

RSE y los profesionales

Por Fernando Solari*



Siendo que todo lo relacionado con la RSE [Responsabilidad Social Empresaria] tiene que ver con la comunidad de la que formamos parte es muy difícil dejar de lado la emoción; sin embargo, lograrlo es lo que diferencia a los profesionales del sector capaces de liderar estrategias efectivas.

Ser capaz de desarrollar, e implementar, una estrategia de RSE que consiga generar valor para todos los involucrados -sin que la empresa que la genera quede al margen- es un desafío que requiere de algunas cualidades que no abundan.

En primer lugar, la capacidad de pensar con frialdad en los momentos donde lo natural es que nos veamos superados por las emociones. Cuando ocurre una tragedia -natural por ejemplo, como un tsunami - tendemos a reaccionar con velocidad y energías, pero sin estrategia.

Hablar con alguna embajada de un país que haya sufrido un desastre natural nos permite entender que los impulsos no siempre nos llevan al mejor sitio, usualmente ni siquiera nos llevan adonde queremos llegar.

La tendencia natural es la de reaccionar donando y hacerlo con, por ejemplo -y por alguna razón misteriosa- frazadas. Quizás haya sido el cine el que nos fijó la equivalencia entre desastre natural y víctimas cubiertas por una frazada pero lo cierto es que los sitios que sufren estos desastres suelen saturarse de frazadas que no necesitan y que solo les agregan complicaciones a las que ya tienen en demasía.

La estrategia define

A las ganas de participar, de sentirse -de ser realmente- útil se deben anteponer, cuando se trata de empresas u organizaciones, la estrategia.

Esto nos llevará en contra de la corriente, es cierto, pero nos hará mejores; mejores y más eficientes, lo que es un avance considerable, en especial si lo que hacemos lo hacemos en nombre de una empresa o institución.

No hay razón para creer que las empresas sean malas y mejoren acercándose hasta ser como una ONG. No solo es falso este presupuesto sino que el ejemplo anterior es también sirve para una ONG.



Solemos aceptar que cualquier ayuda es válida y el simple hecho de ayudar nos hace merecedores de reconocimiento y agradecimiento y está bien que así sea en términos personales.

Pero una empresa, un profesional al frente de una organización no puede quedarse con esto porque recibirá por otro lado reclamos tan justos como los de los necesitados. Reclamos que tienen que ver con su responsabilidad de no confundir lo personal con lo institucional y aplicar los recursos que surgen de la actividad de la empresa de forma tal que la empresa se vea favorecida.

Lo que hay que hacer es lo que sirve a todos, lo que beneficia a todos.

En el caso del tsunami pensar en lo que tenemos disponible gracias a nuestro quehacer, luego de chequear si es valioso y oportuno para quien lo recibirá, y de qué forma hacerlo llegar para que ayude y no se transforme en obstáculo. Es un caso aislado porque, por suerte, no son episodios que se repitan con frecuencia.

Pero en todo lo relacionado con lo cotidiano entregar lo disponible, o lo que es de utilidad para el otro, tampoco es el camino porque, cuando no hay crisis que resolver, lo correcto es poner energías en construir el mejor vínculo posible con cada uno de los grupos con los que nos relacionamos.

Y eso solo es posible brindando valor cuyo resultado nos vincule para obtener un resultado, en consecuencia, que también sea valioso para nosotros.

Aquí es donde la capacidad estratégica se hace vital para que el resultado sea tan valioso como sostenible, para ambas partes.

*fernando@solariscope.com