

**DATANALISIS Y LA BUSQUEDA DE UN PROPÓSITO SOCIAL  
INTERVENCIÓN EN EL EVENTO 30 ANIVERSARIO DE DATANALISIS  
POR: CARLOS JIMENEZ  
JULIO 2015**

**1. SALUDO DE BIENVENIDA**

Es un verdadero placer celebrar el cumpleaños de cualquier empresa en Venezuela, mucho más si es la organización a la que perteneces, la que viste desde sus inicios.

Igualmente me alegra ver tantas caras conocidas: familiares, amigos, colaboradores, ex empleados, socios, pero sobre todo de clientes. 😊  
Gracias a todos por acompañarnos hoy.

**2. VIVIR, RELACIONARSE Y APRENDER EN DATANALISIS**

Datanalisis ha sido más que una fuente de empleo (que la ha sido). Ha sido una escuela para muchos en la industria, pero más que eso, ha sido una familia. Creo que eso ha quedado en evidencia en el vídeo mostrado al inicio y en las palabras de José Antonio Gil.

Podemos decir que Datanalisis ha satisfecho para muchos de nosotros tres necesidades importantes para cualquier persona:

1. La necesidad de vivir o dicho de otra manera, la supervivencia económica (que atiende al aspecto Cuerpo): hemos pagado salarios acorde a las condiciones del mercado.
2. La necesidad de relacionarse (que atiende al aspecto corazón/emociones): hemos respetado a nuestros colaboradores y les hemos hecho sentir en casa.
3. La necesidad de aprender (que atiende al aspecto mente, y vaya que para eso somos buenos): hemos favorecido un ambiente de crecimiento y desarrollo profesional.

La satisfacción de esos tres aspectos tan importantes para el ser humano: cuerpo, corazón y mente, nos ha permitido contar con un recurso de alta calidad profesional y humana. No es casual que entre los asistentes, además, haya numerosos ex empleados, a pesar de que más del 80% ya no vive en Venezuela, y precisamente para algunos de ellos esa fue la razón para dejar la empresa.

**EL PARADIGMA DE LA PERSONA COMPLETA**

Sin embargo, sería arrogante pensar que hemos hecho todo bien o más aún, que hemos hecho todo lo que se puede hacer.

En este sentido, partiendo del “Paradigma de la Persona Completa” que expone Stephen Covey en su libro el “8° Hábito”, podríamos decir que debemos esforzarnos más por satisfacer la necesidad de “dejar un legado” o digamos atender a un propósito (que atiende al cuarto aspecto de la persona que es el espíritu).

Sí, hemos apoyado importantes causas sociales como Hogar Bambi (a quienes respaldamos sistemáticamente desde hace muchos años), somos responsables con nuestros colaboradores (brindándoles fuentes de trabajo estables) y

definitivamente con la opinión pública y clientes, a quienes le proveemos información lo más ajustada a la realidad. Pero a los 30 años como organización hemos alcanzado la madurez suficiente para desarrollar más ese cuarto aspecto de la persona, que complementa sin duda a los tres anteriores.

Esta tarea, como sugiere Covey, nos lleva a encontrar nuestra voz propia (tarea que hemos adelantado), pero también a ayudar e inspirar a que otros también encuentren la suya. En fin, es un reconocimiento explícito de que ya no podemos pensar ni vivir independientemente en un mundo interdependiente. Mi intervención en cierta forma es un compromiso con esa búsqueda de un propósito social.

### **LA RESPONSABILIDAD Y LA INTELIGENCIA ESPIRITUAL SON UNA TENDENCIA GLOBAL**

Muchos de Ustedes me han escuchado o visto hablar en mis presentaciones que dentro de las Tendencias Globales del Mercado están una mayor responsabilidad por parte de consumidores y empresas, así como la búsqueda de una vida balanceada, donde el multitasking ya no es sinónimo de productividad, sino que por el contrario deja en evidencia al que carece de la disciplina para concentrarse en lo que hace y vivir el momento presente. También en las presentaciones que realicé sobre la Generación Millennials y el Consumidor del Futuro hice mención a la mayor preferencia que tienen los consumidores por las marcas responsables y transparentes. Estos estudios y análisis indican que ser una empresa responsable y con propósito ya no es un “nice to have”, ni una estrategia solamente para mitigar riesgos o aumentar la reputación de la marca, sino que es un imperativo competitivo para estos tiempos.

Ya muchas empresas globales y locales, e incluso gobiernos, están dando pasos importantes. Es así como Alemania dejará de utilizar la energía atómica, Lego invertirá millones de dólares para hacer sus productos sustentables e incluso el Papa Francisco instó a ser más responsables con el ambiente. Se habla así del karma marketing, haciendo alusión a la responsabilidad empresarial en el uso de los recursos. También es común ver cómo en muchas industrias nuevos actores retan a los líderes con modelos de negocios novedosos, como lo hizo la empresa Toms con su modelo “One for One”.

Los mejores de la clase en materia de responsabilidad social empresarial poseen una estrategia coherente donde se incluye la filantropía (que hace mucha falta, pero que no aumenta los beneficios ni mejora el desempeño de la empresa) y hasta el cause marketing, pero también están mejorando su efectividad operacional (que aumenta los ingresos o reduce los costos) y más aún, algunas están creando valor compartido con nuevos modelos de negocio. Son estas empresas las que incorporan estas prácticas y manera de pensar en el ADN de su equipo de trabajo y en los valores organizacionales, tal como lo describe un reciente trabajo publicado por la prestigiosa revista HBR (The Truth about CSR, Jan-feb 2015). Estas empresas responsables hacen negocios y satisfacen las expectativas de sus accionistas.

Igualmente, las mejores prácticas del mercadeo, también reseñadas en un trabajo especial de la revista HBR, y que mencioné en mi presentación “El Nuevo Mercadeo”, sugieren que un posicionamiento de la marca con un propósito social es una de las tres prácticas más comunes en las empresas exitosas en la función de mercadeo a nivel global (The Ultimate Marketing Machine, Aug 2014).

### **LA RSE ENTRA EN EL ADN DE LAS EMPRESAS VENEZOLANAS**

Recientemente entrevistamos a más de 100 empresas afiliadas a Venamcham y compartimos los resultados de esta consulta en el evento Perspectivas Sociales. Aún cuando advertimos que esta muestra no es representativa del tejido empresarial venezolano, sí nos arroja resultados reveladores que podemos resumir en los siguientes mensajes:

1. Casi dos tercios (64%) declara tener una política de RSE, principalmente en las áreas educación, comunidad, salud y ambiente.
2. La filantropía encabeza las iniciativas incluidas en la RSE (58%), seguido del voluntariado (57%) y proyectos sociales propios (44%).
3. Apenas un tercio de las empresas está satisfecha con los resultados de sus políticas de RSE (pocos recursos, falta de medición de resultados, carencia de rrhh capacitados) y 83% considera que la difusión de sus iniciativas no es satisfactoria.
4. Sin embargo, 41% considera que sus relaciones con la comunidad han mejorado gracias a las iniciativas de RSE.
5. La RSE entra en el ADN de las empresas, siendo que un tercio de ellas la incluyen en su visión, misión y valores corporativos.

Podemos afirmar con los resultados de esta encuesta que la semilla está sembrada y muchas empresas ya empiezan a tomar en serio la búsqueda de su propósito social, pero el camino por recorrer es largo y el entorno hostil lo hará lucir más lejano. Recomiendo para esto lo siguiente:

1. Incorporar a la RSE en el modelo de negocios.
2. Concentrar los esfuerzos para obtener mejores resultados.
3. Establecer alianzas clave para potenciar el impacto.
4. Establecer un sistema de medición de resultados.
5. Mejorar las comunicaciones de las iniciativas e involucrar a los colaboradores.

### **MENSAJE FINAL**

Como dijo Don Tapscott en el video de Ted Talk que les mostré en el evento del Consumidor Venezolano, realizado por Datanalisis: “Los negocios no pueden tener éxito en un mundo que está fallando”.

No podemos hacernos a la vista gorda porque no es ético, pero además porque ya ni siquiera es inteligente. Los invito a que definan su propósito social corporativo y apoyen a sus colaboradores a que encuentren el suyo.

Trabajemos arduamente por la Venezuela que queremos y un mundo mejor para nuestros hijos.

### **MUCHAS GRACIAS**