

## Más importante que el aporte es quien lo entrega

Por: Eduardo Martí (\*)

Responsabilidad Social Empresarial no es un tema de hacer donaciones, afortunadamente esa noción limitada ya está siendo superada. La creciente conciencia sistémica entre empresa y comunidad le ha dado vida a ese “departamento” dentro de las empresas.

Sin embargo quiero resaltar algo en este escrito, y lo haré con una afirmación tajante: “Más importante que el dinero y el aporte es la persona que lo administra”.

El vínculo relacional y emocional entre quien administra la entrega y la comunidad que se beneficia es lo que de verdad termina enlazando comunidad y empresa.

Así como he ido insistiendo en mis formaciones gerenciales y de liderazgo, lo insisto en este tema de la Responsabilidad Social. “El mensajero es tanto o más importante que el mensaje”, “Una cosa es la propuesta y otra es la persona que la formula”, y como bien lo que decía Sócrates, “Lo que el maestro es, es más importante que lo que enseña”. Dicho en pocas palabras, el perfil y la conexión emocional de las personas que administran las políticas y recursos, y mantienen el vínculo con la comunidad, determina el éxito de cualquier acción sostenida de RSE.

Las evidencias de comunidades “pedigüeñas” que intentan sacar lo más que se puede de las empresas, empiezan a verse de manera distinta cuando aparecen nuevas evidencias de comunidades que salen a defender a sus empresas ante cualquier tipo de saqueo o amenaza, por la forma como han sido tratadas.

La dignidad cobra más y más sentido en las personas y comunidades. Tratarlas desde la arrogancia del que tiene, termina humillando y el otro se aprovecha. El trato desde la dignidad crea compromiso.

Hace años escuché que lo más doloroso de la pobreza no es la ausencia de recursos sino el desprecio que se recibe por ser pobre. Extrapolando la idea, quien trata con desdén al beneficiado de cualquier acción de Responsabilidad Social no conquistará su corazón sino que más bien sentirá el desprecio y la dádiva. Muy por el contrario, quien dé desde una genuina conexión con el beneficiario, obtendrá su compromiso.

Y esto aplica a todo tipo de relación. Está demostrado que más del 80% de las personas que renuncian a un empleo no le renuncian a la Empresa, le renuncian al jefe. La comunidad se vincula es con quien administra y no con la empresa necesariamente. La Responsabilidad Social vista y entregada como “ayuda”, como “limosna”, además de ser una visión arcaica, crea un efecto contraproducente y alimenta el paternalismo que indigna.

Por eso se ha arraigado cada vez más la idea del aporte que empodera y crea sustentabilidad por sobre aquella que “tapa huecos” en los dolores de la comunidad.

Insisto, el perfil de quien administra es tanto o más importante que el tamaño del aporte que haga una empresa. La arrogancia y superioridad son irritantes, mientras que la intención liberadora del aporte junto con la disposición de “estar” en la comunidad y convivir con ella desde la genuina

entrega emocional marcan la diferencia entre una y otra acción de Responsabilidad Social Empresarial. Es hora de que muera el populismo y los populistas dejen de administrar dinero.

*(\*) Eduardo Martí. Fundador y Director de FORJA Consultores (1985). Formador de Líderes. Coach Ejecutivo.*