

Un pacto mundial

Las empresas de Colombia deberían asumir con mayor coherencia su compromiso con la responsabilidad social corporativa, entendiendo que no se trata de hacer donaciones o programas asistencialistas o puramente filantrópicos.

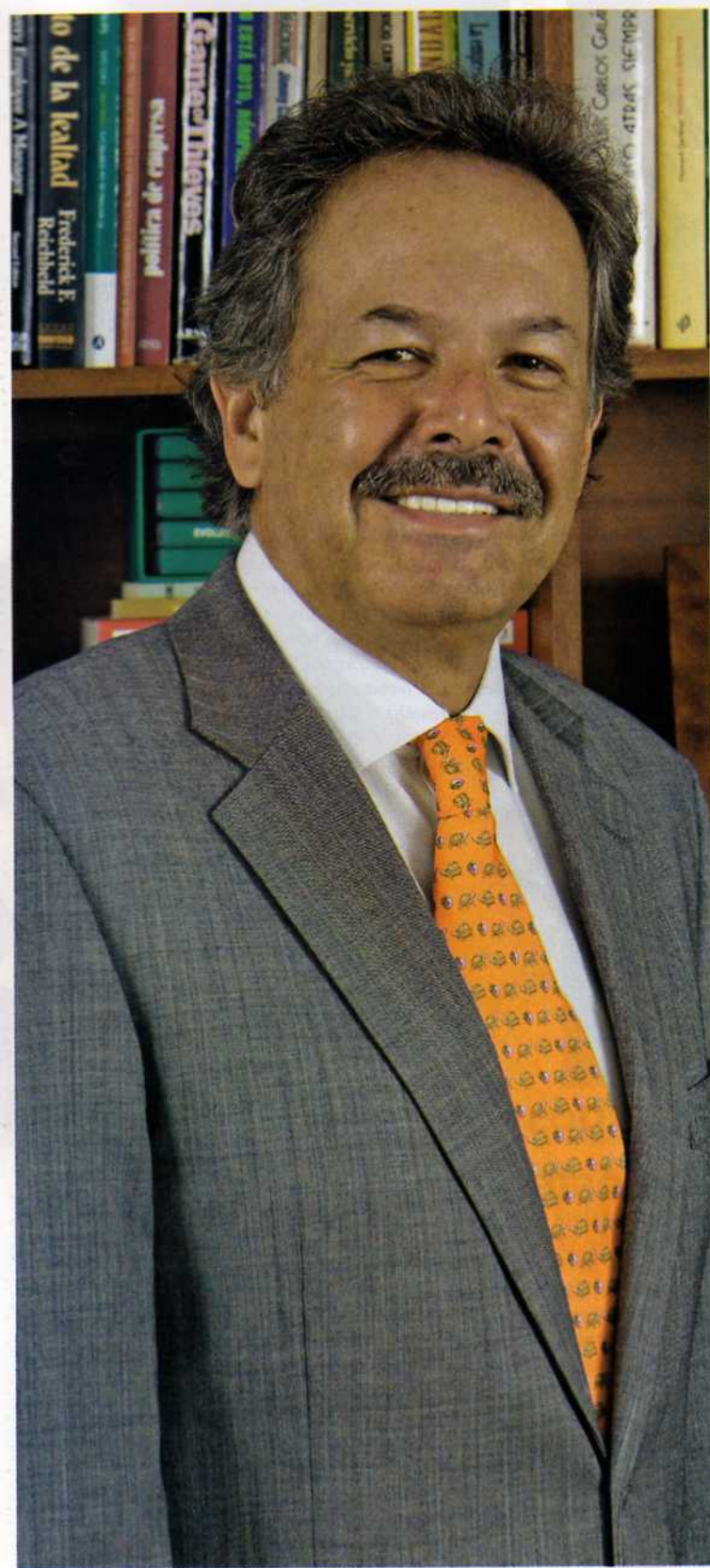
Por Gustavo Mutis

En los últimos años han surgido diferentes iniciativas mundiales que han impulsado la incorporación de los conceptos de responsabilidad social en la estrategia empresarial. La acción empresarial en los mercados globales exige alcanzar altos grados de competitividad dentro de un marco de desarrollo sostenible. Los grandes cambios de la situación internacional debido a la globalización, la liberación de los mercados, el desarrollo del comercio internacional y la redefinición del papel del Estado generan profundas transformaciones en el sistema social y económico mundial.

La responsabilidad social empresarial es una nueva forma de enfocar el quehacer de la empresa para que sus decisiones se fundamenten en la ética y en la inclusión de los intereses de todos los públicos. Responde a una necesidad de equidad social y económica y a su vez sirve como distintivo de competitividad empresarial al otorgar un valor agregado a las empresas que la adoptan voluntariamente.

Este enfoque es relativamente moderno. En los años setenta se sostenía que la empresa era una institución económica cuya responsabilidad debía limitarse a la obtención de ganancias respetando las normas legales y éticas impuestas por la sociedad. Muchos acudían a Friedman y demás pensadores de la Escuela de Chicago para reafirmar el teorema del egoísmo: sólo mediante la búsqueda infatigable del interés particular el individuo puede contribuir a fomentar el interés general. Tal criterio se traducían en que las empresas sólo responden a sus accionistas por el cumplimiento de su razón de ser, que es el lucro. En forma colateral y con el pago de impuestos, la generación de empleo y la oferta de productos y servicios de calidad, hacían su aporte al bienestar de la comunidad.

No se desestima la importancia de la responsabilidad clásica de los empresarios. Basta ver lo que pagan en impuestos los principales grupos económicos del país o su influencia en el



mejoramiento de la calidad de vida generando más y mejores empleos. Es un aporte necesario, pero ya no resulta suficiente. Los desmanes del capitalismo son inevitables: es un sistema que ha probado su efectividad pero que no tiene por qué tener una moral que lo regule. Lo propio cabe afirmar de las empresas: son una ficción jurídica creada exclusivamente para generar lucro. La moral regula es a los individuos que operan en las empresas, y son ellos los que deben asumir su papel en la sociedad.

Es esa moral individual, ajena al postulado del egoísmo, la que debe estar consciente del impacto cada vez mayor de las empresas en la sociedad. Varios factores justifican tal necesidad de conciencia: la galopante desigualdad económica, la crisis ambiental, la creciente participación de las empresas en la prestación de servicios que eran responsabilidad exclusiva del Estado, y muy importante, los derechos crecientes de los consumidores. Porque si la moral individual no alcanza, al menos se puede ser lo suficientemente sensato para saber que el deterioro de un país, más temprano que tarde, termina afectando también a esos intereses particulares. Y esa sensatez puede también entender la incontrovertible evidencia de que la sostenibilidad y la rentabilidad de las empresas en el futuro están directamente ligadas con sus prácticas de RSE. Ésta es más que una moda; es el único camino que tiene una empresa para competir bajo nuevas condiciones en un mundo globalizado.

Debemos pasar de la filantropía a una concepción integral de responsabilidad en la que al valor económico que generan las empresas se le debe agregar el valor social y el valor ambiental. Esos son, ni más ni menos, los tres criterios con los que se mide la competitividad de una empresa en el mundo globalizado. Con ellos tendremos un mejor acceso a mercados internacionales, al crédito y a la expansión, con los que lograremos una mejor valorización de nuestra marca y atraeremos a los mejores talentos. Hay que acelerar el proceso de implantar en las empresas estos criterios interdependientes de gestión sostenible y de tejido social. No basta con fundar un hospital si el accionar de nuestra empresa causa un detrimento ecológico, y no basta con construir una biblioteca si no cumplimos con los derechos de nuestros grupos de interés como los empleados, los proveedores, los consumidores, los miembros de nuestra comunidad y nuestro gobierno.

En los últimos años han surgido diferentes iniciativas mundiales que han impulsado la incorporación de la RSE en la estrategia empresarial. La extrema e injusta desigualdad del ingreso motivó al anterior secretario general de las Naciones Unidas, Kofi Annan, a proponer en el Foro Económico Mundial la idea

de un Pacto Global entre las Naciones Unidas y el empresariado respecto de los temas sociales, ambientales y de desarrollo sostenible. Propuso a las empresas que adoptaran un conjunto de valores universales que son considerados fundamentales para satisfacer las necesidades de la población mundial.

Este Pacto Mundial es tal vez la iniciativa internacional voluntaria en RSE más importante de los últimos años. Está basado en el cumplimiento de diez principios adoptados por las empresas, que abarcan aspectos tales como promover y respetar la protección de los derechos humanos, asegurarse de que no haya abusos de ellos, apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento de las negociaciones colectivas, eliminar el trabajo forzado, abolir el trabajo de menores, eliminar formas de discriminación del empleo, apoyar un enfoque preventivo en asuntos de medio ambiente, comprometerse con iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental, alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente, y por último, y muy importante para Colombia, trabajar contra la corrupción en todas sus formas.

También vale la pena resaltar el famoso *Libro Verde* por el cual la Comisión Europea decidió promover un marco para la responsabilidad social de las empresas y el desarrollo sostenible. El documento manifiesta que la responsabilidad social corporativa es "la integración voluntaria por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con todos sus interlocutores". Pero lo más importante es que establece una estrategia europea para esta década, la cual debería ser una gran lección para los empresarios de nuestra región: "Poseer la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz

de conseguir un crecimiento económico sostenible, con mayores y mejores empleos y una mayor cohesión social".

Las empresas de Colombia deberían asumir con mayor coherencia su compromiso con la responsabilidad social corporativa, no solamente entendiendo que no se trata de hacer donaciones o programas asistencialistas o puramente filantrópicos. Nuestra más importante recomendación es que adopten los principios universales del desarrollo sostenible, los cuales están centrados en tres dimensiones interdependientes: la económica, la social y la ambiental. Estas dimensiones incluyen compromisos concretos con los accionistas, con la creación de valor y rentabilidad,

con el desarrollo de la sociedad y de las comunidades donde operan las empresas, con los clientes, la calidad del servicio, la calidad de los productos, la salud, la seguridad, el desarrollo profesional de los empleados, y sobre todo con la protección del medio ambiente.

"Varios factores justifican tal necesidad de conciencia: la galopante desigualdad económica, la crisis ambiental, la creciente participación de las empresas en la prestación de servicios que eran responsabilidad exclusiva del Estado, y los derechos crecientes de los consumidores".