



Reconocido es el rol social de las grandes empresas que se materializa a través de donaciones directas a fundaciones u organizaciones sin fines de lucro o por medio de contrataciones inclusivas incorporando a personas con discapacidad como parte de su equipo de trabajo, entre otras.



Existen en muchos países, políticas gubernamentales tributarias orientadas a incentivar las prácticas de donación en las empresas; permiten el aprovechamiento de beneficios tributarios que se establecen en la Ley de Donaciones.

Excelente política gubernamental de incentivo para una noble causa y qué bien que sea utilizada por las empresas; gracias a ello, han habido importantes aportes e incluso ha permitido el establecimiento de nuevos espacios físicos para los más necesitados de nuestros países. La motivación de las empresas por ser en este caso “caritativas”, se puede originar por el aprovechamiento del beneficio tributario, es decir por fines económicos o bien, por un sentido real de amor al prójimo que origina esta práctica. Sea como sea, el aporte es importante y por cierto se agradece.

Lo que me hace ruido es que se utilicen las prácticas de caridad de las empresas para fines netamente comerciales. Desde hace algún tiempo, me venía cuestionando este tema hasta que vi algunos escritos denominados “Marketing Caritativo” o “Marketing Social”.

Pienso de manera inmediata en lo que nos enseña Jesús, aunque quizás no sea tan atinente, pues estamos hablando de empresas, no de personas. Pero las empresas están constituidas por personas, entonces ¿cuál sería la diferencia? Pienso que también rige a nivel de empresas: *“Tú en cambio, cuando hagas limosna, que no sepa tu mano izquierda lo que hace tu derecha”* (Mateo 6,3).

Hacer público las obras de caridad que realizan las empresas es claramente una estrategia comercial llamada marketing caritativo o marketing social para obtener o mejorar su ventaja competitiva, en otras palabras para fines económicos. Ciertamente, el objetivo de las empresas es maximizar su valor de mercado, en palabras sencillas, obtener beneficios económicos, pero ¿utilizando cualquier estrategia? ¿En qué momento entramos en el campo de la ética o más relevante aún, en las enseñanzas de la Sagrada Escritura?

En ocasiones, la publicidad en los medios sociales y periodísticos hace más referencia a la “empresa patrocinadora” de una determinada obra social, que de la misma. Parece ser más relevante la empresa que realizó una importante donación, que el beneficio conseguido con ese aporte.

Ocurre el mismo fenómeno social, si se puede denominar así, a nivel de personas de imagen pública o comunes. Las redes sociales son el medio para hacer luz de las obras de beneficencia mediante anuncios, fotos y videos, entre otros. Por una parte tiene una vertiente positiva, pues podría incentivar a otras personas a ser generosas y socorrer a los más necesitados. El problema de connotación cristiana surge cuando esa beneficencia se realiza sólo con fines estratégicos de posicionamiento empresarial o mejoramiento de la imagen personal.

Podemos definir la caridad como aquella actitud de quien obra desinteresadamente, en favor del prójimo, sin esperar nada a cambio.

El Catecismo de la Iglesia Católica nos ofrece la siguiente definición: *“La caridad es la virtud teologal por la cual amamos a Dios sobre todas las cosas por Él mismo y a nuestro prójimo como a nosotros mismos por amor de Dios”* (Catecismo 1822).

Me pregunto si de acuerdo a estas definiciones, ¿Hacemos caridad o marketing caritativo?

Cambiar la mentalidad empresarial puede ser algo mayor, pero al menos nosotros, como personas comunes y corrientes, evitemos la exposición de nuestras obras caritativas. Siguiendo las enseñanzas de Jesús y si de veras es caridad, lo mantenemos en silencio, pues basta con que Dios lo sepa: *“Tú, en cambio, cuando vayas a orar, entra en tu aposento y, después de cerrar la puerta, ora a tu Padre, que está allí, en lo secreto; y tu Padre, que ve en lo secreto, te recompensará”* (Mateo 6,6). Nuestro Padre

también ve en lo secreto nuestras obras.

Por último, no olvidar que Jesús espera que veamos su rostro en aquel que más lo necesita: *“Porque tuve hambre, y me disteis de comer; tuve sed, y me disteis de beber; era forastero, y me acogisteis”* (Mateo 25,35). En otras palabras, hacer realmente caridad.

De acuerdo al Catecismo de la Iglesia Católica, la Caridad es una virtud teologal que forma parte de la trilogía: Fe, Esperanza y Caridad y sus frutos son el gozo, la paz y la misericordia (Catecismo 1829).

Dice el Apóstol San Pablo: *“Si no tengo caridad, nada soy...”*... *“Ahora subsisten la fe, la esperanza y la caridad, estas tres. Pero la mayor de todas ellas es la caridad”* (1 Corintios 13,13).

Nada más que terminar con estas hermosas palabras de San Agustín: *“La culminación de todas nuestras obras es el amor. Ese es el fin; para conseguirlo, corremos; hacia él corremos; una vez llegados, en él reposamos”* (Catecismo 1829).