

**La Responsabilidad Social Empresarial: ¿Cumple su rol Social o es sólo una forma de marketearse por parte de las organizaciones chilenas?**



Gamadiel García. Presidente del Sindicato de Futbolista de Chile (SIFUP), Ingeniero en Administración de Empresas mención Finanzas Duoc UC. Ex Futbolista Profesional Chileno.

**R.S.E.; consideraciones generales.**

**¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial?**

El concepto de responsabilidad social empresarial o corporativa (RSE), tiene diversas acepciones, dependiendo de quién lo utilice. La conceptualización más holística y progresista hace referencia a que una empresa es socialmente responsable, cuando en su proceso de toma de decisiones valora el impacto de sus acciones en las comunidades, en los trabajadores y en el medio ambiente, e incorpora efectivamente sus intereses en sus procesos y resultados. Asimismo, ejerce un especial respeto por las regulaciones y leyes internas del país donde opera y que la sociedad ha

definido como válidas y legítimas, pero también respeta los acuerdos y tratados internacionales sobre fiscalidad, prevención de la corrupción, respeto a los derechos humanos y derechos laborales, protección del medio ambiente y busca garantizar que cumplan estas regulaciones y principios, los subcontratistas, socios comerciales, proveedores y cualquier otro con quien realice negocios (Grupos de Interés).

**¿El Marketing que se constata en las empresas, es sólo una etapa en el proceso de construcción de la responsabilidad social o responde a una estrategia que tiene como finalidad, más que instalar la RSE, mejorar la imagen pública de la empresa y su relación principalmente con los consumidores?**

Lo cierto es que la RSE, supone una adscripción absolutamente voluntaria, nadie obliga a los empresarios a asumir estos principios y menos a ponerlos en práctica.

Sin duda, que esta acción voluntaria responde a la intención, al interés de hacer mejor las cosas, independiente de que la motivación real que impulsa a esta adhesión sea el mercado, la competitividad, o el convencimiento de que los denominados interlocutores o “stakeholders”, vale decir, los trabajadores, los clientes, la comunidad, están primero y de que sus intereses deben ser respetados, como lo exige una verdadera RSE, la que debe necesariamente cumplir su Rol Social. En cierta medida la responsabilidad social empresarial, más que una estrategia de marketing para mejorar la imagen pública de una empresa, debiese ser un proceso que busque el desarrollo sustentable tanto de la empresa como de la comunidad, pues se considera que los mejores o peores resultados que pueda reportar una empresa serán consecuencia directa de la responsabilidad social que implemente y desarrolle.

El rol o labor de los dirigentes sindicales del fútbol, y sin ser una empresa, es procurar efectuar programas que vayan en apoyo de los afiliados y, en cierta medida, que sean un aporte para la comunidad, específicamente, llevando su experiencia y actividad (fútbol) a colegios y a sectores comunales que se encuentran limitados -por lejanía y recursos- a la cultura y valores de una actividad deportiva mundial como lo es el fútbol.

Finalmente, la implementación de una RSE efectiva y seria puede generar un círculo virtuoso, que implique un funcionamiento simultáneo de todas las partes (empresas, trabajadores, comunidad, medio ambiente) en donde interactúan armoniosamente haciendo cada una su aporte, bajo un criterio específico o, incluso, busquen un fin determinado, como lo sería el crecimiento, fortalecimiento, beneficio económico y desarrollo conjunto, pero desde el rol que cada uno está llamado a ejecutar.