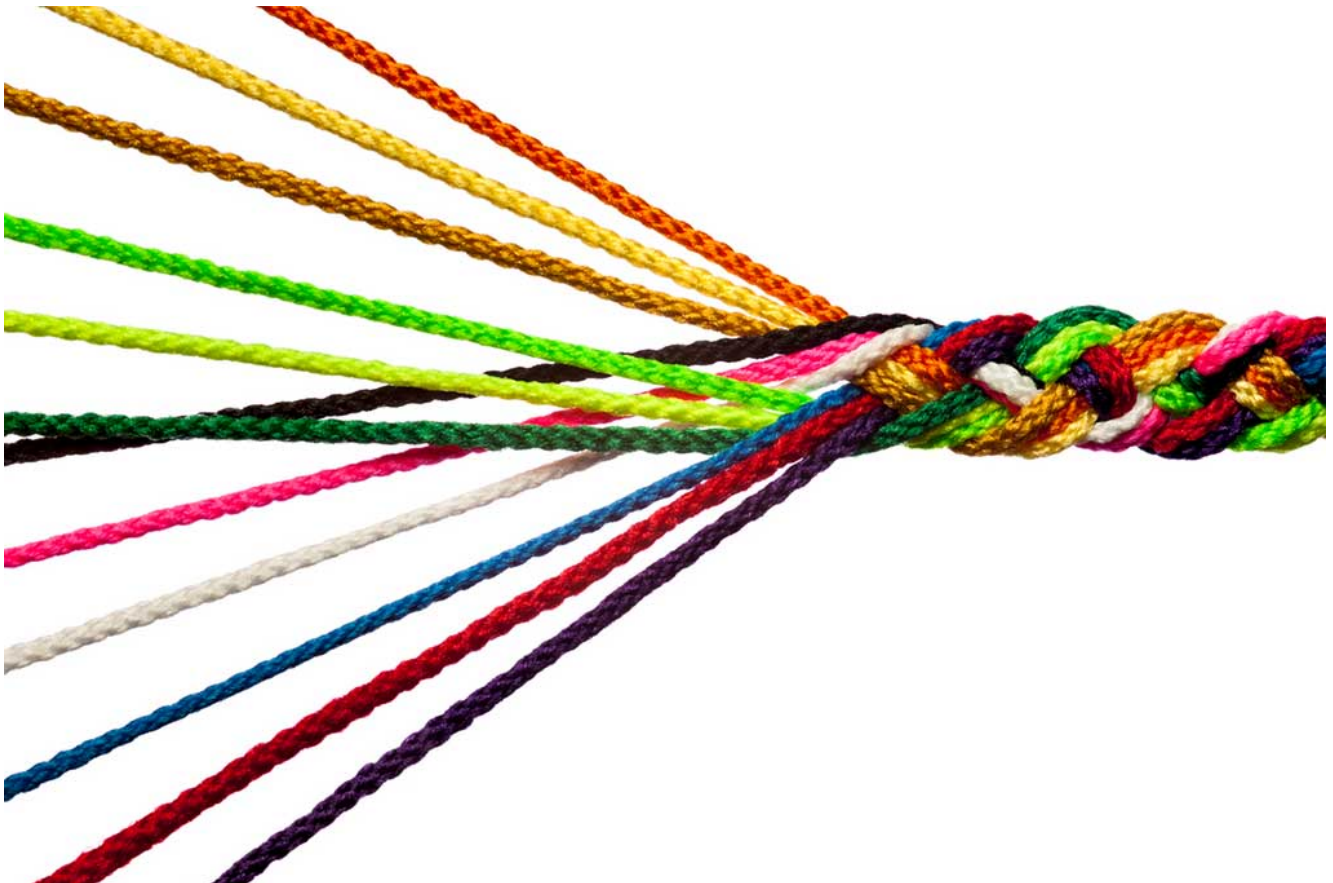


Hacia una filantropía empresarial estratégica

Cada vez más empresas entienden la filantropía como una oportunidad estratégica para generar valor compartido y fortalecer su posición en el mercado. Eso contribuye a generar impactos sociales y medioambientales más significativos.



5 de noviembre de 2024

Por [Joan Fontrodona](#)

Ante un panorama global marcado por numerosos problemas a los que hacer frente, se ha extendido el convencimiento de la capacidad de las empresas para liderar el cambio que el mundo necesita. En este sentido, se está instaurando una nueva forma de comprender el propósito y la razón de ser de las compañías, dejando de percibirse como algo de carácter exclusivamente económico, y empezando a incorporar y poner al mismo nivel la responsabilidad de garantizar y contribuir al bienestar social y medioambiental.

La responsabilidad social corporativa (RSC), las [benefit corporations](#), los [criterios medioambientales, sociales y de gobernanza](#) (ESG) y otras propuestas innovadoras a las que hemos dedicado nuestra atención a lo largo de los diversos cuadernos de la [Cátedra CaixaBank de Sostenibilidad e Impacto Social](#) no son más que algunos ejemplos de cómo las empresas están [reformulando su forma de operar](#) con el fin de alinearla a las nuevas demandas que reciben por parte de la sociedad.

Este nuevo enfoque ha abierto la puerta a todo tipo de prácticas orientadas a abordar cuestiones de carácter social y medioambiental que hasta el momento habían ocupado papeles secundarios o bien que, directamente, no habían tenido cabida dentro de las compañías. Un caso paradigmático de este fenómeno es el de la filantropía, a la cual dedicamos nuestro [cuaderno nº 61](#). La filantropía ha pasado a considerarse como una práctica a través de la cual las empresas pueden contribuir de forma activa a su propósito. En lugar de entenderse como una carga adicional, tales actuaciones han devenido una parte esencial de su identidad en la medida en que les permite contribuir al deber social y medioambiental que les corresponde.

TAMBIÉN PUEDE INTERESARTE: [Todo sobre cooperación, colaboración y alianzas](#)

Esta percepción de la [filantropía como una práctica vinculada al propósito empresarial](#) ha generado de forma inevitable un mayor interés y una mayor dedicación de recursos y tiempo para perfeccionarla, lo cual explica el hecho de que se estén observando nuevas propuestas filantrópicas cada vez más sofisticadas. Asimismo, en la medida en que se ha integrado en las actividades empresariales, observamos una fuerte tendencia a que las decisiones y las acciones de esta naturaleza se caractericen cada vez más por poseer un enfoque altamente estratégico.

Las compañías pueden desempeñar un papel clave en la creación de un mundo más justo,

equitativo y sostenible para las generaciones presentes y futuras.



Joan Fontrodona

Profesor de ética empresarial, titular de la [Cátedra CaixaBank de Sostenibilidad e Impacto Social](#) y director del [Center for Business in Society](#) del IESE.

www.iese.edu/es/insight