

Sustentabilidad franca



Por Fernando Solari*

La corriente que lleva a las empresas hacia la sustentabilidad hace rato que ha dejado de ser una tendencia para transformarse en una realidad a la que cada vez menos empresas son capaces de esquivar dejando al más despistado de los analistas frente a la evidencia de que se ha iniciado un camino sin retorno en ese sentido.

Son cada vez menos las empresas que se resisten a presentarse como sustentables y, en la mayoría de los casos donde esto no ocurre suele suceder que simplemente utilizan otra denominación mientras el gen de la sustentabilidad está haciendo su trabajo en forma silenciosa en su ADN.

La razón principal, y poderosa, es que la sustentabilidad actúa con franqueza y respeto por la única condición irrenunciable para toda empresa al considerar que la empresa no debe, de ninguna forma, dejar de ganar dinero.

Reconociendo que "sin ganancia no hay empresa" la sustentabilidad empresaria apunta a favorecer el desempeño empresario desde la variable económica y este es sin dudas un mérito que evita perder tiempo y recursos en eufemismos que terminan siendo destructivos para todos los actores involucrados.

Junto con el desempeño económico la sustentabilidad propone que sea atendido por igual el desempeño social y ambiental buscando -y ayudando- a que la empresa gane con resultados positivos por triplicado que en realidad no representan otra cosa más que asegurar de esa forma que sea también la comunidad la que gane.

No hay mejor negocio que en el que ganan todos los que intervienen y justamente es la sustentabilidad la que impulsa a las empresas a que consigan hacer el mejor negocio para que resulte igual de bueno para la comunidad de la que forman parte.

Empresas emocionales

Como definición la sustentabilidad es inmejorable para impulsar a las empresas hacia el futuro con una propuesta concreta en relación a la búsqueda de beneficios económicos sin embargo hay todavía trabas importantes en la forma de llevar esta forma de actuar al terreno de la realidad.

Cuando las empresas se presentan como sustentables lo hacen apelando al crédito de confianza que les brinda la comunidad que considera que todo lo que digan de sí mismas debe contar con hechos concretos que le sirven de apoyo y sostén.



Es absurdo presentarse frente a la comunidad apelando a cualidades que no tenemos porque cuando esta falta se ponga en evidencia quedará expuesto nuestro engaño y junto con la vergüenza se llevará una buena parte de nuestra credibilidad.

En un ambiente competitivo como es el que alberga a las empresas de todo tipo no tiene sentido tentar a nuestros competidores haciendo pié en un terreno que no nos corresponde porque sabrán cómo hacer para que perdamos el equilibrio sin posibilidad de inculpar a ningún extraño a nuestra empresa por el traspié.

El misterio se concentra en por qué seguimos llevando a cabo acciones filantrópicas, con resultados que en el mejor de los casos son temporales y nunca abarcan a la empresa que las promueve, en nombre de la sustentabilidad si por definición es una actividad que nos ofrece otra forma de vínculo comunitario y mejores resultados para la comunidad de la que formamos parte.

Quizás la respuesta dependa de recordar que las empresas -como toda organización de cualquier tipo- está formada por personas y que a las personas las mueven las emociones mucho antes que la razón.

Lo cierto es que la sustentabilidad tiene mucho espacio por delante y una potencia virtualmente inagotable que todavía no ha sido puesta en práctica en toda su expresión por lo que aplicarla tal cual se presenta será un motor de progreso y enriquecimiento para todos los actores de la comunidad.

*fernando@solariscope.com