

HACIA UN NUEVO PARADIGMA EN RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Bernardo Kliksberg (*)

Las ideas predominantes sobre el rol de la empresa en la sociedad han cambiado aceleradamente en los últimos años. Durante décadas la visión con más preponderancia era la que sostenía que la única responsabilidad de la empresa privada era generar beneficios a sus dueños, y que sólo debía rendirles cuentas a ellos. Fue legitimada doctrinariamente por Milton Friedman (1962), en un artículo donde sostenía que pedirle otra cosa era perjudicar su trabajo. Era la etapa de la “empresa narcisista”.

Se derrumbó en la realidad. Fuerzas sociales cada vez más amplias exigieron una perspectiva menos estrecha. En economías cada vez más concentradas, los impactos de las decisiones y acciones de las empresas líderes en los mercados recaen sobre toda la sociedad. En ciudades y regiones enteras unas pocas empresas son determinantes en la vida entera de esas áreas geográficas.

Se pidió a la empresa saliera de los marcos estrechos del narcisismo, y surgió la era de la “empresa filantrópica”. Crecieron las contribuciones de las empresas a causas específicas. Se desarrollaron las fundaciones, estimuladas por desgravaciones fiscales, y la empresa se transformó en un actor activo en campos como el cultural, donde se centraron muchos esfuerzos filantrópicos. Las empresas patrocinaban, museos, expresiones artísticas de todo orden y Universidades.

Sin embargo ese modelo quedó estrecho frente a una realidad cambiante. En el siglo XXI fuerzas históricas emergentes exigen que la empresa vaya mucho más allá. Que produzca una ruptura paradigmática con las visiones anteriores, y se transforme en la empresa con alta responsabilidad social empresarial.

Cuando los ciudadanos piden RSE, ¿qué es lo que exactamente están solicitando de las empresas? Por lo menos los siguientes desempeños:

- 1. Políticas de personal que respeten los derechos de los integrantes de la empresa, y favorezcan su desarrollo.**

La RSE empieza por casa. Se trata de asegurar condiciones dignas de trabajo, remuneraciones justas, posibilidades de avance, capacitación. Pero al mismo tiempo la idea incluye actualmente otros temas críticos. Entre ellos: la eliminación de las discriminaciones de género, que siguen en vigencia en áreas como las remuneraciones, y el acceso a posiciones directivas, y el fundamental tema del equilibrio familia-empresa.

La empresa no debe generar incompatibilidades con los roles básicos necesarios para llevar adelante una vida familiar plena, sino por lo contrario favorecerlos. Es posible con las tecnologías modernas, llevar adelante muchas ideas renovadoras al respecto.

2. Transparencia y buen gobierno corporativo

La información debe ser pública y continua, los accionistas deben tener posibilidades de intervención activa, los órganos de dirección deben tener idoneidad, y ser controlables, se deben eliminar los conflictos de interés. Un capítulo especial es el de las remuneraciones, y los sistemas de incentivos y control de los altos ejecutivos.

3. Juego limpio con el consumidor

Se espera que los productos sean de buena calidad, los precios razonables, y es decisivo que los productos sean saludables. Muchas experiencias recientes han mostrado gruesos problemas en este campo. Van desde los causados por ciertas exportaciones chinas, hasta los efectos altamente nocivos para el organismo de las “fast foods” con sus contenidos de grasas ultrasaturadas, y los juicios masivos a laboratorios farmacéuticos, por medicamentos nocivos.

4. Políticas activas de protección del medio ambiente

Ello va desde convertir las empresas en limpias medioambientalmente, hasta colaborar de múltiples formas con la crítica agenda que tiene el mundo por delante en este campo.

5. Integración a los grandes temas que hacen al bienestar común

La expectativa es que la empresa privada colabore intensamente con las políticas públicas, en alianzas estratégicas con ella y la sociedad civil, en el enfrentamiento de cuestiones esenciales para el interés colectivo, como la deserción escolar, el mejoramiento de la calidad de la educación, la reducción de la mortalidad materna, y la mortalidad infantil, la inclusión de los jóvenes marginados, y otras similares.

La empresa privada además de aportar recursos, puede contribuir a grandes programas de utilidad pública con alta gerencia, canales de marketing, espacios en internet, tecnologías avanzadas, y muchas de sus tecnologías específicas.

No se pide que reemplace a la política pública que en una democracia tiene la obligación de garantizar a todos, educación, salud, trabajo, e inclusión, sino que sea un aliado creativo, y constante de ella.

6. No practicar un doble código de ética

Debe haber coherencia entre el discurso de RSE y la práctica. Una incoherencia fundamental es por ejemplo el llevar adelante prácticas de corrupción de funcionarios públicos para lograr

objetivos empresariales. Hasta 1999, en que la OCDE penó la corrupción en algunos países desarrollados se permitía la deducción fiscal de los sobornos como “gastos de negocios”.

Por otra parte las empresas multinacionales no deberían aplicar un código de RSE en sus países centrales, y otro disímil en países en desarrollo. Sería grave que como ha sucedido en algunos casos apliquen normas de conducta avanzadas en sus casas matrices, y empleen mano de obra infantil, o degraden el medio ambiente sin consideraciones en sus inversiones.

La idea de RSE ha progresado fuertemente en los últimos años. La Revista The Economist por ejemplo que hace pocos años veía muy críticamente a la RSE, considera que “ha ganado la batalla de las ideas”, y que «con el tiempo será simplemente la manera de hacer negocios en el Siglo XXI”.

Detrás de su avance hay fuerzas históricas estructurales que la empujan a diario.

En primer lugar en las democracias, una sociedad civil cada vez más densa, articulada y participativa. Los ciudadanos piden a voces éticas a los políticos, y también crecientemente a los empresarios. Las ONGs y la opinión pública han librado victoriosamente luchas de largo alcance como la que llevaron adelante en defensa de la salud pública contra una de las concentraciones empresariales más poderosas, la de la industria del tabaco.

Han sido fundamentales en derrotar la tesis propiciada según el Premio Nobel Al Gore entre otros por empresas contaminantes, de que no hay un peligro medio ambiental real. Hoy la alarma está generalizada, el debate es cómo encararlo.

Porter y Kramer (Harvard Business Review, Diciembre 2006) describen así las presiones de la sociedad civil: «Muchas compañías despertaron a la Responsabilidad Corporativa después de ser sorprendidas por respuestas públicas a cuestiones que no consideraban previamente que eran parte de sus responsabilidades empresariales. Los laboratorios han descubierto que se espera respondan a la epidemia de SIDA en África que está lejos de sus mercados y líneas de producción primarias. Las empresas de comida rápida están siendo hechas ahora responsables por la obesidad y la mala nutrición».

Por otra parte, los pequeños accionistas, ya muy inquietos por Enron, la séptima empresa de los Estados Unidos llevada a una quiebra fraudulenta que les costó 60.000 millones de dólares en ahorros, están ahora en total ebullición frente a la caída de las grandes instituciones financieras de Wall Street.

Exigen a través de los Fondos de Pensiones, y otras organizaciones en que han invertido, un cambio sustancial en las reglas de juego, en el que el buen gobierno corporativo controlado, es una reivindicación central.

En tercer término se halla el avance del consumo responsable. En los Estados Unidos como en otras economías desarrolladas crece el “consumidor verde o ético”. Se estima en no menos de 110.000 millones de dólares en USA el mercado de consumidores que cuando compran tienen en cuenta si la empresa es saludable, amigable con el medio ambiente, y sus niveles de RSE.

Ciudadanos activos, accionistas indignados, y consumidores responsables están empujando el cambio de paradigma en RSE. Han llegado para quedarse. Cuanto más progrese el irreversible y tan esperanzador proceso de democratización que viven amplias áreas del planeta, mayor será su incidencia y presión.

Con su impulso, se ha cambiado totalmente la ecuación de Friedman. Las empresas privadas que tendrán mayores chances de tener buena performance económica no serán las “narcisistas”, sino por el contrario las de mejor RSE.

Investigaciones de todo orden dan cuenta de que a más RSE, más competitividad, lealtad de los consumidores, posibilidad de atraer los más capaces a la empresa, productividad laboral, y confianza en los mercados. En una encuesta en The Economist (2005) “sólo el 4% de los empresarios afirmaron que la RSE “era una pérdida de tiempo y dinero”.

La RSE es una exigencia ética de la sociedad, pero al mismo tiempo es el modo en que la empresa pueda reciclarse para el Siglo XXI. Un Siglo donde deberá rendir cuentas no sólo a sus dueños como equivocadamente creía Friedman, sino a todos los stakeholders lo que significa a sus propios empleados, los pequeños inversionistas, los consumidores, la opinión pública, y la sociedad civil en sus variadas expresiones.

La crisis ha agudizado la necesidad de cambios perentorios en las ideas convencionales sobre el rol de la empresa en la sociedad. Lo ha entendido muy bien la Comisión Europea (Marzo 2009) que ha reclamado a sus empresas “especialmente del sector financiero” que presten más atención a la ética y las políticas de RSE.

Sus conclusiones son similares a las de la última reunión de Consejo del Global Reporting Initiative (2009), autoridad mundial en informes de sostenibilidad que ante el hecho de que “con la falta de transparencia se ha fallado a los accionistas de las empresas” en la crisis, propone que es hora de

reexaminar que la triple rendición que exige en los balances, económica, social, y medioambiental, deje de ser voluntaria y pase a ser obligatoria.

Ya Suecia ha implantado esa obligatoriedad para las empresas con más de un 50% de participación estatal, y Dinamarca la está aplicando para sus 1100 mayores empresas.

Una Agenda Para El Cambio

La RSE venía avanzando. Más de 3.300 empresas se han sumado al Pacto Global de la ONU que manda la aplicación de principios básicos por parte de las empresas signatarias en derechos humanos, libertad sindical, trabajo forzoso, erradicación del trabajo infantil, abolición de discriminaciones, medio ambiente, y corrupción.

Sin embargo la crisis ha mostrado que existían amplias fragilidades, y un largo camino para recorrer. Puso a foco que había comportamientos muy lejanos a los que la idea de RSE entraña.

Hoy sectores muy amplios reclaman entre otros aspectos nuevas reglas de transparencia frente a la destrucción de la confianza una de las bases del funcionamiento del sistema económico, el montaje de esquemas serios y confiables de regulación, y la reestructuración integral de los ingresos de los altos ejecutivos con techos incluidos.

Amartya Sen (Financial Times, 10 de Marzo de 2009) destaca que una de las brechas agudas que mostró la crisis es la siguiente:

“Había muy buenas razones para la quiebra de la confianza que ha contribuido a la crisis. Las obligaciones y responsabilidades asociadas con las transacciones han devenido en los años recientes en mucho más difíciles de seguir por el rápido desarrollo de los mercados secundarios que involucran derivados y otros instrumentos financieros...la necesidad de supervisión y regulación ha sido mucho más fuerte en los últimos años. Sin embargo, el rol supervisor del Gobierno de USA ha sido fuertemente reducido en el mismo periodo, por la creciente creencia en la naturaleza auto regulatoria de la economía de mercado. Precisamente cuando aumentaba la necesidad de supervisión del Estado, se cortó la provisión de la supervisión necesaria”.

Más que nunca para restablecer la confianza y superar la crisis se necesitaran altas dosis de RSE. Las políticas públicas deberán estimularlas, y crear un marco donde los incentivos perversos que surgían de la desregulación salvaje, sean reemplazados por regulaciones que garanticen el interés colectivo, y normas de juego que favorezcan incentivos virtuosos.

Por otro lado se requiere que las empresas que siguen en las etapas puramente narcisista o filantrópica, atiendan el llamado de la sociedad, y tomen el ejemplo de aquellas que han incorporado a la RSE en su sentido amplio, no como una estrategia de marketing, sino como una política corporativa central.

La RSE que está exigiendo crecientemente la ciudadanía, implica en el fondo replantear el mismo rol de la empresa en la sociedad. Verla como una de sus instituciones básicas, que justamente por ello tiene que insertarse plenamente en sus problemáticas centrales, y estar en la primera línea de su enfrentamiento.

Un punto clave será formar en esta dirección. El New York Times se plantea (Holland, 15/3/2009) “¿No es el tiempo de reentrenar los escuelas que forman los MBAs?”.

Un Decano de uno de ellos en USA, Cabrera dice en la nota al ver que casi todos los ejecutivos hoy cuestionados tenían en común ser MBA: “Algo grande ha fallado. No podemos mirar para otro lado, y decir no es nuestra falta cuando hay una sistemática y tan extendida falla de liderazgo”. Khurana de Harvard Business School, advierte que “una suerte de fundamentalismo de mercado tomo posesión de la educación empresarial. La nueva lógica de la primacía del accionista absolvió a la gerencia de cualquier responsabilidad por cualquier otra área; diferente de los resultados financieros”.

La falta de RSE fue parte relevante de la crisis que hoy afecta duramente a amplios sectores del planeta. La discusión sobre si la RSE es necesaria, ha quedado superada por los acontecimientos, hace falta ahora pasar a trabajar con todo vigor en cómo avanzarla.

Las Demandas Por Responsabilidad Social Empresarial

La nueva encuesta anual del Edelman Trust Barometer que entrevistó a 5.075 miembros del 25% más rico de la población, en 23 países de 5 Continentes, obliga a la reflexión. La encuesta verifica la importancia clave de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Así entre otros aspectos, si una empresa genera desconfianza, el 57% de las personas van a creer información negativa sobre ella. Si es confiable, serán solo el 25%.

La confianza en las empresas cayó en el último año en USA de 54 a 46%, en Francia de 48 a 36%, en Gran Bretaña de 49 a 44%. Subió en Brasil de 62 a 1%.

Las expectativas de que las empresas hagan RSE son muy altas en las influyentes elites interrogadas. Cuando se les pregunta: ¿las corporaciones deben crear valor accionario de una manera que se alinee con los intereses de la sociedad, aun cuando ello signifique sacrificar ese valor?, la gran mayoría

contestan que si: Alemania 91%, Gran Bretaña 89%, China 89%, USA 85%, México 85%, Canadá 82%, Suecia 81%, Argentina 78%, India 74%, España 71%.

La encuesta concluye: “Las empresas deben alinear los objetivos de ganancias y metas sociales”. Las elites esperan más y mejor RSE.

Lo mismo dice recientes consultas en diversos países. En Chile en el “Estudio grandes empresas” se encontró con que para la mayoría el rol de la RSC es positivo, pero la evaluación de su cumplimiento es negativa. El 80% se mostró de acuerdo con la idea de que “la RSE es solo marketing”.

En España el estudio de Reputación Corporativa de IPSOS 2011 concluyó que: “la RSE es una asignatura pendiente para las empresas...consideran que no le prestan suficiente atención el 71% de las ONGS y Fundaciones, el 70% de los periodistas, el 67% de los académicos, el 65% de los analistas, el 64% de los políticos y el 54% de los mismos directivos empresariales”.

La insatisfacción que expresan las encuestas no es con la idea de RSC que aplauden, sino con la necesidad de que se plasme en políticas empresariales vigorosas, inversión social creciente, y programas ejemplares.

Como por ejemplo, la cesión que acaba de hacer un laboratorio de punta Gilead Sciences de sus nuevas drogas para el SIDA, y la hepatitis B, a una agencia pública internacional que las sub-licenciará a productores de bajo costo sin cobrarles regalías, con la condición de que suplan solamente a países pobres. Esta acción de RSE reducirá dramáticamente el precio de las drogas, y salvará miles de vidas.

Las demandas por Responsabilidad Social Empresarial crecen a diario. Las empresas de punta están abriendo nuevos caminos. En Colombia como en toda América Latina, hay diversas experiencias renovadoras, pero se deben intensificar los esfuerzos. La RSE es “ganar ganar”. Gana la empresa, gana la comunidad, gana el desarrollo del país.

(*) Presidente de la Red Iberoamericana de Universidades por la RSE. La reciente obra del autor “Primero la Gente” escrita junto con el Nobel Amartya Sen termina de ser traducida al chino.