

# Ética para Empresarios Latinoamericanos

Por Bernardo Kliksberg  
Para LA NACION

¿Qué está pasando en el mundo empresario? El 45% de las 250 empresas mayores del planeta producen informes regulares sobre sus actividades medioambientales, sociales y el gobierno corporativo. Es una exigencia de la sociedad y de los inversores. Una reunión de grandes fondos de pensión convocada por la ONU concluyó que "estas actividades tienen claros efectos materiales en el largo plazo, y las empresas y los inversores que no las tienen en cuenta lo hacen a su propio riesgo". Goldman Sachs resalta que "las consideraciones de medio ambiente y sociales cuentan. En un mundo cada vez más complejo son parte de la calidad de la gerencia necesaria para competir exitosamente". Pricewaterhouse Coopers muestra, en un estudio reciente (CEO Argentina, 2) la importancia que están teniendo los balances sociales en la toma de decisiones de los inversores.

Las empresas líderes expanden sus actividades de responsabilidad social empresarial (RSE). Gates estableció la mayor fundación del mundo, dotándola de 31.000 millones de dólares. Se concentra en ayudar a enfrentar las desigualdades en salud. Brin y Page, creadores de Google, formaron una fundación que esperan "eclipse un día a Google en su impacto, aplicando innovación y recursos significativos a los mayores problemas mundiales". Los directivos de eBay aportan millones para "hacer del mundo un lugar mejor". Los dueños de Intel encabezan la tabla de donantes mundiales en el último quinquenio. El presidente de General Electric dice que el futuro de la empresa está en su capacidad para "estar en la punta en energía limpia y tecnología ambiental". La Fundación Soros, que abrió caminos, apoya activamente procesos de democratización. Schmidheiny, creador de la prestigiosa Fundación Avina, creó también el Consejo Mundial Empresarial para el Desarrollo Sostenible, que reúne a las 160 empresas más importantes del orbe y que define la RSE como "el compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general, para mejorar su calidad de vida".

La vara de medida para considerar que una empresa hace realmente

RSE ha ido subiendo. No bastan las relaciones públicas, ni la filantropía convencional. Se está pidiendo un compromiso a fondo e impactos concretos. Una pionera, Peggy Rockefeller Dulany, precisa: "Con el dinero viene la educación, el poder de decisiones, vínculos con las elites en otros países y un enorme poder. Queremos ayudar a que se usen todas esas ventajas, el dinero y las conexiones, sean personales, familiares o de negocios, para crear beneficio público". Cáusticamente, Reich cuestiona las desgravaciones fiscales que se usan sólo para apoyar "cosas como escuelas de elite, salas de concierto, etcétera...". Advierte que, ante ese tipo de filantropía, "hay que dejar el autoengaño de que se hace mucho por ayudar a los pobres".

La RSE crece bajo las presiones combinadas de una sociedad civil cada vez más activa, consumidores organizados e inversores ansiosos después de los "enrones". El gurú gerencial, Charles Handy, dice que "si usted es rico, quiere estar tanto en la lista de los que dan como en la lista de los ricos", y The Economist cita al asesor de un banco suizo líder, que estima que un 25% de sus clientes muy ricos ya están comprometidos con causas filantrópicas, un 40% está pensando activamente en ello y un 15% lo está poniendo en su agenda.

La RSE es vista como una prueba de eficiencia gerencial y una ventaja competitiva muy importante. Por ello, un nuevo libro dedicado a experiencias exitosas de RSE se titula: *Cómo a los ejecutivos líderes les va bien por hacer el bien*.

¿Hacer RSE en América latina es hacer lo mismo que en el mundo desarrollado? Sugerimos que no. La agenda en un continente como éste debe ser más vasta. Para alcanzar la medida, una empresa debería cumplir las exigencias medioambientales, de buen gobierno corporativo, de responsabilidad con su personal y los consumidores, de participación en programas de interés público y de información. Hay un largo camino a recorrer en la región en todos estos aspectos. Según Mónica Araya (Yale), entre el 90 y 2003, sólo el 6% de los informes de sustentabilidad publicados en las Américas fueron de América latina. Pero, además, en un continente con tanta pobreza y desigualdad, la empresa debe poner los "activos" de que habla Dulany a disposición de esas causas en alianzas estratégicas con las políticas públicas y las ONG. Por otra parte, en una región donde la familia es un valor colectivo, y según las encuestas la institución más respetada por los jóvenes, las empresas deberían buscar vías innovadoras para conciliar trabajo y familia. En países como España, ello se está buscando activamente y ha surgido el concepto de "empresa familiarmente responsable". En países con tasas de evasión que superan el 40%, la empresa debe ser un modelo de

conducta

fiscal.

Pero hay más. Las metas -hoy consensuadas en la región y en la Argentina- de garantizar a todos educación y salud de buena calidad, apoyar la pequeña y la mediana empresa, superar las discriminaciones de etnia, color y género, cubrir a la tercera edad requieren amplias concertaciones y más recursos fiscales. La RSE debería incluir un replanteo del pacto fiscal vigente: es regresivo y genera recursos muy inferiores a los promedios de los países desarrollados. Así, para toda América latina, los ingresos del Estado se estimaban (BID, 2001) en 18% del producto bruto, frente al 36,30% promedio de los desarrollados (en la Argentina, 22,5%).

¿Corre riesgo la empresa asumiendo una agenda actualizada de RSE? No parece. Según Julio Moura, presidente del exitoso Grupo Nueva, que opera en quince países de la región, aplicar en toda su gestión la idea del "triple resultado", económico, social y ambiental, tiene beneficios inmediatos: "Nuestras empresas empiezan a ver que es un claro elemento diferenciador en los mercados, notan que las mediciones de clima laboral muestran que nuestros colaboradores se sienten más motivados y satisfechos. Sienten que iniciar procesos de diálogo y consulta con sus principales públicos interesados ayuda a identificar nuevas posibilidades de negocios, a disminuir riesgos y fortalecer la reputación".

Los riesgos, entonces, los correrán las empresas que no practiquen una RSE de alta calidad, en sociedades que tienen una aguda "sed de ética" en todos los ámbitos.

**Los últimos libros del autor son La agenda ética pendiente de América latina y Más ética, más desarrollo.**  
Link corto: <http://www.lanacion.com.ar/807989>