

## Responsabilidad social corporativa

*Suele vincularse aquel sorprendente interés que rodeó al desarrollo de la ética empresarial en Estados Unidos, allá por los años 1970, con el desconcierto que produjeron en la sociedad norteamericana algunos grandes escándalos: y se cita como el más relevante el del Watergate, que costó la presidencia a Richard Nixon. Las empresas vieron en la ética (en la Business Ethics, por usar el término que se generalizó) una forma de buscar la credibilidad perdida ante la sociedad. El movimiento tuvo importancia incluso fuera del mundo empresarial, de modo que se convirtió en pionero para el desarrollo de las éticas aplicadas y de las éticas profesionales. Hoy nos encontramos con una situación semejante a la de entonces. La sociedad mundial vuelve a estremecerse ante ciertos sonados escándalos empresariales, como son los recientes de Enron, Arthur Andersen o WorldCom. Y de nuevo surge con fuerza un impulso ético, ahora bajo la forma de la responsabilidad social. Cabe preguntarse si la ética empresarial ha sido un fracaso y hay que buscar recambio para ella. Y si la responsabilidad social es el recambio adecuado.*

La ética empresarial ha supuesto, indudablemente, un importante avance. Sus beneficios han sido y son indiscutibles. El principal es la incorporación de la reflexión ética al mundo de los negocios. El hecho

de que esta reflexión se haya desarrollado desde el interior de ese mundo ha permitido que no derive en lo que es el peligro de tantos discursos éticos: plasmarse en principios generales formulados desde fuera (por «especialistas» en ética), que resultan tan utópicos como inoperantes a quienes conocen por dentro la realidad económica y empresarial. La ética ha empezado a ser descubierta como una dimensión inherente a este campo de la actividad humana: no se trata de sobreañadir nada a lo que ya tiene su propia consistencia científica, sino de entender mejor las múltiples facetas de esa realidad.

Pero no todo han sido beneficios. Porque también hemos visto cómo la ética de los negocios quedaba prisionera de un fuerte pragmatismo y se hacía indiferente hacia otros aspectos imprescindibles para toda ética aplicada: por ejemplo, una mayor preocupación por su fundamentación racional o una consideración crítica del entorno en que la empresa se mueve. Éste último parece de especial relevancia: se procedía dando por bueno el modelo económico en que la empresa desarrolla su actividad, eludiendo cualquier intento de criticarlo, como si dicho entorno fuera un dato incuestionable al que la empresa no tuviera más alternativa que la de adaptarse. Como si la relación empresa/sociedad o empresa/modelo económico sólo funcionase en una dirección.

Con todo, hay que reconocer que esa ética, que tuvo su primer desarrollo en el mundo anglosajón y luego fue exportada a otros continentes, se aprovechó de esta difusión para confrontarse con nuevos ambientes y tradiciones culturales y éticas. Concretamente en Europa continental la ética empresarial se benefició de la tradición centroeuropea, menos pragmática y más esencialista, pero también más crítica.

Fruto de esta confrontación ha sido, probablemente, la evolución hacia la responsabilidad social. Para entender esta especie de reconversión resulta útil contraponer términos como «buen gobierno corporativo» y «responsabilidad social corporativa».

Porque toda ética empresarial presupone una cierta idea de lo que es la empresa. Es más, en la selección de este modelo hay ya una cierta opción ética, en la medida en que elegir uno u otro tiene consecuencias ineludibles sobre la realidad de empresa que se desea construir. Tradicionalmente la ética empresarial se desarrolló sobre la idea de que la empresa es una *unidad de producción*: en ella capital y trabajo convergen para producir bienes y servicios generando un beneficio

económico, de forma que la armonización de los intereses de propietarios y trabajadores es el marco de toda la reflexión ética. Esta difícil tarea correspondía a los directivos, que actuaban en nombre de la empresa y buscando el bien de ésta, no siempre coincidente, al menos en el corto plazo, con el de los trabajadores o los accionistas.

La importancia del papel del directivo y su poder en la empresa provocó lo que algunos llamaron la *revolución accionarial*, que es un movimiento protagonizado por los accionistas sin más objeto que recuperar el control sobre los directivos. Subyace aquí otro modelo de empresa, que suele vincularse con la «teoría de la agencia»: el directivo es una «agente» delegado de los dueños, cuya misión es realizar los objetivos de éstos. ¿Y cuáles son estos objetivos? Aumentar el beneficio o, dicho con una expresión más actual, incrementar el valor patrimonial de la empresa.

De acuerdo con este modelo se considera la empresa, esencialmente, como un patrimonio productivo. Y si esta visión se lleva al extremo, puede llegar a tenerse por accidental incluso el hecho de que ese incremento patrimonial se haga con una actividad productiva. La obsesión actual por los índices bursátiles (sea el Ibex 35, el Nikkei o el Nasdaq), que todos los días ofrecen los medios de comunicación al tiempo que prácticamente ignoran los que reflejan la evolución de la producción (¿quién oye hablar del «índice de producción industrial» hoy?), pone de manifiesto cómo es la economía financiera la que centra la atención de la sociedad y de muchos expertos económicos, porque es en ella donde se encuentran las oportunidades más poderosas de enriquecimiento. La empresa no es ya, preferentemente, una unidad de producción, sino un patrimonio susceptible de incrementarse mediante variadas y complejas operaciones bursátiles.

¿No es este enfoque el que domina en muchas noticias y comentarios que nos llegan cada día?

La revolución accionarial y la teoría de la agencia, alimentadas por una visión de la empresa como patrimonio financiero, son las coordenadas que enmarcan toda la ética del *buen gobierno corporativo*. La Comisión Olivencia y la Comisión Aldama, que se formaron recientemente en nuestro país y elaboraron sendos informes para el buen gobierno de las corporaciones, están en esta línea.

No hay que ser un lince, sin embargo, para tachar de incompleta esta visión de la empresa y de insatisfactorio un enfoque de la ética que se

redujera a esto. Hoy la incidencia de la empresa sobre la sociedad es enorme y variada, va mucho más allá de lo que sugiere esa imagen tan circunscrita a los accionistas. ¿No es demasiado simplista reducir la empresa a la producción de bienes y servicios para satisfacer las demandas de la sociedad? Porque, concomitantemente, la empresa genera una renta que retribuye, no sólo a los propietarios del capital, sino también a tantas otras personas que desarrollan su actividad laboral en ella. Pero además influye sobre los usos y costumbres sociales por diversas vías: por ejemplo, creando unas necesidades o remodelando otras, favoreciendo determinadas imágenes del hombre y de la mujer, creando o destruyendo puestos de trabajo, etc. La empresa influye sobre el mundo económico en general, y también —y muy decisivamente a veces— sobre el mundo político. ¿No resultan ingenuas ciertas manifestaciones que presentan al mundo empresarial casi como víctima de los gobiernos? ¿No es más cierto que son los gobernantes los que soportan muchas veces la presión de la empresa, sobre todo de ciertos «lobbies» formados por grandes corporaciones?

La empresa tiene hoy —y probablemente más que en otras épocas— un poder formidable en la sociedad. ¿Puede entonces desentenderse de los efectos de su actividad, una actividad tan poderosa, sobre los distintos ambientes y colectivos sociales?

Este poder se refuerza hoy en el marco de la globalización y de las tendencias liberalizadoras que la acompañan y la alimentan. Si la globalización es integración progresiva de los mercados y reducción de las trabas legales o económicas para actuar en ellos, ¿puede negarse que en estas nuevas condiciones la empresa tiene más posibilidades para actuar y una libertad menos restringida para hacerlo? La globalización reduce también la capacidad de los gobiernos para intervenir, porque el principal punto de apoyo para la acción de éstos son unas fronteras geográficas cada vez más diluidas y más expeditas. Más aún, los gobiernos no sólo encuentran limitadas sus facultades de actuar en el control de fronteras, sino que se ven con las manos atadas para intervenir dentro de su territorio en la actividad económica como consecuencia de los vientos liberalizadores que dominan en todas las latitudes, y que imponen su ley incluso a los partidos políticos de tendencia más social.

En este marco es imprescindible recordar aquello de que la responsabilidad es correlativa al poder: a más poder, mayor es la

responsabilidad. Y ésta es la base del nuevo concepto de *responsabilidad social de la empresa*. Esta responsabilidad, no sólo la sienten la empresa y sus directivos, si tienen un mínimo de sensibilidad: además la exige cada vez más la sociedad.

Identificar quiénes son los colectivos a los que la empresa con su actividad afecta, o puede afectar, es la primera tarea de esta responsabilidad social. Concretar el alcance de estos efectos es una tarea ulterior. Incorporar estas consideraciones en la gestión de la empresa y en la programación de sus actividades se convertirá en la mejor expresión de que la responsabilidad es asumida convenientemente.

Estos nuevos planteamientos éticos invitan a revisar, una vez más, el modelo de empresa con el que se trabaja. La teoría de la agencia, que sólo atiende a los intereses de los accionistas, va dejando su lugar a la *teoría de los stakeholders*, usando una palabra inglesa de difícil traducción en castellano que quiere incluir a todos aquellos que tienen algún tipo de relación con la empresa. Esta relación puede ser activa o pasiva, según que su actuación tenga alguna incidencia sobre la empresa o sea la acción de la empresa la que incida sobre ellos. De los efectos sobre todos ellos, especialmente los pasivos, ha de responder la empresa.

Sin embargo, el concepto de responsabilidad social ha sido restringido posteriormente, y es con este sentido más preciso con el que se utiliza en la actualidad. La responsabilidad social se refiere, concretamente, a las cuestiones laborales y medioambientales. En un mundo globalizado, donde la competencia es tan fuerte y a veces tan despiadada, la cuerda se romperá, como de costumbre, por el lado más débil y donde la indefensión es mayor. Y así la reducción de costes para aumentar la competitividad no es raro que se busque imponiendo duras condiciones a los trabajadores (jornadas interminables, salarios insuficientes, tendencia a la eliminación de los seguros sociales) o no internalizando los costes medioambientales. Las empresas multinacionales, al trabajar en diferentes países, buscan en la mayor tolerancia de algunas legislaciones nacionales una vía para reducir los costes de producción: pero esto induce una fuerte competencia a la baja entre países menos desarrollados como forma de atraer el capital extranjero al propio territorio.

La falta de normativa internacional para poner coto a ese funcionamiento salvaje del mercado único es una de las carencias más

inquietantes en el mundo globalizado de hoy. Sólo eso justifica ya los intentos actuales de encontrar un verdadero sistema de gobierno mundial (las propuestas de reforma de la ONU habría que enfocarlas desde estas necesidades). También los organismos internacionales están actuando, dentro de sus limitaciones, en este terreno. Baste citar la Declaración de Principios y Derechos Fundamentales de la OIT (aprobada en 1998), que pretende fijar algunos mínimos en torno a cuatro cuestiones: derecho de asociación y negociación colectiva, prohibición de cualquier forma de trabajo forzoso, eliminación del trabajo infantil, no discriminación en el empleo. El paso siguiente es que esta declaración sea asumida efectivamente por todas las legislaciones nacionales.

Pero también es urgente que las empresas asuman la parte de la responsabilidad que les corresponde y no se contenten con atenerse a las legislaciones de los países, procurando además eludir por todas las vías posibles aquellas normas o territorios más exigentes. La alternativa heterorregulación/autorregulación es hoy objeto de un enconado debate, en sintonía con las tendencias liberalizadoras tan en boga. En él el mundo empresarial ha defendido con vigor la segunda opción, que implica una reducción de la intervención normativa del poder constituido. Pero éste es un motivo más para insistir en la importancia de la responsabilidad social como tarea ineludible de la empresa.

La Unión Europea ha querido favorecer este debate con su *Libro Verde de la Comisión Europea: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de la empresa* (2001). Los primeros resultados del debate se recogieron un año después en la *Comunicación de la Comisión relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible* (julio 2002). Detrás de esta iniciativa se adivina el deseo de configurar un modelo de empresa con identidad propia, a la vez competitivo y socialmente responsable (de acuerdo con la Cumbre Europea de Lisboa de marzo 2000), que sea diferente del que parece imponerse hoy.

Ojalá todo esto no quede en una declaración más de intenciones o en una mera operación de marketing institucional, sino que contribuya a un replanteamiento de la ética de la empresa y de la ética económica en general a favor de una más auténtica justicia para nuestro mundo globalizado. ■