

Resumen Presentación Italo Pizzolante Negrón

Competitividad Responsable, un mandato social.

Si anteriormente era suficiente que las empresas se orientaran a crear reputación por su productividad, la calidad de sus productos, su capacidad de competir, entre otros factores, para generar credibilidad y lealtad en los mercados; hoy es todavía más importante construir y mantener la Confianza. Numerosas estrategias de Comunicación han incluido palabras que hoy toman mayor conciencia: valores y principios; sin embargo, no fue suficiente el esfuerzo para alcanzar la coherencia y consistencia que exige la transparencia que se espera hoy de los hombres y mujeres que gobiernan la empresa, único camino para ganar credibilidad y construir reputación.

Me refiero, más allá de las relaciones públicas o la publicidad, a una simétrica actitud empresarial donde se hace lo que se dice y se defiende lo que se cree con el ejemplo: el valor de lo que hacemos, no sólo de aquello que decimos.

Las compañías deben redescubrir las virtudes de la transparencia y el comportamiento ético hacia el interior de la empresa y la nación en la que operan como un atributo diferenciador de su cultura corporativa, dibujar una identidad alineada con su visión y gerenciar las percepciones en aquellas audiencias que le permiten sustentar la imagen que necesita para competir y cumplir su plan de negocios.

La competitividad, para que sea sostenible en el tiempo, debe ser responsable. Ninguna empresa puede ser exitosa y en consecuencia ninguna nación puede ser competitiva, si la opinión pública desconfía de su comunidad de negocios. Sin embargo, la Comunicación sola, no resuelve problemas de organización, el logro es el resultado de una buena actuación gerencial que tome decisiones oportunas, que escuche al mercado y que fundamentalmente nivele las competencias y habilidades, direccionando la actuación del capital humano que integra la empresa. La comunicación será la herramienta Estratégica para el logro y solo una planificación flexible, oportuna y suficiente permitirá alcanzarlo.

La ***Competitividad Responsable*** es la clave para hacer del crecimiento y consolidación de nuestras empresas la base del bienestar colectivo y para lograrlo, todos tenemos una tarea por cumplir. Hoy, la rentabilidad no sólo es medida en términos económicos. La misión de una empresa sustentable es la creación de bienestar y ello exige ***descubrir*** en nosotros mismos la sincera sensibilidad por las inquietudes de la comunidad y el país, por la honesta participación política en la solución de los problemas ciudadanos, fortaleciendo el respeto por las diferencias y sobre todo comprendiendo la tolerancia como la búsqueda permanente de esa distancia, más corta, que separa dos puntos de vista.