

# Compromiso social de las empresas



**Dr. José Antonio Espinoza**  
MBA, Pontificia Universidad  
Católica del Perú

Existen diversas definiciones de lo que es la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). La más sugestiva es que sostiene que la RSE es simple y llanamente la respuesta que se da a la pregunta clave “¿Qué le debe el empresario a la sociedad?”. Y que la respuesta que éste dé no debe ser coyuntural ni opcional, sino más bien constante y forme parte de su filosofía de negocios, de su razón de ser. Así como es necesario buscar el EVA (Valor Económico Añadido) para responder a sus accionistas, esta definición obliga a las empresas a buscar y lograr el SVA (Valor Social Añadido) teniendo como contrapartes a sus trabajadores, clientes, proveedores y al medio ambiente físico y social.

Esta definición evidentemente no es compartida unánimemente. Todavía hay empresas que consideran que su respuesta debe ser: “haremos filantropía, donaremos”, siguiendo, quizás, con la opinión de M. Friedman de que el negocio está obligado solamente a maximizar sus utilidades dentro de los límites que la ley y unas pocas restricciones éticas mínimas puedan mandar (“la responsabilidad social de la empresa es incrementar sus utilidades”). Sin embargo, con el tiempo la maduración de los conceptos ha llevado a sustentar

que la filantropía no califica como una respuesta directa y válida a la pregunta clave. La ONU, a través de su iniciativa Global Compact, nos da más detalles; nos propone que las empresas deben buscar su legitimación social adoptando, apoyando, actuando y viviendo un conjunto de valores en las áreas de los derechos humanos, los estándares laborales, la conservación ambiental y la anticorrupción.

La respuesta de las empresas a la crisis financiera internacional, en términos de la RSE, dependerá entonces de qué definición decidieron vivir. Es lógico pensar que el empresario que ve en ella solamente filantropía muy probablemente detendrá sus donaciones, o al menos las recortará significativamente. Esto revelará claramente su enfoque, y posiblemente afectará su imagen.

En cambio, los que adoptaron la visión de RSE como una premisa estratégica sacarán provecho de esta coyuntura. Ello porque la RSE, basada en la legitimación social, promueve acciones que conllevan motivaciones de tres tipos: motivación económica, motivación legal y motivación ética. Aquellas iniciativas movidas por razones

preponderantemente económicas (como por ejemplo, el que una empresa haya decidido racionalizar, reducir, su consumo de energía) disminuirá sus costos y aliviará en algo el impacto de una reducción de la demanda. Por consiguiente, la RSE habrá preparado a esas empresas a sobrellevar una crisis de ese tipo. Si sus iniciativas socialmente responsables fueron motivadas principalmente por razones éticas, tendrá que seguir cumpliéndolas porque con ello mostrará a sus comunidades vinculadas el compromiso real y efectivo de la empresa con el Valor Social Añadido. Al hacerlo, su imagen se verá reforzada y ello sustentará tanto la lealtad de sus clientes como la motivación de sus trabajadores. Ambas situaciones son beneficiosas para la empresa. Y, por último, si sus iniciativas tuvieron su origen en imperativos legales, estaría fuera de toda discusión si las seguirán cumpliendo o no.

En conclusión, esta situación financiera internacional permitirá conocer mejor el tipo de compromiso que las empresas tienen con su entorno. Y las que entienden la RSE como una legitimación social y una filosofía de negocios, capearán mejor el temporal y saldrán fortalecidas. ■

