

# La responsabilidad social, un compromiso ético en las empresas

Ubay García / Jonás González  
La Laguna

Nueve de cada diez personas necesitaremos a lo largo de nuestra vida sangre para nosotros o para algún familiar o amigo. ¡Colabora!. Este es el lema de una campaña publicitaria ideada por una multinacional que se dedica a la distribución de bebidas refrescantes y se enmarca dentro de su programa de Responsabilidad Social Corporativa. Pero, ¿es esto sólo responsabilidad social?, ¿son realmente conscientes los empresarios de lo que implica un compromiso del sector empresarial con la sociedad?

La Responsabilidad Social Corporativa o Empresarial es la capacidad de las empresas de dar respuesta a los

**Antonio Cancelo:** “Para que exista un concepto sólido de Responsabilidad Social Corporativa debe darse un planteamiento que se pregunte, por ejemplo, cómo hay que repartir los beneficios”

efectos de sus actividades. Unos efectos que pueden afectar a ámbitos como el social, el económico, el medioambiental o el humano. Una organización que cumpla con estos criterios aspirará a ser más competitiva y mejorará su valor añadido.

Se debe dar por sentado que el respeto a las leyes, al entorno y al desarrollo personal de los trabajadores son fundamentales a la hora de promover este concepto. No obstante, desde diversos sectores se denuncia que las prácticas responsables de muchos empresarios se limitan a ser la proyección de una imagen positiva, sin que se incida con profundidad en la trascendencia de esta idea clave de la Economía Social.

Antonio Cancelo, ex presidente del grupo cooperativo Mondragón, y Joan Melé, director territorial en Cataluña y Baleares de Triodos Bank, coinciden al tener en cuenta el carácter propagandístico y oportunista que puede adquirir este concepto. “Muchas empresas se dedican a hacer puro marketing para lavar su imagen en torno a la Responsabilidad Social Corporativa”, afirma Joan Melé. “Aún así, ello obliga a emprender cambios positivos, por lo que debe existir cierto optimismo en este sentido”, añade.

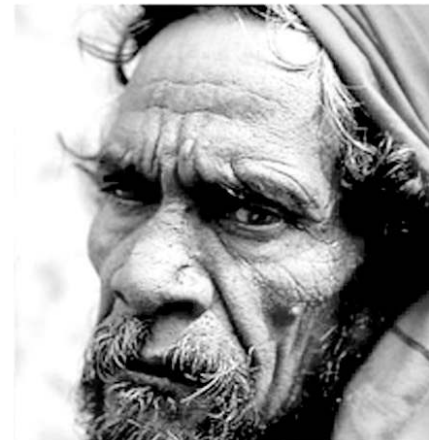
Melé valora que “muchos empresarios están descubriendo que un programa de Responsabilidad Social les abre nuevos mercados, ya que en muchos sectores se busca clientes o proveedores con compromiso social, lo que mejora los números de la empresa”.

Con respecto a este asunto se muestra algo receloso Antonio Cancelo. El que fuera presidente de Mondragón durante seis años considera que “la Responsabilidad Social Empresarial puede mejorar los resultados, pero este aspecto no es el más importante”. “Es algo que antecede al nivel de los beneficios, ya que uno debe tratar de ser consecuente con unos valores relativos a su gestión”, incide Cancelo.

El ex presidente del grupo cooperativo reclama que para que este compromiso social sea una realidad “hay que cambiar el estatus del trabajador”.



Antonio Cancelo. / DA



Cancelo afirma que “la Responsabilidad Social Corporativa no puede darse si el trabajador es un simple asalariado que no influye en las decisiones ni en los resultados de la empresa”.

## Compromiso del sector público

Joan Melé, por su parte, recalca que las Administraciones Públicas se están planteando el compromiso de contratar servicios de entidades con programas de Responsabilidad Social. El consejero de Economía y Competitividad del Cabildo Insular de Tenerife, Carlos Alonso, confirma esta idea al recordar que “todas las empresas que esta Corporación ayuda a gestionar tienen un programa de este tipo”.

Alonso pone como ejemplo el caso

de Metropolitano de Tenerife, entidad responsable del tranvía y que él mismo preside. “Dedicamos un 1% del presupuesto, unos 200.000 euros, a acciones vinculadas a la cultura de la entidad: programas de ayuda a discapacitados físicos, financiación de colectivos de deportes para minusválidos, entre otras medidas” explica el consejero.

Triodos Bank también desarrolla una labor con gran repercusión social y medioambiental, de manera acorde con sus valores empresariales. Una de las acciones que ejemplifica su compromiso consiste en compensar el impacto ambiental de sus actividades con la plantación de árboles en zonas deforestadas.

Estos ejemplos son muestras de cómo gestionar esta idea de la responsabilidad empresarial sin limitarse a la teoría. El que fuera presidente del grupo cooperativo Mondragón, además con un trayectoria de notable éxito, lo tiene claro: “Para que exista un concepto sólido de Responsabilidad Social Corporativa debe darse un planteamiento que se pregunte, por ejemplo, cómo hay que repartir los beneficios”, afirma Antonio Cancelo. Por otro lado, Joan Melé se muestra convencido del papel crucial de los consumidores para que ese compromiso se desarrolle en el mundo empresarial. “Si somos exigentes, a las empresas no les quedará más opción que la Responsabilidad Social”, sentencia.