

Sustentabilidad disociada



Por Fernando Solari*

La sustentabilidad ha logrado estar presente en la mayoría de los emprendimientos vinculados con empresas lo cual es un mérito que pone en evidencia que hay detrás de ella un valor que no puede ser desatendido por nadie que comprenda que lo que hacemos y lo que somos forma parte de un conjunto que nos excede y del cual no podemos separarnos.

No podemos dejar de formar parte de la comunidad tanto como no podemos evitar compartir nuestros éxitos y derrotas tanto como no es posible desligarnos de lo que le pasa al mundo que habitamos de cuyo progreso e involución no hay forma de permanecer ajeno.

Sin embargo la presencia de la sustentabilidad en el mundo de los negocios suele quedar encallada en el terreno de la declamación sin pasar a las acciones donde sus principios lograrían generar cambios de valor abarcadores.

En la presentación a la prensa y a líderes de opinión del último Reporte de Sustentabilidad de una terminal automotriz el primer orador es el CEO: "hemos hecho muchas cosas a favor de la comunidad que tienen que ver con la educación, con el arte... plasmadas en el reporte que presentarán mejor que yo nuestros especialistas; ¡pero también tenemos un negocio!" dijo convencido antes de cederle la palabra a su Director de Relaciones Institucionales.

Las empresas tienen, cada una de ellas, un negocio y razonablemente deben concentrar su foco en él ya que de su desarrollo y de la polaridad de su progreso dependerá su subsistencia; solo en el caso de que el negocio resulte rentable será posible mantenerse en pie, razón necesaria para que la empresa pueda desarrollar todas sus tareas de la mejor forma posible.

Si en este escenario se hace ineludible sumar a la sustentabilidad la sustentabilidad será incluida; cuidando que no perturbe el desarrollo del negocio.

La empresa se ocupa y preocupa por la marcha del negocio y deja un espacio para que se haga lo que sea necesario hacer en materia de sustentabilidad de forma tal que no se convierta en un foco de conflicto que complique el desarrollo del negocio.

La comunidad pide que atendamos el tema sustentabilidad y si la empresa no lo hace reclamará iniciando un conflicto que le quitará foco de concentración en su negocio; cuando se llega a esta instancia no tiene sentido discutir, la mejor decisión es invertir las energías que les generaría el desgaste innecesario en hacer lo que les piden.

Satisfacción integral



El concepto predominante es el de brindar al mercado lo que el mercado espera de la empresa; si el mercado pide sustentabilidad le brindará sustentabilidad, en especial si eso no interfiere con su negocio.

Cuando la sustentabilidad [como tal o en sus diversas versiones, desde la RSE - Responsabilidad Social Empresaria- pasando por Ciudadanía Corporativa o RRPP -Relaciones Públicas- ampliadas] se hizo inevitable las empresas la adoptaron; ¿haciendo qué? lo que se hace cuando hablamos de sustentabilidad: pintando escuelas, donando libros, ayudando a comedores, apadrinando plazas...

Hoy es impensable encontrar una empresa que no apadrine una plaza; empresas financieras, empresas médicas, empresas tecnológicas... entre muchas otras apadrinan plazas y espacios verdes. A los comedores los ayudan empresas financieras, empresas médicas, empresas tecnológicas... entre muchas otras reemplazándose entre sí sin que cambie, ni para bien ni para mal, el resultado de la ayuda como tampoco ocurre con el resultado para la empresa.

Hay un presupuesto que se consume hasta que se agota; hay presupuesto hay ayuda, cuando el presupuesto se agota se invoca a la paciencia hasta que el presupuesto se renueve. Lo importante es estar haciendo algo vinculado con la sustentabilidad para dejar desactivado un posible foco de conflicto que quitaría energía del negocio que es en donde las energías deben concentrarse.

Hay una oportunidad latente lista para quien la ponga de su lado y es que los negocios deben ser sustentables en vez de hacer negocios por un lado y mostrarse sustentables por otro.

Si en vez de disociar asociamos vamos a lograr una aleación que mejore a las partes que la componen; la sustentabilidad tiene la potencia de mejorar a las partes haciendo que los negocios mejoren al mundo para que el mundo también sea un mejor lugar para los negocios.

La sustentabilidad tiene una potencia competitiva, y diferencial, lista y a disposición para las empresas que estén dispuestas a ponerla a favor suyo, y de la comunidad de la que forman parte, enriqueciendo a todos como consecuencia.

*fernando@solariscope.com