Una agenda para América Latina

POR **BERNARDO KLIKSBERG**

En una América Latina fuertemente afectada por la crisis, la RSC se plantea como una herramienta fundamental para el desarrollo de la región, especialmente si se realiza en conjunción con las políticas públicas. Sin embargo, el avance en RSC requiere de un cambio de enfoque respecto al rol de la empresa en la sociedad que obliga a la superación de las concepciones narcisista y filantrópica, así como al desarrollo de programas formativos adecuados.

La revista *The Economist* señala que «la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) ha ganado la batalla de las ideas». Lo que queda según ella es: ¿qué, específicamente, y cómo?

Efectivamente, las resistencias iniciales que despertó en el mundo desarrollado parecen estar en retroceso y sus avances son continuos. 4.000 empresas de 90 países han suscrito el Pacto Global de la ONU, comprometiéndose a cumplir con los 10 principios sobre derechos laborales, sobre medio ambiente y corrupción que comprende y 160 empresas líderes han establecido el Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible, que promueve el compromiso de las empresas con la sociedad.

Una encuesta reciente entre diferentes CEO (*Chief Executive Officer* ? Director ejecutivo en castellano) (CECP, 2008) indicaba que el 90 por ciento de las empresas sentía que tenía la responsabilidad de dar a la comunidad y de involucrarse personalmente en liderar actividades a su favor. Sólo el 20 por ciento estaba satisfecho con lo que había alcanzado en ese campo. En Estados Unidos se instituyó el National Corporate Philanthropy Day (25th February) y en Gran Bretaña se estima que hay 2.000 ejecutivos dedicados totalmente a la RSC. Todas las grandes transnacionales tienen hoy políticas de RSC.

Las iniciativas pioneras de líderes empresariales mundiales (como Soros, Gates y Buffet) y de empresas como Google o Telefónica, entre otras, aportando recursos en escalas inéditas para

Fundación Telefónica

emprendimientos a favor de la salud pública, la educación o la democracia y sus resultados, han mostrado que la RSC puede hacer diferencias concretas de envergadura.

Los desafíos abiertos de América Latina

Todo indica que la RSC puede desempeñar un rol muy importante en los exigentes desafíos que América Latina tiene por delante. Hay avances macroeconómicos e institucionales considerables en la región. Ha tenido en los últimos cuatro años la mayor tasa de crecimiento interanual en 27 años, el 4,7 por ciento; las exportaciones han subido fuertemente favorecidas por el aumento de precios de los *commodities*; las reservas de divisas han superado récords históricos y las tasas de inflación han sido bajas.

Por otra parte, hay progresos muy significativos en materia de democratización: ha crecido la participación ciudadana, la sociedad civil se articula cada vez más y se estima que hay más de un millón de ONG. El Estado tiende a descentralizarse, delegando mayores recursos y facultades en municipios y regiones. Las presiones ciudadanas por transparencia, rendición de cuentas y buena gestión aumentan.

Estos progresos se ven ahora confrontados por la grave crisis económica internacional, que encuentra una América Latina que, a pesar de sus avances, presenta agudas brechas sociales. 200 millones de personas se hallan actualmente por debajo de la línea de la pobreza (el 36 por ciento de la población); 90 madres mueren cada 100.000 nacidos vivos, frente a 6 en Canadá; 30 niños de cada 1.000 no llegan a los 5 años de edad, frente a 3 en Suecia. En educación hay avances, pero sólo el 49,7 por ciento de los jóvenes termina la secundaria y entre los pobres lo hace sólo el 30,8 por ciento; el rendimiento educativo es limitado y los países de la región participantes en las últimas pruebas PISA han ocupado algunas de las posiciones más relegadas.

Uno de cada cuatro jóvenes está fuera del sistema educativo y del mercado de trabajo; excluidos de todo, constituyen una verdadera ?bomba de tiempo?.

La región produjo en 2007 alimentos para tres veces su población actual y, sin embargo, el 16 por ciento de los niños padece de desnutrición crónica. El problema en alimentación no es en este caso de producción sino, como señala Amartya Sen en sus trabajos, de ?acceso? (Sen-Kliksberg, 2008).

Existen fuertes déficits en áreas básicas. Hay 60 millones de personas sin agua potable, 120 millones sin instalaciones sanitarias y 136 millones viviendo en tugurios.

Los estudios del Banco Mundial, del BID y de la ONU indican que una traba esencial para un desarrollo sostenido e inclusivo se encuentra en las muy elevadas desigualdades de la región. América Latina tiene el peor coeficiente Gini de todas: la brecha entre el 10 por ciento más rico y el 10 por ciento más pobre es de 50 veces frente a los 10 en España o los 6 en Noruega.

Fundación Telefónica

La cohesión social está fuertemente afectada por la pobreza y las disparidades; actualmente es la segunda área con más criminalidad del planeta, con una tasa de 30 homicidios por cada 100.000 habitantes y por año, frente a los menos de 2 en los países nórdicos.

Los progresos económicos y el desarrollo de la democracia crean oportunidades enormes de avance, pero las graves dificultades sociales generan inestabilidad, falta de gobernabilidad, repelen inversiones muy necesarias y contradicen las promesas de inclusión y derechos de las democracias. Los indicadores de confianza en las instituciones son muy bajos. Viene un periodo en el que los impactos de la crisis económica internacional se harán sentir y pueden, en un continente tan desigual, afectar especialmente a los más vulnerables.

El enfrentamiento a estos graves problemas exige amplias concertaciones sociales entre las políticas públicas, que en una democracia tienen la obligación de asegurar a todos los ciudadanos los derechos básicos en materia de salud, educación, oportunidades de trabajo, desarrollo, la empresa privada como motor clave de la economía y la sociedad civil en todas sus expresiones. En la gran mayoría de los países avanzados esos pactos funcionan a diario y son la base de su progreso.

En un continente con un amplio potencial económico, pero con una agenda social tan inquietante ?que de no ser contestada puede poner en riesgo los logros económicos e institucionales?, la RSC con la sociedad civil puede ser un poderoso colaborador de las políticas públicas y poner en marcha todo un orden de alianzas virtuosas.

Hay progresos claros en RSC en la región en los últimos años, pero se necesita mucho más para que pueda superarse la brecha existente con los adelantos en el mundo desarrollado en este campo y para corresponder a las realidades de los países.

La necesidad de un cambio de paradigma

Para avanzar en RSC en América Latina, un paso fundamental es lograr superar prejuicios, resistencias y modelos no actualizados respecto al rol de la empresa en la sociedad. Muchas empresas siguen ancladas en una visión narcisista, donde la única meta es la maximización del lucro y sólo existe la responsabilidad de rendir cuentas a los propietarios. Ese enfoque ha sido superado en el mundo desarrollado a través, entre otras, de la figura del *stakeholder*: la empresa tiene todo el derecho a obtener beneficios, pero tiene responsabilidades más amplias y debe responder no sólo a sus accionistas sino también a los consumidores, los empleados, la opinión pública y muchos otros ?involucrados?.

Otras empresas han pasado a una etapa más avanzada y practican activamente la ?filantropía empresarial?. Realizan donaciones a entidades culturales, educativas, artísticas, etc., y las están ampliando.

La RSC significa mucho más que la filantropía. Meritoria y útil, ésta no cubre, sin embargo, las inquietudes más profundas de la sociedad. La situación en el mundo desarrollado se refleja en

Fundación Telefónica

una amplia consulta efectuada por Bonini, McKillop y Mendonca, del grupo Mckinsey (2008), quienes entrevistaron a 4328 ejecutivos de empresas multinacionales y a 4063 consumidores de las mismas. El 68 por ciento de los ejecutivos contestó que las grandes corporaciones hacen una ?contribución generalmente? o ?en cierta medida? positiva al bien común. En cambio, sólo un 48 por ciento de los consumidores está de acuerdo con ello. En EEUU son menos, el 40 por ciento. Cuando se preguntó en qué medida confían en que diversas instituciones actúan en el mejor interés de la sociedad, los europeos y estadounidenses colocaron a las corporaciones globales al final de la lista. Las antecedían las ONG, pequeñas empresas regionales, la ONU, los sindicatos y los medios masivos. En América Latina, al plantear una pregunta similar sobre confianza en el Latinobarómetro (2007), la empresa privada aparece sólo con un 41 por ciento de credibilidad. Lideran la tabla los bomberos, la Iglesia, los pobres y la radio.

Se necesita avanzar más allá de la filantropía para responder a problemas de legitimidad de esta profundidad.

En la última reunión de *Business for Social Responsibility* (2008), que engloba a algunas de las mayores empresas mundiales, su Presidente, Aron Cramer, dejó claro que «la esencia de la RSC es entender cómo la intersección de los negocios y la sociedad está cambiando». Resaltó que «un futuro sostenible se dará cuando las consideraciones sociales y ambientales estén en el centro en la toma de decisiones empresarial y estos temas estén en la agenda de todos los Consejos Directivos». Planteó asimismo que había que llegar a crear productos «con RSC insertada en el producto», es decir, que significaran por sí mismos una contribución al bienestar colectivo y al medio ambiente.

El paso de las concepciones narcisista y filantrópica al paradigma de RSC fue urgido en los países desarrollados por la presión de pequeños inversionistas que, después de la quiebra fraudulenta de Enron, exigieron una reforma profunda del Gobierno Corporativo y que tras la crisis de Wall Street tienen una desconfianza aguda, de consumidores cada vez más articulados que premian y castigan a las empresas teniendo en cuenta sus comportamientos en RSC y de una sociedad civil que, así como exige ética a los líderes políticos, también la exige crecientemente a los líderes empresariales.

Porter & Kramer (2006) describen así la importancia de estas presiones: «Muchas compañías despertaron a la Responsabilidad Corporativa después de ser sorprendidas por respuestas públicas a cuestiones que no consideraban previamente que fueran parte de sus responsabilidades empresariales. Los laboratorios han descubierto que se espera que respondan a la epidemia de SIDA en África aunque esté lejos de sus mercados y líneas de producción primarias. Actualmente se está haciendo responsables a las empresas de comida rápida por la obesidad y la mala nutrición».

La necesidad de una agenda de RSC para América Latina

¿Cuál debería ser la agenda de RSC en una América Latina con los urgentes desafíos que antes se refirieron?

Fundación Telefónica

En primer lugar, buenas políticas de personal. Ello abarca desde la estabilidad laboral, remuneraciones dignas y protección social ?todo lo que hoy se llama ?trabajo decente?? hasta posibilidades de aprendizaje y desarrollo cuestiones como la eliminación de las discriminaciones de género (de amplia vigencia en una región donde las mujeres ganan un 30 por ciento menos que los hombres en igualdad de tareas), el equilibrio familia-empresa, también vital. Los continuos pronunciamientos a favor de la familia no se compadecen con la falta de políticas consistentes para posibilitar una convivencia equilibrada entre las responsabilidades familiares y las laborales.

En segundo lugar, ?juego limpio? con el consumidor: productos de buena calidad, saludables y a precios razonables. Resulta significativa al respecto, entre otras iniciativas, la convocatoria que realizó recientemente la Organización Panamericana de la Salud (OPS, 2008) a las empresas alimentarias líderes, proponiéndoles llegar a una región libre de *transfat* (grasas ultrasaturadas) en un periodo cercano.

En tercer lugar, la empresa debería tener un rol activo en la lucha por el equilibrio medioambiental, tendría que reducir al mínimo su efecto contaminante y, asimismo, estar en primera fila de las iniciativas en este tema crítico.

En cuarto término, en un continente con sistemas fiscales con una alta tasa de evasión y de pronunciada regresividad, se espera que las empresas ayuden a minimizar la evasión y contribuyan a la creación de un pacto fiscal renovado con patrones equitativos, que permita financiar las inversiones que se requieren en los campos decisivos para el desarrollo y la competitividad como, entre otros, la salud, la educación, la inclusión social y la investigación y desarrollo en ciencia y tecnología.

En quinto lugar se espera, como en el mundo desarrollado, una reforma a fondo del gobierno corporativo hacia la transparencia, la asunción de responsabilidades reales por los directorios, paquetes salariales equilibrados para los CEO, controles, regulaciones y participación de los pequeños inversores.

En sexto lugar, un aspecto clave en el mundo desarrollado y totalmente estratégico para América Latina es el compromiso de las empresas con los desafíos humanos y sociales de la región. Las posibilidades de que las empresas puedan colaborar con las políticas públicas en educación, salud pública, inclusión social y otras áreas críticas son amplísimas.

Pueden ser catalizadoras de alianzas formidables. Entre algunas experiencias recientes a nivel internacional, Google y Cisco entregaron a la Secretaria General de la ONU un sistema para el monitoreo integral de las metas del milenio; Yahoo desarrolló *Yahoo Verde* con guías para preservar el medio ambiente; IBM desarrolló un *software* para la Organización Mundial de la Salud (OMS) para el control de la gripe aviar; Coca Cola pactó con Greenpeace transformar sus neveras en neveras naturales; Telefónica de España ha montado un programa ejemplar en gran escala contra el trabajo infantil en América Latina (Proniño), que ya está protegiendo a 107.602 niños.

Son asimismo ilustrativos de las posibilidades en América Latina de alianzas de este orden los

Fundación Telefónica
Telefónica

impactos positivos en diversos países de programas en los que el Estado apoya financieramente a las empresas para que ofrezcan entrenamiento laboral a jóvenes excluidos y las empresas contratan después a los que pasaron por dichos programas.

Educar en RSC

Para impulsar la RSC en América Latina es imprescindible fortalecer la formación en la materia. En medio del caso Enron, Amitai Etzioni (profesor emérito de George Washington-University) planteó en un combativo artículo en *The Washington Post* (4 de agosto de 2002) que el Congreso americano debería «impulsar la realización de una audiencia en la que los decanos de las principales escuelas de negocios expliquen al público cómo se enseña la ética en sus universidades». Actualmente hay un gran consenso sobre al necesidad de profundizar la formación ética de los futuros CEO y numerosas experiencias innovadoras en marcha.

Los sofisticados instrumentos de alta gerencia que entregan con eficiencia muchos MBA deben ser utilizados con un elevado sentido de la responsabilidad. Piper (2008), uno de los renovadores de la enseñanza en Harvard en este campo, observa que, con frecuencia, en los currículum de los MBA el énfasis se pone «en cuantificación, modelos y fórmulas y se minimiza la aplicación de juicios». Poniendo en primer lugar el tema ético el prestigioso MBA del MIT anuncia a los futuros aspirantes que «Si está interesado en hacer dinero, éste no es el lugar para usted, pero si busca aprender modos creativos de crear y manejar organizaciones complejas de un modo que pueda ayudar a la sociedad y crear riqueza, eso es lo que ofrecemos». Van Shaik, presidente de la Fundación Europea para el desarrollo gerencial, advierte que «las escuelas de negocios tienen que adoptar el concepto de que el bien común es parte de sus responsabilidades».

En América Latina hay importantes avances en RSC y esfuerzos de gran mérito, pero uno de los principales frentes a fortalecer para pasar del narcisismo y la filantropía a una RSC comprometida y ?por convicción?, está en el desarrollo de la preparación ética de las nuevas generaciones de líderes gerenciales a través de metodologías de aprendizaje activas. Ello requerirá, por lo pronto, la integración de la enseñanza sistemática de la RSC en los currículum de las universidades de la región. Esperanzadora la recepción que ha recibido la Red Iberoamericana de Universidades por la RSC (Redunirse), establecida por universidades líderes de Iberoamérica, con el apoyo de la Dirección Regional del PNUD, la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, la Fundación Carolina, la Unión de Universidades de América Latina y otras entidades (1).

Una anotación final

La RSC es un juego de ?ganar-ganar?. Según lo demuestran múltiples investigaciones; con ellas las empresas ganan en posicionamiento en los mercados, competitividad, productividad, capacidad de reclutar y de retener a los mejores talentos, sostenibilidad y valor de sus acciones. También ganan la sociedad y la economía. En el caso de América Latina, un continente con oportunidades muy relevantes ?aunque con riesgos considerables? es, además,

Fundación Telefónica
Telefónica

una necesidad histórica apremiante.

Bibliografía

Bonini, S. M. J.; McKillop, K. & Mendoza, L. T. (2007). The trust gap between consumers and corporations. *McKinsey Quarterly, 2*(7), 7-17.

Cramer, A. (2008, noviembre). Leadership in a Changing World: The Impact of the Global Financial Crisis and the New U.S. President on the Sustainability Agenda. *Business for Social Responsibility Conference*. Plenary Session, November 4-7. New York.

Etzioni, A. (2002, 4 de agosto). When It Comes to Ethics, B-Schools Get an F. *The Washington Post*.

Kliksberg, B. (2009). *Más ética, más desarrollo*. (17a. ed.). Buenos Aires: Temas.

Latinobarómetro (2007). Santiago de Chile: Corporación Latinobarómetro.

Piper, T. R.; Gentile, M. C. & Parks, S. D. (2008). Can Ethics Be Taught?: Perspectives, Challenges, and Approaches at the Harvard Business School. Masachussets: Harvard Business School Press.

Porter, M. E. & Kramer, M. R. (2006, diciembre). Strategy and Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. Harvard Business Review, 78-92.

Sen, A. & Kliksberg, B. (2008). *Primero la gente. Una mirada desde la ética del desarrollo a los problemas del mundo globalizado*. Madrid: Planeta; Deusto.

Fundación Telefónica
Telefónica