

RSE y los vínculos

Por Fernando Solari*



La RSE [Responsabilidad Social Empresaria] consiste en generar un vínculo entre el grupo de personas que conforman la empresa con otras personas que conforman los grupos de interés que hacen posible la existencia de la empresa cuyo resultado sea valor para todos.

Un conocido relato metafórico que se acostumbra a utilizar en escuelas empresariales plantea el supuesto de que un día el mundo despierte con todas las plantas productoras de Coca-Cola del mundo desaparecidas como por arte de magia [las metáforas requieren tanto de la aceptación de imposibles reales como la necesidad de contar con un guiño cómplice de la audiencia]. El planeta se encontraría con que no hay donde producir la gaseosa líder.

La pregunta empresarial que dispara este relato metafórico es: ¿qué creé que ocurriría con Coca-Cola? para obtener infinidad de respuestas y especulaciones [que nos permiten entrenar en términos empresarios].

La respuesta elegida por quienes suelen usar este relato metafórico es que semejante situación generaría una disputa entre inversores que intentarían ser los elegidos para poner el dinero necesario para levantar las plantas que restablecieran la provisión de la bebida cola más deseada del mundo sin preocuparse demasiado por las condiciones y mucho menos por las garantías.

¿Por qué ocurriría esto? Porque el valor de Coca-Cola no está en el producto sino en su marca, y en todo lo que ella representa. Lo cual es en buena medida cierto.

Quien tenga oportunidad de participar de un test a ciegas descubrirá que la campaña de Pepsi era cierta cuando decía que -en iguales condiciones y sin que se identifique la marca- la gran mayoría de las personas preferían Pepsi frente a Coca-Cola; pero todo cambia cuando se hace presente la marca. En ese momento surgen los argumentos, las sospechas de trampa y lo necesario para argumentar a favor de los intangibles que definen.

Las escuelas de negocios que utilizan este relato metafórico lo hacen con autoridad y respaldo académico y práctico. Pero hay una instancia superior que debe ser tenida en cuenta.

Vínculos entre personas

Imaginemos un nuevo relato metafórico. Supongamos que hoy el mundo despierta con un cambio mágico y secreto en el directorio global de Coca-Cola y usted, amigo lector, toma el lugar del CEO global y sus mejores amigos -los que tienen las mejores calificaciones, los que formarían un innegable *Dream Team*- lo secundan ocupando el resto de los sillones del



directorio global sin que nadie note el cambio. ¿Qué creé que ocurriría? ¿Se anima a imaginarlo?

Yo sí; las cosas seguirían estando como están hoy, se mantendría en el podio de todos los rankings y de hecho hasta hay posibilidades de que consiga crecer en algún indicador, durante un tiempo. Hasta que todo se derrumbe.

Y no va a ser su culpa, se lo aseguro. Además, quién le quita la gloria que vivió, aunque haya sido metafórica.

Lo cierto, lo que suele no ser tenido suficientemente en cuenta es que no hay empresas, ni instituciones, ni marcas, ni productos sino personas. Y es el vínculo entre personas lo que hace posible que sean capaces de construir lo que ningún otro sería capaz, y de dejar caer lo que se suponía no habría forma de derribar.

La RSE presenta una de las mejores visiones y juego de herramientas para que el vínculo entre las personas que conforman la empresa sea el mejor posible; cosa que se nota en sus resultados, en lo que consiguen como resultado de lo que viven juntas esas personas y en el ambiente en que se desempeñan.

La RSE presenta también una de las mejores visiones y juego de herramientas para construir un vínculo de valor entre la empresa y los diferentes grupos que conforman la comunidad sin perder de vista que es la misma comunidad a la que pertenecen todos -aunque sea global- como Coca-Cola.

Son las personas las que definen y los vínculos que son capaces de lograr los que las mantiene unidas o las separan, los que hacen que deseen mantener el vínculo -e incrementarlo y profundizarlo- o prefieran interrumpirlo.

Los componentes para lograr lo mejor del conjunto son variados, pero la RSE -si es estratégica y se aplica correctamente- es la que hace que todo lo logrado -las conquistas y los éxitos- se transformen en valor y sea sostenible.

*fernando@solariscope.com