

Socialmente responsables en tiempos de crisis

Señor Director:

Algunas compañías consideran este momento económico como una oportunidad para no abandonar la responsabilidad social y mantener el compromiso con sus grupos de interés, especialmente los empleados, clientes y proveedores, generando una necesaria lealtad para la consecución de los logros de la empresa en un entorno que le es adverso.

Las condiciones actuales del mercado hacen que la percepción en cuanto a las recompensas por inversión en RS, todavía no sean evidentes. Si bien los consumidores chilenos consideran importante que el producto o servicio elegido pertenezca a una empresa "socialmente responsable", no mantienen un comportamiento constante en este aspecto, ya que a la hora de elegir están fuertemente influenciados por el marketing y la publicidad.

Las empresas que integran Pacto Global están

convencidas de que aún cuando en Chile no existe una sensibilización expandida respecto de la RS, la estrategia del desarrollo sustentable y los programas de RS de largo plazo, son parte de su identidad de marca, como vía indiscutible para su reputación corporativa y como consolidación de la relación con sus empleados.

Cuando todas las empresas tomen conciencia de esto, nadie dudará de que hay una fuerte vinculación entre un programa de responsabilidad social sólido constante e ininterrumpido, a pesar de años económicamente menos estables. La crisis devolverá su sentido social a las empresas, traerá una demanda de mayor transparencia y recompensará a aquellas empresas que en los tiempos difíciles, no se hayan alejado de su compromiso social.

Margarita Ducci

Secretaría ejecutiva Pacto Global, U. Andrés Bello.