



knowsquare .

PREPARADO POR: FERNANDO MORÓN LIMÓN

22 DE JULIO DE 2009

PURPOSE WITH PERFORMANCE

¿UN NUEVO MODELO DE GESTIÓN
SOSTENIBLE REAL?

ARTÍCULO



knowsquare

knowsquare

Privado y Confidencial

Prohibida su Distribución sin Autorización Expresa del Autor

Hace unos días tuve la oportunidad de asistir a una reunión de directivos vinculados a la Responsabilidad Social Corporativa. En este interesante encuentro, promovido por la consultora de Comunicación Burson Masteller EMEA, se puso encima de la mesa un nuevo modelo de gobierno corporativo denominado "Purpose with Performance".

Este nuevo término de gestión empresarial fue acuñado por primera vez por la Consejera Delegada de Pepsico, Indra K. Nyooi, en un artículo publicado en la edición The Year Ahead de The Economist 2008. En él, Nyooi establecía una relación directa entre la misión y visión de una compañía en relación con la ejecución y el éxito empresarial. La CEO de esta multinacional norteamericana lo definía como Purpose with Performance (misión con ejecución) y lo relacionaba con la sostenibilidad humana, medioambiental y del talento.

Por sostenibilidad humana se refería a alimentar a los clientes con productos divertidos, sanos y asequibles. Por sostenibilidad medioambiental, a reponer los recursos naturales y a minimizar el impacto en el medio ambiente. Por último, la sostenibilidad del talento significaba conservar a los empleados, y convertir la empresa en un lugar deseable para todos, con vistas a establecer su crecimiento personal y profesional.

Según Indra K. Nyooi: “Para ser líder en un entorno de negocio global y cambiante, una compañía debe ver el mundo a través de los ojos de muchos de sus *stakeholders*: inversores, consumidores, comunidades en las que opera, gobiernos, ONGs... así como con sus empleados actuales y potenciales. En Pepsico nos esforzamos en responder a las necesidades de estas audiencias a través de nuestra visión corporativa, visión que nosotros denominamos Purpose with Performance. Esta filosofía está basada en la creencia de que las compañías pueden –y deben– conseguir sus resultados financieros y de negocio dejando, además, una impronta duradera y positiva en la sociedad. Una compañía con buena salud puede solamente sostenerse en una sociedad y en un medio ambiente saludable. El éxito en los negocios de cada día, de cada trimestre y de cada año solo pueden distribuirse en concierto con una sociedad, un planeta y unos empleados fuertes. Si no, ese éxito será fugaz”.

De estas palabras se puede entrever que el “Purpose” es la Misión, Visión y Valores de una compañía en su más profunda concepción. Como a veces se dice de la Responsabilidad Social Corporativa, que forma parte de su ADN, de su esencia. Pero, ¿Realmente es un concepto nuevo o una nueva definición de algo ya articulado? ¿Dónde queda la Responsabilidad Social Empresarial? ¿Y la Reputación Corporativa? Afortunadamente muchas preguntas con respuestas inciertas pero que conducen a un debate apasionante.

Según mi parecer, en los CONTRA de este "Purpose with Performance", está el que puede parecer una nueva vuelta de tuerca sobre conceptos o modelos ya desarrollados. Desde Calvino, que defendía la divinidad de la empresa privada -siempre y cuando hubiera un sentido de cooperación con la comunidad-, la empresa en el mundo anglosajón ha convivido su "loable" esencia de generación de riqueza con un compromiso de "beneficio ciudadano".

Otro CONTRA, se refiere a la definición de "sostenibilidad humana". Sería deseable en esta definición un mayor vínculo con el entorno donde desarrolla su negocio, más allá de la fabricación de un producto de calidad, concepto que luego sí se matiza al afirmar la necesidad de dejar una impronta duradera y positiva en la sociedad.

Por último, toda empresa moderna tiene su Misión, Visión y Valores, pero ¿Cuántas lo llevan más allá de enmarcar su texto y colgarlo en la recepción de sus oficinas? ¿Cuántas se preocupan porque sus acciones diarias se rijan por esa teórica cultura corporativa? Es necesario actos de valentía directiva, que no se dan tantas veces, y que vayan más allá de los resultados trimestrales que le dictan los mercados bursátiles. No sabemos si la situación actual permitirá a la empresa aplicar, con todas las consecuencias, el "Purpose with Performance".

En el PRO, está la novedad de situar al Purpose junto al desarrollo de negocio, la “razón de ser” y la norma sobre la que deben validarse las decisiones de negocio. Las compañías con Purpose deberían mirar la huella que ellas, y sus bienes y servicios, dejan en la comunidad en su conjunto.

El Purpose no es Responsabilidad Social Corporativa (RSC), pero la RSC puede ser una parte fundamental del mismo, por lo que puede hacerla más fuerte y superarla. Puede conseguir la disolución positiva de la RSC al hacer que sea un elemento básico de la médula central de la empresa.

La novedad está en que no hay negocio sostenible sin Purpose, no hay Performance sin Purpose. Si una empresa en la sociedad del siglo XXI quiere ser económicamente rentable a medio y largo plazo, sólo lo puede ser porque su Purpose dicta el modelo de negocio y mira, antes que nada, a sus grupos

de interés. El cortoplacismo, la falta de un Purpose with Performance abocará a la empresa, antes o después, a su desaparición.

Es posible que esta crisis global, a pesar de todo, sea el momento adecuado para impulsar nuevos modelos de gestión, de gobierno corporativo, que creen una nueva empresa donde los valores de sostenibilidad sean los que dicten la forma de hacer negocios. Pero es importante que este "Purpose with Performance" esté al alcance de todo tipo de empresa, más allá de su tamaño y localización, de esta forma su impacto será global y real.

Fernando Morón Limón