

Desconfíe de las buenas intenciones

Antonio Argandoña

Mayo de 2010

¿Actuar bien, obtener resultados o tener buenas intenciones? Si hablamos de la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE), deben darse las tres cosas a la vez, claro. Pero si tuviese que dar prioridad a una de ellas, la daría a la primera. Ser socialmente responsable es actuar bien, hacer lo que debe hacer una buena empresa, un buen directivo, porque eso es lo que debe hacer.

Los resultados deben conseguirse, desde luego. Pero la RSE no es un medio para cambiar el mundo, sino un medio para dirigir bien una organización. Cuando los problemas son grandes, es probable que se actúe buscando los resultados por encima de todo lo demás. Pero esto puede ser el primer paso para poner en práctica aquello de "el fin justifica los medios", es decir, para tomar decisiones socialmente irresponsables, en nombre de los resultados esperados de la responsabilidad social. Porque las buenas intenciones no justifican actuaciones incorrectas.

Me acordaba de esto hace unos días, leyendo un artículo en un periódico norteamericano, el *Wall Street Journal*, sobre la ayuda mundial que se ha volcado en Haití, a raíz del terremoto que asoló la isla hace unos meses. Siguiendo una manera muy anglosajona de transmitir los mensajes, el artículo empezaba contando una historia: la de una mujer que vende alimentos y bebidas en una esquina de una plaza de Puerto Príncipe, la capital, que se quejaba de que "ahora tengo menos clientes, porque en la misma calle les reparten alimentos gratis". Y, claro, nadie paga por algo que puede conseguir simplemente haciendo una cola.

La buena intención de todos los que reparten la ayuda está clara. La de los que envían los alimentos y el agua, también,... aunque para algunos ha sido una magnífica oportunidad de vender sus excedentes o sus productos a su gobierno o a las organizaciones no gubernamentales de su país, obteniendo un beneficio que, en una época de recesión, no viene mal. La prisa por obtener resultados estaba plenamente justificada, por la magnitud de la catástrofe: no había tiempo de acudir a los suministradores o a los distribuidores locales, de modo que se sustituyeron con iniciativas foráneas, generosas y bien organizadas.

Pero el resultado, si hemos de creer a la vendedora que se quejaba en aquel artículo, es que han reducido los incentivos y la capacidad competitiva de los productores locales que, si las cosas siguen así, pasarán pronto a depender de la ayuda humanitaria. No compensa producir algo en el país, cuando de fuera lo traen gratis. Y esas personas no tendrán acceso a los medios que permitirán las inversiones futuras, de las que dependerá el futuro de Haití.

No es algo nuevo: los estudios sobre el hambre en el mundo lo muestran desde antiguo. A veces, el hambre procede de la pérdida de la cosecha: no hay nada para comer. Entonces hay que llevar los productos desde fuera. Pero no necesariamente desde Estados Unidos o desde Europa, sino, probablemente, desde las comarcas vecinas, donde sí hay alimentos disponibles, y donde se fomentará la producción, el empleo y la creación de nuevos comercios. Eso es lo responsable. Pero más caro, porque hay que comprar esos productos a precios competitivos. Y no favorece a los agricultores de los países ricos ni, por tanto, a sus gobiernos.

Otras veces, el hambre tiene su origen en la pérdida de ingresos de la población: los alimentos están ahí, pero los consumidores no pueden comprarlos, porque han perdido su empleo, o porque han venido de otros lugares, huyendo de guerras o de desastres naturales. Lo que hay que hacer entonces no es llevar alimentos a ese lugar, porque esto supone una competencia desleal para los productores locales, sino dar poder adquisitivo a los hambrientos, para que vayan a comprar a los agricultores y a los distribuidores locales. ¿Qué estos se enriquecerán por ello? Sí, claro. Pero no hay nada malo en esto, si se fomenta la producción, el empleo, la iniciativa y la solución de los problemas futuros.

"Deberíamos ayudar a las empresas de Haití, no a las de Florida", decía en el artículo citado antes un empresario que se dedica a embotellar agua, y que tiene que luchar ahora con la competencia del agua importada de Estados Unidos. "Cada dólar que se gasta localmente se gasta dos veces, porque ayuda a crear los empleos que Haití necesita para recuperarse", afirmaba la directora local de una ONG norteamericana, con muy buen criterio.

La buena intención es muy importante en un directivo que se propone actuar de forma socialmente responsable. Pero, como dice el refrán, "el camino del infierno está empedrado de buenas intenciones". La RSE es algo más.