

RSE y la ayuda

Por Fernando Solari*



La RSE [Responsabilidad Social Empresaria] tiene que ver con la forma en que las empresas [instituciones y organizaciones también cuentan] intervienen en la comunidad de la que forman parte generando resultados de valor para todos.

Queda claro que cumpliendo con su función las empresas intervienen en la comunidad y lo hacen en forma positiva ya que, cuando esta condición no se cumple, solo es necesaria una cuota de paciencia para ver cómo la empresa desaparece del mercado.

Desaparecer del mercado para una empresa puede significar dos cosas; el fracaso de su estrategia y políticas [lo cual se transforma en experiencia de valor para quienes estuvieron involucrados] o el haber confundido su rol y actuar en forma equivocada.

La ambición desmedida lleva a algunas empresas a actuar quebrando las reglas [en este caso es el mismo mercado y la comunidad quien debería denunciarla para que quien tenga el control las saque del mercado y obligue a sus responsables a compensar el daño causado] o bien su caída ocurre por actuar como ONGs sin serlo dejando que la falta de beneficios la deje fuera de juego [por tomar solo dos casos de los tantos posibles].

Sin embargo, lo que compete con la RSE tiene que ver con la forma en que la empresa interviene en la comunidad para tejer un vínculo de valor con cada uno de los grupos integrantes que mejore su desempeño competitivo poniendo en evidencia sus cualidades y características propias y las del negocio que lleva adelante.

Tres niveles

La primera de las tres formas en las que podemos sintetizar la intervención de la empresa en la comunidad es la que tiene que ver con el “desprendimiento”.

Hay empresas que deciden desprenderse de algo de lo que tienen para cedérselo a la comunidad sin más. Lo hacen con las mejores intenciones y suelen no esperar siquiera agradecimiento por su accionar al considerarlo digno y justo.

Lo que hacen es brindar un regalo a la comunidad, un presente; y los regalos son siempre bienvenidos pero difícilmente cambien la vida de quien los recibe.

En términos empresarios se trata de la clásica confusión entre filantropía y RSE; regalar -en cualquiera de sus variables- no es más que una acción filantrópica digna para cualquier persona que decida llevarla a cabo pero errada para las empresas por la simple razón de no ser



sostenible. Si hacemos filantropía generamos un gasto que no se recupera y eso no nos permite seguir siendo empresa.

Hay una segunda versión que tiene que ver con la “sustitución”.

Hay empresas que deciden trabajar para la comunidad y toman su lugar -momentáneo- para dejarles algo resuelto. Son las empresas que pintan escuelas para quienes no las tienen en condiciones, que cocinan para quienes lo necesitan... con gran participación y entusiasmo de sus empleados.

Tomar el lugar del otro es el equivalente a lo que en política se denomina asistencialismo; se ponen parches que hacen a quien los recibe dependiente porque cuando regresa a su lugar natural encuentra el cambio sin saber cómo se produjo. Y el problema que no aprendimos a resolver siempre regresa.

Las empresas pueden mostrar mejores resultados que en el caso anterior, pero la realidad los devolverá a su lugar y rol y los cambios generados no se sostendrán en el tiempo.

Hay una tercera instancia relacionada con la “transmisión”.

Hay empresas que deciden transmitir sus conocimientos, eligiendo entre ellos aquellos que les permiten generar cambios de valor a los diferentes grupos que conforman la comunidad.

Es la empresa que produce pintura y, en vez de pintar la escuelita que lo necesita, entrena, guía y abastece de todo lo necesario a los vecinos para quienes ese conocimiento y entrenamiento los enriquece tanto como a la comunidad tener la escuelita pintada.

El valor queda, y se desarrolla, sin necesidad de que la empresa mantenga su presencia. Lo que invierte la empresa lo recupera porque, al estar en línea con su negocio la ayuda brindada genera un retorno concreto que mejora a ambas partes.

Ayudar es una acción que no debe ser llevada a cabo por interés cuando se limita a ser una acción personal; cuando la que interviene es una empresa, debe ser guiada por la estrategia para que sea sustentable y siga generando beneficios -para todos y cada uno de los involucrados- incluso mucho después de ser llevada a cabo la acción concreta.

Porque ser empresa, y mantenerse como tal, es también -en sí mismo- un valor para toda comunidad que se precie de tal.

*fernando@solariScope.com