

El capitalismo que viene

ALDO OLCESE

La economía de mercado, basada en la propiedad privada y en la libertad de empresa, cuanto más extendida mejor, no está en crisis; lo que está en entredicho son las pautas de conducta abusivas de algunos dirigentes, de las grandes corporaciones financieras y empresariales y las normas, o la ausencia de ellas, que las permiten o las hacen posibles.

Hablemos de los remedios. Para mí, el eje troncal es la responsabilidad social de la empresa (RSE), que se manifiesta a través de una nueva empresa responsable y sostenible y que se gestiona mediante un nuevo paradigma fundamentado en el humanismo, que necesariamente ha de complementar, que no sustituir, al tradicional economicismo capitalista. Éste ha de desarrollarse más allá de lo que las normas obligan a las empresas como mayores autoexigencias dentro de la voluntariedad, que hacen mejores a las empresas frente al mercado.

Es el momento de la verdad, de dejar de arrastrar los pies en la implantación de la RSE y de sus dimensiones fundamentales.

1. El buen gobierno corporativo y la transparencia informativa y contable. Todos sabemos cuáles son los elementos básicos que desde hace más de una década han enturbiado el buen funcionamiento de los mercados y producido sus mayores quebrantos. Aquellos que no nos atrevimos a regular y quedaron en recomendaciones que no se han cumplido correctamente. De los códigos de buen gobierno corporativo basta transformar en obligatorias las recomendaciones sobre la independencia de los consejeros y sobre la retribución, vinculando más la remuneración variable de los altos dirigentes a los resultados a largo plazo, al concepto de sostenibilidad en el tiempo propio de esta nueva empresa.

Habría que añadir la obligatoriedad de especialización para los consejos de las entidades financieras.

En el ámbito de la transparencia no basta con revelar los conflictos de intereses y que sea el mercado quien juzgue sobre ellos. Hay que regular y prohibir aquellos que desde décadas oscurecen la transparencia y generan abusos y fraudes. La prohibición de los *nominees* que ocultan identidades sobre la titularidad de las operaciones y la reconversión de los paraísos fiscales y financieros *offshore* en plazas transparentes.

Se trataría de prohibir los conflictos de intereses en la prestación de los servicios

de auditoria de firmas que también los prestan de consultoría o asesoramiento legal y fiscal a las mismas empresas que auditan. Las empresas de *rating* que evalúan los riesgos y la solvencia de entidades vinculadas a sus propios accionistas. Las actividades de análisis financiero por parte de entidades que se analizan ellas mismas o a sus participadas y a sus clientes más estrechos, estableciendo recomendaciones sobre ellos. Procesos, todos ellos, en los que el conflicto de interés nubla el buen juicio y las valoraciones objetivas.

2. La competencia leal. Muchas son las empresas que desarrollan su modelo de negocio en ese territorio gris que se basa en realizar prácticas abusivas o desleales de competencia, porque sus beneficios compensan sobradamente las multas que han de pagar si pierden los pleitos en los tribunales de la competencia. Un aumento de los supuestos y sanciones en esta materia debería acometerse mediante una nueva normativa.

El eje troncal de los remedios debe ser una nueva empresa responsable y sostenible

Sería bueno dejar a los empresarios la iniciativa de desarrollar la responsabilidad social

3. La lucha contra la corrupción. Sectores muy relevantes de nuestra economía desarrollan en muchas de sus empresas prácticas corruptas algunas ilegales y otras en ese terreno gris de la *captura del funcionario* al que luego se recoloca en puestos de nivel en el sector privado y un largo etcétera de actuaciones que no son responsables; ni se concilian con la ética de los negocios.

4. Las relaciones responsables con los medios de comunicación. Cuántas veces hemos oído decir: "A ver si el Gobierno prohíbe la telebasura, o los confidentiales basura, pretendiendo que se conculque uno de los derechos fundamentales como es el de expresión". O bien: "A ver si la dirección de tal o cual cadena de televisión prohíbe tal o cual programa, haciéndose el *harakiri* en el programa de más audiencia".

Ello sin valorar que la subsistencia de este tipo de programas y medios depende de la publicidad de las empresas. Las empresas responsables no deben poner su dinero en ese tipo de programas y medios donde se cometen delitos contra derechos fundamentales de los ciudadanos.

5. La protección ambiental. Está demostrado que la ciudadanía en general y los jóvenes en particular valoran cada vez más las actuaciones encaminadas a la protección de nuestro medio natural. Especialmente aquellas que van más allá de lo que las normas exigen y muestran a las empresas que las practican como entidades responsables y comprometidas con la problemática del cambio climático.

6. La innovación responsable y la ecoeficiencia. Es evidente que toda empresa tiene la responsabilidad de innovar. Y esto es especialmente necesario en nuestro país, que se sitúa en uno de los puestos de cola de la UE en innovación, mientras se le reconoce como una de las diez economías más grandes e importantes del mundo.

7. La acción social. Apoyar a los desfavorecidos y desarrollar planes de actuación en colaboración con sus empleados que den soluciones a las necesidades de las minorías marginadas y que sean catalizadores de motivación entre la plantilla.

8. El mecenazgo. En los países modernos es cada vez más frecuente el hecho de que sea el sector privado quien apoye el acervo cultural, histórico, patrimonial, artístico y deportivo de un país. El papel de las empresas responsables es crucial en ello y los retornos en ventas, que no sólo en imagen, suelen ser espectaculares.

9. Recursos humanos. Las empresas responsables y sostenibles desarrollan una política de compensaciones sociales más allá de las normas laborales, con la finalidad de aumentar la motivación de su plantilla, asegurar una fidelización mayor y mejorar la calidad de vida de sus empleados que redunde en una mayor efectividad de su trabajo.

Nuevos valores y principios empresariales. Para que este paradigma de empresa se consolide hace falta que se instalen en las organizaciones unos nuevos valores.

Aparecen nuevos fundamentos de la empresa responsable y sostenible, tales como la apertura y sensibilidad hacia el entorno, el sentido de comunidad, la capacidad de innovar, la consideración del largo plazo y la creación de valor. Para su implantación en las empresas se requieren nuevos valores y principios que son parejas de éstos,

muy vinculados al humanismo y a las habilidades y sentimientos de los seres humanos, y de los tradicionales, que son complementados contraponiéndolos y potenciándolos entre sí: 1. Bien común y bien propio. 2. Colaboración y competitividad. 3. Emocional y racional. 4. Confianza y control. 5. Aprendizaje y eficiencia. 6. Coherencia e imagen. 7. Diálogo y comunicación. 8. Holarquía y jerarquía. 9. Diversidad y uniformidad. Ellos configuran la columna vertebral, el pulmón y el corazón de las nuevas empresas responsables y sostenibles, y definen su nueva misión como organizaciones orientadas al beneficio de todos los grupos de interés que participan en el mundo de la empresa, empezando por los accionistas, que son los más importantes pero no los únicos. Así, este nuevo modelo de empresa asegura y combina mejor la función económica que le es propia y la responsabilidad con la sociedad en la que desenvuelve su actividad. El diálogo permanente y fluido con todos los grupos de interés es otra de las características irrenunciables de esta nueva economía de la empresa, que la hace mucho más fuerte, flexible y eficiente y que potencia enormemente la estrategia empresarial y su sostenibilidad.

El compromiso de la sociedad civil. Hemos perdido mucho tiempo mirando para otro lado desde la sociedad civil en relación con este nuevo paradigma empresarial. Hemos dejado espacios de la libertad económica preciada y preciosa que no hemos sabido cubrir con responsabilidad y compromiso. Hemos permitido los excesos de un capitalismo economicista extremo porque hemos exigido autorregulación sin ejercer autocontrol y autocritica. Y ésta es una ecuación que no puede funcionar, como desgraciadamente se ha demostrado.

Pero nunca es tarde si la dicha es buena y, a pesar de los vientos intervencionistas que soplan por doquier al socaire de la crisis financiera internacional, sería bueno para la nueva economía de mercado basada en la empresa responsable y sostenible que los políticos dejaran a los grupos de interés encabezados por los empresarios la iniciativa de desarrollar e implementar los contenidos de la RSE en las empresas, en un ejercicio sano de la libertad de empresa, y regular por una norma de transparencia la manera de reportar y trasladar al mercado la ejecución de la misma.

Aldo Olcese es presidente de la Sección de Ciencias Empresariales y Financieras de la Real Academia de Economía.

Diario *El País Negocios* Domingo 16 de noviembre de 2008, p. 29.

