@solariScope.com