

RSE y los otros

Por Fernando Solari*



La RSE [Responsabilidad Social Empresaria] tiene que ver con la capacidad de las empresas para tener en cuenta a aquellos que no forman parte de su negocio en forma directa y de hacer que, a pesar de eso, los una un vínculo de valor.

Las empresa dependen de sus consumidores en primer lugar -quienes necesariamente deben estar satisfechos- pero lo cierto es que tener la mejor relación con estas personas no es suficiente para el buen desempeño, y éxito, de una empresa.

Quien se destaca haciendo alimentos -por solo poner un caso- tendrá la oportunidad de crecer y desarrollarse en base a cómo mantenga esa identidad y que tan capaz sea de enriquecer los alimentos que produce siguiendo los deseos de una buena parte de la comunidad para lograr que se transformen en consumidores gustosos de sus productos.

Si hubiera una fórmula del éxito podría sintetizarse en un simple recorrido por el marketing aplicado: conocer a la comunidad tanto como para detectar una necesidad o deseo insatisfecho y generar con pasión y dedicación lo necesario para que un grupo encuentre en lo que le ofrezco un vínculo que nos haga sentir que ambos ganamos. Para ellos lo que les ofrezco vale más que el dinero que me entregan a cambio y para mí ese dinero es suficiente para seguir brindándole satisfacción, me permite invertir para mejorar y acompañar su progreso y me deja una ganancia que compensa mi esfuerzo y dedicación.

Así de simple es un modelo exitoso de laboratorio; el problema está en que la vida real es un poco más compleja -y rica- con variables que se suman y toman protagonismo.

Los competidores suelen hacer las cosas más simples para los consumidores pero agregan complejidad a los productores con quienes comparten mercado; quienes no están atrapados por el encantamiento que genera nuestra labor y productos abren el foco y ven detalles en primer plano que nosotros podríamos considerar insignificantes.

A nadie le debería importar cómo es la planta de elaboración de mis productos porque lo que les encanta es lo que sale de ellas y mi capacidad para ponerlo a su alcance a un precio razonable; hasta que un vecino de la planta se hace escuchar y muestra lo que es inadmisibles para él, con justa razón.

“Júzguenme por lo que hago y no por cómo lo hago” habrá sido la reacción natural del primer empresario al que le reclamaron por conflictos que su planta generaba en el vecindario sin tener en cuenta los millones de personas que estaban encantadas por los productos que salían

de ella. Y los vecinos tenían razón, tanta que tuvieron que ser atendidos y respetados como tales.

Escenario ampliado

Si la clave de los negocios era la de deleitar a los clientes para que cada vez se sumen más al tiempo que se mantengan como tales los actuales la RSE es la herramienta apropiada para lograr que esto ocurra en el nuevo escenario ampliado, donde tenemos que lograr que cada integrante de la comunidad esté satisfecho con nuestro desempeño empresarial independientemente de que le interese en algún punto lo que producimos.

El mayor desafío de este nuevo escenario es el de lograr esta aceptación comunitaria sin perder la identidad de nuestra empresa, la razón de ser y la actividad por la que se nos reconoce en el mercado y por la cual sobresalimos y triunfamos como empresa.

No se trata de compensar sino de tener en cuenta al otro.

No se trata de hacer el bien sino de dejar de hacer lo que está, en algún punto o grado, mal.

No se trata de llamar la atención para llevarla hacia donde nos conviene sino de prestarle atención a todos los reclamos consistentes haciendo lo necesario para que ninguno de ellos tenga sustento suficiente como para transformarse en una crisis.

El desafío es importante y por eso es que la RSE requiere cada vez más de un profesionalismo que hace la diferencia y la pone en evidencia con el valor que genera para todos los involucrados.

*fernando@solariscope.com