

## Hacia una nueva Ética Empresarial

Por Bernardo Kliksberg\*

Para LA NACION - 02.12.2003

WASHINGTON

Hay una explosión de interés mundial por el tema de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Bélgica aprobó la ley de la etiqueta social. Garantiza a los consumidores que los productos que llevan esa etiqueta han sido elaborados con respeto por los derechos laborales, sin mano de obra infantil y sin discriminaciones.

En Europa occidental hay 240 etiquetas ambientales, ecológicas y de comercio justo (que aseguran que los precios son razonables). Francia se convirtió, en 2001, en el primer país que obliga por ley a las empresas a publicar un informe social y medioambiental. Inglaterra obliga por ley a los fondos de pensiones públicas a informar sobre los criterios éticos, sociales y ambientales utilizados en sus inversiones. En Italia hay guías para elaborar informes sociales para las pequeñas y medianas empresas, y la región toscana da preferencia en los contratos estatales a las empresas con producción socialmente responsable.

En Suecia, la ley determina que los fondos nacionales de pensión deben considerar aspectos sociales y del medio ambiente al invertir. En Noruega, el 95% de las PYMES realiza acción social. España tiene un ranking de las empresas mejor percibidas por su labor social. En Estados Unidos, cien empresas suscribieron un programa para apoyar la realización de trabajos voluntarios por parte de sus tres millones de empleados. La Unión Europea lanzó un libro verde sobre la RSE.

Poderosas fuerzas impulsan estos cambios. Hay una fuerte presión de sociedades civiles cada vez más articuladas y activas al respecto. No aceptan compromisos éticos meramente formales: denuncian y sancionan. Hay inversores muy ansiosos, en la era post-Enron, que exigen transparencia y rendición de cuentas y que empiezan a percibir que las empresas más éticas garantizan mejor sus ahorros.

Crecen los fondos de inversión orientados hacia empresas éticas. Se observa que la RSE aumenta la competitividad de la empresa y que las empresas que apoyan el trabajo voluntario de su personal tienen mejor productividad, porque el personal se identifica más con ellas. A todo esto se suma un dato que no entra en los análisis económicos ortodoxos: la votación de los mercados sobre la base de valores éticos. Así, según informa The New York Times, en los Estados Unidos se estima que hay 50 millones de consumidores que prefieren comprar productos que responden a "un estilo de vida sano y tolerable". Ellos mueven un mercado de 230.000 millones de dólares.

También se ve como algo necesario la legitimidad en un mundo con "desigualdades grotescas", según las ha calificado la ONU.

Resume la situación una gerente de la Caja de Madrid, María Ayan: "Las empresas deberían preocuparse no sólo por ganar dinero, sino también por enriquecer a la sociedad".

En igual sentido, el decano de la carrera de Management en el Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT), R. Schmalensee, dice a los candidatos a ingresar: "Si está interesado sólo en hacer dinero, éste no es el lugar para usted. Si buscar aprender medios creativos para gerenciar organizaciones complejas de modo de ayudar a la sociedad y construir riqueza, eso es lo que ofrecemos".

Movilizado por éstas y otras causas, el paradigma de la RSE está cambiando. Hubo una primera etapa en la que los ideólogos de la ortodoxia económica decían que la empresa sólo existía para producir beneficios a sus accionistas. Virtualmente descartada en los países desarrollados por prominentes líderes empresariales, se pasó a otra, la de la filantropía empresarial, con donaciones y fundaciones. "También quedó atrás", dice J. Nielsen, directora del International Business Leaders Forum. En la tercera etapa, la de la "ciudadanía corporativa", se pide a la empresa que sea como un ciudadano ejemplar.

Entre sus responsabilidades se hallan: juego limpio con los consumidores, buen trato a su personal, preservación del medio ambiente, buenas prácticas en los países en desarrollo e integración a las grandes acciones sociales y a lo local. Esos comportamientos se miden: hay índices cada vez más sofisticados; se debe informar sobre ellos a través de los Balances Sociales y de otras vías, y empiezan a aparecer incentivos y castigos.

Avanzar en esta dirección es visto en el mundo desarrollado como un esfuerzo conjunto de diversos actores. Gran Bretaña creó, al efecto, el primer ministerio para la RSE. En Cambridge se abrió un doctorado para la colaboración entre gobierno, empresas y sociedad civil. En Francia se estableció la Academia Europea de Empresa y Sociedad, para impulsar en los principales centros gerenciales la educación, con estos principios, de una nueva generación de gestores.

América Latina necesita progresos urgentes en esta dimensión crucial del desarrollo. Un continente con tanto potencial económico, y al mismo tiempo con niveles record de pobreza y desigualdad, requiere altas dosis de RSE. En muchos países se está transitando sólo por la primera etapa, y poco por la segunda. La contribución filantrópica es, comparada con la de otras regiones, muy limitada. Incluso rige la visión de que bastaría con que las empresas cumplieran con sus obligaciones fiscales.

En una encuesta reciente con líderes empresariales argentinos, ellos mismos dijeron ser conscientes del atraso existente. El reclamo social al respecto está también creciendo. En una consulta a consumidores del país, una alta proporción señaló que estaría dispuesta a pagar más por productos de empresas socialmente responsables.

Brasil es uno de los países donde ha habido más adelantos. Se han puesto en marcha significativos procesos de educación empresarial, liderados por instituciones como el Instituto Ethos y el Grupo de Fundaciones y Empresas. Más de cien empresas han respondido a la convocatoria del presidente Lula da Silva para tener un papel activo en el plan Hambre Cero.

Progresar rápidamente en este camino en el que América Latina está claramente atrasada es fundamental para mejorar la integración social, la equidad y la competitividad. Es un proceso que debe ser impulsado por todos los actores sociales. En última instancia, la RSE responde a un mandato ético de viejas raíces. Ya los textos bíblicos subrayaban la función social que debe cumplir la propiedad. Es hora de aplicar su mensaje a este continente, en el que hay una creciente y legítima demanda social de comportamientos éticos.

(\*) El autor dirige la Iniciativa Interamericana de Capital Social, Ética y Desarrollo del BID. Su última obra: Hacia una economía con rostro humano (Fondo de Cultura Económica, 2003).