

RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS

Rose Catacutan

**Masters Gobierno y Cultura de las Organizaciones
Instituto Empresa y Humanismo**

15 de marzo 2005

La responsabilidad social de las empresas

El entorno turbulento

Las crisis financieras de las grandes corporaciones en estos tres últimos años han influido bastante en la mala fama de las empresas de cara a la opinión pública. En la prensa abundan estudios e informes acerca la crisis de desconfianza que afecta tanto al mundo empresarial como el sistema política. Se calcula que existe mas de 85 millones inversores en la bolsa estadounidense que perdieron casi \$7 trillones a causa de estas quiebras fraudulentas. Además se añade la llamada crisis de desigualdad provocada por las compensaciones excesivas de los directivos en estados unidos. Los datos revelan que lo que gana un Director General norteamericano fue 42 veces múltiplo de lo que recibía un empleado en 1980, 100 en 1990 y 500 en 1999. Esto significa que un Director General normal recibe \$500 a cada \$1 que gana su empleado. Estos excesos se perciben cada vez más como una brecha en un elemento fundamental y central de uno de los valores de la sociedad norteamericana: la justicia. Creen que el hecho de que sólo los directivos *ganen* no es un comportamiento justo en un ambiente que fomenta el trabajo en equipo, en el que tanto los directivos como los empleados están involucrados a la hora de conseguir una alta productividad y rentabilidad. Además con frecuencia se encuentran en situaciones en las que existe una constante amenaza de despido y por eso para muchos empleados frases típicas, como la de “sois el activo más valioso de la empresa”, ya no tienen sentido. Al crecimiento de la desconfianza contribuye también la incredulidad de los consumidores que se preguntan sobre lo que compran y lo que venden en el mercado, reclamando no sólo una alta calidad en los productos y servicios, sino también preocupándose cada vez más de los procesos de producción. Quieren asegurarse de que estos procesos favorecen también la situación laboral de los empleados, la conservación del medioambiente, etc. Finalmente no se puede olvidar el papel de la prensa como factor importante en la configuración de la opinión pública sobre las empresas. A través de Internet, las divulgaciones de la prensa acerca de un determinado comportamiento corporativo se difunden con más rapidez y extensión, suscitando una reacción pública que favorece o perjudica la reputación de una empresa. En fin, un problema de nivel local se convierte de la noche a la mañana en un debate global que puede provocar una verdadera crisis de credibilidad de una empresa determinada.

Según Ira Jackson en su libro *Profits with Principles*, las empresas hoy día existen en un entorno turbulento: “nunca ha pasado [en la historia de las corporaciones] que su legitimidad y su aceptación por la sociedad haya sido puesto en duda por un grupo tan amplio de stakeholders, leyes y normas. Ni que el riesgo corporativo y la reputación sean tan dependientes de un gran espectro de gentes. El reto directivo debe ir más allá de la simple conformidad con las leyes, la protección de reputación, y el control de los riesgos”. Aparecen entonces, por parte de inversionistas como los *stakeholders*, nuevas expectativas de sus empresas que son más exigentes, resumidas en los conceptos del buen gobierno, transparencia y conducta ética. Los directivos, añade Jackson, tienen que estar preparados para cumplir estas exigencias si quieren ser competitivos en el futuro. Ya no basta pensar sólo en obtener beneficios sino que

tendrán que contar también con una estrategia que actúe a favor del entorno del que forma parte.

La confianza, esencial para la economía

Sin la confianza, la economía no puede funcionar. La incertidumbre lleva consigo muchos costes y riesgos, uno de los cuales es un posible retraimiento de la inversión, que a mediano plazo puede socavar cualquier economía. En el caso de las empresas, la pérdida de la buena reputación a causa de conductas irresponsables repercute directamente a la pérdida de sus ingresos, como pasa, por ejemplo cuando se instalan campañas de boicot de sus productos y servicios. Además, aparece una larga lista de costes relacionados con un comportamiento poco ético: costes de litigación, costes que surgen a partir de nuevas reglas de regulaciones, multas, penas de prisión para las personas de la alta dirección y, finalmente la liquidación: basta recordar los hechos históricos referente a *Enron*, *Worldcom* y casos similares. En los diez últimos años, estas corporaciones se consideraban como empresas íconos de la nueva economía. Se presentaban como modelos de innovación creativa y de alta sofisticación, caracterizadas por una rapidez en su extensión internacional y de un crecimiento espectacular de sus cotizaciones bursátiles. *Enron* siempre figuraba en las listas de las empresas líderes del mundo, admirado no sólo por su alta rentabilidad sino también por haber tenido uno de los mejores códigos éticos y por haber contribuido generosamente hacia la promoción del medioambiente, la lucha contra la corrupción y el analfabetismo, la preocupación por sus empleados, etc. Sus auditores *Andersen* se consideraban también hasta enero de 2002 como una de las más viejas y mejores empresas de servicio profesional, pero dejó de existir en menos de un año después. No pudieron sobrevivir en un sector de la industria altamente dependiente de la confianza pública, la lealtad y la integridad profesional. La historia nos muestra que una empresa no-ética no puede sostenerse a largo plazo bajo una apariencia de bondad. Una empresa no puede parecer buena, poniéndose el traje de la buena ciudadanía corporativa, y a la vez actuar de una manera, dejando del lado la ética.

Una crisis de ética y de la familia

En fin, las crisis de desconfianza son crisis de ética y la resolución del problema requiere una valoración de la conducta de las personas. Como señala el profesor Argandoña, es erróneo echar la culpa y pasar la responsabilidad a otra instancia, como la falta de regulación del estado o el fallo de las escuelas de dirección sino que “estamos ante una responsabilidad, primero, de las personas implicadas; luego, de la empresa; después, del sector y de toda la profesión, y, finalmente, de las autoridades y de toda la sociedad”. La clave está, según él, no solamente en mejorar y cumplir las regulaciones sino sobre todo en el esfuerzo por ser un buen profesional y un buen directivo, al frente de una buena empresa en una sociedad éticamente desarrollada. Se trata de encontrar y colocar personas con una educación moral adecuada para la tarea directiva de las empresas.

Conseguir un directivo ético, sin embargo, presenta un problema de gestión porque no es cualquier tipo de activo que se puede comprar o fabricar, ni es tan fácil de encontrar. Según el profesor Alvira, hoy día se nota el hecho de que “muchos saben como hay que hacer las cosas pero pocos obran bien moralmente”. Se trata de un defecto que él denomina como la falta de practicidad y tiene su raíz en la ausencia de verdaderas familias en la sociedad. Según él, no puede haber verdadera educación, y sobre todo educación moral, fuera del ámbito familiar. Los libros, los medios audiovisuales, los *case studies* en las escuelas de negocios, todos son medios que ayudan a saber teóricamente lo que uno debe hacer para actuar éticamente, pero la ética hecha vida se aprende primariamente en las familias. La educación moral exige el ambiente de hogar donde se encuentra un dialogo afectuoso e inteligente y el ejemplo de vida de los padres. Sin embargo, en la sociedad actual parece que no hay cabida para la familia porque sólo hay individuos. Estamos en una sociedad en la que a cada uno se le otorga el derecho de actuar según su propio interés con la condición de que no perjudique los intereses de las demás. En una visión del hombre como mero individuo no cabe hablar de la familia.

El hombre como persona

Pero el hombre, de hecho, no es un mero individuo, sino que es persona, individuo y relación a la vez. En cuanto individuo, es absoluto en sentido de ser dueño de sí mismo por su libertad. Siendo absoluto es inseparablemente relacional, por la misma necesidad de su libertad. El reconocimiento de un *otro* en cuanto igualmente absoluto lleva como consecuencia el respeto y el dominio del propio interés para no instrumentalizarlo.

La afirmación de que el hombre sólo puede actuar por su propio interés sería una negación de su libertad. La libertad –según Melendo- es lo que, en el ámbito operativo, distingue a los seres humanos de los animales. El animal puede caracterizarse, desde el punto de vista cognoscitivo, por su incapacidad de captar todo aquello que no resulte beneficioso o dañoso para su propia conservación biológica y la de su especie; el resto del universo no existe para él. El hombre, por el contrario, es capaz de aprehender lo real en cuanto real, tiene aptitud para percibir lo que es bueno en sí –y no necesariamente para él- y por tanto también lo bueno para los demás y, en definitiva para todos los demás, el bien común. Pero además de apreciar el bien apropiado a los otros, el hombre tiene la facultad de hacerlo por su libertad. Para Millán-Puelles, “a diferencia de los animales, que únicamente atienden a su respecto bien particular, toda persona humana tiene capacidad de apetecer el bien común, abriendo su voluntad a unos valores más amplios que los que sólo pueden beneficiarle particularmente. Buscar el bien privado es algo que ya hace el animal. Querer el bien común sólo pueden hacerlo las personas”.

El hombre descubre su carácter de persona en la familia

La libertad consiste en hacer el bien, salir de uno mismo procurando el bien del otro, amar. Amar significa la renuncia al dominio del propio interés, como explica el

profesor Alvira: “La renuncia a encerrarme en mí, a interesarme sólo por mí, (...) es un acto de sacrificio y, como tal, un acto esencialmente religioso. Ahora bien, es fácil ver que sin la renuncia al dominio la familia no puede existir. Por consiguiente, la familia es una institución esencialmente religiosa. Sólo el vínculo amoroso- que conlleva el sacrificio- puede hacer nacer una familia, pero eso mismo es la prueba de que ella es indisoluble”. Es tan importante el papel de la familia en la sociedad porque allí es donde el hombre aprende a querer y a respetar a las demás, a buscar el bien común: “en la familia doméstica, uno nunca aparece como individuo sino como padre, madre, hijo, hermano, es decir, como persona. Si no hay familia doméstica, el hombre no descubre su carácter de persona, pues usualmente nacemos a la religión en la familia, en la institución primaria religiosa. Así pues, es atentar contra la persona o, lo que es lo mismo, atentar contra la esencia misma de la sociedad”.

El bien común

El egoísmo es el mayor obstáculo para el desarrollo de la sociedad. Así aparecen las contradicciones de la economía actual: no faltan las denuncias de los fraudes y de las falsificaciones como enemigos del capitalismo, mientras se sigue sosteniendo la tesis de que la búsqueda del propio interés es el motor de todo desarrollo económico. *The Economist*, en un artículo publicado este año, hace una distinción entre la codicia y la búsqueda del propio interés. Según ellos, el actuar de modo codicioso es siempre malo porque se trata de una acción irracional; la codicia está caracterizada por un actuar sin freno y puede convertir la empresa en un desastre económico. Sin embargo, el actuar por el propio interés sería algo distinto porque es un actuar con una *racionalidad calculadora*, que lleva a que una empresa se preocupe de tener una buena reputación, caracterizada por la honradez e imparcialidad. En este planteamiento, sin embargo, es difícil saber hasta qué punto uno puede actuar por interés propio sin ser codicioso. Parece que la línea divisoria está en lo que significa la racionalidad en un planteamiento individualista, que no es otra cosa que la astucia.

En una sociedad de individuos no se puede hablar del bien común sino sólo de intereses comunes como suma de los intereses particulares de cada uno. La tesis individualista presupone el error del empirismo, que rechaza toda posibilidad de conocer la sustancia, *lo que es en sí*. El hombre se concibe también como un mero conjunto de sensaciones y se relaciona con los demás a través de una actitud *benevolente*, entendida como pura simpatía. Su relación entonces queda al nivel de un conocimiento puramente sensorial, instintivo y es incapaz de relacionarse salvo al nivel de su propio interés. Sin embargo, el hombre sí está en verdad dotado de una facultad intelectual capaz de conocer la realidad en sí, es decir una facultad espiritual. Por eso es capaz de buscar el bien en sí de los demás.

Responsabilidad social como compromiso personal

La responsabilidad social de las empresas debe configurarse como un compromiso para promover el verdadero bien –el bien en sí- de las personas en la sociedad. Con frecuencia, cuando se habla de la responsabilidad social de las empresas

sólo se hace referencia a su contribución en la creación de las condiciones que favorecen el bienestar humano algo muy importante, pero igual de importante es su contribución en la promoción del bien moral de las personas. Esto significa en primer lugar en asegurar que las empresas no promuevan productos, servicios o proyectos que vayan contra la vida humana; que no acepten anuncios publicitarios que rebajen la moralidad pública; que no apoyen leyes que fomenten el divorcio o que rechacen el papel fundamental de la religión en la educación. Pero como para ser bueno no basta con no querer el mal sino que hay que querer el bien, esto significa que la responsabilidad social consiste en algo positivo: promover el bien moral de las personas. Así, un buen empresario debe preocuparse de la sociedad en cuanto empresario pero también debe hacer lo mismo en su entorno familiar, ya que su familia es el lugar donde debe ejercer primariamente su responsabilidad social, preocupándose por los bienes morales suyos y de los miembros de su familia a quienes le han sido confiados.

BIBLIOGRAFÍA

Alvira, Rafael (1995), “Intento de clasificar la pluralidad de subsistemas sociales, con especial atención al derecho”, *Persona y Derecho*, vol. 33, EUNSA, Pamplona.

Alvira, Rafael (1995), “Sobre la esencia de la familia”, en Juan Cruz Cruz (ed.), *Metafísica de la Familia*, EUNSA, Pamplona..

Alvira, Rafael (1980) “¿Persona o individuo? Consideraciones sobre la radicalidad familiar del hombre” en *Cuestiones Fundamentales Sobre Matrimonio y Familia, II Simposio Internacional de Teología*, Universidad de Navarra, EUNSA, Pamplona.

Argandoña, Antonio (2003), “Ética y responsabilidad social de la empresa: ¿Cuáles son los retos?”, IESE.

Argandoña, Antonio (1998), “La teoría de los stakeholders y el bien común”, *Documento de Investigación*, IESE.

Jackson, Ira (2004), *Profits with Principles : Seven Strategies for Delivering Value with Values*, Doubleday Publishing, Westminster, en <http://site.ebrary.com/lib/bibliotecaunav>, pp. 1-60.

Melendo, Tomas (1990), *Las claves de la Ética Empresarial*, Rialp, Madrid, pp. 60-80.

The Economist (2005), “Profit and the Public Good”, vol. 374, enero 2005.