

La responsabilidad en el capitalismo futuro. Competencia, gasto público y comportamiento social de las empresas

10



José Luis Lizcano Álvarez*

Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA).



info@aeca.l.org

Responsibility in future capitalism. Competitiveness, public budget and social behaviour of the enterprise

INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se encuentra actualmente entre los principales temas del pensamiento empresarial y necesita de la crítica y el debate para afianzar su estructura, alcanzando así la coherencia necesaria. Si en el proceso de análisis sus principios no demuestran solidez, será justo que desaparezca para siempre. Pero, antes de aceptar la victoria o la derrota ideológica de



Pablo Nieto Martínez

Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA).



info@aeca.l.org

RESUMEN DEL ARTÍCULO

La Responsabilidad Social Corporativa se encuentra entre los principales temas del pensamiento empresarial y necesita de la crítica y el debate para afianzar su estructura, alcanzando así la coherencia necesaria. Repasando algunos reproches que se hacen a la RSC como teoría empresarial, se trata de mostrar cual es el error que en ellos se encuentra y porque no restan valor a las raíces de la responsabilidad social corporativa. Seguidamente, se expondrá algunos principios básicos del sistema, tratando de detallar las oportunidades que ofrece la responsabilidad social de la empresa al capitalismo futuro como elemento creativo y dinamizador. Además, se ofrece una visión de como la responsabilidad social corporativa puede implicar ganancias en libertad, flexibilidad y eficiencia para el conjunto de la sociedad si se orienta hacia una nueva forma de entender las relaciones entre el Estado y el sector privado con implicaciones sobre el gasto público y la carga fiscal. La propuesta de este artículo pretende abrirse camino entre las diversas aportaciones que están surgiendo en torno al desarrollo y la implantación

CODIGOS JEL:
M140



del modelo de empresa socialmente responsable. Las conclusiones señaladas representan también el inicio de futuras líneas de trabajo de carácter técnico y empírico.

EXECUTIVE SUMMARY

Nowadays, Corporate Social Responsibility finds itself among the main topics of business thought and it needs of critique and debate to establish its structure and to achieve the necessary coherence. Reviewing some attacks done to corporate social responsibility ideas we will try to show their errors, exposing why those attacks do not affect the value of the CSR ideological basis. The basic principles of the system will be exposed, developing the opportunities that corporate social responsibility offers to future capitalism as a creative and dynamic element. Moreover, we will offer a vision on how CSR can imply greater degrees of freedom, flexibility and efficiency for society as a whole if it is oriented towards a new way of understanding the relations between the private sector and the State with implications over public budget and taxes. This article's proposal aims to open a new line of thought and investigation within the different views of development and implantation of corporate social responsibility. Its conclusions represent the beginning of future technical and empirical work.

la RSC, debemos asegurarnos que las estocadas recibidas han sido mortales, esto es, que los valores e ideas que sustentan la teoría de la responsabilidad social corporativa –que justifican su necesidad– han sido efectivamente rematados.

Un error común en el razonamiento, que a la vez suele pasar inadvertido, resulta de elaborar una argumentación coherente respecto a parte de un conjunto para después aplicar las conclusiones al conjunto en su totalidad. La crítica a la RSC revela, en ocasiones, esta equivocación. Firmes razonamientos, válidos contra los resultados prácticos, se utilizan para descalificar a la responsabilidad social corporativa en cuestiones de mayor profundidad. Tal situación suele deberse a que la filosofía y los principios que subyacen a la práctica no están adecuadamente claros. Para ilustrar esta situación repasaremos primero algunos reproches que se hacen a la RSC como teoría empresarial, tratando después de mostrar cual es el error que en ellos se encuentra y porque no restan valor a las raíces de la responsabilidad social corporativa. Finalmente expondremos lo que son algunos principios básicos del sistema.

La propuesta de este artículo pretende abrirse camino entre las diversas aportaciones que están surgiendo en torno al desarrollo y la implantación del modelo de empresa socialmente responsable. Las conclusiones señaladas representan también el inicio de futuras líneas de trabajo de carácter técnico y empírico.

REPROCHES QUE SE HACEN A LA RSC

Los críticos dividen a los directivos favorables a la RSC en dos categorías: 'cínicos' y 'creyentes'. Los 'cínicos' serían aquellos gestores que consideran todo el concepto de 'responsabilidad social de la empresa' como un instrumento de propaganda o marketing. Los 'creyentes', por el contrario, buscarían reformar el capitalismo. Proponen que, sin un enfoque social, el objetivo único de beneficiar al accionista no sirve al interés público.

Dejando a un lado al ejecutivo 'cínico', que es sencillamente un oportunista sin principios, el 'creyente' adolece, según los críticos, de un análisis erróneo de la naturaleza del capitalismo. No ha terminado de comprender que, compitiendo con honestidad y respetando las leyes, una empresa genera, además de rentabilidad para sus accionistas, empleo y riqueza para toda la sociedad. Como argumentaba Adam Smith, la búsqueda de ganancias es la fuerza fundamental por la cual el capitalismo ha logrado el desarrollo que hoy en día disfrutamos.

Perder el tiempo no es el peor resultado que una malentendida 'preocupación social' puede producir. El temor a que ONGs poco amigas

del sistema de mercado lancen sobre la empresa acusaciones cargadas de demagogia conduce, en ocasiones, a tomar decisiones equivocadas desde el punto de vista tanto económico como social. Rechazar proyectos de inversión en países en desarrollo porque, por ejemplo, su legislación laboral no es comparable a los criterios occidentales es un profundo error.¹ Pese a que se han producido rápidas industrializaciones, querer superar el ritmo de la historia es un absurdo. Las decisiones tomadas sin atender los tiempos mínimos que el desarrollo de la estructura económica y social requiere están necesariamente abocadas al fracaso. Por falta de perspectiva histórica y claudicación a la demagogia se le niega una oportunidad –libremente tomada– al potencial empleado, perjudicando a la empresa y al consumidor con la ineficiente asignación de recursos. En definitiva, se practica una benevolencia que, juzgada objetivamente, podríamos calificar de perniciosa.

La conclusión que extraen de estos reproches los críticos de la RSC es que 'lo social' debe dejarse a los gobiernos, dedicándose las empresas a sus negocios, origen fundamental de la riqueza y el empleo.

EL ERROR QUE SUBYACE TRAS LAS CRÍTICAS A LA RSC

Poco tenemos que objetar respecto a las críticas anteriores. Es evidente que toda teoría esta sujeta a la explotación oportunista. No cabe duda tampoco de que el tópico tristemente extendido del 'capitalismo salvaje' es producto de un análisis emocional y falto de rigor –a poco que reflexionemos, resulta obligado aceptar que la fabulosa abundancia de la que disfrutamos en Occidente se debe, en gran medida, al esfuerzo empresarial y a la libre competencia. De igual manera, satisfacer las demandas de exaltados, perjudicando así a quien realmente necesita de una alternativa a la miseria, es inaceptable. (Ver cuadro 1.) Klaus Schwab, presidente del World Economic Forum, escribió a este respecto: "Una parte importante de la población siente que los negocios se han separado de la sociedad. No basta con decir que el mundo empresarial se ha visto desacreditado por la codicia de algunos presidentes de algunas compañías, pero que la mayoría son de fiar. Lo que se ha vuelto sospechoso es el sistema de mercado. La única vía para detener esta ola antiempresarial es que tomen la iniciativa y se comporten clara y convincentemente como parte de la sociedad."² Las empresas deben trabajar codo con codo con los gobiernos y la sociedad civil para emplear sus capacidades y conocimientos para luchar contra la pobreza y otros problemas mundiales que socavan la dignidad humana.

PALABRAS CLAVE

Responsabilidad social corporativa, capitalismo futuro, competencia, gasto público, nuevas relaciones empresa-Estado.

KEY WORDS

Corporate Social Responsibility, future capitalism, competitiveness, public budget and spending, new enterprise-state relations.

Cuadro I. **Distribución de la renta según la población mundial.**

LÍNEA DE NEGOCIO	Población mundial en millones		
	1980	2002	2015
Mundo	4,430.1 s	6,198.5 s	7,090.7
Rentas Bajas	1,561.8	2,494.6	3,044.0
Rentas Medias	2,038.1	2,737.8	3,039.0
Rentas Medias Bajas	1,801.0	2,408.5	2,658.4
Rentas Medias Altas	237.0	329.3	380.6
Rentas Bajas y Medias	3,599.8	5,232.4	6,083.0
Asia del Este y Pacífico	1,359.4	1,838.3	2,036.9
Europa y Asia Central	425.8	472.9	478.2
Latinoamérica y el Caribe	356.4	524.9	619.4
Oriente Medio y Norte de África	173.7	305.8	382.7
Sur de Asia	901.3	1,401.5	1,683.7
África Subsahariana	383.2	688.9	882.1
Rentas Altas	830.2	966.2	1,007.7
Europa (UEM)	285.5	305.5	305.2

Fuente: Banco Mundial (World Development Indicators 2004)

¿Por qué, reconociendo la veracidad de los reproches anteriores, mantenemos que resulta erróneo utilizarlos para desautorizar a la responsabilidad social corporativa? Porque siendo una elaborada y coherente argumentación contra la práctica de la RSC, se aplican sobre todo lo que el concepto de 'responsabilidad social corporativa' representa. Son una extralimitación del razonamiento. De igual manera que las guerras de religión no restan valor a 'amaras a tu prójimo como a ti mismo', los fallos originados por una errónea o mal intencionada práctica de la responsabilidad social de la empresa no restan mérito a la idea, siempre que realmente subsista en ella alguna verdad.

LOS PRINCIPIOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

¿Qué es la responsabilidad? Con esta pregunta debemos comenzar nuestra reflexión si queremos aclarar los valores e ideas que sustentan la teoría de la responsabilidad social corporativa. Responsabilidad es una obligación de origen moral, derivada de la libertad de elección, por la cual el sujeto responde por sus acciones pasadas, presentes y futuras. Ser responsable es, en última instancia, un estado mental. La responsabilidad es el síntoma básico de madurez en una persona y, al estar directamente relacionada con el valor que nos damos a nosotros mismos, exige de unos principios. El niño es irresponsable o inmaduro en tanto que plantea sus acciones buscando una satisfacción más o menos inmediata. Está sometido a sus pasiones. El hombre responsable –maduro– se comporta según una visión personal de sí mismo estructurada por unos valores fundamentales en los que cree.

¿De donde surge la responsabilidad corporativa? Los valores de una empresa son los valores de aquellas personas que la componen. De esta forma se origina la responsabilidad de la corporación. Cuando una organización actúa, sus miembros deben procurar que sea en armonía con aquellos principios que han establecido como guía para su vida personal. Faltan a su responsabilidad si permiten que esta se diluya en la complejidad de los procesos de decisión empresarial. La madurez de una empresa es un reflejo de la madurez de sus integrantes.

La empresa es libre de elegir sus objetivos y actuar para conseguirlos. Es por tanto responsable de sus acciones. Pero, ¿cual es su responsabilidad? La responsabilidad de la empresa brota de la responsabilidad de sus miembros y son estos los que deben señalar, con sinceridad, orientados por unos principios determinados y tras profunda reflexión, hasta donde son responsables. Deben aclarar aquello que consideren legítimo y rechazar cargas inaceptables. ¿Cuál es la responsabilidad de la empresa respecto a generaciones futuras? ¿Cuál es su responsabilidad respecto a la sociedad en la que se integra? Aquella responsabilidad que los integrantes de la organización consideren como suya, teniendo en cuenta su participación del poder que para transformar la realidad manifiesta la empresa.

La responsabilidad social corporativa establecida según lo anterior lleva a la empresa a invertir o no invertir en un determinado país en función de sus valores, según una decisión firme ajena a la demagogia. El cinismo oportunista puede enmascararse de responsabilidad social corporativa, pero no lo es. Una vez acep-

tada la responsabilidad no cabe el comportamiento cínico, se actúa por principios. La búsqueda de beneficios es irresponsable cuando pasa por encima de cualquier otra cosa. Es responsable si respeta los valores que la empresa ha establecido para sí misma.

No debemos dejar de advertir lo radicalmente contrapuesto que resulta este enfoque de aquel en el que, presionados por el gobierno o las ONG, los directivos de una compañía aceptan una presunta 'responsabilidad' más o menos impuesta. Cargar con lo que un agente externo considera que es tu responsabilidad es cargar con lo que a su juicio deben ser tus principios. O sus principios. Si es que los tienen, pues principios y valores no son lo mismo que concesiones y halagos a los sentimientos y pasiones elementales.

La empresa debe ser libre para elegir sus objetivos y actuar para conseguirlos. Debe apoyar todo aquello que considere legítimo y rechazar cargas inaceptables.

LA RESPONSABILIDAD EN EL CAPITALISMO

Los críticos de la RSC concluyen que la política económica y social debe dejarse a los gobiernos. La empresa, en su opinión, ya hace suficiente bien a la sociedad creando riqueza y empleo.

El mundo empresarial se ve sometido, en mayor o menor medida, a la regulación y planificación gubernamental. La administración pública pretende, mediante su intervención, alcanzar unos objetivos de eficiencia económica, justicia social y desarrollo que –mantienen sus defensores– no se garantizarían de confiar exclusivamente en los procesos de libre mercado. Las dos formas básicas mediante las cuales el gobierno puede influir en las corporaciones son la regulación y la tributación. La primera pretende dirigir la conducta de la empresa. La segunda busca obtener recursos para ejecutar unas políticas determinadas. Se podría afirmar que la razón última por la cual el sector privado se somete a las políticas gubernamentales es la coacción, la amenaza del uso de la fuerza. El Estado es paternalista en la medida

en que trata a la empresa –y al individuo– como a un niño irresponsable al que se debe guiar. Pero, como venimos argumentando, la empresa puede ser responsable si cree en unos valores morales originados en los principios personales de los miembros de la organización y en el principio de la libertad de acción.³

Asumiendo responsabilidades la empresa deja de ser niño que debe someterse al Estado. Si aumenta la responsabilidad de la empresa también debería aumentar a la par la libertad.

Al aceptar la compañía una determinada responsabilidad social se ve obligada por convicción propia a incorporar dentro de su planificación estratégica objetivos que consideran la justicia social, el desarrollo sostenible a largo plazo y la mejora de la sociedad. Incorporar la responsabilidad social corporativa al planteamiento estratégico ofrece oportunidades de grado histórico. Asumiendo responsabilidades sociales o medioambientales, la empresa deja de ser el niño irresponsable que debe someterse al Estado⁴ La libertad, individual o empresarial, debe ir acompañada del sentido de la responsabilidad. Desde un punto de vista ideológico, la corporación gana derecho a gestionarse de forma independiente y libre, resultando injustificada parte de la acción gubernamental.

RESPONSABILIDAD SOCIAL Y GASTO PÚBLICO

Incorporando dentro de los objetivos empresariales las responsabilidades sociales, dichos objetivos pueden ser alcanzados de forma más eficiente. En vez de someterse a una regulación estatal, rígida y

estricta, cada empresa podría planificar de forma libre e independiente –con un mayor grado de flexibilidad– como alcanzar determinadas metas de responsabilidad social, minimizando el efecto que perseguir dichos objetivos podría tener sobre su rendimiento económico –cuestión en ocasiones descuidada por la planificación económica gubernamental. Además, si la empresa dedica parte de sus ingresos a cuestiones sociales anteriormente tratadas en exclusiva por el gobierno y logra resultados adecuados sería razonable que viera disminuida, de alguna forma, su tributación o contribución al gasto público.

La mejora competitiva y la sostenibilidad –procesos de claro carácter dinámico– se estructuran así conjuntamente para alcanzar un objetivo común, reduciéndose el impacto negativo que sobre la economía tiene el intervencionismo excesivo. Tras asumir su responsabilidad social corporativa, la evolución de la compañía y la evolución de la sociedad se integrarían por convicción, obteniendo la empresa mayor autonomía para alentar sus fines, entre los cuales se encontraría, por coherencia con su ética, el progreso global de la sociedad.

Reducir, merced a su comportamiento social, los impuestos y obligaciones de carácter económico que respecto al Estado tienen las empresas no es una idea vacía de fundamento. De forma general, la justicia distributiva admite el criterio basado en la dotación como base para su desarrollo. Establecido hacia la segunda mitad del siglo XVII por filósofos como Hobbes y Locke⁵, el criterio de dotación plantea el derecho innato de la persona a obtener los frutos de su trabajo, defendiendo la distribución que determinan la dotación de factores y la libre interacción humana. Se distinguen diferentes variantes según se asuma como necesaria la existencia de competencia perfecta, un reparto equitativo de los recursos naturales o que las personas tengan una misma posición de partida. En la práctica se admite, además, la existencia de desigualdades a mitigar según un determinado principio de bienestar social. Si consideramos que las empresas pueden participar en la consecución de la justicia distributiva mediante la aplicación de una política derivada de su responsabilidad social, y asumiendo que el fin de determinadas políticas estatales –financiadas por los impuestos– es lograr una mayor equidad, podría plantearse que, en la medida que la empresa colabore en estas funciones distributivas –anteriormente exclusivas del Estado–, la tributación debería disminuir de forma proporcional.

Otra forma de observar esta colaboración simbiótica propuesta entre el Estado y las empresas podría darse midiendo la contribución del comportamiento empresarial al desarrollo de determinados aspectos sociales. Los sistemas de medición utilizados deberían identificar



apropiadamente los aspectos sociales de la actividad empresarial y evaluar sus dimensiones tributarias correspondientes. En el cuadro 2 se presentan algunas de estas variables sociales con dimensión tributaria susceptibles al análisis así como una aproximación incipiente. Dichas variables se ordenarían teniendo en cuenta su afección a las distintas partes interesadas de la empresa, en este caso a los empleados, apuntándose algunos de los efectos más importantes, así como los aspectos de gasto público y organismos presupuestarios implicados.

La responsabilidad social corporativa ofrece al sistema de mercado un crecimiento de altura histórica. En una visión quizá utópica del futuro, el gobierno transmite parte de la ejecución de las políticas sociales a las empresas⁶, limitándose a fijar unos objetivos razonables y verificar su cumplimiento, permitiendo a las compañías realizarlos según consideren más adecuado y liberándolas proporcionalmente de la imposición. Ganan así en independencia para desarrollar las políticas de sostenibilidad en armonía con las necesidades económicas de la corporación, con un enfoque más concreto, flexible y eficiente. Se liberan del freno que, para la innovación y el desarrollo empresarial, supone la rígida intervención del gobierno. El capitalismo, antes sal-

Cuadro 2. Aspectos sociales de la empresa con dimensión tributaria relativos a los empleados.

VARIABLE	EFFECTOS	ASPECTOS DEL GASTO PÚBLICO RELACIONADOS	SECCIONES DEL PRESUPUESTO IMPLICADAS
Formación continua	· Cualificación · Productividad · Competitividad · Innovación	· Fondos sociales para la formación · Planes y ayudas a las empresas para la mejora de la competitividad, la innovación...	· Ministerios de Educación, de Trabajo y Asuntos Sociales, Industria, Turismo y Comercio.
Balance trabajo + familia + ocio	· Motivación · Salud · Empleo	· Prestaciones sociales para bajas por enfermedad. Fondos y campañas para la redistribución del empleo.	· Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales
Diversidad de la fuerza laboral	· Integración de los inmigrantes y discapacitados	· Fondos para resolver el fraude en las contrataciones ilegales, la delincuencia de los excluidos o pensiones para discapacitados en paro.	· Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales · Ministerios de Justicia e Interior
Política de retributiva transparente	· Motivación · Transparencia	· Reducción de retribuciones no declaradas. · Incremento de las cantidades retenidas y de la recaudación de impuestos.	· Ministerio de Economía y Hacienda.
Igualdad de oportunidades	· Justicia social	· Fondos destinados a la integración de la mujer al trabajo.	· Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales
Seguridad e higiene en el puesto de trabajo	· Seguridad · Salud	· Prestaciones sociales para bajas por enfermedad y gasto sanitario.	· Ministerio de Sanidad · Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales

Fuente: Elaboración propia

vaje y sometido por el látigo de su domador de fieras particular —el Estado—, progresa en libertad.

COMPETENCIA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA

El éxito del sistema de mercado radica en su capacidad para, con el transcurrir del tiempo, ofrecer una cantidad creciente de productos y servicios, mejorar sus cualidades, disminuir su precio, transformar los bienes de elevado coste en productos de consumo común e incentivar la innovación con vistas a superar la oferta existente.

Este proceso tiene su origen en la dinámica competitiva.⁷ La supervivencia de las empresas depende de la capacidad de la compañía para ofrecer más por menos —o igualar al menos lo ofrecido por sus competidores—. Según la naturaleza y madurez del mercado, las diferentes estrategias competitivas pueden, no obstante, dejar de ser efectivas. Cuando los precios son todo lo bajos que económicamente es posible, las prestaciones y el servicio prácticamente idénticos dado un precio determinado, y las campañas de publicidad no consiguen una ventaja sustancial respecto a los adversarios; la empresa necesita de un nuevo enfoque para distinguirse, ganándose el favor del consumidor. Y esto es, precisamente, lo que ofrece la responsabilidad social corporativa.

En la economía de mercado, el poder de decisión del cliente es una fuerza mayor, quizá la más elemental.

Uno de los objetivos básicos de la responsabilidad social de la empresa —y quizá aquel más relevante en lo que a la supervivencia⁸ a largo plazo y a establecer una ventaja competitiva se refiere— persigue influir o asegurar la opinión positiva del cliente sobre la corporación.

La elección racional del consumidor, que implica maximizar la utilidad de la deci-

sión de consumo mediante un análisis de la relación calidad / precio, está dando paso a una elección basada en criterios de mayor implicación emocional.⁹ La compañía asume entonces la responsabilidad social corporativa como proyecto y estrategia empresarial. Comienza así lo que podríamos denominar competencia en responsabilidad.

La competencia en responsabilidad se puede dividir en dos clases, según la estrategia tenga una orientación reactiva o proactiva. La orientación reactiva busca dar respuesta eficaz a los riesgos y problemas surgidos de aquellas acciones 'irresponsables' de la empresa que pudieran dañar su reputación —por ejemplo, daños medioambien-

Uno de los objetivos básicos de la responsabilidad social es influir en la opinión positiva del cliente sobre la empresa, pasando a ser, por tanto, un proyecto empresarial también.

tales-. La orientación proactiva supone la ampliación de las áreas que la compañía considera bajo su responsabilidad social y la integración plena de esta en su estrategia corporativa. Supone tomar la iniciativa y componer, en función de los valores y principios fundamentales que originan su responsabilidad, una política de mayor implicación, interrelación y diálogo con la sociedad.¹⁰

La estrategia de la corporación pretendería optimizar la imagen de responsabilidad social que ofrece la empresa sin afectar negativamente al objetivo de garantizar la rentabilidad del negocio, todo lo contrario, la armonización de los intereses en muchas ocasiones opuestos de los diferentes grupos de interés o 'stakeholders' sería parte esencial de la estrategia social.

Por lo expuesto en este último apartado, podría parecer que la responsabilidad social corporativa es una cuestión de estricta imagen empresarial o marketing –justo aquello contra lo que anteriormente argumentábamos-. Evidentemente la compañía debe encontrar ventajas en la responsabilidad social para asumirla. Pero, frente a otras formas de tratar la imagen de la empresa –asociación del producto a características de éxito social o sexual–, aceptar una responsabilidad social y actuar en consecuencia supone, entre otras cosas, ofrecer a los integrantes de la organización –empleados, propietarios, clientes, proveedores...– una aspiración superior de carácter moral, una fuente de singular motivación cimentada sobre la contribución y mejora de la sociedad.

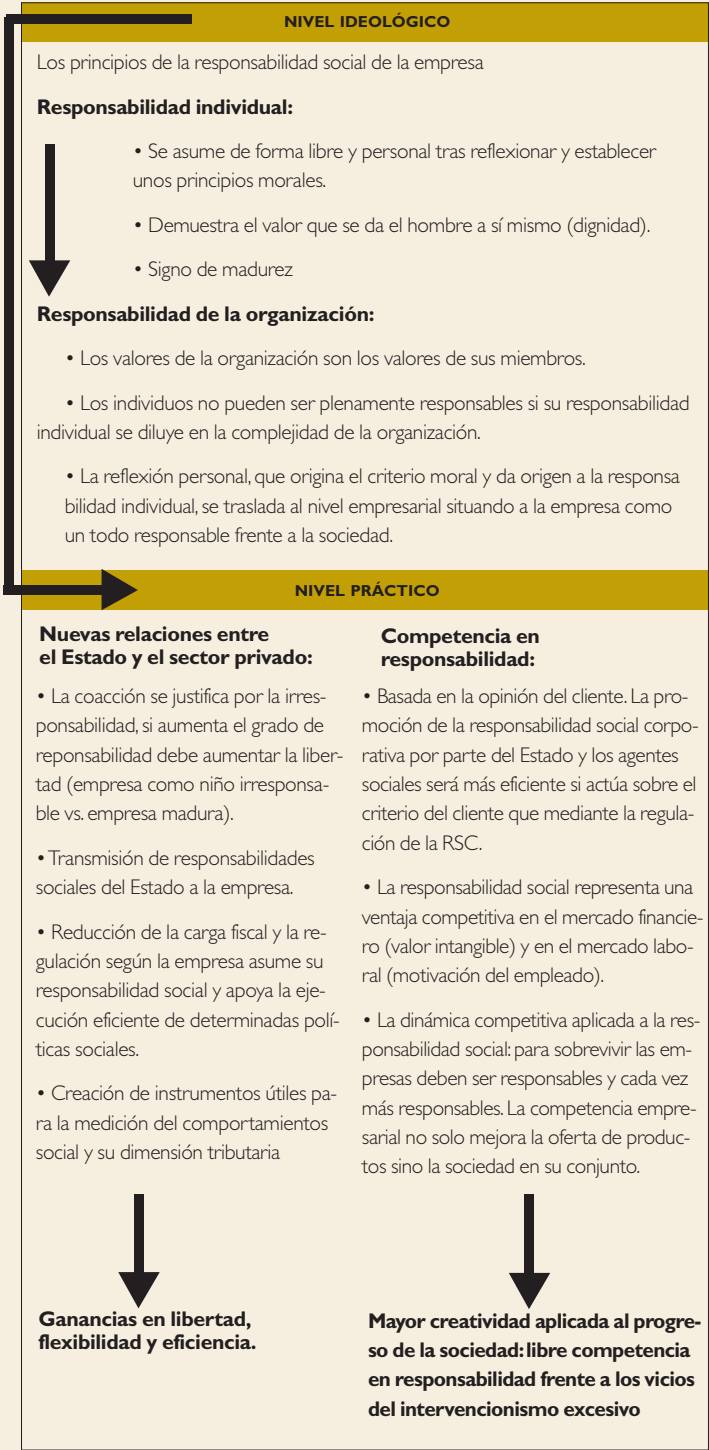
Pese a que, al final, la competencia en responsabilidad social entre las empresas podría quedarse en 'mucho ruido y pocas nueces', existen razones para pensar que esto no será así. La aparición de guías

de información sobre políticas de responsabilidad social corporativa o sostenibilidad –de aplicación voluntaria¹¹–, el creciente uso de este tipo de guías por parte de todo tipo de empresas y su progresiva mejora –basada en una mayor utilidad, eficacia y rigor– demuestran la posibilidad de una competencia real. La aparición de índices y clasificaciones que juzgan el comportamiento social de las

empresas, así como la incorporación al discurso de la RSC de estamentos y organismos internacionales de gran calado como la Comisión Europea, Naciones Unidas y la OCDE, no hace sino apoyar esta idea.¹²

Frente a otras formas de tratar la imagen de la empresa, la responsabilidad social conlleva una aspiración superior de carácter moral y una fuente de singular motivación.

La responsabilidad en el capitalismo futuro



Fuente: Elaboración propia

La dureza de la disputa entre empresas aumentará con el tiempo –al igual que ha ocurrido con otras fuentes de ventaja competitiva– según las organizaciones alcen e intensifiquen sus compromisos con el fin de distinguirse ante el cliente, el inversor¹³ y el ciudadano. Al final, queda en las manos de los consumidores valorar y elegir. De su interés por premiar las conductas de responsabilidad social depende en mayor medida el que aparezca y de frutos una verdadera competencia en responsabilidad. Se impone así otra de las grandes virtudes del libre mercado: la libertad de elección.

BIBLIOGRAFÍA

SCHWAB, KLAUS (2002), "Let's Show We Care". Newsweek, edición 15 de Diciembre de 2002, p.69.

MARINA, JOSÉ ANTONIO (2003), "La creación económica", Ediciones Deusto.

JUAN PABLO II (2003), "Memoria e Identidad", La Esfera de los Libros.

JOHN LOCKE (1609), "Two Treatises of Government", Cambridge University Press.

AECA (2004): "Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa", AECA.

LIZCANO, J.L. (2004): "El más puro sentido común". Cinco Días, edición 29 de Noviembre de 2004, p.19.

Notas

* Autor de contacto: Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA); C/ Alberto Aguilera, 31; 28015 MADRID; España.

¹ Resulta difícil para el joven de nuestro tiempo, acostumbrado desde su nacimiento a las confortables características de la vida en Occidente, superar el horizonte vital y entender que nuestra actual situación de bienestar y calidad de vida se comenzó a construir hace tres siglos, con el advenimiento de la Revolución Industrial.

² "Let's Show We Care". Traducción de "La creación económica" de José Antonio Marina.

³ "Los actos humanos son libres y, como tales, comportan la responsabilidad del sujeto" (Juan Pablo II). Podría interpretarse que existe una relación directa entre grado de libertad y responsabilidad, de forma que los excesos intervencionistas socavan el sentido de responsabilidad de las personas y las organizaciones.

⁴ Responsabilidades que, como es lógico, pueden ser objeto de problemática discusión llegado el momento de definir las con precisión.

⁵ John Locke, Two Treatises of Government.

⁶ Una forma de llevar la transmisión de responsabilidades sociales a la práctica: El gobierno podría presentar proyectos asignándoles un determinado coste y las empresas abordar su realización. Las compañías deducirían de su contribución una carga fiscal equivalente al coste establecido por el gobierno para el proyecto. Optimizando el desarrollo del proyecto las empresas podrían ahorrarse la diferencia entre el coste establecido por el Estado y el coste final que ellas asumen. Las empresas podrían también presentar proyectos sociales que, tras ser valorados en términos financieros, sustituyeran una parte equivalente de su contribución impositiva.

⁷ La dinámica competitiva impulsa la creatividad, agudiza el ingenio, fomentando la aparición de nuevas ideas y el descubrimiento de oportunidades ocultas. Sobre la base de este argumento podemos esperar que la competencia en responsabilidad social de lugar a fórmulas de progreso social más creativas que las derivadas de un rígido intervencionismo estatal.

⁸ Respecto a la relación entre supervivencia y responsabilidad social de la empresa es necesario realizar la siguiente consideración: La estrategia de responsabilidad social corporativa debe perseguir necesariamente aumentar o igualar las posibilidades de supervivencia de la empresa a corto, medio y largo plazo.

⁹ Supone un debate psicológico discutir la existencia o no del 'homo economicus'. Analizar la competencia empresarial desde una perspectiva histórica nos permite argumentar que el avance del capitalismo ha propiciado un mayor peso de los factores emotivos en las decisiones de compra. De cualquier manera, no deberíamos suponer por ello una reducción en la racionalidad económica de las personas. Lo que ha sucedido es que aquellos atributos de un producto que permiten una elección racional y objetiva —en la medida en que esta es posible— han sufrido un proceso de igualación, imposibilitando tomar una decisión según un criterio racional.

¹⁰ El Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa de AECA destaca el valor de la RSC como planteamiento estratégico que afecta a la toma de decisiones y a las operaciones de toda la organización, creando valor a largo plazo y contribuyendo significativamente a la obtención de ventajas competitivas duraderas.

¹¹ Como, por ejemplo, la Global Reporting Initiative (GRI). www.globalreporting.org.

¹² Ver J.L. Lizcano.

¹³ Se pueden diferenciar dos razones para invertir en una empresa socialmente responsable. La primera se relaciona con una elección moral, el invertir en una empresa de acuerdo con nuestras convicciones éticas. La segunda implica que, si la responsabilidad social corporativa consigue aumentar las ventas atrayendo al comprador, la empresa será más rentable y, por tanto, más atractiva para el inversor. Se puede intuir de esta forma la presencia de un círculo virtuoso alrededor de la RSC si el motor de la misma —su apreciación positiva por parte del cliente— puede ponerse en marcha.

