

RSE y la empresa como parte

Por Fernando Solari*



La RSE [Responsabilidad Social Empresaria] gestiona el vínculo entre empresa y comunidad donde los beneficios, para ser sostenibles, deben ser positivos para ambas partes.

Las empresas, actor ineludible en términos de RSE [la "E" de la sigla]; si bien forman parte de la comunidad tienen algunas ventajas que les permiten ver con amplitud la dinámica social y poder detectar con cierta anticipación algunas amenazas y oportunidades para actuar en consecuencia de forma tal que los resultados sean tan favorables como le resulte posible y, aquí el foco de la RSE, abarquen a la comunidad de la que forman parte.

Las ventajas de las empresas tienen que ver con que cuentan con un grupo heterogéneo, afianzado y entrenado para aprovechar lo mejor de sus miembros componentes y poner su energía a favor de objetivos que se dividan en metas realizables y mensurables.

La capacidad de una empresa para cerrar filas detrás de un objetivo compartido, dividir las tareas necesarias para alcanzarlo y optimizar los recursos disponibles para alcanzar resultados enriquecedores puede ser disparada en forma eficiente con un simple mail interno mientras que a la comunidad que rodea a la empresa le resultaría virtualmente imposible hacer algo similar.

Esta diferencia es superior -e independiente- a la cantidad de recursos económicos ya que son cuestiones que solo se logran cuando se dispone de valores entre los cuales el dinero es solo un detalle marginal.

Lo cierto es que esta condición ventajosa de las empresas, sin perder de vista que entre ellas también están aquellas a las que las circunstancias favorecen y las que solo encuentran complicaciones, debe ser manejada inteligentemente para que pueda ser puesta a favor de la comunidad sin dejar de lado el beneficio de la empresa misma.

Qué hago y cómo lo hago para que ganemos todos

¿Por qué la empresa tiene que obtener beneficios cuando decide ayudar a la comunidad?, es una típica pregunta que deberá enfrentar quien llegue a esta instancia. Porque la empresa no puede renunciar a su ADN ya que, si deja de lado la búsqueda de beneficios renuncia a ser empresa. Y que las empresas dejen de serlo es un gran perjuicio para la comunidad.

¿Acaso no es suficiente ganancia -para la empresa- lo que genera en beneficio de la comunidad?, pregunta complementaria a la anterior. Solo sería así si en vez de empresa se tratara de una ONG; y lo cierto es que la evolución de las empresas no consiste en migrar hasta convertirse en una ONG sino en ser una mejor empresa.



Sí es completamente cierto que una mejor empresa solo es posible -finalmente- en una mejor comunidad; pero el vínculo entre ambas es lo que les permitirá potenciarse.

Por eso, justamente, es que ayudar por ayudar no sirve de nada como no sirve ayudar de cualquier forma.

La Filantropía no es RSE aunque se insista en buscar la mimetización entre ambas obteniendo lo que se denomina "Filantropía Tuneada". Los regalos generan grandes momentos pero suelen no cambiarle la vida a las personas. Por esencia no hay regalos sostenibles y esa es una característica que no puede dejarse de lado cuando se trata de la comunidad.

La ayuda no puede consistir en suplantar al otro. No tiene sentido que hagamos lo que corresponde que haga otro, salvo frente a una emergencia donde todo es válido; porque si lo suplantamos solo podremos hacerlo por un tiempo y, cuando regrese se encontrará con una oportunidad perdida.

¿Qué hacemos -entonces- para aportarle valor a nuestra comunidad y a nuestra empresa?

Simple, hacemos lo que mejor sabemos hacer; si somos expertos en alimentos no tiene sentido que pintemos escuelas o donemos frazadas o regalemos computadoras -podemos hacerlo, si queremos, en forma personal- lo que nos conviene hacer es transmitir nuestros conocimientos para que los grupos necesitados de nuestra comunidad aprendan sobre alimentos de forma tal que puedan hacerlos rendir si cuentan con pocos, que los transformen en más sanos y nutritivos para mejorar sus vidas y, fundamentalmente, que incorporen el conocimiento para seguir creciendo y evolucionando sin dependencias.

La comunidad gana, con dignidad, con autonomía y la ganancia es sostenible y creciente. La empresa gana porque mejora la comunidad de la que forma parte mejorando también ella. Pero fundamentalmente, porque el vínculo generado es un vínculo de reconocimiento positivo asociado a su quehacer, esto lo hace sostenible y creciente. Esto hace que la empresa evolucione siendo una mejor empresa, en una mejor comunidad de la que forma parte. Y de la que la comunidad quiere que forme parte.

*fernando@solariscope.com