

La responsabilidad social surge de la reflexión de las empresas

Antonio Argandoña

Septiembre de 2009

Hace unos años, pocos, la profesora Heidi Hoivik y yo nos encontramos en una conferencia internacional sobre Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y, escuchando las variadas intervenciones de académicos, consultores, empresarios y representantes de organismos públicos y de la sociedad civil, nos pusimos a criticar. Algo que nos gusta mucho a los que nos dedicamos a las llamadas ciencias sociales. Una de las cosas en las que estuvimos de acuerdo es que la RSC no es algo nuevo: las empresas han sido socialmente responsables probablemente desde hace siglos.

Fuimos intercambiando experiencias, desde los Montes de Piedad hasta las empresas textiles catalanas que, buscando las fuentes de energía más asequibles (la hidráulica en aquella época), montaban sus factorías al lado de los ríos, en las montañas, lejos de los centros habitados. Y se llevaban allí a sus trabajadores y a sus familias, construían sus viviendas, escuelas, iglesias, y proporcionaban los servicios médicos y el aprovisionamiento regular de bienes de consumo.

Como es lógico, también intercambiamos experiencias negativas, que las ha habido y muchas. Pero lo importante para nosotros era que si encontrábamos al menos una empresa que había actuado en el pasado de acuerdo con lo que ahora llamamos RSC, podíamos afirmar que esta responsabilidad no es un invento del último medio siglo, como algunos proponen.

Alguno afirmará que esas empresas eran responsables porque no les quedaba otro remedio: si las factorías textiles instaladas en las montañas no se preocupaban de sus trabajadores y de sus familias, no podrían producir. Y si los Montes de Piedad no atendían a las personas de bajos ingresos que necesitaban préstamos de emergencia, se quedaban sin negocio. Estoy de acuerdo, pero esto se puede aplicar también a muchas empresas en la actualidad: si no muestran un mínimo nivel de sensibilidad social y medioambiental, los inversores les retirarán la financiación, los consumidores les organizarán un boicot y el gobierno las someterá a una regulación más dura. Es verdad que muchas empresas no creen en la RSC o no la practican, pero otras sí creen en ella y la practican. Y esto es tan válido ahora como lo fue hace cien o ciento cincuenta años.

Pero aquí no quiero defender esa tesis, sino otra quizás más atrevida: la actuación de las empresas refleja siempre, de un modo u otro, la concepción que tienen de su responsabilidad social.

Podemos imaginarnos toda una gama de empresas, desde las que de acuerdo con algún criterio más o menos objetivo podemos llamar muy responsables, hasta las absolutamente irresponsables. Las primeras, las más responsables, serán probablemente empresas en las que sus promotores, sus propietarios o sus directivos han llevado a cabo

una profunda reflexión sobre cuál era su papel en la sociedad, cuáles deben ser sus relaciones con sus stakeholders y, por tanto, cuáles son sus responsabilidades sociales. Y además, han sido capaces de incorporarlas a su estrategia y a sus políticas diarias, creando las estructuras necesarias, dotándolas de los recursos convenientes y sometiénolas a procedimientos adecuados de supervisión y control.

Conforme vayamos descendiendo por la escala de la RSC encontraremos empresas cuya reflexión sobre sus responsabilidades sociales ha sido más superficial, ya que no han explorado todos sus deberes o no han sido capaces de expresarlos adecuadamente: quizás tenían buena voluntad, pero probablemente les faltaban capacidades. Quizás encontremos aquí empresas que afirman que su única responsabilidad social es la maximización del valor para sus propietarios, y aunque no estemos de acuerdo con ellas, deberemos admitir que son socialmente responsables a su manera, de acuerdo con sus criterios: al menos, han llevado a cabo la reflexión sobre su papel en la sociedad a la que me refería antes.

Encontraremos después empresas que, tras una consideración más o menos honda acerca de su RSC, no la han puesto en práctica de manera adecuada, probablemente porque se enfrentaban a conflictos (por ejemplo, entre rentabilidad a corto plazo y deberes medioambientales), o por la limitación de medios (financieros o humanos), o por falta de virtudes (querían ser socialmente responsables, pero acababan dejándose llevar por la comodidad, por los caprichos del gerente o por la codicia de los beneficios inmediatos). Algunas actuarán así con mala conciencia: saben que no están cumpliendo con sus deberes, pero no saben o no quieren actuar de otro modo. Otras se quedarán más o menos tranquilas, porque piensan que no pueden actuar como desearían y *ad impossibilia nemo tenetur*: nadie está obligado a lo que es imposible.

Y al final de la escala encontraremos empresas que rechazan, en la teoría o en la práctica, toda idea de responsabilidad social: son feudos para la carrera o el enriquecimiento de sus propietarios o de sus directivos, o para intereses más o menos turbios, por encima de cualquier responsabilidad ante sus stakeholders o ante la sociedad.

Mi tesis es que muchas empresas –la gran mayoría, me parece– han llevado a cabo una reflexión más o menos profunda acerca de sus responsabilidades sociales. Y lo que ha resultado de esa reflexión es una amalgama de propósitos generosos y de acciones bien planteadas y ejecutadas, en muchos casos, pero también de excusas y justificaciones ante actuaciones menos responsables (“no puedo hacer más”, “la competencia no me lo permite”, “mis accionistas no lo entenderían”, “me faltan los medios necesarios”, “cuando salga de la crisis podré actuar de modo más responsable”, “si encuentro un socio que aporte más capital quizás tenga la calma para pensar más despacio en mi RSC”, etc.). También han surgido propósitos cumplidos a medias y actuaciones muy poco responsables otras veces (“sólo por esta vez”, “nadie se enterará”, “no puedo perder esta oportunidad de sanear las cuentas de la empresa”, “estamos en una crisis muy profunda, todos lo entenderán”, etc.).

¿Qué ha cambiado en los últimos años? ¿Qué ha aportado el movimiento de la RSC que se ha desarrollado desde hace unas décadas? Yo diría que, primero, ha concienciado a los empresarios y directivos acerca de sus responsabilidades: “no te quedes ahí pasmado”, les ha dicho, “piensa en serio acerca de tu papel en la sociedad y de tus responsabilidades ante propietarios y empleados, clientes, proveedores y comunidad local”. Segundo, les ha proporcionado medios para llevar a cabo esa labor. Tercero, ha

elaborado listados de responsabilidades para que los directivos y empresarios identifiquen aquellas que les afectan –desde el cambio climático y el ahorro de energía hasta la gestión de los residuos, los derechos humanos y la seguridad de sus productos-. Y cuarto, se ha convertido en un observador de las empresas, para mantener despierta su responsabilidad social.

No es pequeño el cambio. Pero no es un cambio radical: las empresas han sido siempre responsables, al menos muchas de ellas. Y no ha sustituido a su reflexión, análisis y puesta en práctica: más allá de lo que digan los académicos, consultores, expertos, políticos y medios de comunicación, la RSC la definen y la ejecutan los directivos.