

Transparencia, Buen Gobierno Corporativo y Responsabilidad Social Empresaria

Hacia un nuevo contrato social?

Por Viviana Ferrari

En los últimos 40 años se han venido produciendo una serie de modificaciones en los roles y estereotipos de los diversos actores sociales y es notorio que tales cambios se suceden en forma cada vez más acelerada.

La familia, referencia básica e inicial de socialización y de introyección de pautas morales y éticas, ha sido, tal vez, la institución que más ha evolucionado. El modelo de familia extendida que fue tan eficaz en el pasado ha dado paso, hacia la década del '60, al de familia nuclear. En el entorno familiar se aprenden las normas de conducta, los hábitos, valores y formas de comunicación bases de la convivencia humana. La familia, hasta aquí, viene apareciendo como el principal vector de transmisión de valores, normas y comportamientos sociales, contruidos sobre estereotipos y creencias aceptadas y reconocidas por la comunidad.

Sin embargo, asistimos a cambios radicales en los mandatos sociales, formar una familia o tener pareja estable ya no es un status tan deseado. Muchas personas hoy eligen vivir solas apenas se insertan en el mercado laboral y adquieren su autonomía económica.

Por su parte, el sector público, perdió el gran protagonismo que había tenido luego de las gestas de unificación nacional, que se verificaron en Europa primero y en América siglos después. Los estados nacionales, que habían aglutinado y sintetizado los intereses y contradicciones de la sociedad, dejaron, en occidente, de ser generadores de pautas y valores, para transformarse en meros beneficiarios y administradores de las transformaciones sociales.

Así, más allá del derecho positivo, la trama social comenzó a evidenciar huellas de una cada vez más notoria anomia, tendencia a la levedad ética, falta de rigor y de coherencia en las conductas, todo lo cual aqueja las relaciones interpersonales en la vida privada de los hombres. La mediocridad de aspiraciones en lo que a crecimiento interior se refiere, fue compensada con una evidente propensión a buscar todas las metas en "el afuera" a través de una profunda ambición de logros mundanos; esta tendencia, que se encuentra caracterizada por un marcado individualismo en hombres y en mujeres, y un accionar según el axioma "el fin

justifica los medios”, en nuestro país, mostró una notoria profundización en la década de los noventa.

La libre empresa y el emprendimiento privado comenzaron a desempeñar un papel protagónico en la escena social de los países modernos. Organizaciones intermedias y sin fines de lucro, conocidas como “organizaciones no gubernamentales, ong”, y las corporaciones privadas pasaron a ejercer el rol de retroalimentación y de afirmación de aquellos valores incorporados en los primeros años o durante la educación formal.

Así se retoma el tema de la ética y, a través de un tejido horizontal, la sociedad vuelve a discutir temas vinculados con aquellos eternos planteos que siempre se formuló el hombre: la ética, el respeto, la confianza, la transparencia, etc.

Desde foros académicos, que proponen redimensionar aquellas nociones, hasta el renacimiento en las ciudades modernas del *café filosófico*, encuentro entre ciudadanos libres pensadores que recrean y se formulan aquellos mismos interrogantes que aquejaban a los griegos en la Academia de Atenas en el siglo I AC, la noción de valores y transparencia es una realidad social.

Conforme las estadísticas, cada vez son más los individuos que viven solos y pasan la mayor parte del día en sus lugares de trabajo. En este contexto, la empresa, administrada sobre la base de un conjunto funcional de principios que le sirven de guía, se ha convertido en una incubadora de valores y en fuente referencial para muchos individuos. Pero no es la única vertiente que cubren hoy las organizaciones privadas, ahora también se ocupan del bienestar psicofísico de sus empleados, proporcionan en sus edificios sectores para relax, clases de yoga, espacios para debatir temas de relación y en general se preocupan de dar un marco de contención emocional a sus empleados, propiciando su crecimiento personal. Aspectos todos estos que, antaño, eran cubiertos y satisfechos en el seno de la familia.

“Sé transparente y regula el mundo”

Uno de los valores que más se ha difundido es el de la transparencia, reconocida internacionalmente como necesaria e ineludible en la interacción de personas y de grupos, tanto en lo que hace al funcionamiento interno de las organizaciones como en su proyección externa, brindando en tales ámbitos información clara y confiable. Efectivamente, la transparencia es un fenómeno que ha atravesado las distintas capas de la comunidad internacional como respuesta a una nueva sensibilidad social hacia la difusión pública de la información y la adopción de códigos de buenas prácticas por parte de las corporaciones.

El sector agro industrial y el mercado de capitales han sido de los primeros en alinearse en estas prácticas. Las recomendaciones del Grupo Financiero

Internacional para la prevención del lavado de activos proveniente de actividades ilícitas, que motivaron en nuestro país el dictado de la Ley N°25.246 así como las resoluciones reglamentarias dictadas por la Unidad de Información Financiera, descansan sobre la norma internacional "*Know your client*" -conoce a tu cliente-, que no es otra cosa que la aplicación práctica del principio de la transparencia. Animados por idéntico espíritu, podemos aquí mencionar, el Decreto 677/01 denominado Régimen de la Transparencia en la Oferta Pública y las Normas de la Comisión Nacional de Valores, que recepcionan y consagran en el ordenamiento positivo, este principio que, como dijimos, ya transitaba en el seno de la sociedad, corroborando lo que se ha dado en llamar "el triunfo normativo del paradigma de la transparencia" .

Pero qué es la transparencia?

Podemos enunciarla como el principio generador de mecanismos interfuncionales que evitan el dispendio innecesario de recursos, las actividades ocultas, la improvisación, la discrecionalidad arbitraria, el nepotismo y, en general, todo abuso en el ejercicio de funciones de poder. Esto se aplica tanto a las organizaciones privadas como a la administración pública.

La transparencia se basa en brindar la mayor cantidad de información posible, tanto hacia adentro de la organización como hacia fuera.

Las organizaciones con management opaco generan entre sus empleados falta de confianza y recelo, resultando altamente corrosivo para la malla del tejido social corporativo, debilitando los vínculos interpersonales y atentando seriamente contra la solidaridad entre las personas que allí se desempeñan. El primer paso hacia la transparencia es, sin duda, la generación de una estrategia comunicacional a largo plazo, y el establecimiento de reglas claras y unívocas.

Para el cuerpo de la sociedad, la virtud corporativa de mantener una actitud ética y transparente, genera un valor agregado que va mucho más allá de su posicionamiento en ventas. Cuanto mayor información recibe la sociedad de una organización, es decir cuanto más transparente sea, más confiable se vuelve. Es decir, en los negocios, ser transparente es buen negocio.

La tendencia ha ido hasta el extremo, en los Estados Unidos muchas empresas no tienen inconvenientes en compartir sus secretos con sus competidoras e incluso admitir sus errores, el nombre de este nuevo juego se llama "Radical Transparency" Transparencia Radical y el tema fue tapa de la Revista Wired.



Buen Gobierno Corporativo

La idoneidad de la gestión o buen gobierno corporativo ha sido también una preocupación constante dentro del desarrollo de los mercados. Aquel antiguo concepto del “buen hombre de negocios”, que pide obrar con diligencia y previsión, vuelve hoy remozado y con nuevas aristas frente a los mayores desafíos planteados por la alta competitividad y el alto grado de desarrollo de las comunicaciones y de la tecnología.

Por ello, la adopción de un Modelo de Gobernabilidad sustentable por parte de las empresas representa ventajas competitivas al consolidar una posición de transparencia. El derecho anglosajón fue el primero en recepcionar en un conjunto de reglas, e institutos la noción de “*Corporate Governance*”, Gobierno Corporativo, con el fin de asegurar las buenas prácticas societarias, la transparencia del régimen de administración, gestión y control, haciendo hincapié en la independencia de los auditores externos y en la constante revisión y revalidación del sistema.

En general todos los países han recogido en sus legislaciones estos principios, (vgr. Decreto 677/01 en nuestro país que ya mencionamos), puesto que, en una economía globalizada, los inversores de países más desarrollados necesitan encontrar en el extranjero prácticas societarias confiables y una normativa homóloga a la que rige en sus propios países. Al respecto la normalización de los sistemas de gestión de la calidad a través de las Normas ISO fue el primer paso. Ahora las organizaciones cuentan con su “Código de Buenas Prácticas” donde recogen estos principios internacionales, que permiten maximizar el valor de la empresa tanto frente a los *shareholders* -accionistas- como los *stakeholders*, -

empleados, inversionistas y demás grupos de interés-, privilegiando la confianza como valor ético generado como correlato de la transparencia.

Responsabilidad Social Empresaria

Esta noción remite entonces a un conjunto de autorregulaciones y acciones de carácter voluntario de las empresas, que se llevan adelante basadas en el respeto por la ética, las personas, las comunidades y el medio ambiente. Este concepto, ampliamente difundido, hoy es materia de debate en foros ecuménicos.

Diferentes iniciativas de organismos internacionales impulsan la incorporación de la Responsabilidad Social Empresaria, (RSE) en la estrategia empresarial propiciando el comportamiento responsable de las empresas.

Diversas medidas dieron respuesta a esta iniciativa, una de ellas ha sido el desarrollo por parte de ISO, -la organización internacional para la normalización-, de una Norma Internacional sobre Responsabilidad Social, con el objeto de producir "un documento guía, escrito en un lenguaje sencillo que resulte comprensible y práctico para quienes no son especialistas".

En 2005, el entonces Secretario General de la ONU, Kofi Annan, nombró a John Ruggie, profesor de la Universidad de Harvard, como el responsable de "identificar y definir los estándares de responsabilidad corporativa de las empresas transnacionales". Annan ya percibía a las empresas como socios y parte de la solución, no como parte del problema de la gobernabilidad y desarrollo globales. Para el ex Secretario General de la ONU, "Es la ausencia de una amplia actividad comercial, no su presencia, la que condena a gran parte de la humanidad al sufrimiento". Annan ya había lanzado en 1999 la idea de un Pacto Mundial de las Naciones Unidas en materia de responsabilidad social de las empresas.

En nuestro país, se celebró en mayo de 2007 el I Foro empresarial del Pacto Global de la ONU, conforme el lema "la Responsabilidad social es un hecho". Uno de los objetivos es que la sinergia entre empresas, ONGs y gobierno forme parte vital de la base de negocios de las corporaciones. En este encuentro, se reunieron empresas privadas, redes sociales y organizaciones públicas adheridas a ese convenio de buenas prácticas empresariales. En este momento hay en el mundo más de 4.000 empresas adheridas entre ellas, alrededor de mil de América Latina.

Actualmente, la ONU trabaja con las escuelas de negocios, que tienen la responsabilidad de formar futuros líderes, que con toda seguridad requerirán conocimientos sobre asuntos sociales, protección del medio ambiente y lucha contra la corrupción, entre otros aspectos. Así, la ONU establece seis principios, previamente pactados con las grandes escuelas de negocios de todo el mundo, con el fin de servir de referencia para los centros educativos de postgrado.

El Pacto Mundial de Naciones Unidas ha puesto en marcha una nueva iniciativa con el objetivo de crear un catálogo de informes de responsabilidad social y ciudadanía corporativa, de este modo, las entidades adheridas elaboran anualmente un informe con el fin de promover la transparencia y el intercambio de las prácticas corporativas. El objetivo es crear una base de datos que sirva de apoyo, tanto al mundo académico como corporativo, de prácticas empresariales transparentes en materia de responsabilidad social.

Para Adolfo Sturzenegger la noción de Responsabilidad Social Empresaria, supone que para crecer y competir más eficientemente las empresas deben contribuir a generar un ambiente posibilitador ("enabling environment") que les permita llevar adelante con mayor facilidad sus negocios y operaciones.

Efectivamente, la RSE significa la consagración de prácticas operativas, procedimientos y procesos en las empresas orientados a potenciar externalidades positivas. Para nuestro país, contar con empresas reconocidas como socialmente responsables será otra distinción que lo colocará, en ese sentido, a la par de los standards internacionales.

* * *

Transparencia, Buen Gobierno Corporativo y Responsabilidad Social Empresaria, tres nuevos paradigmas que colocan a la empresa como pilar referencial del entramado social, donde la RSE es la resultante de los otros.

Los actores sociales repactaron sus roles, el contrato social ha sido revisado otra vez.