

Repensando el rol de la empresa

La idea de Responsabilidad Social de la empresa privada (RSE) avanza aceleradamente en el planeta movilizada por una opinión pública cada vez más inquieta por este tema clave, y están produciéndose innovaciones que significan cambios integrales al modo tradicional de percibir el rol de la empresa.

Inglaterra creó en 2002 un Ministerio de la Responsabilidad Social Empresarial. Forma parte de la estrategia gubernamental global para obtener un desarrollo sostenible. El Gobierno ve a la RSE como la contribución de las empresas a dicho desarrollo, y se propone llevarla al centro de las prácticas empresariales. Tiene metas de trabajo muy concretas: “asegurar un desempeño responsable de las empresas en áreas como salud y seguridad de los trabajadores, el medio ambiente y igualdad de oportunidades, diseñar un marco de políticas públicas que estimule la RSE, promover actividades empresariales que simultáneamente traigan beneficios económicos, sociales y medio ambientales”. Ha generado una multiplicidad de programas. Entre ellos la Iniciativa de Transparencia en las industrias extractivas, que reunió a empresas, ONGS y Gobiernos para mejorar la transparencia en los ingresos recibidos por los países pobres de operaciones mineras, la participación de las empresas en programas para enfrentar las desigualdades y la exclusión social en comunidades locales, el proyecto SIGMA que produce guías sugiriendo a las empresas vías para contribuir al desarrollo sostenible, mediciones de las relaciones entre RSE, competitividad, y políticas de crecimiento a favor de los pobres, el desafío corporativo que favorece la ampliación del voluntariado corporativo la campaña de Balance entre trabajo y vida para que las empresas apoyen el equilibrio familiar.

El Ministerio plantea que la RSE provee a las empresas de una mirada holística sobre su rol que les permite mejorar sus decisiones basándose en una apreciación de sus impactos que va más allá de lo puramente financiero. Es según su juicio “toda una manera de pensar acerca de la empresa privada”. Como tal necesita ser internalizada en toda la operación de la empresa,

y no confinada sólo al área de relaciones públicas. El Ministerio se propone crear a corto plazo una Academia que forme al alto nivel de las empresas privadas en las prácticas más avanzadas de RSE.

Los beneficios de la RSE para las empresas son muy tangibles. Las empresas y productos amigables para el medio ambiente son preferidos por los consumidores y venden más. Hay mucho interés en el mundo empresarial americano por producir en esa dirección. El CEO de la mayor empresa del país General Electric dice que el futuro de la compañía está en su habilidad “para estar en la avanzada en energía limpia y tecnología ambiental”. La empresa ha lanzado “eco imaginación”, una campaña que incluye grandes inversiones en estos campos. La publicidad que la acompaña basada en escenas naturales ha sido recibida por los consumidores con una aprobación que más que duplica las campañas usuales. Comentando al respecto dice Ignatius (Washington Post) “en una era de escándalos corporativos simbolizados por Enron, los CEOs entienden que para mantener confianza en una marca, no basta con hacer buenos productos. Los consumidores confían en empresas que son ciudadanos responsables”. Y previene “algunos cambios pueden parecer cosméticos pero ese es el punto. En estos días las empresas tienen que ser vista como haciendo el bien para que les vaya bien”.

Un caso de éxito es el de la cadena de alimentos orgánicos Whole Foods. Se inició en el movimiento alternativo de alimentos orgánicos que surgió en cooperativas y mercados campesinos en 1970. Creció velozmente por la voluntad de los consumidores americanos de pagar más por vegetales y frutas orgánicas frescos y de mejor calidad. Tiene actualmente 170 negocios en USA y Canadá, ha tenido gran suceso en New York, termina de establecerse en Londres, y vende 3.900 millones de dólares anuales habiendo impactado toda el sistema de supermercados convencionales.

La presión de la sociedad

La agenda de la RSE se está ampliando continuamente por la presión de sociedades cada vez más exigentes. Temas como el trato general con los empleados y el cuidado de su salud son básicos. La Revista Fortune y el Instituto “Great Place To Work” escogen anualmente los 100 mejores empleadores

en base a encuestas a los empleados. Entre ellos figuró este año la cadena de supermercados Public. Los accionistas de dicha cadena que no cotiza en bolsa, son sus 125.000 empleados. Provee almuerzos y cenas gratuitas a todo su personal. La idea de convertir a los trabajadores en accionistas fue de su fundador.

Otro tema central es que hace la empresa en cuanto a ayudar a los empleados a fortalecer sus familias en lugar de generar incompatibilidades entre familia y empleo. En un estudio comparativo, la Universidad Austral encontró que los ejecutivos argentinos trabajan 50 horas semanales promedio y dedican menos de 15 horas semanales a la atención de sus hijos.

En América Latina crece la demanda pública por más ética corporativa. Así se espera de las empresas involucramiento con los grandes problemas colectivos, como la pobreza y la exclusión social. Hay un largo camino por recorrer, pero están surgiendo experiencias innovativas apoyadas intensivamente por organismos como el BID. Una de ellas la del Instituto empresarial AKATU del Brasil, ligado al prestigioso instituto Ethos. Está impulsando con todo éxito “el consumo consciente”. Ha creado un Centro de referencia sobre la materia. Persigue dar a los consumidores herramientas para poder elegir empresas y productos que muestran mayor responsabilidad social. Conformó una escala de RSE en base a índices objetivos. A su vez da a las empresas todas las posibilidades para brindar información sobre su gestión en estas áreas, y para automejorarse. Una de las metas finales es “ayudar a los consumidores a ser conscientes del potencial de buen ejercicio de la ciudadanía que tiene su actividad diaria como tales”.

Junto a sus múltiples beneficios para todos la RSE responde en definitiva a mandatos éticos ineludibles que se hallan en las bases de nuestras religiones y culturas, es un modo muy concreto de ejercer la solidaridad activa, y hacerse responsable por el otro. Es hora de impulsarla decididamente en este Continente.

Ética para empresarios latinoamericanos

¿Qué está pasando en el mundo empresarial?. 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 “las cuestiones del medio ambiente, sociales y de gobierno corporativo tienen claros efectos materiales en el largo plazo, y las empresas e 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 (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 crearon 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, fundó el Consejo Mundial Empresarial para el Desarrollo Sostenible que reúne a las 160 empresas más importantes del orbe, y que define a 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, etc...”. Advierte que ante ese tipo de filantropía “hay que dejar de auto engañarse que hace mucho por ayudar a los pobres”.

La RSE crece bajo las presiones combinadas de una sociedad civil cada vez más activa, consumidores organizados, inversores ansiosos después de los “Enrones”. Un Gurú gerencial Handy dice que “si Ud. 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 super ricos ya están comprometidos con causas filantrópicas, un 40% está pensando activamente sobre 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: “Como a los ejecutivos líderes les va bien por hacer el bien”.

Una agenda latinoamericana

¿Hacer RSE en América Latina es hacer lo mismo que en el mundo desarrollado?. Sugerimos que no. La agenda en un Continente como este debe ser más vasta. Para alcanzar la vara 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. Así por ejemplo según Araya (Yale) entre el 90 y el 2003 sólo el 6% de los informes de sostenibilidad 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 ONGS. 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 innovativas para conciliar trabajo y familia. En países como España, ello se está buscando activamente, y ha surgido el concepto de “Empresa familiarmente responsable”. Asimismo 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 consensuales en la región y 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 genero, cubrir a las terceras edades, 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 Argentina 22.5%).

¿Corre riesgo la empresa asumiendo una agenda actualizada de RSE?. No parece. Según Moura Presidente del exitoso GrupoNueva fundado por Schmidheiny que opera en 15 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”.

Todo indica que es al revés. Los riesgos 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.

El anuncio sigue sorprendiendo al mundo económico: Warren Buffet, el gurú de Wall Street que logró hacer subir las acciones de su fondo un 20% anual en los últimos veinte años, resolvió donar 30.000 millones de dólares, gran parte de su fortuna, a la Fundación Gates. Es la mayor donación de la historia. También fue el primero en no establecer una fundación con su nombre sino donarle a otra.

Buffet explicó que el sistema de mercado no ha trabajado en términos de la gente pobre. Y que las grandes fortunas que vienen, en gran parte, de la sociedad deben ser devueltas a ella. También indicó que quería que sus fondos fueran utilizados ahora, y del modo más eficiente, y que por eso los daba a esa fundación. Con su aporte, la Fundación Gates duplica su patrimonio de 30.000 millones, fruto de la donación de buena parte de la fortuna de Bill Gates. Multiplica por seis el presupuesto de la ONU.

Gates, pionero de las nuevas tecnologías, anunció también que además de su dinero había decidido aportar su tiempo. Se propuso abandonar Microsoft y dedicarse totalmente a la fundación, que está concentrada en combatir el sida, la malaria y la tuberculosis, y que ha salvado cerca de medio millón de vidas en pocos años.

A sus nuevos aportes a institutos de investigación antisida del mundo les ha puesto como condición que los investigadores colaboren entre sí y compartan informaciones y resultados para apurar así la obtención de vacunas.

¿Son casos aislados? No parece. Un estudio del Boston College (2005) dice que el 65% de las personas entrevistadas con más de 30 millones planea donar sus fortunas durante su vida y no a través de un testamento.

The Economist editorializa: “Si usted quiere ser un verdadero filántropo, gaste su dinero rápido, haga tanto bien como pueda ahora, cuando está vivo, y deje de lado la posteridad”. El Wall Street Journal refiere uno de tantos casos (21/8/06): Laifer, gerente de un fondo de inversión sensibilizado por la malaria, que causa un millón de muertes anuales, el 75% de ellas de madres

embarazadas y chicos en Africa, estimó que con 10.000 dólares podía protegerse una aldea típica de mil personas, dotándolos de redes, insecticidas, medicamentos, etcétera. Creó cinco zonas libres de malaria en Ghana, Nigeria y Kenya. La ONG Civic Ventures encontró que el 60% de las personas de 50 a 70 años quisieran emplear su próxima etapa de vida en mejorar la calidad de vida en sus comunidades.

Gates y Buffet fueron francos con las limitaciones de su acción: “La Fundación Gates va a desembolsar 3000 millones anuales. En el mundo hay 3000 millones de pobres. “Eso significa un dólar por persona, lo que no arregla los problemas.” Por otro lado, la explosión de millonarios forma parte de un cuadro de desigualdad creciente en el mundo. Según Forbes, hace 20 años había 140 billonarios. Ahora son 792, y sólo el último año se sumaron 102. El 20% más rico de la población mundial tiene el 86% del producto bruto mundial y el 95% del crédito. El 20% más pobre, menos del uno por ciento de ambos. Se necesitan, claramente, cambios de fondo, a través de una gran alianza por una economía mundial inclusiva y con oportunidades para todos.

Personalidades de Wall Street y de las nuevas tecnologías han hecho un fuerte llamado a la Responsabilidad Social Empresaria (RSE). Lo han hecho, como dice una conocida expresión americana, poniendo su dinero donde están sus palabras.

Hoy, bajo la presión de la opinión pública, los consumidores y los pequeños inversores, se fortalece en muchos países desarrollados una visión exigente de la RSE, que está dando el salto de las relaciones públicas a políticas efectivamente protectoras del medio ambiente: certificaciones de RSE, empresas familiarmente responsables, balances sociales, diversidad cultural en la fuerza de trabajo, inversión en la comunidad. Tener RSE reporta ventajas nítidas a las empresas. Las multinacionales buscan proveedores y socios con RSE garantizada. Los exportadores a mercados desarrollados deben mostrar RSE. Si no hay RSE los consumidores sancionan. El Banco Mundial refiere, entre numerosos ejemplos, que los consumidores europeos se negaron a comprar alimentos estadounidenses genéticamente modificados por estar contra ellos. EE.UU, a su vez, prohibió la importación de atún de México por presión de sus consumidores, porque dicho país no previno la matanza de

delfines durante la pesca. Con razón dice Michael Porter que la RSE es clave para la competitividad, “alineando objetivos sociales y económicos y mejora los proyectos de largo plazo de una compañía”. En efecto: el 90% de la población de EE.UU. opina que las empresas deben ser conscientes de su impacto en el medio ambiente y el 70% de los europeos, que la RSE es importante al comprar un producto.

Un reclamo que crece

En América latina el reclamo de la sociedad por RSE crece a diario. Va desde las rebeliones ante empresas mineras que destruyen el medio ambiente y dejan muy poco a la comunidad hasta las encuestas. El 84% de los consumidores en Brasil recomendaría productos que destinaran un porcentaje de sus ventas a una causa social o a una ONG. En Chile, el 40% de los consumidores ha castigado o está dispuesto a castigar a empresas irresponsables. En la Argentina, el 51% de los consumidores está dispuesto a pagar más por productos de empresas con RSE probada.

En el país hay muy meritorios esfuerzos en esta dirección, pero, como en toda la región, falta muchísimo, y frente a las graves cifras de deuda social acumulada las empresas deberían profundizar la acción de RSE, articular alianzas estratégicas y apoyar sólidamente las políticas públicas de desarrollo social, salud, educación, y otras áreas clave para enfrentar la pobreza y mejorar la equidad. Para ello será necesario ir más allá de los modelos tradicionales.

Un estudio sobre la filantropía en el país (Berger, Ducote, Reiss) concluye: “El enfoque filantrópico preponderante en las personas de alto patrimonio se caracteriza por una mirada de corto plazo, orientada a apoyar proyectos específicos y puntuales, y con escasa atención al fortalecimiento de las capacidades institucionales de las organizaciones de bien público”.

Es imprescindible avanzar hacia empresas que asuman un compromiso en términos financieros y de políticas empresariales más elevado con las grandes problemáticas de la sociedad. Será para el bien del país, de la ciudadanía y de las empresas. Con RSE de verdad todos ganan.

Las demandas por más ética empresarial

La opinión pública exige a nivel mundial una ética ejemplar a los líderes políticos. Pero hoy suma a esa exigencia la demanda por responsabilidad social a los líderes empresariales.

Las manifestaciones de esta presión en ascenso son múltiples. Si bien ha habido avances muy significativos en este campo las sociedades esperan aun mucho más.

El New York Times informa sobre una amplia consulta realizada por Bonini, McKillop, y Mendonca (consultores McKinsey) publicada en The McKinsey Quarterly. Entrevistaron mundialmente a 4.238 ejecutivos de empresas multinacionales y a 4.063 consumidores de las mismas.

El informe encontró “Una brecha de confianza entre los consumidores y las corporaciones globales, así como una falta de comprensión entre los líderes empresariales sobre que esperan realmente los consumidores de las empresas”.

Cuando se les pregunta el 68% de los ejecutivos contestan que las grandes corporaciones hacen una “contribución generalmente” o en “cierta medida” positiva al bien común. En cambio sólo un 48% de los consumidores están de acuerdo con ello. Ese porcentaje baja en USA al 40%.

Al consultar a los consumidores sobre en que medida confían en que ciertas instituciones actúan en el mejor interés de la sociedad, los europeos y estadounidenses colocan a las corporaciones globales al final de la lista. Las anteceden las organizaciones no gubernamentales, pequeñas empresas regionales, la ONU, los sindicatos, y los medios masivos.

El informe muestra una distancia entre los que los ejecutivos perciben como las preocupaciones más importantes de los consumidores y la realidad. Al preguntar a los ejecutivos cuales suponen que son los problemas más importantes para los consumidores en los próximos tres años contestan: la pérdida de trabajo y el outsourcing, la privacidad y la seguridad de la información y en tercer lugar el medio ambiente. En cambio los consumidores

responden que les preocupa en primer lugar el medio ambiente, seguido por pensiones y otros beneficios de retiro, y la cobertura de salud.

Los autores del estudio concluyen que los ejecutivos “tienen una comprensión limitada de lo que son los problemas principales para los consumidores”.

A la luz de los resultados obtenidos, el autor de la nota del New York Times Paul B. Brown la titula muy sugerentemente: “No confían en las corporaciones”.

Fuertes presiones

En la misma dirección, en un reciente trabajo dos expertos en competitividad Michael Porter y Stanley Kramer (Harvard Business Review, Diciembre 2006) muestran las fuertes presiones que existen por más Responsabilidad Social Empresarial. Describen que muchas empresas descubrieron la importancia de la Responsabilidad Social Corporativa ante la reacción del público a temas que no consideraban previamente que eran parte de sus responsabilidades empresariales. Así entre diversos casos: “una conocida productora de ropa deportiva enfrentó un extenso boycott de consumidores después que el New York Times y otros medios, informaron sobre prácticas laborales abusivas de algunos de sus proveedores indonesios en los inicios de los 90. La decisión de una de las grandes petroleras de hundir una obsoleta plataforma petrolera en el Mar del Norte llevó a protestas de Greenpeace y titulares en los medios internacionales en el 95”. Hay intensas demandas sobre los laboratorios para que faciliten la acción contra males de millones como el SIDA y la Malaria, y una gran sensibilidad al respecto.

Porter y Kramer resumen la situación planteando que “los activistas organizacionales de todo tipo se han crecido y se han vuelto más agresivos y efectivos en traer presión pública sobre las organizaciones”. En consecuencia la responsabilidad social de las empresas no es una opción “es una prioridad que no pueden eludir los líderes empresariales en cada país”.

¿Qué es lo que esperan las sociedades de las empresas?. El abanico es muy amplio va desde políticas de personal éticas hacia dentro la empresa, relaciones honestas y serias con los consumidores, transparencia, buen gobierno corporativo, enérgicas políticas pro medio ambiente, hasta el involu-

cramiento activo de las empresas en las grandes causas de interés público colaborando con las políticas públicas, y el desarrollo de alianzas estratégicas entre empresas, políticas públicas y sociedad civil.

El 64% de las 250 mayores corporaciones globales publicaron informes de RSC en el 2005, pero eso sólo satisface un aspecto reducido de las expectativas.

Una idea de los standards a que se aspira en sociedades muy evolucionada la dan las políticas adoptadas por uno de los mayores Fondos de inversión del mundo, el Fondo que recibe las utilidades petroleras del Gobierno Noruego. Cuenta con 300.000 millones de dólares y ha fijado exigentes criterios por los que retirará sus inversiones de empresas que caigan en algunas de estas conductas: serias violaciones de los derechos humanos, serias violaciones de los derechos individuales en guerra y conflicto, serios daños ambientales, corrupción y otras violaciones de normas éticas. Termina de retirar sus fondos de 21 empresas internacionales algunas de ellas muy conocidas, y ha publicado la lista respectiva. El New York Times saludó su acción, resaltando que es la primera vez que un gobierno sanciona empresas con su nombre por criterios éticos, poniendo la ética por encima de las solas tasas de retorno. Destacó: “Noruega respalda su ética con su dinero”.

América Latina vive un mejoramiento muy positivo de su macroeconomía, y de las posibilidades para las empresas. Pero al mismo tiempo, sigue en pie la gran brecha social, con altas tasas de pobreza, desempleo juvenil, deserción escolar, maternidad infantil, y mortalidad materna. Consultas de opinión pública directas e indirectas señalan que la comunidad espera que el compromiso de responsabilidad de las empresas que ha ido aumentando gracias al esfuerzo de empresas y líderes empresariales pioneros, se amplíe a muchas otras y se intensifique y profundice. En una región con sociedades civiles cuyos grados de articulación y participación crecen continuamente, esto será cada vez mas como en el mundo desarrollado “una prioridad y no una opción”.

Cuanto antes se asuma más se fortalecerá la capacidad de la sociedad entera, para enfrentar los agudos desafíos sociales actuales, mayores serían los réditos éticos, y productivos para la misma empresa, y mayor será la calidad de la sociedad. Todos ganaran.

La crisis ha dejado una carga pesada sobre la reputación corporativa. Según el Edelman Trust Barometer 2009, 62% de entrevistados en 20 países, dicen que “confían en las corporaciones menos que un año atrás”. Lo mismo piensan los altos ejecutivos. En el MacKinsey Quarterly (Marzo 2009) 85% piensan que la confianza en los negocios se ha deteriorado.

Se necesita reconstruir confianza, entre las empresas y sus contextos, pero sobre bases genuinas.

En ese camino entre las estrategias más promisorias se halla la renovación imaginativa de los compromisos de las empresas con la sociedad, y la construcción de nuevas formas de alianza público-privada por el bien público.

Ejemplos. El premio ACE 2009 de la Secretaria de Estado de Estados Unidos Hillary Clinton fue entregado a “Toms Shoes”. Su joven creador Blake Mycoskie creó una empresa de zapatos basada en la idea de que por cada par que compran los compradores, se entrega otro para un niño que lo necesita. En menos de 3 años ha entregado 140.000 pares de zapatos en USA, Argentina, Etiopía, y Sud Africa. Este año espera llegar a 300.000. ¿Por qué zapatos?. Porque explica Mycoskie: “Muchas de las enfermedades del pie causan destrucción a vidas que son salvables con zapatos y higiene básica”. En Etiopia está trabajando por erradicar la podocóniosis, una enfermedad deformatoria del pie, causada por caminar sin calzado en tierra rica en silicio. Inspirado en la alpargata argentina, un calzado muy económico y popular en dicho país, los Toms Shoes se venden hoy en más de 500 comercios en USA e internacionalmente, entre ellos las importantes cadenas Nordstrom y Whole Foods. Está ingresando en Austria, Japón, Canadá, España y Francia.

La idea surgió cuando su creador vio a chicos descalzos y buscó una solución sostenible y de escala para ellos. Fortune dice que es un ejemplo de cómo “la crisis de Wall Street puede llevar a gente joven a salir de las empresas tradicionales y trabajar en empresas, que apuntan con fuerza a hacer el

bien". Hace pocos días Mycoskie estaba entregando 12.000 pares en Haití, y haciendo una entrega en Gulfport, Mississippi que todavía sufre del Katrina. Explica en Time donde en lugar de CEO se auto llama "donante de zapatos Jefe". "Siempre pensé que pasaría la primer parte de mi vida haciendo dinero, y la segunda parte entregándolo. Nunca pensé que podría hacer ambas cosas al mismo tiempo".

También ayuda a construir confianza la alianza de compañías aéreas, y varias fundaciones, en cooperación con la ONU, denominada "Bien masivo". Posibilita a los viajeros donar dos dólares destinados a luchas contra el AIDS, la tuberculosis y la malaria, cada vez que pagan por un viaje, un carro alquilado, o la pieza de un hotel. Utiliza para ello diferentes web sites. Se estima que el plan puede producir 600 a 1000 millones de dólares por año en los próximos cuatro años. Los fondos irán a UNITEDAID que los canalizará por diversas vías, y ayudarán entre otros objetivos a pagar por medicamentos para chicos con AIDS, medicamentos para adultos con AIDS resistentes a las drogas, y redes anti mosquito para prevenir la malaria.

Los dos casos descritos, son ejemplificativos de muchos otros, y dan idea del potencial enorme de poner las mejores ideas gerenciales al servicio de temas que debieran ser los prioritarios. Son respuestas acordes con lo que la sociedad espera de las empresas después de la crisis.

Una nueva ola de innovaciones

El tema de la responsabilidad social de las empresas está hoy en el centro de la agenda pública internacional. Por un lado, se hallan las potencialidades inmensas que tiene una empresa privada comprometida y que aporta a la solución de grandes problemas colectivos. Hoy, empresas de punta están aportando recursos, competencias técnicas y gerencia avanzada a la resolución de problemas clave de salud pública, educación y otros.

Por otro lado, están los graves daños que pueden causar a la economía decisiones tomadas por altos ejecutivos al margen de consideraciones éticas imprescindibles.

La crisis económica mundial ha puesto en foco este último tema, y han crecido fuertemente las demandas ciudadanas de que se profundicen los niveles de responsabilidad social empresarial.

El presidente de la comisión creada por el Congreso norteamericano para investigar las causas de la crisis, Phil Angelides, habla de examinar "la codicia, estupidez y soberbia" del sector financiero.

Un informe del Departamento de Justicia sobre la quiebra de Lehman Brothers, la mayor de la historia, reporta que hubo maniobras que hacían aparecer a la empresa más saludable de lo que era y que se manipulaban sus balances.

La reputación corporativa ha sido afectada. Una investigación de la revista de negocios *McKinsey Quarterly* sobre altos ejecutivos encontró que el 85% de ellos pensaban que la confianza en los negocios se había deteriorado. El Edelman Trust Barometer 2009 informa que el 62% de los encuestados en 20 países dijeron que confiaban menos en las corporaciones que un año atrás. El presidente Obama advirtió en un encuentro de prominentes ejecutivos, defendiendo la necesidad de regulaciones: "No podemos permitirnos otros AIG o Lehman. No podemos permitir a las instituciones financieras que toman vuestros depósitos hacer juegos que amenacen a la economía en su conjunto". La escuchada voz del gurú financiero Warren Buffet, "el sabio

de Omaha”, exigió: “Debe haber una reforma en la manera en que los ejecutivos son recompensados por sus desempeños. Se han beneficiado con zanaorias financieras sobredimensionadas. Algunos palos significativos deben ser ahora parte de su esquema de empleo”.

Se ha producido una especie de violación del contrato social entre ciertos sectores del liderazgo corporativo y el ciudadano común de los Estados Unidos.

La ciudadanía pide ahora nuevas reglas de juego que garanticen la confianza y más avances en la positiva y esperanzadora idea de la responsabilidad social empresarial.

Esto va desde democratizar el gobierno corporativo, haciéndolo más transparente, hasta temas definidores del carácter de una organización, como el buen trato al personal, el juego limpio con los consumidores, con productos de buena calidad y precios razonables, la salubridad de los productos, el cuidado activo del medio ambiente y la contribución seria y sostenida a grandes problemas de interés colectivo, a través de acciones de envergadura y alianzas estratégicas.

Ante las demandas, se están produciendo hechos nuevos continuamente, desde la creación de una nueva agencia financiera protectora en EE.UU., hasta la aprobación por la Unión Europea de una ampliación de los permisos de maternidad y la institución de un nuevo y único logotipo obligatorio que certifica que los alimentos han aprobado sus exigentes controles ecológicos.

También ha aparecido una nueva y promisorio ola de innovaciones en el compromiso de las empresas con la sociedad. Entre otros ejemplos, la Fundación Gates se propone invertir en vacunas 10.000 millones de dólares en los próximos diez años. Esto podrá salvar la vida de 7,6 millones de niños menores de cinco años entre 2010 y 2019. Margaret Chan, directora de la Organización Mundial de la Salud, dijo que esta iniciativa no tiene precedente y ha llamado a los gobiernos y a otros aportantes privados a acompañarla. Telefónica sigue expandiendo su programa Pro Niño, que está sacando del trabajo infantil a cerca de 200.000 niños en 14 países de América latina. *The New York Times* comenta el caso del laboratorio Glaxo, número uno en el mundo en el índice de acceso a medicinas. Introdujo reducciones de precios y donaciones a países pobres. Su CEO, Andrew Witty, declaró: “Estoy al frente de una organización que puede realmente hacer una diferencia para

la gente del Tercer Mundo y no quiero ser la persona que, después de equis años, mire atrás y diga que hubiera deseado hacer mucho más”.

Muchas miradas se dirigen, asimismo, a las escuelas en las que se preparan los nuevos gerentes. Hay conciencia creciente de que la sólida formación tecnológica que con frecuencia daban no estaba acompañada por una discusión continua y a fondo de los dilemas éticos planteados en el ejercicio de un campo de tanto impacto en el bienestar colectivo como es la gerencia.

La demanda de cambios ha surgido de los mismos estudiantes. La promoción 2009 de Harvard tomó la iniciativa de un juramento voluntario para los MBA (másteres en administración de negocios). Uno de los graduados explica: “Existe el sentimiento de que queremos que nuestras vidas signifiquen más”.

El avance de la responsabilidad social empresarial en autoexigencia, calidad y compromiso es hoy, después de los efectos de la crisis, una demanda social cada vez más aguda en el mundo y en América latina, donde hay tanto por hacer en esta área crucial. El reto está abierto, y es urgente.

La idea de Responsabilidad Social Corporativa avanza. Una encuesta de PricewaterhouseCoopers a más de 650 presidentes de consejos de administración en 16 países europeos, mostró que el 98% opina que la ética empresarial es clave en los negocios, y el 80% que no se puede tener más una visión restrictiva de las responsabilidades de la empresa. Las cifras hubieran sido muy distintas una década atrás.

Hoy no sólo se asume que es parte de la actividad empresarial, sino que el 60% de los encuestados creen que por su relevancia el tema, debe ser manejado por el más alto nivel de la empresa, el Consejo de Administración. Los temas prioritarios que deben abordar los Consejos son: gestión de la integridad, definición y defensa de los valores corporativos, y gestión de comportamientos poco éticos. El 85% tienen en sus agendas estos temas, y el 38% los debaten regularmente.

La atmósfera está cambiando, y las buenas prácticas empresariales en este campo alimentan este nivel de conciencia creciente, que sin embargo enfrenta resistencias significativas.

Ayudan entre otros nuevas estilos en la confección de los balances sociales. Entre muchos ejemplos es interesante el de la respetada Natura. Su Reporte de Sostenibilidad 2009 fue elaborado en base a una metodología participativa en el que la empresa fue co-creando el informe junto a sus grupos de interés. Generado de ese modo contiene ideas tan innovativas como discutir la aplicación del “índice de felicidad bruta”, que resalta “incorpora elementos hoy considerados intangibles pero que están alineados con nuestra esencia”.

Pueden esperarse resultados muy importantes para la sociedad de desatar las energías de la RSC. Lo ilustra la nueva estrategia que la Fundación Gates, una de las principales financiadoras de la lucha por erradicar totalmente la poliomelitis, ha planteado frente a un rebrote de la enfermedad en algunos países. Sugiere adicionar a las vacunaciones acciones intensivas

sobre aspectos generales de la salud pública, como la capacitación de los trabajadores de salud sobre temas de higiene y salubridad.

En la misma línea innovativa, el Nobel Yunus ha lanzado en un nuevo libro un llamado a construir consorcios sociales, que combinen eficiencia, gerencia de excelencia, y metas sociales significativas. El consorcio Grameen-Danone está produciendo ya yogurt nutricional de bajo costo para población pobre.

El tema central hoy no es si hacer o no RSC, sino como hacerla del modo más efectivo para la sociedad.

Las ganancias invisibles de la RSE

El mayor fondo de inversión público de los Estados Unidos es el California Public Employees' Retirement System (CALPERS), Su directora Anne Stausboll que supervisa 200.000 millones de dólares de inversiones ha puesto muy claros los criterios para seleccionar inversiones: "Esperamos que las empresas de nuestro portafolio hagan lo necesario para posicionarse para una economía sostenible", y precisa "Los temas ambientales y sociales son centrales para el desempeño de las empresas en el Siglo XXI". Mindy S. Lubber directivo del reconocido Ceres pone la misma demanda en términos históricos "El mundo no puede soportar más "business as usual". Nuestra economía global enfrenta desafíos sin precedentes, como el cambio climático, las escaseces de alimentos y agua, o la miopía de mercados financieros obsesionados por las ganancias de corto plazo". Una reciente encuesta de McKinsey a líderes empresariales muestra que los problemas futuros de la sociedad requerirán un involucramiento y una reestructuración de las prácticas de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Junto a los inversionistas, la sociedad civil, y los consumidores, los gobiernos están manifestando también un interés creciente en promover, y participar en la Responsabilidad Social Empresarial. Así en ejemplos recientes en España se creó y opera el Consejo Estatal de RSE de las empresas. En USA, el Departamento de Estado encomendó a un centro de investigación lo asista en identificar y diseminar buenas prácticas para eliminar el trabajo infantil, y el trabajo forzado en las cadenas de proveedores, y desarrollar un marco para evaluar las prácticas empresariales. En Noruega el Ministerio de Finanzas ha adoptado nuevas directrices para la inversión de su Fondo Soberanos de Inversiones uno de los mayores del mundo, que pone énfasis en exigentes criterios sociales y medioambientales.

La demanda por elevar los standards de compromiso de la RSE está plenamente registrada en la New York Declaration que firmaron muchas de

las principales empresas del mundo en la reciente reunión del Pacto Global convocada por la ONU. Allí dicen que “incrustar los principios de los derechos humanos, laborales, medio ambientales y anticorrupción en las prácticas corporativas beneficia a la sociedad y las empresas, y reconocemos que a pesar de los buenos progresos hay mucho por hacer”. Urgen a los gobiernos a “estimular la RSE”.

Una de las ganancias para las empresas de responder a todas estas demandas por más RSE, es invisible a los ojos. Todas están interesadas en reclutar los mejores talentos. Esos talentos, están mostrando crecientemente que a prefieren trabajar en empresas con alta RSE. Un ejemplo expresivo de las tendencias, lo da el sorprendente éxito de una ONG americana “Enseñar por América” mencionado con frecuencia por Obama en sus discursos. Va a los campus de excelencia y ofrece a los graduados trabajar dos años como maestros en las escuelas más pobres del país. El último año el 18% de los graduados de Yale, y Harvard, entre otros aplicaron. Este año en su 20 aniversario reclutó más jóvenes brillantes que cualquier otro empleador. Tuvo 46.359 solicitantes por 4.500 cupos. Crecen todos los años. La probabilidad de ser rechazado aun siendo egresados de una escuela líder, es muy elevada. Uno de los egresados dice que entrar es “como ser aceptado en la Ivy League”.

Tanto para recibir inversiones, como para atraer a los más talentosos, y para muchos otros planos, una RSE vigorosa, no aparece como una opción sino como una necesidad.

¿Cómo hacer RSE?

En 2005 Clinton creó una Iniciativa global para concertar a dirigentes gubernamentales, empresariales y de ONGs, en buscar soluciones renovadoras a los problemas sociales críticos. Al centro de la Iniciativa, un llamado a renovar en Responsabilidad Social Empresarial (RSE), asociando muy activamente las empresas a los problemas. Sostiene que “no hay ninguna incompatibilidad en que una empresa sea rentable, y se involucre socialmente”, al contrario forma parte de la “interdependencia del mundo actual”. En la reciente reunión anual de la exitosa Iniciativa, representantes de más de 100 países, entre ellos muchos dignatarios, y Presidentes de empresas líderes mostraron como puede hacerse RSE en la práctica. Algunos ejemplos:

- 4000 niños mueren diariamente por diarrea. Una razón central es la falta de agua potable. Con apoyo de varias empresas se desarrollaron “paquetes purificadores”. Cada uno permite limpiar 10 litros de agua contaminada. Desde el 2004 el programa previno 100 millones de días de enfermedades diarreicas.
- Corporaciones y ONGs se sumaron para invertir en proyectos para mujeres pobres. Ellas son el 60% de los pobres del mundo. Si se les dan recursos o créditos, en sus manos el 90% van a mejorar la familia. Como lo destacó el Pulitzer Nicolas Chrystoff resultó estimulante que en el debate sobre el tema, a diferencia del pasado, en la sala había muchos hombres.
- El 85% de la población de Haití se quedó sin electricidad. La alianza entre empresas productoras de energía solar, y ONGs, está posibilitando distribuir linternas solares en escala en el país.

- El avance de una cultura de RSE ha llevado a que un tercio de los 150.000 trabajadores del Banco Barclay estén haciendo trabajo voluntario para la comunidad con su respaldo.
- Entre otras empresas españolas líderes en RSE, el BBVA mostró en la reunión su plan de largo plazo para mejorar los primeros tramos de la educación en América Latina, con inversiones de gran magnitud.
- El grupo Sangari del Brasil mostró como sus metodologías didácticas han permitido mejorar la enseñanza de la ciencia y la técnica en escuelas pobres.

Bill Gates resaltó que mueren 350.000 mujeres anualmente en el parto, que costaría monedas salvarlas y llamó a la acción inmediata.

Estos y otros ejemplos, que a diario, están generando empresas pioneras en el mundo muestran que la RSE no es una moda, es una vía central para rediseñar el rol de la empresa, en un siglo que clama por solidaridad, e inclusión.

El club de los millonarios generosos

Según datos recientes de la ONU, por primera vez en la historia más de mil millones de personas sufren hambre crónica en el mundo; la crisis dejó 50 millones de personas más en extrema pobreza en 2009, y se anticipa un aumento de otros 64 millones a fines de 2010. “En muchos países los volúmenes y precios de las exportaciones declinaron, las remesas migratorias bajaron, y el flujo de turistas y de inversiones directas se redujo”, señala la administradora general del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, Helen Clark. A la crisis se le sumaron los cambios climáticos, que afectan a los más vulnerables. En estas condiciones, señala Clark, “alcanzar las metas del milenio de la ONU [que fijan mejorar las cuestiones más básicas para la gran población pobre] es más urgente y necesario”.

Se necesitan políticas públicas de la más alta calidad, y reforzar la cooperación internacional. Pero un aliado estratégico de gran potencial puede residir en la responsabilidad social empresarial.

Tres pioneros en el tema, Bill y Melinda Gates, y Warren Buffett, terminan de lanzar un llamamiento sin precedente a los 400 multimillonarios americanos más ricos de la nómina anual que publica la revista *Forbes*. Los invitan a aportar durante su vida, o a su muerte, la mitad de sus fortunas a causas de interés colectivo. El llamado ha tenido gran repercusión y *Fortune* lo denomina “el desafío de los 600.000 millones” (el patrimonio acumulado de los 400 más ricos se estima en el doble). La contribución actual de los más ricos no superaría un 11 por ciento. Según las cifras de la FAO (Food and Agriculture Organization), organismo de la ONU, bastarían 30.000 millones de dólares para cambiar radicalmente la situación del hambre en el mundo.

La idea del llamado surgió de una reunión inicial en la que los convocantes congregaron, entre otros, a David Rockefeller, George Soros, Ted Turner y otros multimillonarios, y que fue seguida por otras. Entre las ideas que se barajaron para estimular a los muy ricos a donar se halla un reconocimiento presidencial de los grandes filántropos, una película, guías para dar

y una conferencia anual de grandes donantes. Se acordó finalmente pedir un “compromiso de dar”. Los iniciadores están enviando cartas y comenzando gestiones entre otros billonarios. Cuatro ya se han sumado. Uno de los participantes en la reunión afirmó que, por lo pronto, “la propuesta de Buffett y los Gates hará reunir a la gente y pensar cuánto dinero necesitan ellos y su progeñe, y considerar qué hacer con el resto”.

Buffett, uno de los inversores más exitosos de la historia, publicó la primera carta compromiso para explicar las razones que lo llevaban a donar el 99 por ciento de su patrimonio. Dice que no puede estar más feliz con esta decisión. Al evaluar su donación, destaca que mientras millones de personas que regularmente aportan con modestas contribuciones a iglesias, escuelas y otras organizaciones renuncian al uso de recursos que podrían beneficiar a sus propias familias, su aporte no supone resignar nada de lo que necesita o quiere. “Muchas cosas materiales hacen mi vida más disfrutable, pero muchas otras, sin embargo, no -explica-. Con demasiada frecuencia una vasta colección de posesiones termina poseyendo a su dueño. Los activos que más valoro, aparte de la salud, son las amistades diversas, interesantes y de largo plazo.”

Con su usual sentido de la ironía, Buffett marca algunas contradicciones del sistema económico: “He trabajado en una economía que premia a aquel que salva la vida de otros en una batalla con una medalla, premia a los grandes maestros con notas de agradecimiento de los padres, pero recompensa a aquellos que detectan los errores en los precios de las acciones con sumas billonarias. En resumen, la distribución es salvajemente caprichosa”. Destaca que si usa más del uno por ciento de su fortuna en los suyos, ni su felicidad ni su bienestar mejorarán; en contraste, el 99 por ciento restante puede tener un gran impacto en la salud y el bienestar de otros. La realidad, dice, lo ha puesto a él y a su familia ante un “curso obvio”: “Quedarse con lo que necesitan y distribuir el resto a la sociedad para sus necesidades”.

Tanto Gates como Buffett están dando respuesta a una pregunta recurrente en la crisis actual: ¿deben las empresas reducir sus inversiones sociales? La fundación Gates las está aumentando y lanzó hace poco uno de los más ambiciosos planes de vacunación para niños pobres, por 10.000 millones para 10 años, que puede salvar más de ocho millones de vidas. Fue saludado especialmente por la Organización Mundial de la Salud. Por otra

parte, con sus aportes a la lucha contra la malaria ha desarrollado, junto con laboratorios farmacéuticos, píldoras preventivas antimalaria con buen gusto que han sido distribuidas a millones de niños pobres en 24 países.

El ejemplo del grupo pionero empeñado en expandir “el compromiso por dar” no es aislado. Viene acompañado de un replanteo creciente de sectores empresariales de punta sobre el rol de la empresa en el siglo XXI, a su vez surgido en la crisis por la mayor demanda de ética empresarial de la sociedad civil, los pequeños inversionistas y los consumidores.

La idea de levantar muy alto el estándar de exigencias de la responsabilidad social empresarial es central en la New York Declaration, que han firmado empresas líderes en el marco del Pacto Global 2010, reunido por la ONU. Allí se obligaron, entre otros aspectos, “a llevar a una escala masiva la disciplina de la responsabilidad corporativa, ayudando a planear un futuro en el que el desarrollo sostenible, un planeta sano y la cooperación pacífica deben prevalecer”. También a redoblar sus compromisos con los diez principios del Pacto Global y a “tomar acción en apoyo de las metas del Milenio”. Además, piden a los gobiernos “estimular el compromiso del sector privado en iniciativas voluntarias que promuevan valores universales”.

La lógica que fundamenta las propuestas de Gates y Buffett no es nueva en la historia. Ya Santo Tomás de Aquino había planteado: “El pan que retienes les pertenece a los hambrientos; la ropa que guardas, a los desnudos, y el dinero que entierras (u ocultas) es la redención y la libertad de los pobres”. Maimónides había exigido la solidaridad activa, simplemente como un modo de vida, que no merecía premios: debía ser el modo correcto de vivir.

Dos estrenos que han despertado gran interés en los Estados Unidos, son “Wall Street”, y “Inside Job”. Llenan una necesidad, la opinión pública quiere saber cómo se llegó la crisis actual, la mayor desde 1930, que ha causado cifras records de desocupación y pobreza en dicho país y en muchos otros, y busca entender que sucedió en el mundo de las altas finanzas en que se mueven las películas, la primera ficcional y la segunda documental.

El New York Times se pregunta sobre que tenían en común algunos de los Presidentes de Corporaciones cuyo manejo desde lo que el Presidente Obama ha llamado “una avaricia desenfrenada” precipitó la crisis, e ironiza diciendo que casi todos ellos eran egresados de reconocidas Escuelas de Alta Gerencia. Ha surgido una pregunta común a gran parte de la opinión pública: ¿qué sucedió en dichas escuelas con su formación ética?.

Pocos años antes cuando las quiebras de Enron, World Com, y otras cuando el Congreso Americano comenzó a interpelar a los responsables, se alzó la voz del Profesor Emérito de George Washington University, Amittai Etzioni que lo exhortó desde el Washington Post “Llamen a declarar a los Decanos de los Master en gerencia”. Mostró encuestas, algunas señalaban que el perfil ético de los estudiantes de dichos Master era peor cuando se graduaban que cuando ingresaban.

A la cabeza de los cuestionamientos se pusieron los estudiantes de las mismas escuelas de gerencia fuertemente afectados por el juicio social sobre su profesión. Un grupo de estudiantes de la promoción 2009 de Harvard propuso a sus compañeros que al graduarse lo hicieran jurando de modo voluntario “actuar con la más absoluta integridad”, no caer en corrupción, ni en egoísmos. La respuesta fue inesperada. En pocas horas recibieron pedidos de ayuda para implantar ese juramento de estudiantes de más de 25 escuelas del mundo. Poco tiempo después escribían “nuestro buzón de email ha explotado”. 115 países, con 49 idiomas distintos lo han visitado, y el juramento está siendo adoptado en múltiples escuelas.

El gran tema planteado es: la gerencia es un recurso fundamental para la economía y la sociedad. Es muy loable y utilísima la tarea que desarrollan las escuelas que forman gerentes al más alto nivel tecnológico, pero las evidencias indicaban que no había al mismo tiempo una problematización de los dilemas, y valores éticos en juego. Esa educación de excelencia en lo técnico, tenía un talón de Aquiles en lo ético. No preparaba a los estudiantes para cuando tuvieran que enfrentar situaciones éticas conflictivas. De hecho, a no darle relevancia a la ética, la desvalorizaba en su percepción.

El Wall Street Journal resalta (Canales, Masey, Wrzesniakowski) "Algunos expertos creen que las escuelas deben entrenar gerentes en elementos más estrechos de las estrategias empresariales como negociación, incentivos, y otros, y dejar la enseñanza de valores a otros. No podemos estar más en desacuerdo". Las contradicciones son muy fuertes. Destaca que cuando se preguntó a estudiantes de escuelas de negocios líderes las calidades para ser un gerente exitoso, mencionaron entre las primeras visión y perspicacia mientras que honestidad y responsabilidad recién aparecían después de mucha discusión. En cambio cuando se los interrogaba sobre las características que más valoraban en los seres humanos, solidaridad, integridad, y responsabilidad eran las primeras.

Piper, catedrático de Harvard describe que en los currículos gerenciales el énfasis está en "cuantificación, modelos formales y formulas, y se minimiza la aplicación de juicios y el debate sobre valores...los estudiantes asumen que no tiene importancia".

Una experimentada profesora explica en el Financial Times (Gentile) que el ambiente que se crea hace que: "la manera de demostrar que un alumno es listo es argumentar que la competencia en el mercado no permite una moralidad personal, y está mal comportarse de ese modo egoísta poniendo la conciencia de uno sobre el bien de la empresa y sus accionistas".

Una nueva obra "La educación empresarial en la encrucijada de Datar, Garvin, y Cullen explica que la crisis obliga a poner el tema a foco: "Hay una percepción social creciente que los master gerenciales tienen que hacer mas sobre las responsabilidades de las empresas y los gerentes, y los límites de los mercados y modelos".

Hay una gran reacción en marcha en las mismas escuelas. Uno de sus signos fueron los juramentos, pero está claro, que son sólo una inflexión, valiosa, pero que se necesita mucho más. Pionerizando el movimiento de cambio la Presidenta de la Universidad de Harvard Drew Faust, rompió la tradición por la que los Decanos de su famosa escuela de negocios eran profesores de economía o finanzas, y nombró recientemente nuevo decano a Nithin Nhoria profesor de liderazgo y ética, conocido por su pensamiento crítico, y su énfasis en lo ético. El nuevo decano explica que "la crisis ha conmocionado la confianza de la sociedad en las empresas y también en la educación gerencial".

Faust explicitó con claridad su mensaje de cambio: "...los estudiantes están muy preocupados acerca de la imagen de las empresas y sus lugar en la vida americana y en el mundo".

Otras reconocidas universidades se hallan en la misma dirección. El Decano de la Escuela de Southern University, Ellis plantea "hemos enseñado a nuestros estudiantes a buscar grietas en la economía y los hemos preparado para explotarlas".

Cabrera, Presidente de la Thunderbird, alerta "Algo grande ha fallado. No podemos mirar para otro lado y decir es no es nuestra falta, cuando hay una sistemática y tan extendida falla de liderazgo".

Para La nueva decana de Kellogg, Blount, el cambio es una necesidad "Estamos llegando a un tiempo crítico para la educación de negocios". Enfatiza enseñar ética y responsabilidad social.

El autor de "Felicidad en el trabajo" Rao, señala metas muy concretas: "Demasiadas de nuestras escuelas de negocios no son instituciones educativas, sino de adoctrinamiento. Necesitamos más cursos que hagan pensar profundamente a los participantes sobre sus valores, su rol en la sociedad, y como intentan cumplirlo".

El debate es de gran relevancia para América Latina donde hay un clamor de la ciudadanía por ética en todos los campos, y son estimulantes iniciativas renovadoras de diversas Universidades e instituciones empresariales de la región y la creación de la RED de la Red de Universidades Iberoamericanas por la Responsabilidad social empresarial integrada por 200 Universidades de 21 países (con sede en la FCE de la UBA, y apoyada por el PNUD, y la AECID).

Uno de los lemas principales que tuvieron delante suyo los líderes públicos y privados de más de 100 países reunidos en el reciente Congreso anual de la Iniciativa Global Clinton, fue una reflexión del ex Presidente americano que advertía: “No hay oposición entre que las empresas sean rentables, y asuman la responsabilidad social empresarial. En el mundo actual hay interdependencia”.

Escuchar a la opinión pública

Hay una gran expectativa en la opinión pública a nivel internacional sobre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). El World Economic Forum ha indicado que la opinión sobre las grandes corporaciones, era en el 2009, la más baja desde 2001.

La ciudadanía espera prácticas empresariales sistemáticas que signifiquen un compromiso con valores, y necesidades muy sentidas de la comunidad, y está dispuesta a apoyarlas firmemente.

Lo expresa una de las más recientes mediciones de lo que piensa al respecto realizada en un país en pujante desarrollo, Panamá, que se ha convertido en centro regional de numerosas grandes corporaciones. SUMARSE, entidad empresarial que realiza una vigorosa labor por el avance de la RSE termina de presentar los resultados del estudio internacional OPINARSE por primera vez aplicado en Panamá. Es ilustrativo de las nuevas tendencias que se advierten hoy en América Latina, y consistente con estudios semejantes efectuados en otros países, en años recientes.

Un 54% de los entrevistados está familiarizado con el concepto de RSE. Se le da la más alta trascendencia. Un 85% de los encuestados considera que es importante o muy importante que las empresas se involucren con la comunidad. Cuando se pregunta cuáles deberían ser las áreas prioritarias de inversión social, las respuestas dan direcciones muy concretas: las empresas deberían privilegiar cooperar en lucha contra la pobreza (32%), y educación (29%). Ello hace mucho sentido en un continente que a pesar de sus progresos tiene 190 millones de pobres (un 34% de la población), y donde en diversos países sólo la mitad de los jóvenes finaliza el colegio secundario.

Un tema muy sensible, es el del medio ambiente. El 81% de los encuestados dice que es bueno/muy bueno que las empresas no contaminen, ni dañen el medio ambiente.

También se le da gran importancia al comportamiento de las empresas respecto a su propio personal.

Se está transmitiendo el mensaje de que “la verdadera RSE empieza por casa”. Los entrevistados consideran que de ello deriva un beneficio invaluable para las empresas. El 61% dicen que el buen trato a sus empleados hace que la gente valore el lugar donde trabaja.

Una respuesta que ratifica la idea de que la RSE será cada vez más un factor que creará un plus de competitividad en las empresas que la lleven adelante, es que el 55% de los encuestados manifiestan favorecer con sus compras de productos a empresas percibidas como socialmente responsables.

Resultados en la misma dirección se obtuvieron respecto a este último punto en otras encuestas en países como Chile, Argentina, y Brasil.

El Presidente de SUMARSE Stanley Motta, resume con precisión la lección que cifras como estas dan a los empresarios: “La RSE corresponde a un camino estratégico que busca generar mayor valor para las empresas promoviendo relaciones beneficiosas a largo plazo, donde no sólo importa cuánto gano, sino como lo obtengo”.

Contestar en los hechos las expectativas que tiene la ciudadanía sobre la RSE, implica pasar de acciones útiles pero puntuales a convertirla en una de las políticas centrales de la empresa, y tratar de crear valor socialmente responsable, en todas sus áreas. El desafío está abierto.

Mejorar la ética gerencial y la responsabilidad social empresarial es bueno para las empresas, para la sociedad, y para el futuro de los países.