

Sustentabilidad temporal



Por Fernando Solari*

La sustentabilidad es una condición inevitable, tanto como lo es la Responsabilidad Social Empresaria [RSE] ya que ambas están presentes en lo que hagamos tanto por acción como por omisión con consecuencias que nos afectan a nosotros y -por supuesto- a la comunidad de la que formamos parte.

Algunos casos vinculados con empresas que se han iniciado en los últimos días y que seguirán evolucionando durante un tiempo prudente nos permiten buscar respuesta a preguntas relacionadas con la esencia de la Sustentabilidad.

Volkswagen, conglomerado global vinculado principalmente con la industria automotriz necesitaba ingresar con algunos de sus vehículos al mercado norteamericano para ampliar su volumen de producción y como consecuencia sus ganancias. En su deseo se interponía un obstáculo; los requisitos vinculados con las emisiones dañinas para el medio ambiente son más exigentes en los EEUU que en Europa y los autos disponibles no podían superar ese umbral.

La realidad siempre presenta al menos dos opciones; el plan A consistía en producir los vehículos ajustados a los requisitos del mercado norteamericano modificando la emisión de gases contaminantes hasta dejarla por debajo de las exigencias. El plan B; renunciar al incremento de mercado a través de los modelos existentes descartando los cambios. La decisión: mostrarse siguiendo el plan A sin que nada de lo necesario ocurra gracias al desarrollo creativo de un software que detectara el control de emisiones y diera la orden al sistema para mostrarse como si cumpliera con los exigentes requisitos.

¿Una trampa? Claro, pero tan simple y efectiva que la decisión fue la de implementarla. De hecho funcionó muy bien durante un tiempo prudente. La pregunta entonces es: ¿significa este hecho que estamos frente a una empresa irresponsable? Eso es relativo.

Volkswagen demostró ser irresponsable en forma temporal ya que, una vez descubierto el engaño no tendrá forma de evadir responsabilidades que pagará tanto con dinero como con pérdida de valor.

Pocas veces se verá una Volkswagen más responsable que ahora y, a pesar del esfuerzo que ponga en demostrarlo, la sustentabilidad de su negocio estará en juego durante un período más prolongado de lo que puedan resistir los nervios de muchos de sus directivos e inversores.

Irresponsabilidad mata sustentabilidad y los métodos de reanimación no siempre logran lo que prometen.

Casos como ejemplos



Amazon, el portal de comercio digital más grande de los EEUU -tanto como lo es en buena parte del mundo-, en su necesidad de estar en el Top of Mind [en la punta de la lengua para que cuando se piense en lo que ofrece se piense en ellos] decide hacer una campaña de Relaciones Públicas basada en notas de prensa en donde se cuenta lo que la empresa hace a favor de sus clientes.

Allí relatan con pasión como los empleados se desviven por anticiparse el mercado y, especialmente, por satisfacer los deseos y necesidades de sus clientes; con tanto esmero que se pone en evidencia que dejan su vida de lado para brindar un servicio de excelencia.

Como suele ocurrir con la comunicación el mensaje es el que interpreta el receptor y la comunidad entiende -en buena medida gracias a lo que la empresa muestra- que el ambiente es cruel para los empleados y que el servicio es imbatible pero a costa -en alguna medida- del padecer de sus empleados. A nadie le gusta ser cómplice de ninguna clase de esclavitud - aunque sea aceptada por quien la padece- por lo que Amazon -buscando protagonismo- creó una crisis.

El CEO y fundador de Amazon, Jeff Bezos, reaccionó con agilidad creando el departamento de RSE; ¿eso transforma a la empresa en responsable? Es relativo y dependerá de cómo actúe y de los cambios que implemente. Por cierto es una empresa que goza de credibilidad por lo que tendrá crédito para demostrarlo, pero el desafío pasa por la cultura interna, la forma en que persigue su misión por lo que la RSE no es el foco a resolver. Lo que sí es cierto es que pasa a estar en juego la sustentabilidad de la empresa.

Estos casos, entre muchos, están en curso, por lo que los resultados se verán más adelante; pero lo valioso es tomar como patrón el hecho de que la responsabilidad no es temporal sino permanente. Una empresa puede evitarla hasta que deba hacerse cargo de sus actos.

Lo que sí puede ser temporal es la sustentabilidad; las empresas pueden dejar de lado la oportunidad de generar valor para alguno de los 3 actores necesarios para que la Sustentabilidad sea tal: Las ganancias, las personas o el planeta. Pero el vínculo con la empresa es directo; y cuando la sustentabilidad deja de ser tal lo que se hace insostenible es el mantenimiento de la empresa.

La sustentabilidad es permanente o lo que se transforma en temporal es la posibilidad de sostener a la empresa.

*fernando@solariscope.com