

## **Hacia una nueva ética empresarial (por Bernardo Kliksberg, Coord. Gral. de la Iniciativa Interamericana de Capital Social, Ética y Desarrollo del BID)**

En Europa occidental hay 240 etiquetas ambientales, ecológicas y de comercio justo (que aseguran que los precios son razonables). Francia obliga por ley a las empresas a publicar un informe social y medioambiental. Inglaterra exige a los fondos de pensiones públicas 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 empresas con producción socialmente responsable. En Noruega, 95% de las pequeñas y medianas empresas realizan 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 el trabajo voluntario de sus tres millones de empleados. La Unión Europea lanzó un libro verde sobre la RSE. Detrás de estos cambios hay una fuerte presión sobre las empresas de sociedades civiles cada vez más activas. También inversores que, en la era postEnron, exigen transparencia y perciben que las empresas más éticas garantizan mejor sus ahorros.

ASIMISMO 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 esto se suma un dato que no entra en los análisis económicos convencionales: la votación de los mercados. En Estados Unidos se estima que hay 50 millones de consumidores que prefieren comprar productos que responden a "un estilo de vida sano y tolerable". Mueven un mercado de 230.000 millones de dólares.

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". El decano de management del MIT, R. Schmalensse, dice a los candidatos a ingresar: "Si está interesado sólo en hacer dinero, éste no es el lugar para usted. Si busca aprender medios creativos para gerenciar organizaciones complejas de modo de ayudar a la sociedad y construir riqueza, eso es lo que ofrecemos".

EL PARADIGMA DE LA RSE está cambiando. Hubo una primera etapa en la que las visiones economicistas decían que la empresa sólo existía para producir beneficios a sus accionistas. 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", plantea J. Nielsen, directora del International Business Leaders Forum. En la tercera etapa, la de la "ciudadanía corporativa", se pide a la empresa que sea 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. La RSE se mide y empiezan a aparecer incentivos y castigos.

AVANZAR EN RSE es visto como un esfuerzo colectivo. Gran Bretaña creó 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 educar en estos principios una nueva generación de gerentes.

América Latina, continente con tanto potencial económico y al mismo tiempo con niveles records 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. Comparada con la de otras regiones, la contribución filantrópica es muy limitada.

PROGRESAR RAPIDAMENTE en este camino en el que América Latina está claramente atrasada es fundamental para mejorar la integración social, la equidad y la competitividad. 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 por comportamientos éticos.