



En un reciente foro sobre "Ética y Empresa" con el filósofo español Fernando Savater, me tocó expresar algunas ideas sobre lo que como empresario y banquero entiendo por comportamiento ético de las empresas y sobre la relación de la ética con la responsabilidad social empresarial. Quisiera compartir también con los lectores mi visión sobre el tema, forjada a través de mi experiencia empresarial.

Ética y responsabilidad social en las empresas

Miguel Ignacio Purroy (*)

¿Qué es la ética?

Se justifica iniciar con esta pregunta, porque, para ser franco, todavía no me he topado con una definición sencilla y satisfactoria de "ética". Yo tampoco pretendo darla a fondo, pero la ética es demasiado importante como para que sólo la entiendan los especialistas. Los grandes conceptos siempre se han podido manifestar de forma simple, y la ética no es la excepción.

Etimológicamente, el concepto viene de "ethos": lo que se refiere al carácter, a la personalidad moral, a lo que caracteriza el comportamiento de personas e instituciones. En el fondo se trata de una manera de ser que determina la manera de actuar. En el ámbito empresarial, a este carácter se le denomina "cultura" de la empresa. Cada empresa, cada institución tiene su propia cultura, que no es más que el conjunto de creencias, valores y actitudes que se reflejan en la manera de ser y en la manera de actuar de esa empresa o institución.

La manera de ser y de actuar se manifiesta en una cadena de decisiones. En nuestro quehacer cotidiano todos estamos confrontados con desafíos y disyuntivas éticas, todos tenemos la libertad de hacer las cosas de una manera o de otra, de elegir distintos fines o utilizar distintos

medios. Y donde quiera que haya libertad, hay elección ética.

La ética nace de la libertad, es verdad, pero el pensamiento ético parte también de la convicción de que "no todo se vale". Hay fines más nobles que otros y medios más apropiados que otros. Hay actuaciones que convienen más a la sociedad, porque contribuyen más al bien común que otras.

Al final, de lo que se trata es de que las personas, la sociedad en su conjunto "vivamos mejor" como seres humanos, porque hay formas más humanas de vivir y de eso trata precisamente la ética. En resumen, ética significa elegir bien y hacer bien lo que hacemos para lograr que individual y colectivamente vivamos mejor: con una mayor calidad de vida, en una sociedad donde se respete la dignidad de cada ser humano, donde mi bienestar individual no se obtenga a costa o en contra del bienestar del otro.

Ética en la empresa: sus niveles

De acuerdo a esta concepción, la ética en la vida de una empresa es algo más profundo e intrínseco que proclamar bellas declaraciones de principios o hacer filantropía. Lo que

*La ética nace de la libertad,
es verdad, pero el
pensamiento ético parte
también de la convicción
de que "no todo se vale".*

importa es que la cultura de la empresa, ésa su manera de ser cotidiana, esté impregnada de los valores que nos acerquen al sueño de una sociedad más justa y más próspera.

Partiendo del axioma de que la razón última de ser del comportamiento ético es "vivir mejor" (más humanamente), el mundo de los negocios, la actividad empresarial es en sí misma un ejercicio permanente de ética. Porque las empresas son una necesidad social: son la expresión del permanente esfuerzo del ser humano por mejorar su calidad de vida, transformando recursos escasos en bienes y servicios que le permitan vivir mejor. Aunque suene chocante, la masificación de la fabricación de automóviles para las clases medias y trabajadoras o de lavadoras para las amas de casa son expresiones de ética empresarial.

De ahí que un **primer nivel** elemental de la ética empresarial es prestar servicios y productos accesibles a amplias capas de la población, de alta calidad, confiables y eficientes. En la medida en que una empresa es más innovadora, hace uso más eficiente de los recursos escasos, sobre todo de los que tienen impacto ambiental, en definitiva, es más "empresarial" en satisfacer necesidades humanas,

mayor es su contribución al bienestar de la sociedad.

Un **segundo nivel** del comportamiento ético se refiere a las relaciones humanas dentro de la empresa. Si algo está reñido con la ética es la incongruencia o la hipocresía, de tal forma que difícilmente puede una empresa comportarse éticamente hacia la sociedad, si no lo hace al interior de sí misma. Ello implica:

- Máximo respeto a los derechos humanos de sus trabajadores.
- Transparencia y equidad en las relaciones laborales.
- Reconocimiento del mérito y del esfuerzo.
- Permanente preocupación por el bienestar material y espiritual del trabajador y de su familia.
- Estímulo del progreso, de la creatividad, del mejoramiento humano y profesional.
- Liderazgo basado en la legitimidad que da el ejemplo de la calidad moral.

En un **tercer nivel**, la empresa debe también trasladar su comportamiento ético a las relaciones con las "partes interesadas" (*stakeholders*), en concreto:

- Con los clientes y proveedores: relaciones de equidad, respeto y proporcionalidad en la prestación y cobro de servicios.

- Con los accionistas: rendición transparente de cuentas y razonable rentabilidad para su inversión.

- Con las autoridades: respeto por la normativa y marco legales.

- Con la comunidad: solidaridad con iniciativas comunales y minimización del impacto ambiental.

Experiencias recientes a nivel internacional y local han demostrado que el comportamiento ético de una empresa puede ser institucionalmente reforzado y preservado a través de la implantación de códigos de "buenas prácticas de gobierno corporativo". Estas consisten en disposiciones estatutarias y reglamentarias destinadas a crear instancias internas con normas de funcionamiento basadas en los siguientes principios:

- Equilibrio y contrapeso de poderes: las funciones y atribuciones de los tres pilares fundamentales del gobierno de una empresa (asamblea de accionistas, junta directiva y gerencia ejecutiva) deben estar bien definidas y diferenciadas.

- Fortalecimiento de la capacidad de control por parte de la junta directiva, mediante una presencia determinante de directores independientes y la constitución de comités de control en áreas críticas como auditoría, remuneraciones y reclutamiento del alto nivel gerencial, gestión integral de riesgos, etc.

una empresa no solamente debe ser ética "haciendo bien" las cosas, sino también debe "hacer el bien" y tratar de imprimirle a su actividad una dimensión explícitamente social.

- Establecimiento de códigos de ética, con especial énfasis en la transparencia y la rendición de cuentas.

Otra realidad que ha quedado demostrada en estudios comparativos de largo alcance es que las empresas con altos estándares éticos y buenas prácticas de gobierno corporativo han resultado ser más rentables y sustentables a largo plazo. Concretamente, la investigación de Collins y Porras en su libro "Built to Last" destaca que las empresas que han pervivido largo tiempo tienen en común la adopción de un claro conjunto de valores, una cultura de servicio al bien común y una alta conciencia social. De ahí la expresión un tanto "barata", pero no por ello incorrecta, de que "ser bueno es bueno para los negocios".

Ética y responsabilidad social

Por todo lo dicho hasta ahora, parecería que una empresa no es más ética porque haga más obras de filantropía, ya que una cosa es la ética y otra la responsabilidad social empresarial (RSE). Se puede ser ético –es decir, se puede hacer bien

lo que es nuestro negocio con la vista puesta en la calidad humana y en el progreso social–, sin tener un programa externo de RSE. Como también se pueden desarrollar programas sociales sin ser ético. Para entender esta paradoja baste imaginarse un programa social que fomente actitudes reñidas con la dignidad humana, como la mendicidad, el clientelismo, el sectarismo o el individualismo. Sin embargo, al margen de esta diferencia conceptual, creo que una empresa no solamente debe ser ética "haciendo bien" las cosas, sino también debe "hacer el bien" y tratar de imprimirle a su actividad una dimensión explícitamente social.

Soy un firme convencido de que la **primera línea** "intrínseca" de RSE debe consistir en darle dimensión social a todo o parte del negocio donde uno está, inventar formas de hacer negocio que al mismo tiempo constituyan un aporte social. Fíjese el lector que estamos hablando de hacer negocio, no caridad. La forma concreta que adopte esta primera línea de RSE variará según el país, la época y el tipo de negocio, pero hoy en nuestras latitudes debe ser básicamente alguna forma de facilitar el acceso de sectores excluidos a los productos y servicios que la empresa provee. Si entendemos la pobreza como el no acceso (marginación) a medios productivos, cualquier paso que se dé para acercar a los

marginados a nuestros productos y servicios hace sentido social. Adicionalmente, todo lo que se haga debe tener un fuerte contenido educativo.

Tomemos como ejemplo el caso del negocio bancario, donde es quizás más evidente la forma que esta línea "intrínseca" de RSE puede asumir: facilitar el acceso de los sectores populares a los servicios bancarios básicos, como medios de pago y, especialmente, crédito. Desde mediados de los 80', por ejemplo, se viene extendiendo en América Latina la red de instituciones financieras dedicadas al otorgamiento de microcréditos –créditos en pequeños montos a emprendedores que por su ubicación en zonas populares o por la informalidad del negocio no tienen acceso a la banca formal ni pueden dar garantías convencionales–. Al principio eran ONG's sin fines de lucro, pero el salto cualitativo se produjo en los 90' al surgir verdaderos bancos –algunos de ellos filiales de bancos convencionales– especializados en hacer negocios con la economía popular.

Venezuela se ha incorporado algo tarde a este movimiento, y hoy existe una institución privada operando desde 1999 (el Banco de la Gente Emprendedora, BanGente), que ha demostrado ser muy exitosa y que ha servido de estímulo para que otras instituciones financieras estén ya adelantando permisos

para constituir bancos de desarrollo especializados en microcréditos.

El éxito económico de las instituciones microfinancieras latinoamericanas bien manejadas es una demostración de que la rentabilidad social no tiene por qué estar reñida con la rentabilidad financiera. Esta es una excelente noticia, ya que para que las iniciativas sociales intrínsecas se propaguen masivamente –y de eso se trata, precisamente–, tienen que estar acompañadas de viabilidad y atractivo financieros.

La **segunda línea** de RSE son las “obras sociales” distintas al negocio, como apoyo a escuelas populares, programas de asistencia a la niñez abandonada, etc. Esta actividad está más cerca del ámbito de la filantropía que de la propia actividad empresarial. En el fondo son una contribución voluntaria que hacen los accionistas de las empresas a la sociedad, más allá de los impuestos.

Sería una mezquindad sin sentido restarles mérito a estas obras sociales que, de hecho, representan la casi totalidad del esfuerzo de RSE que hoy en día realizan las empresas. Pero creo que ha llegado el momento de hacer un mayor esfuerzo intelectual en idear proyectos de RSE de primera línea, proyectos que impregnen de contenido social el negocio en el que cada empresa se desenvuelve. Hay que darle rienda suelta a la creati-

vidad, porque las formas concretas serán tan variadas como variados son los ramos de actividad en el mundo empresarial.

Insisto en este enfoque intrínseco de la RSE, porque cuando ésta se limita a apoyar financieramente obras sociales externas y no nace de una visión ético-social del mismo negocio, corre el peligro de reducirse a un ejercicio propagandístico de mercadeo de imagen.

¿Por qué una empresa debe estar interesada en preservar un comportamiento ético y socialmente responsable? La respuesta es sencilla: porque le conviene. Primero, porque la rentabilidad social no tiene por qué estar reñida con la rentabilidad financiera. Segundo, porque relaciones éticas con los trabajadores y con las “partes interesadas” generan ambientes de creatividad, innovación, cooperatividad y alianzas, todos ellos elementos esenciales para el éxito de largo plazo. Y tercero, porque las empresas éticas y socialmente responsables son más respetadas por los clientes y atraen las preferencias de los consumidores.

(*) *Economista UCAB*

Pero creo que ha llegado el momento de hacer un mayor esfuerzo intelectual en idear proyectos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de primera línea, proyectos que impregnen de contenido social el negocio en el que cada empresa se desenvuelve.

