

ÉTICA, VALORES Y GOBIERNO CORPORATIVO

Thomas Clarke

La toma de decisiones comerciales es un ejercicio moral

INTRODUCCIÓN

Desde los principios de la actividad comercial, se ha cuestionado la base ética de los negocios. En la civilización griega de la Antigüedad Aristóteles supo distinguir fácilmente entre el comercio básico necesario para el funcionamiento de cualquier economía y el comercio con ánimo de lucro capaz de degradarse en la usura no productiva (Solomon 1992, 321). La mayoría de las principales religiones del mundo, incluidos cristianismo, islamismo y confucianismo, ven los negocios con escepticismo. Shakespeare inmortalizó la corruptibilidad en potencia de los negocios en *El mercader de Venecia*, al decir “No es oro todo lo que reluce”. Frentrop (2003) apunta de forma gráfica cómo la avaricia, la especulación, los engaños y las frecuentes quiebras salpicaron las fortunas de las primeras grandes empresas comerciales, empezando por la Compañía Neerlandesa de las Indias Orientales. En 1776 Adam Smith, en su obra *La riqueza de las naciones*, hizo un comentario mordaz sobre la gestión empresarial que acabaría perdurando a lo largo de los siglos: “De los directores de estas empresas [...] siendo administradores más bien del dinero ajeno que del suyo propio, no se puede en realidad esperar que lo controlen y administren con la misma atención constante con que los socios de una sociedad limitada suelen controlar su propio dinero [...] En consecuencia, serán inevitables la negligencia y el derroche,

en mayor o menor grado, en la gestión de los negocios de una empresa de ese género” (Smith 1976, 264-265).

Con los avances tecnológicos que trajo consigo la revolución industrial, se amplió la difusión de la propiedad de muchas grandes empresas, porque ninguna persona, familia o grupo de gestores podían aportar suficiente capital para sostener el crecimiento. Berle y Means describieron las profundas implicaciones de esta *separación entre la propiedad y el control*: “la disolución del antiguo átomo de la propiedad en sus elementos constituyentes, el control y el usufructo” (1933, 8). Berle y Means tenían la esperanza de que este concepto diferente de la corporación diese lugar al desarrollo de una rendición de cuentas mucho más amplia para con la comunidad, reconociendo así la importancia de la difusión de la propiedad y la concentración del control en la corporación moderna: “El poder económico en manos de las pocas personas que pueden controlar una corporación gigantesca es una fuerza tremenda que puede perjudicar o beneficiar a una gran cantidad de individuos, afectar a barrios enteros, desplazar las corrientes del comercio, arruinar a una comunidad y enriquecer a otra” (Berle y Means 1933, 46).

Sin embargo, en el mundo angloamericano cualquier esperanza de un sentido más amplio del deber fiduciario en el seno de las corporaciones se socavó durante las últimas décadas del siglo XX, cuando los mercados de capital llegaron a ser más agresivos y menos estables, y se disparó la remuneración de los altos cargos mediante las opciones de compra de acciones. Una sucesión de ciclos de una economía en alza a la que siguió el colapso de los mercados y una recesión que culminó en 2007-2008 con la primera crisis económica global, que también representó una crisis de gobierno y de regulación. El desastre económico más grave desde la Gran Depresión de los años treinta ha dejado al descubierto los peligros de la falta de regulación en los mercados, del gobierno corporativo nominal y de una gestión descuidada de los riesgos. Lo que también se ha puesto alarmantemente de

manifiesto es la existencia de un sistema económico, corporaciones y gestores que carecen del más mínimo sentido ético.

Se ha argumentado que la lógica dominante durante esta época, tanto en las finanzas como en la ley de la *teoría de la agencia*, había convertido a los gestores en meros principales de los accionistas. La teoría de la agencia afirma que el valor para los accionistas es el objetivo corporativo final hacia el que se incentiva y obliga a los gestores: “La crisis ha demostrado que los gestores muchas veces son incapaces de resistir las presiones impuestas por los accionistas. En sus decisiones empresariales, pesa más el valor de mercado a corto plazo que la salud a largo plazo de la empresa” (Segrestin y Hatchuel 2011, 484; Jordi 2010). La teoría de la agencia se ha convertido en “un pilar fundamental del [...] gobierno corporativo” (Lan y Heracleous 2010, 294). Cuando los Gobiernos, reguladores e instituciones financieras estudiaron qué había fallado durante la crisis, se extendió una nueva idea de la importancia de una regulación sólida, un gobierno corporativo atento y unas directrices éticas más fuertes. De hecho, lo que emerge en la actualidad es una integración del gobierno corporativo, la responsabilidad social corporativa y la sostenibilidad corporativa, lo cual ofrece potencialmente un nuevo marco para los negocios éticos.

Este nuevo marco ético emergente para los negocios proporciona una base más sólida para el ejercicio de los valores morales y el razonamiento ético. “Los empresarios tienen una responsabilidad en última instancia como individuos, pero se trata de una responsabilidad individual en un entorno corporativo en el que sus responsabilidades, al menos parcialmente, se definen por sus papeles y funciones dentro de la empresa... a su vez, las empresas se definen por su(s) papel(es) y responsabilidades como parte de una comunidad mayor” (Solomon 1992, 320). Esto sugiere una alineación ética de individuos, empresas y el sistema económico, que aparece recogida en la definición de gobierno corporativo que ofrece Cadbury y que ha sido adoptada por el Banco Mundial:

El gobierno corporativo se centra en mantener el equilibrio tanto entre los objetivos económicos y sociales como entre los individuales y colectivos. El marco de gobierno existe para fomentar el uso eficiente de los recursos, así como para exigir la responsabilidad en la administración de los mismos. La meta es alinear en todo lo posible los intereses de los individuos, las empresas y la sociedad.

La crisis de 2007-2008 ha dejado al descubierto los peligros de la falta de regulación en los mercados, del gobierno corporativo nominal y de una gestión descuidada de los riesgos sin el más mínimo sentido ético

Esta definición resalta la importancia del gobierno corporativo para proporcionar los incentivos y medidas necesarias para lograr el éxito en los negocios, y, en segundo lugar, para proporcionar la rendición de cuentas y transparencia necesarias para garantizar la distribución equitativa de la riqueza resultante. Por último, la importancia del gobierno corporativo a la hora de fortalecer la estabilidad y equidad de la comunidad general reconoce un papel más positivo y proactivo a las empresas. No es que el gobierno corporativo y la regulación sean inherentemente restrictivos, sino que pueden representar una forma de facilitar que las empresas logren sus objetivos más altos. De igual modo, se puede imaginar un enfoque más positivo respecto a la ética empresarial (Solomon 1992, 330):

La ética empresarial se concibe demasiado a menudo como una serie de imposiciones y limitaciones que obstaculizan la conducta empresarial en lugar de ser la fuerza motivadora de dicha conducta... si se interpreta correctamente, la ética no consiste ni debería consistir en una serie de principios o normas prohibitivos, sino que la virtud de una ética de la virtud forma parte intrínseca

y es el motor de una vida llena de éxitos y bien vivida. Su motivación no debe necesariamente depender de una serie de exámenes de conciencia o deliberaciones complicadas, sino proseguir en las mejores empresas con el flujo fluido de las relaciones interpersonales y un sentido mutuo de misión y del trabajo bien hecho.

DESARROLLO HISTÓRICO DEL GOBIERNO CORPORATIVO Y LA RESPONSABILIDAD

El equilibrio de buscar oportunidades de mercado manteniendo a la vez la rendición de cuentas resultó un reto básico para las actividades empresariales desde la llegada de la sociedad por acciones durante los primeros años del industrialismo. La responsabilidad de las empresas se vio constantemente cuestionada y suspendió históricamente esta prueba a menudo ante la opinión pública. Maurice Clark lamentó la manera en la que el negocio “heredó una economía de irresponsabilidad” de las convicciones del *laissez-faire* y las prácticas de los principios del industrialismo (1916). Clark argumentó que las transacciones comerciales no se producían de forma aislada, sino que tenían una serie de consecuencias sociales y económicas más amplias que debían tenerse en cuenta, que tenían además un impacto directo en el empleo, la salud y el medioambiente. Insistió además en la necesidad de llevar a cabo una regulación legal que garantizase protección frente a los abusos, aunque esto nunca podría sustituir al sentido general de la responsabilidad en los negocios, que trasciende las disposiciones legales establecidas, evitando así la presencia de fuerzas competitivas que podrían precipitarnos al vacío. De ahí que en opinión de Clark sea necesario limitar el surgimiento periódico de una competencia destructiva mediante “una economía responsable, que se desarrolle y se incorpore en nuestra ética laboral y empresarial” (1916).

El debate respecto al alcance real de la rendición de cuentas y la responsabilidad de la empresa ha seguido vigente hasta nuestros días, salpicado por

algún escándalo público aislado en infracciones comerciales, y exige un mayor reconocimiento de las obligaciones sociales del negocio. En el punto álgido de la depresión económica de Estados Unidos en el año 1932, Dodd hizo un dramático llamamiento en las páginas de la *Harvard Law Review*: “De hecho hay una creciente sensación no solo de que el negocio tiene responsabilidades para con la comunidad, sino de que los directores de nuestras empresas que controlan el negocio deberían gestionarlo, de forma voluntaria y sin necesidad de esperar a que se les obligue legalmente, cumpliendo así con sus responsabilidades”. Esto se identificaba con la idea insistente de Berle y Means de que las grandes corporaciones no solo atienden a los propietarios o al control, sino a toda la sociedad”. A pesar de que Berle iniciaría posteriormente un debate prolongado con Dodd respecto al tema central de “For Whom Are Corporate Managers Trustees”, Berle (1955) acabaría admitiendo posteriormente el argumento de Dodd de que los poderes de gestión le eran confiados a toda la comunidad (Wedderburn 1985, 6).

Estas opiniones tan francas no se limitaron solamente al nivel de la especulación académica, sino que muchas veces se trasladaron a interpretaciones y prácticas jurídicas, políticas y empresariales. Por ejemplo, en el caso de la decisión *Teck Corp Ltd v. Millar*, el Tribunal Supremo de Columbia Británica (Canadá), a pesar de mantener identificados los intereses de la empresa con los de los accionistas, acordó otorgar a los consejeros una licencia en virtud de sus deberes fiduciarios para tener en cuenta los intereses de otras partes (*Teck Corp Ltd v. Millar* 1973, 313-314):

Según la teoría clásica, los directores tienen una obligación para con la empresa. Los accionistas de la empresa son la empresa en sí [...] y por tanto los directores no pueden tener en cuenta de forma legítima ningún interés que no sea el de los accionistas. Pero incluso aceptando este hecho, cabría preguntar ¿qué entraría en el ámbito de la definición de los intereses de los accionistas? ¿Con qué normas se pretenden medir los intereses de los accio-

nistas? Una teoría clásica que anteriormente era incuestionable ahora debe rendirse a los hechos de la vida moderna. De hecho, ya se ha rendido a ellos. Si hoy en día los directores de una empresa tuviesen en cuenta los intereses de sus empleados, nadie afirmaría que al hacerlo no actúan de buena fe por los intereses de la propia empresa. De igual modo, si los directores tuvieran en cuenta las consecuencias para la comunidad de una política determinada que la empresa pretendiera desarrollar, y a raíz de ello se desviarán de su compromiso con dicha política, no se podría decir que no han tenido en cuenta de buena fe los intereses de los accionistas.

Wedderburn (1985, 12) documenta un compromiso equivalente práctico y profundamente arraigado de responsabilidad corporativa en una amplia sección de las creencias de la posguerra de los líderes de la comunidad empresarial británica. A nivel mundial se sigue produciendo un debate muy animado respecto al alcance de los deberes de los directores. En Australia, el artículo 181 de la Corporations Act obliga a los directores y a otros cargos corporativos a ejercer sus poderes y a cumplir con sus deberes:

- de buena fe y en beneficio de la corporación;
- con un fin apropiado.

En virtud del derecho consuetudinario, los directores tienen la obligación de actuar en beneficio de “la empresa en su conjunto”. Esta frase se ha interpretado tradicionalmente como una referencia al bienestar económico de los accionistas entendidos como junta general (aunque los consejeros tienen la obligación de tener en cuenta los intereses económicos de los acreedores en casos de insolvencia real o posible de la empresa). Una generación reciente de economistas financieros ha ayudado a trasladar este principio general de la primacía de los accionistas a una búsqueda más específica del valor para los propios accionistas. Esta definición restrictiva del valor para los accionistas se ha vinculado muchas veces con el cortoplacismo

y con la falta de atención a responsabilidades corporativas más amplias en aras de una maximización inmediata de los beneficios. Ha surgido una preocupación por que los directores que pretenden tener en cuenta los intereses de otros actores puedan quedar expuestos. Sin embargo, una interpretación más amplia del valor para los accionistas sugiere que este solo podrá liberarse reconociendo y desarrollando plenamente todas las demás relaciones constituyentes de la corporación (con los clientes, empleados, proveedores, distribuidores y la comunidad).

Tradicionalmente, en muchos países europeos el derecho mercantil ha respaldado un sentido de las obligaciones sociales y ambientales más amplias que tienen las empresas, y este planteamiento continúa a pesar del entusiasmo que ha despertado recientemente el principio del valor para los accionistas, ya que algunas grandes empresas europeas buscan por primera vez el respaldo de inversores internacionales. El Reino Unido se ha mantenido a un lado del resto de Europa como exponente influyente del planteamiento basado en el mercado angloamericano respecto al gobierno corporativo. Sin embargo, en un intento por deshacerse de la retórica del derecho mercantil que se formó en el siglo XIX y para hacer que la ley fuese más accesible, se creó un grupo director de revisión del derecho mercantil (CLR, *Company Law Review*). En el documento consultivo resultante, llamado *Modern Company Law for a Competitive Economy: Developing the Framework* (2000), se propuso por primera vez la necesidad de crear una declaración legal de las obligaciones de los directores (antiguamente los componentes básicos de estas obligaciones aparecían en la jurisprudencia), dando un paso significativo hacia la aceptación de una mayor información corporativa tanto social como ambiental (CLR 2000, 180-181):

La contabilidad y la elaboración de informes actual no ofrecen la transparencia adecuada y previsor de la información cualitativa que es de suma importancia para evaluar el rendimiento y el potencial para los accionistas, inversores, acreedores y otras per-

sonas. Esto es especialmente cierto en el entorno moderno del cambio técnico, y con la creciente importancia de lo “blando”, o activos intangibles, las marcas, los conocimientos y las relaciones empresariales. La memoria anual completa debe ser capaz de abarcar estos elementos, como un informe de administración y como un medio de comunicación con unos mercados más amplios y con el público [...] Creemos que ha llegado el momento de exigir a las empresas más grandes que faciliten una revisión operativa y financiera que cubra lo cualitativo, “blando” o intangible, y la información de amplias miras que exigen el mercado moderno y la toma de decisiones empresariales moderna, convirtiendo la práctica de las empresas mejor gestionadas en un requisito para todas las empresas.

Estas cuestiones fueron ampliamente tenidas en cuenta en el Reino Unido durante varios años en las deliberaciones de la revisión del derecho de sociedades moderno. Se adoptaron dos enfoques distintos:

- un enfoque pluralista según el cual se reformularían las obligaciones de los directores para promover los intereses de otros grupos de interés, incluso en detrimento de los accionistas;
- un enfoque de creación de valor “inteligente” para los accionistas que aporte a los directores mayor flexibilidad para poder tener en cuenta a más largo plazo las consideraciones y los intereses de diversos *stakeholders* al anticipar el valor para los accionistas.

A la hora de considerar estos enfoques, salen a la luz las cuestiones esenciales de en qué consiste la corporación y cuáles son los intereses que debería representar, tal y como argumenta Davies con elocuencia (2005, 4):

La pregunta clave es: ¿qué dice la declaración obligatoria acerca de los intereses que deberían promover los directores al ejercer sus poderes discrecionales? Durante mucho tiempo la respuesta a

esta pregunta se ha visto ocultada por el mantra del derecho consuetudinario que establece que las obligaciones de los directores se deben a la empresa. A pesar de tratarse de una declaración de suma importancia a la hora de hacer cumplir las obligaciones y los recursos complementarios, no contesta a nuestra pregunta sobre de quién son los intereses que deberían promover los directores. Esto se debe a que la empresa, como persona artificial que es, no puede tener otros intereses que no sean los de las personas asociadas a ella, ya sea como accionistas, acreedores, empleados, proveedores, clientes u otras personas. Por lo tanto, la pregunta clave al referirnos a la empresa es: ¿a los intereses de cuál de estos colectivos de personas físicas nos estamos refiriendo?

Posteriormente, como miembro del grupo director de CLR, Davies defiende la visión del valor “inteligente” para los accionistas, llegando a sugerir que el enfoque pluralista genera una fórmula imposible de aplicar y que, paradójicamente, otorga a los gestores mayor libertad de la que disponían anteriormente. Redmond, un experto jurídico australiano, refrenda ampliamente esta crítica de la ampliación excesiva del alcance de las obligaciones de los directores (Redmond 2005, 27):

El modelo pluralista o multifiduciario está basado en una visión social corporativa y no en la propiedad. En dicho modelo se identifica el objeto corporativo con la maximización de la utilidad de la comunidad. Se trata de una medida sin un resultado determinado que crea unas dificultades especiales a la hora de materializarse en una obligación legalmente vinculante. La indeterminación de los criterios para medir la decisión y el rendimiento también pone de manifiesto una posible pérdida de responsabilidad para los directores, dado que ofrece un ámbito más amplio para justificar la mayoría de decisiones. No es fácil oponer resistencia a la conclusión de la revisión del Reino Unido que o bien

confiere a los propios gestores una amplia discrecionalidad normativa que resulta imposible de cumplir, o bien otorga a los tribunales una jurisdicción muy amplia. El modelo necesita una rehabilitación práctica o unos parámetros que ofrezcan mejores resultados. No queda claro si es posible encontrar alguna de estas cosas.

En la Ley de Reforma del Derecho de Sociedades británica (2005) ha prevalecido el enfoque del valor “inteligente” para los accionistas en el artículo 156, en el que se define la obligación esencial de los directores de la siguiente manera:

Deber de promocionar el éxito de la empresa

1. El director de una empresa debe actuar de la forma que considere, de buena fe, que tiene más posibilidades de promover el éxito de la empresa en beneficio de sus socios en conjunto.
2. Cuando o en la medida en que los propósitos de la empresa incluyan o consistan en propósitos que no sean el de beneficiar a sus socios, el director tendrá la obligación de actuar de la manera que considere, de buena fe, que le ofrece mayor probabilidad de conseguir estos propósitos.
3. Al cumplir con la obligación impuesta en la presente sección, el director deberá (hasta donde sea razonablemente viable) tener en cuenta:
 - a. las posibles consecuencias a largo plazo de cualquier decisión adoptada,
 - b. los intereses de los empleados de la empresa,
 - c. la necesidad de fomentar las relaciones comerciales de la empresa con proveedores, clientes y otras personas,
 - d. el impacto de las actividades de la empresa en la comunidad y en el medio ambiente,

- e. la conveniencia de que la empresa goce de reputación por mantener unos altos niveles de conducta empresarial, y
 - f. la necesidad de actuar imparcialmente, al igual que entre los socios de la empresa.
4. El deber impuesto en la presente sección será efectivo con independencia de lo dispuesto en cualquier ley o determinación jurídica que obligue a los consejeros a tener en cuenta o actuar conforme a los intereses de los acreedores de la empresa.

Esta cláusula reemplaza al criterio de los directores de tener en cuenta los intereses de los *stakeholders*, con la obligación por parte de los primeros de cumplir con lo siguiente (Davies 2005, 5):

Por lo que respecta a las obligaciones de los directores, este es el aspecto central del enfoque del valor “inteligente” para los accionistas. El objetivo consiste en dejar claro que aunque los intereses de los accionistas sean predominantes (promoción del éxito de la empresa en beneficio de sus miembros), la promoción de los intereses de los accionistas no exige hacer caso omiso a los intereses de otros grupos de cuyas actividades depende el éxito de la empresa. De hecho, la promoción de los intereses de los accionistas exigirá que se fomenten los intereses de otros grupos de personas. Por tanto, los directores deben tener en cuenta los intereses de los grupos que no son accionistas, aunque, por supuesto, en este enfoque centrado en los accionistas, solamente en la medida en que el hecho de proteger esos otros intereses promueva los intereses de los accionistas. Se puede decir que la formulación legal expresa la idea de que no es probable que los accionistas tengan éxito en una empresa cuyo personal está continuamente en huelga, a cuyos clientes no les gustan sus productos y cuyos proveedores tienen relaciones comerciales con la competencia.

De esta manera, la ley de reforma del derecho de sociedades transcurre por la delgada línea legal que hay entre el sentido del “valor ‘inteligente’ para los accionistas” que se está convirtiendo en la mejor práctica de muchas empresas líderes, y las reivindicaciones más radicales del derecho de sociedades para que se adopte un sentido más “pluralista” respecto a los objetivos fundamentales de la empresa y los intereses que se van a atender. La reforma gestiona este equilibrio sugiriendo que los objetivos pluralistas de maximizar el rendimiento empresarial en beneficio de todos los *stakeholders* pueden ser mejor atendidos por los directores profesionales que buscan oportunidades comerciales dentro de un marco de normas y rendición de cuentas (CLR 2000, 14):

El objetivo global debería ser pluralista en el sentido de que las empresas deberían gestionarse de tal manera que maximicen la competencia global, así como la riqueza y el bienestar de todos. Pero los medios que el derecho de sociedades utiliza para alcanzar este objetivo deben tener en cuenta las realidades y la dinámica que operan en la práctica a la hora de llevar una empresa comercial. Esto no debería hacerse a costa de un proceso de conversión de los directores de la empresa en el que pasan de responsables de la toma de decisiones empresariales a árbitros morales, políticos o económicos, sino aprovechando una toma de decisiones centrada, global y competitiva dentro de unos estándares profesionales sólidos y objetivos, y una rendición de cuentas flexible, aunque pertinente.

La reforma aboga por el máximo poder de los accionistas para nombrar o cesar a directores por cualquier motivo que consideren oportuno, así como para intervenir en la gestión hasta donde permita la constitución, confesando lo siguiente: “Existe una clara incoherencia entre dejar intactos estos poderes de los accionistas, y posibilitar o incluso exigir a los consejeros que tengan en cuenta unos intereses más amplios [...] el efecto será el de hacer

que las transacciones menores dentro del alcance de los poderes de los consejeros estén sujetas al enfoque pluralista y más extenso, mientras que las más importantes serán para los accionistas, sujetas exclusivamente a las mínimas restricciones que se les apliquen” (CLR 2000, 26).

La responsabilidad moral se produce cuando las empresas incumplen las expectativas de comportamiento ético hasta tal punto que peligra el valor del negocio

Es probable que, con el tiempo, las propuestas del derecho de sociedades moderno faciliten una adopción más amplia y consciente por parte de las empresas británicas de compromisos sociales y ambientales, así como la voluntad de informar plenamente sobre ellos. Con el tiempo es posible que tales compromisos sociales y ambientales lleguen a formar parte de las buenas prácticas corporativas y de gestión, como ya es universal el compromiso con la calidad en la producción de mercancías y servicios. Además, al igual que en el Reino Unido, donde la publicación del código Cadbury de gobierno corporativo ha instado a más países a adoptar un código similar, también es posible que otros países, sobre todo los que comparten con el Reino Unido la tradición del derecho consuetudinario, empiecen a revisar su propio derecho de sociedades para lograr objetivos parecidos.

Una de las razones por las que la agenda de la responsabilidad corporativa resulta cada vez más irresistible es que mientras la responsabilidad jurídica de las corporaciones es más profunda, cada vez tiene mayor influencia lo que se ha descrito como una responsabilidad moral emergente y en proceso de consolidación. A este respecto, el proceso legislativo va por detrás de lo que la sociedad piensa, valora y respeta. La responsabilidad moral se produce cuando las empresas incumplen las expectativas de comportamiento ético hasta tal punto que peligra el valor del negocio. Cada vez hay una mayor con-

vergencia entre estos dos tipos de responsabilidad, conforme las empresas se ven bajo el minucioso análisis de la ley y, en muchas ocasiones de forma más inmediata y acusada, de la opinión pública (SustainAbility 2004, 5).

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

El limitado enfoque del gobierno corporativo aplicado exclusivamente al control interno de la empresa y que simplemente cumple la regulación ha dejado de ser defendible. En el pasado esta situación permitió a las corporaciones actuar de una forma sumamente irresponsable mediante la externalización de los costes sociales y ambientales. Los objetivos corporativos descritos como “generación de riqueza” han provocado con demasiada frecuencia la pérdida del bienestar de las comunidades y la ecología. Sin embargo, en el futuro cada vez resultará más frecuente que la licencia para operar no se otorgue con tanta facilidad a corporaciones y otras entidades. Dicha licencia dependerá de que se mantengan los estándares máximos de integridad y la práctica de la conducta empresarial. El gobierno corporativo fundamentalmente se encargará de realizar un control continuo y responsable no solo de la situación financiera de la empresa, sino también del impacto social y ambiental de la misma.

El incremento sustancial de la variedad, relevancia e impacto de las iniciativas sociales y ambientales empresariales en los últimos años sugiere la creciente importancia de la sostenibilidad. Una vez considerada como la preocupación de unas cuantas personas y empresas filantrópicas, la responsabilidad social y ambiental corporativa parece estar consolidándose en muchas corporaciones como un elemento crítico de dirección estratégica, además de ser uno de los principales impulsores de desarrollo del negocio y un componente esencial de la gestión de riesgos. La responsabilidad social y ambiental corporativa (RSC) parece estar pasando rápidamente de ser una cuestión marginal a estar integrada en la corriente principal de la

actividad empresarial, con un mayor reconocimiento de la relación directa e ineludible que se da entre el gobierno corporativo, la responsabilidad corporativa y el desarrollo sostenible.

La creciente importancia de este movimiento recién reactivado se hace patente en la frecuencia actual y en la magnitud de las actividades que hay en cada nivel (Calder y Culverwell 2005, 43). De entre las organizaciones internacionales, Naciones Unidas se encuentra coordinando una asociación público-privada entre el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y ciento setenta bancos, aseguradoras y gestores de activos de todo el mundo, entre los que se incluyen Deutsche Bank, Dresdner Kleinwort Wasserstein, Goldman Sachs, HSBC y UBS, con el fin de explorar la importancia financiera de las cuestiones ambientales, sociales y de gobierno de la valoración de títulos (PNUMA 2004). A principios de 2005 la ONU convocó a un grupo de veinte de los mayores inversores institucionales del mundo para negociar una serie de principios de inversión responsable, y publicó un *Informe de capital circulante* a principios de 2006 en calidad de guía para la comunidad inversora sobre cómo incorporar las cuestiones ambientales, sociales y de gobierno a sus procesos de propiedad y toma de decisiones sobre las inversiones. Esto se basa en el trabajo desarrollado por la red del Pacto Mundial de la ONU con más de mil quinientos firmantes empresariales, que trabaja con las principales bolsas de valores del mundo y con la Federación Internacional de Bolsas de Valores para presentar los principios de responsabilidad corporativa en los mercados de capitales y con las corporaciones públicas (ONU 2000).

En el año 2005 diferentes inversores institucionales, en representación de 21 billones de dólares estadounidenses en activos, se reunieron para el tercer Proyecto de Divulgación de Emisiones de Carbono (CDP, Carbon Disclosure Project), donde solicitaron conjuntamente a las mayores empresas mundiales que divulgaran información acerca de las emisiones de gases de efecto invernadero y el enfoque adoptado en relación con la gestión de los

riesgos del carbono (PNUMA FI 2005). Por último, treinta y seis de los mayores bancos del mundo, en representación de más del 80% del mercado global de financiación de proyectos, han adoptado los Principios del Ecuador, una serie de principios voluntarios que dan una idea general de las disciplinas ambientales, sociales y de los derechos humanos asociadas a la financiación de proyectos por encima de los 50 millones de dólares estadounidenses (Freshfields Bruckhaus Deringer 2005). Estos principios fueron originariamente creados por la International Finance Corporation, la sección de inversiones en el sector privado del Banco Mundial. La OCDE también desempeña un papel activo en la promoción de la responsabilidad social corporativa en sus pautas para las operaciones de las empresas multinacionales. Por su parte, la Unión Europea está fomentando de manera activa la responsabilidad social corporativa como la aportación empresarial al desarrollo sostenible (OCDE 2000; Comisión Europea 2003, 2004). A nivel nacional, existe un creciente número de Gobiernos europeos, y de todo el mundo, que se ha identificado plenamente con la llamada a la responsabilidad social y ambiental corporativa, incluso con las dificultades evidentes al aplicar el Protocolo de Kioto y crear un régimen de políticas climáticas internacionales eficaz.

A nivel empresarial el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible y la Iniciativa de la Ciudadanía Corporativa Global del Foro Económico Mundial han logrado proyectar la responsabilidad corporativa en las mentes de la élite empresarial internacional (WBCSD 2002, 2004; WEF 2005). Otras organizaciones empresariales que han adoptado un papel activo en la promoción de la responsabilidad social corporativa son la Business Leader's Initiative on Human Rights, la Conference Board, la organización Business in the Community y la asociación Business for Social Responsibility. Un gran número de empresas líderes se han inscrito en la Global Reporting Initiative y más de dos mil empresas internacionales publican en la actualidad su rendimiento de la responsabilidad social corporativa (muchos de ellos se pueden consultar en www.csrwire.com). En 2011 la

Global Reporting Initiative publicó nuevas pautas sobre la importancia, la participación de los *stakeholders*, el contexto de sostenibilidad y la integridad de la elaboración de memorias (Global Reporting Initiative 2011). Reforzando la nueva buena voluntad de los ejecutivos de las empresas por divulgar sus compromisos de responsabilidad social corporativa se encuentran los nuevos índices, incluidos el índice de sostenibilidad Dow Jones y la serie de índices FTSE4Good. Por último, cabe mencionar que está proliferando una serie de consultorías, ONG y grupos de activistas que ofrecen asesoramiento y controlan activamente las actividades de responsabilidad social corporativa a lo largo de toda la cadena de valores global (Banco Mundial 2003).

El gobierno corporativo se encargará de realizar un control continuo y responsable de la situación financiera de la empresa y del impacto social y ambiental de la misma

Las dudas suelen plantearse respecto a la sinceridad de las iniciativas sociales y ambientales corporativas, la legalidad de los directores empresariales implicados en estas cuestiones, así como a la legalidad de los miembros del consejo de administración de las instituciones de inversión que se ocupan de estos intereses, y la verificabilidad de las actividades y los resultados de la responsabilidad social corporativa. Es importante aclarar la continuada y emergente base legal y comercial de las empresas para reivindicar la responsabilidad social y ambiental corporativa, el continuo apoyo legal y material a los miembros de los consejos de administración institucionales para dar prioridad a las inversiones responsables desde el punto de vista social y ambiental, examinar los desarrollos de la verificación de la elaboración de memorias empresariales del rendimiento de la responsabilidad social corporativa, así como tener en cuenta algunos casos ilustrativos de las mejores prácticas actuales.

A pesar de la reciente oleada de entusiasmo por la responsabilidad social y ambiental corporativa en determinados sectores de la comunidad empresarial, el concepto y la práctica aún provocan cierto escepticismo comprensible (debido en parte a la trayectoria de la responsabilidad social corporativa de caer en una apologética amoral por una conducta empresarial inaceptable) (Najam 2000; Christian Aid 2004; Corporate Responsibility Coalition 2005; OCDE Watch 2005). David Vogel, en una reseña realizada para el Brookings Institute, sostiene que son muchos los motivos por los que las empresas pueden decidir adoptar una conducta más responsable en ausencia de requisitos legales que las obliguen a ello, incluida una serie de enérgicas motivaciones estratégicas, defensivas, altruistas o públicas. No obstante, a pesar de la presión de los consumidores por obtener productos realizados de manera responsable, la influencia de los inversores socialmente responsables y el insistente llamamiento a las empresas para que sean responsables ante una comunidad más amplia de grupos de interés, existen importantes límites para su efectividad (Vogel 2005, 3-4):

La responsabilidad social corporativa se entiende más como un nicho que como una estrategia genérica: esto tiene sentido para determinadas firmas en determinadas áreas y en determinadas circunstancias. Muchos de los defensores de la responsabilidad social corporativa asumen por error que debido a que ciertas empresas se comportan de manera más responsable en determinadas áreas, se puede esperar que ciertas firmas adopten una mayor responsabilidad en más áreas. Dicha asunción no es correcta. En el mercado hay lugar para las firmas responsables. Pero también existe un gran lugar para sus competidores menos responsables [...] Precisamente debido a que la responsabilidad social corporativa es voluntaria y está impulsada por el mercado, las empresas se comprometerán a adoptar la responsabilidad

social corporativa solamente en la medida en que ello tenga un sentido empresarial para ellos. La regulación civil ha demostrado ser capaz de obligar a algunas empresas a internalizar determinadas externalidades negativas asociadas a algunas de sus actividades económicas. Sin embargo, la responsabilidad social corporativa solamente puede reducir algunos fallos del mercado.

Vogal concluye que la responsabilidad social corporativa posee un carácter multidimensional, y que las empresas, al igual que las personas, no siempre muestran una conducta moral o social coherente, y pueden comportarse mejor en unos países que en otros dependiendo de las políticas sociales y ambientales que existan en dichos países. Desde los orígenes del capitalismo siempre ha habido firmas más o menos responsables, y resulta alentador el hecho de que los ejecutivos de muchas firmas muy visibles estén adoptando una mayor receptividad (aunque solo sea a consecuencia de las presiones externas de los *stakeholders*). Sin embargo, la realidad es que las cantidades que se gastan en pérdidas debido a los fraudes financieros, los considerables aumentos, para algunos injustificados, de la remuneración de los ejecutivos de las corporaciones, y las enormes pérdidas a consecuencia de la crisis financiera global en los últimos años han superado con creces cualquier recurso que las empresas hayan podido dedicar a la responsabilidad social corporativa.

En una línea similar, Deborah Doane, presidenta de la Coalición de Responsabilidad Corporativa del Reino Unido, muestra su escepticismo en relación con el optimismo acerca del poder de los mecanismos del mercado para ofrecer el cambio social y ambiental, refiriéndose a los mitos clave que informan al movimiento de la responsabilidad social corporativa como, por ejemplo:

- El mercado puede ofrecer tanto beneficios financieros a corto plazo como beneficios sociales a largo plazo.
- El consumidor ético impulsará el cambio.

- Se producirá una competitiva “carrera hacia la cima” por la ética entre los negocios.
- En la economía global los países competirán por adoptar las mejores prácticas éticas.

Para justificar su argumento de que todo esto son en gran medida tendencias mitológicas, esta autora pone de manifiesto la insistencia de los mercados de valores en los resultados a corto plazo, y el fracaso de las empresas para invertir en beneficios a largo plazo, la considerable distancia existente entre la conciencia ecológica expresada por los consumidores y su comportamiento como consumidores, la incoherencia que se da entre la adaptación de las empresas a los planes de responsabilidad social corporativa y sus exitosos esfuerzos por reducir el impuesto de sociedades en Estados Unidos y otras jurisdicciones en las últimas décadas, y, por último, los indicios que surgen en los países en vías de desarrollo de Gobiernos que tratan de reducir su insistencia en el cumplimiento de los estándares sociales y ambientales para así atraer la inversión internacional (Doane 2005).

También podría darse el caso de que se exija una intervención legislativa y reguladora adicional para garantizar que todas las corporaciones respondan plenamente a la creciente demanda pública para que reconozcan unas responsabilidades sociales y ambientales más amplias. Sin embargo, resulta útil examinar en qué medida se pueden conseguir los objetivos de responsabilidad social corporativa dentro de la legislación y la regulación existente. Si existen pruebas fehacientes de las empresas líderes que demuestren la posibilidad de comprometerse voluntariamente con el desempeño social y ambiental, y de lograr éxito comercial, quizás debido a unos compromisos éticos, en vez de a pesar de ellos, en ese caso será más sencillo presionar para que se realicen los cambios legislativos necesarios para tratar con aquellas corporaciones que se niegan a reconocer sus responsabilidades más amplias, además de buscar el respaldo legislativo apropiado para

aquellas empresas que deseen desarrollar adicionalmente sus compromisos de responsabilidad social corporativa.

Mientras tanto, a efectos prácticos las corporaciones y Gobiernos se encuentran actualmente luchando con un “despliegue casi desconcertante de iniciativas de responsabilidad social corporativa internacionales” (Calder y Culverwell 2005, 7; McKague y Cragg 2005). Al revisar los esfuerzos por desarrollar la responsabilidad social corporativa tras la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible, una encuesta realizada por el Royal Institute for International Affairs de los *stakeholders* de los Gobiernos, los negocios y los grupos de la sociedad civil identificaron una gama de debilidades significativas en los enfoques actuales adoptados para promover la responsabilidad social corporativa que los Gobiernos deberían tratar de abordar:

- la proliferación excesiva de iniciativas de responsabilidad social corporativa a nivel internacional y falta de claridad respecto a la manera en la que estas iniciativas se relacionan entre sí de forma coherente;
- la atención excesiva al hecho de que los negocios adopten la responsabilidad social corporativa y atención insuficiente a permitirles implantarla de una forma eficaz;
- la ausencia de procesos de control y verificación creíbles de las iniciativas de responsabilidad social corporativa;
- la falta de mecanismos efectivos para compensar a las comunidades afectadas por las empresas que desobedecen las normas nacionales o internacionales sobre desarrollo sostenible o derechos humanos;
- la falta de compromiso con los Gobiernos de los países en vías de desarrollo y sus prioridades de desarrollo sostenible (por ejemplo, el desarrollo económico y la reducción de la pobreza);
- el fracaso para salvar la distancia de Gobierno creada por un débil gobierno del sector público respecto al sector privado en muchos países en vías de desarrollo. El impacto limitado en los objetivos de desarrollo sostenible internacionales;

- la falta de implicación o inversión gubernamental en las iniciativas de responsabilidad social corporativa internacional, que contribuye de manera significativa a su incompetencia (Calder y Culverwell 2005, 7).

DEFINICIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y SOSTENIBILIDAD

La rápida expansión del interés por la sostenibilidad y la responsabilidad social y corporativa ha provocado un sinfín de definiciones e interpretaciones de estos dos conceptos por parte de las agencias internacionales, las consultoras y los profesionales (Calder y Culverwell 2005; McKague y Cragg 2005). La primera dificultad con la que nos encontramos es que el acrónimo que se emplea con más frecuencia, RSC, hace referencia a la responsabilidad social corporativa, aunque en la mayoría de las interpretaciones se supone que también incluye la responsabilidad ambiental. El uso de un término más sencillo como el de responsabilidad corporativa y el acrónimo RC no está extendido, a pesar de incluir de una forma sencilla todas las responsabilidades corporativas. La reciente adopción por parte de la ONU del acrónimo ambiental, social y de gobierno (ASG) puede resultar influyente, dado que vincula explícitamente el gobierno a la responsabilidad social y ambiental.

Más confuso resulta aún el hecho de que en algunas definiciones la sostenibilidad se incluya dentro de la RSC, mientras que en otras la responsabilidad social corporativa se incluye dentro de la sostenibilidad. Uno de los motivos de esta confusión es que a menudo se abordan distintos niveles de análisis. En el nivel superior la sostenibilidad del planeta se pone en tela de juicio, mientras que en los niveles inferiores es la sostenibilidad de las economías y sociedades, industrias y organizaciones. La sostenibilidad corporativa es una cuestión crítica debido a la trascendencia y la escala económica de estas entidades, y a su creciente impacto en la economía, la sociedad y el medioambiente. “Las corporaciones han exagerado las

capacidades relativas a las personas en sus recursos financieros, escala de operaciones, capacidad organizativa, y capacidad de daño social e individual” (Redmond 2005, 1). Antes, la principal (y en ocasiones única) preocupación era producir artículos y servicios que pudiesen generar los beneficios para lograr la sostenibilidad financiera de la corporación (todo lo demás quedaba descartado, como en el caso de las externalidades). “Dar una definición de la responsabilidad limitada es sencillo. Significa que no importa la cantidad de daño ambiental provocado por una corporación, ni la cantidad de deuda que no se ha pagado, no importa cuántas Malibús se explotan, ni cuántas ruedas se revientan, ni cuántos trabajadores o consumidores mueren de asbestosis, ni tampoco cuánta gente es despedida sin ningún derecho a pensión o cualquier otra prestación. En resumen, independientemente del dolor provocado, la corporación se responsabilizará de pagar los daños (en caso de que los haya) solo en función de la cantidad de activos que posea” (Mitchell 2001).

La sostenibilidad corporativa es una cuestión crítica por la trascendencia y la escala económica de estas entidades, y su creciente impacto en la economía, la sociedad y el medioambiente

Hoy en día el impacto social y ambiental de la corporación a la hora de decidir si es viable o no es cada vez más valorado por los Gobiernos, los organismos reguladores u otros grupos de interés, aún cuando la gestión de la corporación se muestra reacia a realizar esta valoración. La licencia para operar ha dejado de adoptarse fácilmente para cualquier corporación y en un número cada vez mayor de contextos debe obtenerse ofreciendo pruebas constatables de la responsabilidad social y ambiental adoptada por la corporación.

Las definiciones de la responsabilidad social corporativa y la sostenibilidad van desde las definiciones básicas hasta las más exigentes, desde una refe-

rencia específica hasta una serie de actividades necesarias para demostrar la responsabilidad, y hasta un llamamiento general a la búsqueda global, integrada y comprometida de la sostenibilidad social y ambiental. La siguiente variedad representativa de definiciones de la responsabilidad social corporativa se presenta en orden ascendente, yendo de la definición menos exigente a la más exigente:

- La integración de los asuntos sociales, ambientales y de cualquier otro tipo de los grupos de interés dentro de las operaciones comerciales de la empresa (EIU 2005, 2).
- El compromiso de los negocios a contribuir al desarrollo económico sostenible trabajando con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar sus vidas de distintas formas que resulten buenas para el negocio y su desarrollo (World Business Council for Sustainable Development 2002, 2011).
- La responsabilidad social corporativa se encuentra en el fondo de un proceso de gestión de los costes y beneficios de la actividad empresarial de los *stakeholders*, tanto internos (por ejemplo, trabajadores, accionistas, inversores) como externos (instituciones de gobierno público, miembros de la comunidad, grupos de la sociedad civil, otras empresas). La determinación de los límites de cómo gestionar esos costes y beneficios es en parte una cuestión de la estrategia y la política empresarial, y en parte una cuestión de gobierno público (Banco Mundial 2002, 1).
- El concepto por el que las empresas integran las cuestiones sociales y ambientales en sus operaciones empresariales y en su interacción con sus *stakeholders*, de manera voluntaria (Comisión Europea 2001, 2009).
- El compromiso de una empresa para operar de una manera económica, social y ambientalmente sostenible, a la vez que reconoce los intereses de los *stakeholders*, incluidos los inversores, clientes, empleados, socios comerciales, las comunidades locales, el medioambiente y la sociedad en general (Certified General Accountants Association of Canada 2005, 20).
- La responsabilidad social corporativa tiene que ver fundamentalmente con la manera en la que la empresa obtiene sus beneficios, y no solo con

lo que hace con ellos tras obtenerlos. La responsabilidad social corporativa tiene que ver con la forma en la que la empresa gestiona, en primer lugar, sus operaciones empresariales básicas (en la sala de reuniones, en el lugar de trabajo, en el mercado y a lo largo de la cadena de suministro). En segundo lugar, tiene que ver con su inversión en la comunidad y sus actividades filantrópicas. Y por último, tiene que ver con su compromiso con el diálogo sobre políticas públicas y la institucionalización (Kennedy School of Government Corporate Responsibility Initiative 2004, 33).

- Un enfoque empresarial que incorpore prácticas empresariales abiertas y transparentes, una conducta ética, el respeto por los *stakeholders*, y el compromiso de aportar valor económico, social y ambiental (Sustainability 2011).
- El rendimiento en sostenibilidad hace referencia al rendimiento total de la organización, pudiendo incluir aquí las políticas, decisiones y acciones adoptadas para crear resultados sociales, ambientales o económicos, incluidos los financieros (AccountAbility 2005, 10).

La sostenibilidad en su conjunto (planeta, medioambiente, especies) es un proyecto en general más ambicioso, con más definiciones expansivas que la responsabilidad social corporativa. Las corporaciones también tienen un papel esencial que desempeñar en todo esto, empezando por un modesto reconocimiento de su subordinación necesaria a los intereses de mantener un ecosistema equilibrado. La sostenibilidad se define como:

- Satisfacer las necesidades de la generación actual sin poner en peligro la capacidad que las generaciones futuras tengan de satisfacer sus necesidades (Brundtland Commission 1987).
- Los términos desarrollo sostenible, crecimiento sostenible y uso sostenible se han empleado indistintamente, como si todos tuvieran el mismo significado. Pero esto no es así. El crecimiento sostenible es una contradicción en sí: nada que sea físico puede crecer de forma indefinida. El uso sostenible solamente se puede aplicar a los recursos renovables. El desa-

rollo sostenible se emplea en esta estrategia para indicar la mejora de la calidad de la vida humana mientras se vive dentro de los límites de capacidad de los ecosistemas (IUCN, PNUMA, WWF 1991).

Al interpretar todo esto en su conjunto, según las Pautas para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad 2011 de la Global Reporting Initiative:

- Por impacto ambiental se entiende el impacto de una organización en los sistemas naturales biológicos y no biológicos, incluidos los ecosistemas, la tierra, el aire y el agua. Entre los ejemplos se pueden mencionar el uso energético y las emisiones de gases de efecto invernadero.
- Por impacto social se entiende el impacto de una organización en el sistema social dentro del cual opera. Aquí se incluirían las prácticas laborales, los derechos y otras cuestiones sociales.
- Por impacto económico se entiende el impacto, tanto directo como indirecto, de una organización en los recursos económicos de sus *stakeholders*, y en los sistemas económicos a nivel local, nacional y global.

¿DE SER UN TEMA MARGINAL A ESTAR INTEGRADA EN LA CORRIENTE DOMINANTE?

Por muy desafiantes que sean las perspectivas, existen cada vez más indicios de que las grandes corporaciones están asumiendo su responsabilidad social y ambiental con una mayor seriedad, así como de que estas cuestiones están cobrando cada vez una mayor importancia en la agenda empresarial. KPMG lleva realizando cada tres años desde 1993 un estudio internacional de responsabilidad corporativa que ha desvelado el predominio emergente de este compromiso. Al estudiar a las cien mayores empresas de una muestra de países industriales avanzados de la OCDE (con el añadido de las doscientas cincuenta empresas globales de 1999), KPMG (2008) observa que hay una tendencia constantemente creciente en las empresas que presentan memorias anuales de responsabilidad corporativa por

separado. Del 13% de las cien empresas nacionales que comunicaban cuestiones de responsabilidad corporativa en 1993, en 2008 este porcentaje se había elevado hasta el 43% (hasta el 80% si se incluye la información de las memorias anuales). En la elaboración de memorias de las doscientas cincuenta empresas globales se produjo un incremento más sustancial con un 35% de estas empresas que elaboraban memorias en 1999, el 52% en 2005 y el 79% en 2008. Además, algunas empresas han incorporado su memoria de responsabilidad corporativa en la memoria financiera principal. La publicación de las memorias de responsabilidad corporativa como parte de las memorias financieras anuales conlleva que esta cuestión se considere de una mayor trascendencia, y las empresas suelen pasar de memorias financieras y de responsabilidad social corporativa por separado a memorias integradas.

Sobre todo, lo esencial de las memorias empresariales está cambiando, pasando de una elaboración de memorias de sostenibilidad meramente ambientales en el periodo que llega hasta 1999, a la elaboración de memorias de sostenibilidad (sociales, ambientales y económicas), lo cual se ha convertido en el enfoque dominante de las doscientas cincuenta empresas globales, algo que también está ocurriendo entre las cien empresas nacionales. Los dos países punteros en cuanto a elaboración de memorias de responsabilidad corporativa son Japón (88% de las cien empresas principales) y el Reino Unido (84% de las cien empresas principales) de 2008.

Por último, el estudio de KPMG revela una gama equilibrada de impulsores del negocio para la elaboración de memorias de responsabilidad social corporativa, empezando por las consideraciones éticas (69% de las empresas); consideraciones económicas (68%); innovación y aprendizaje (55%); reputación o marca (55%); motivación del empleado (52%); gestión de riesgos (35%) y acceso al capital (29%). El estudio sugiere que había motivos justificados para actuar e informar sobre la responsabilidad social corporativa: "Al igual que en años anteriores, los impulsores globales para la

elaboración de memorias son las consideraciones éticas y económicas. Aunque estas respuestas sean bastante generales, lo que indican es que las empresas se dan cuenta de que operan en un contexto en el que desempeñan papeles fundamentales a la hora de contribuir a crear sociedades, ecosistemas y economías prósperos, y todo eso lo hacen con la mejor intención de mantener y mejorar estas esferas” (KPMG 2005, 18).

Las grandes corporaciones están asumiendo su responsabilidad social y ambiental con una mayor seriedad y estas cuestiones están cobrando cada vez una mayor importancia en la agenda empresarial

En un estudio internacional adicional realizado a 136 altos directivos y 65 ejecutivos de inversoras institucionales sobre la importancia de la responsabilidad corporativa (RC), la *Economist Intelligence Unit* (EIU) descubrió un crecimiento similar en el interés:

Un total del 88% de los ejecutivos dijo que la RC es una consideración “central” o “importante” en la toma de decisiones, en comparación con el porcentaje del 54% de los ejecutivos que cinco años antes habían respondido que era una consideración “central” o “importante”. El mayor cambio porcentual entre las respuestas de ahora y las de hace cinco años se apreciaba en los ejecutivos europeos. Un total del 46% respondió que la RC era “central” o “importante” hace cinco años, en comparación con el 84% del momento actual. En Asia, la proporción se elevó del 49% al 82%, mientras que en Norteamérica fue del 66% al 88%. El estudio de los inversores profesionales deja ver una tendencia más marcada. El 81% de los encuestados respondió que la RC era actualmente una consideración “central” o “importante” en su toma de decisiones de inversión, en comparación con el 34% que

respondió que era “central” o “importante” hace cinco años. De hecho, hace cinco años el 14% respondió que la RC no era una cuestión que debiera tener en cuenta para nada. Actualmente no hay ni un solo inversor que no se plantease tener en cuenta este elemento. (EIU 2005, 5)

Por lo que respecta a la distancia anteriormente citada entre la conciencia y la conducta del consumidor, es probable que exista un enorme abismo entre las preocupaciones de los ejecutivos por la responsabilidad corporativa y su conducta real en diferentes circunstancias por las exigencias de las situaciones difíciles. Sin embargo, el simple hecho de expresar las preocupaciones ya constituye todo un avance con respecto a las negativas imperturbables de reconocer incluso las responsabilidades que deberían haberse dado en el pasado. “La responsabilidad corporativa tiene que ver en realidad con el hecho de garantizar que la empresa puede crecer de una manera sostenible, a la vez que se garantiza la imparcialidad a todos los *stakeholders*”, comenta N. R. Murthy, presidente de una empresa india de TI llamada Infosys’ (EIU 2005, 2). Aunque algunas de las cuestiones expresadas pueden formar parte de un discurso políticamente correcto, parecen ser motivo de un cambio significativo de opinión entre los ejecutivos, tal como comenta la EIU (2005, 3):

Hasta hace poco, los miembros de los consejos de administración solían ver la responsabilidad corporativa como una excusa con la que trataban de aplacar a los ecologistas y defensores de los derechos humanos. Pero ahora, las empresas están empezando a ver la responsabilidad corporativa como una faceta normal del negocio y se dedican a pensar en distintas maneras de desarrollar procesos y estructuras internas que permitan hacer un mayor hincapié en ello. En un futuro no muy lejano, las empresas que no se estén centrando en la responsabilidad corporativa pueden llegar a ser vistas como atípicas. A medida que las empresas se cen-

tran en el rendimiento no financiero, un importante patrón de responsabilidad corporativa, la medición de intangibles, como por ejemplo la satisfacción del cliente y la moral del empleado, es muy probable que estas adquieran una menor imprecisión y una mayor credibilidad.

Uno de los resultados más sorprendentes del estudio de la EIU fue que, tras más de una década de exhortación de la primacía del valor para los accionistas en todas las circunstancias, los ejecutivos encuestados aún valoraban ponderadamente la importancia relativa de los *stakeholders* clave para la empresa, identificando a los clientes, empleados y accionistas en ese orden. La EIU recopiló algunos de los aspectos contextuales más destacados de estos cambios en las visiones de los ejecutivos, demostrando nuevos indicios de que la responsabilidad social y ambiental corporativa está pasando básicamente de ser un tema marginal a estar integrada en la corriente principal de la actividad económica:

- El organismo GovernanceMetrics International (GMI) con sede en Nueva York, que aborda tanto el gobierno corporativo como la RC, elabora actualmente memorias de calificación en profundidad de dos mil empresas repartidas por todo el mundo y posee una creciente clientela, incluidos TIAA-CREF, el State Street Bank y ABP, el mayor fondo de pensiones de Europa.
- Más de diez mil personas y tres mil empresas cotizadas han ayudado a desarrollar los estándares de la Global Reporting Initiative, una organización con sede en Ámsterdam que trata de crear una sola medida global para el rendimiento en RC. Entre los clientes corporativos de este organismo que implantan los estándares de GRI se encuentran Bayer, Canon, Deutsche Bank, General Motors, Heineken y Shell.
- Un grupo formado por los cinco principales inversores institucionales europeos, incluido el segundo mayor fondo de pensiones del Reino Unido y el mayor fondo de pensiones de los Países Bajos, declararon conjuntamente en octubre de 2004 que destinarían un 5% de sus presupuestos a

la adquisición de análisis de investigación no financieros de temas tales como el gobierno corporativo, la gestión del trabajo y las prácticas ambientales.

- Uno de cada nueve dólares estadounidenses de inversión derivados de la gestión profesional en Estados Unidos se invierte actualmente en fondos socialmente responsables. Esta cantidad asciende a 2 de un total de 19 billones de dólares estadounidenses en fondos de inversión, según el informe de 2003 sobre inversiones socialmente responsables (SRI) elaborado por el Foro de Inversión Social, el organismo profesional nacional de la industria de las SRI (EIU 2005, 4-5).

El nuevo *Manifiesto por una ética económica global* constituye un promotor desarrollo final que abarca las consecuencias de los negocios globales y que se anunció en un simposio sobre ética empresarial celebrado en la sede de la ONU en Nueva York. El *Manifiesto por una ética económica global* es un marco/código moral autorregulatorio de conducta “que es a la vez interactivo e interdependiente con la función económica de las principales instituciones del sistema económico: mercados, Gobiernos, sociedad civil y organizaciones supranacionales” (Kung 2009). En el manifiesto se incluyen cinco principios y valores aceptados universalmente: el principio de humanidad, los valores básicos de la no violencia y el respeto por la vida, los valores básicos de justicia y solidaridad, los valores básicos de honradez y tolerancia, y los valores básicos de asociación y estima mutua. Lo que se pretende es que esto sea un complemento ético al Pacto Mundial de la ONU, proporcionando el manifiesto un marco de valores éticos para hacer frente a los dilemas morales con los que se enfrentan los consejos de administración y los directores de las multinacionales, de la manera en la que el Pacto ha sido diseñado para abordar los fallos institucionales y del mercado (Hemphill y Lillevik 2011, 213).

En el punto de confluencia de estas múltiples iniciativas y tendencias emergentes con las que se pretende alcanzar una mayor responsabilidad social

y ambiental corporativa está surgiendo un modelo de *stakeholder* dinámico para impulsar la creación del valor “inteligente” para los accionistas. En muchas de las principales corporaciones empiezan a encajar las piezas de lo que ciertamente se considera un enorme y exigente rompecabezas. Los compromisos más amplios para consolidar unas relaciones comprometidas e inclusivas con los empleados, los socios económicos, la comunidad y el entorno se han convertido en una forma de alcanzar el valor “inteligente” para los accionistas por medio de un menor coste de capital, una mejora de la reputación, la minimización de riesgos y la aparición de nuevas oportunidades de negocio.

El *Manifiesto por una ética económica global* es un marco moral de conducta que incluye principios y valores aceptados universalmente: humanidad, respeto por la vida, justicia, solidaridad, honradez y tolerancia

El impacto de la adopción de compromisos sociales con formas más amplias de elaboración de memorias e implicación social y ambiental estará determinado fundamentalmente por las iniciativas de las grandes empresas y esto, a su vez, estará influido por las insistentes presiones que las empresas encuentran por parte del mercado, los inversores y los *stakeholders*, así como el beneficio comercial percibido que se deriva de asumir una mayor responsabilidad. No obstante, el papel de la ley y de las normas contables a la hora de fijar un marco de responsabilidad y disciplina en la gestión constituye un factor importante. El análisis histórico de la percepción de las obligaciones de los directores empresariales, incluidas las interpretaciones legales, muestra una afinidad mucho mayor por las corporaciones que adoptan una visión más amplia de sus responsabilidades de lo que recomendarían los principios de valor para los accionistas recién impuestos.

CONCLUSIÓN

La integración efectiva de las responsabilidades sociales y ambientales corporativas posiblemente pueda aportar más valor tanto a los accionistas como a los *stakeholders* en un sentido más amplio: yendo más allá del mero cumplimiento, para aportar nuevo valor mediante productos y servicios nuevos que satisfagan las necesidades de nuestra sociedad, así como colaborando para solucionar los complejos y difíciles problemas tanto sociales como ambientales que amenazan con escapar a nuestro control. Así se proporcionaría un contexto más vital en el que las personas tendrían mayores oportunidades de poner en práctica sus valores morales y compromisos éticos. Sin embargo, para que las corporaciones sean capaces de trabajar por y para los intereses de los inversores, los actores interesados y la comunidad en general de una forma colaborativa, creativa y productiva sería necesario un rediseño fundamental adicional del concepto de la corporación y el mercado como institución. Es posible que los dilemas de la supervivencia social, económica y ecológica que deben afrontar los Gobiernos, las empresas y las comunidades hagan necesario un replanteamiento de los objetivos, las estructuras y las actividades corporativas.

BIBLIOGRAFÍA

- AccountAbility. 2005. *Stakeholder Engagement Standard*. Londres: AccountAbility.
- AccountAbility. 2011. AA1000 Stakeholder Engagement Standard 2011 Report <http://www.accountability.org/standards/aa1000ses/index.html>. Londres: AccountAbility.
- Berle, A. A. 1955. *The 20th Century Capitalist Revolution*. Nueva York: Harcourt Brace.
- Berle, A., y G. Means. 1933. *The Modern Corporation and Private Property*. New Brunswick, NJ: Transaction Publishers
- Brundland Commission. 1987. *Our Common Future*. Oxford: Oxford University Press.
- Calder, F., y Culverwell, M. 2005. *Following up the World Summit on Sustainable Development Commitments on Corporate Social Responsibility*, Royal Institute of International Affairs. Londres: Chatham House.
- Clark, M. 1916, 2005. The Changing Basis of Economic Responsibility, *Journal of Political Economy* 24 (3): 13-19; también en: T. Clarke (ed.), *Corporate Governance Critical Perspectives on Business and Management*. Londres: Routledge, 45-60.
- Carbon Disclosure Project. 2011. *CDP Global Forum 2011: CDP 500 Global Report*. <https://www.cdproject.net/en-US/Pages/HomePage.aspx>
- Certified General Accountants Association of Canada. 2005. *Measuring Up: A study on Corporate Sustainability Reporting in Canada*. Vancouver: CGA.
- Christian Aid. 2004. *Behind the Mask: The Real Face of Corporate Social Responsibility*. Londres: Christian Aid.
- Comisión Europea. 2003. *Corporate Social Responsibility: A Business Contribution to Sustainable Development*. Bruselas: Unión Europea.
- Comisión Europea. 2004. *Corporate Social Responsibility: National Public Policies in the European Union*. Bruselas: Unión Europea.
- Comisión Europea. 2009. *Review of the EU Sustainable Development Strategy (EU SDS)*. <http://ec.europa.eu/environment/eussd/>
- Corporate Responsibility Coalition. 2011. *Towards an effective UK regime for environmental and social reporting by companies*. <http://corporate-responsibility.org/wp/wp-content/uploads/2011/05/Simply-Put.pdf>
- Company Law Review Steering Group. 2000. *Modern Company Law for a Competitive Economy: Developing The Framework*. Londres: Department of Trade and Industry.
- Company Law Review Steering Group. 2006. *Duties of Company Directors*. Londres: Department of Trade and Industry. <http://www.berr.gov.uk/files/file40139.pdf>
- Doane, D. 2005. "The Myth of CSR", *Stanford Social Innovation Review, Stanford University Graduate School of Business*, otoño: 23-29.
- Dodd, E. M. 1932; 2005. For Whom Are Corporate Managers Trustees?, *Harvard Law Review*, 45: 1145; en: T. Clarke (ed.), *Corporate Governance Critical Perspectives on Business and Management*. Londres: Routledge, 61-75.
- Donaldson, T., y Thomas W. Dunfee. 1994. "Toward a Unified Conception of Business Ethics: Integrative Social Contracts theory", *Academy of Management Review* 19 (2): 252-284
- EIU. 2005. *The Importance of Corporate Responsibility*. Londres: Economist Intelligence Unit Ltd.
- Foro Económico Mundial. 2005. *Mainstreaming Responsible Investment*. Foro Económico Mundial.

- Freshfields Bruckhaus Deringer. 2005. *The World Bank is Not Enough: Equator Principles Survey 2005*, 1: *The Banks*, Londres: Freshfields Bruckhaus Deringer.
- Global Reporting Initiative. 2002. *Sustainability Reporting Guidelines*, Ámsterdam: Global Reporting Initiative. www.globalreporting.org
- Global Reporting Initiative. 2011. *Current Priorities*, Ámsterdam: Global Reporting Initiative. <http://www.globalreporting.org/CurrentPriorities/>
- Hemphill, T. A., y W. Lillevik. 2011 "The Global Economic Ethic Manifesto: Implementing a Moral values Foundation in the Multinational Enterprise", *Journal of Business Ethics* 101: 213-230
- Jones, Thomas M. 1995. "Instrumental Stakeholder Theory: A Synthesis of Ethics and Economics", *Academy of Management Review* 20 (2): 404-437
- Jordi, C. L. 2010 "Rethinking the Firm's Mission and Purpose", *European Management Review* 7: 195-204
- Kennedy School of Government Corporate Responsibility Initiative. 2004. *Leadership, Accountability and Partnership: Critical Trends and Issues in Corporate Social Responsibility*. Cambridge, MA: Harvard University.
- Kennedy School of Government Corporate Responsibility Initiative. 2011. *A new Model for Responsible Business*. Cambridge, MA: Harvard University.
- KPMG. 2005. *International Survey of Corporate Responsibility Reporting*. KPMG, www.kpmg.com
- KPMG. 2008. *International Survey of Corporate Responsibility Reporting*. <http://wcom/CN/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/Corporate-responsibilityww.kpmg.-survey-200810-o.pdf>
- Kung, H. 2009. "The Global Economic Crisis Requires A Global Economic Ethic: The Manifesto for a Global Ethic", Symposium on the Global Economic Ethic, Naciones Unidas, 6 de octubre
- Lan, L. L., y L. Heracleous. 2010. "Rethinking Agency theory: the View From Law", *Academy of Management Review* 35: 294-314
- McKague, K., y W. Cragg. 2005. *Compendium of Ethics Codes and Instruments of Corporate Responsibility*. Ontario: Schulich Business School, York University.
- Mitchell, L. A. 2001. *Corporate Irresponsibility: America's Newest Export*, New Haven, CT: Yale University Press.
- Najam, A. 2000. "World Business Council for Sustainable Development: The Greening of Business or a Greenwash?", *Yearbook of International Cooperation on Environment and Development 1999-2000*.
- OCDE Insights. 2008. *Sustainable Development: Linking Economy, Society, Environment*. <http://www.oecd.org/dataoecd/40/41/41773991.pdf> Todas las publicaciones de la OCDE sobre sostenibilidad: http://www.oecd.org/document/8/0,3746,en_2649_37425_46531208_1_1_1_37425,00.html
- OCDE Guidance on Sustainability Impact Assessment report 2010. http://www.oecd.org/document/8/0,3746,en_2649_37425_46531208_1_1_1_37425,00.html
- OCDE 2008 Annual Report on Sustainable Development work in the OECD. http://www.oecd.org/document/8/0,3746,en_2649_37425_46531208_1_1_1_37425,00.html
- OCDE Energy for Sustainable Development 2007. http://www.oecd.org/document/8/0,3746,en_2649_37425_46531208_1_1_1_37425,00.html
- ONU (2011) *Pacto Mundial*, Ginebra: ONU. <http://www.unglobalcompact.org/About-TheGC/TheTenPrinciples/index.html>

- ONU. Iniciativa de Elaboración de Informes Mundial. <http://www.globalreporting.org/Home>
- PNUMA Finance Initiative: Innovative Financing for Sustainability: *The Working Capital Report 2007*. <http://www.unpri.org/twcr/>
- PNUMA Finance Initiative. 2004. *The Materiality of Social, Environmental and Governance Issues to Equity Pricing*, Ginebra: PNUMA.
- PNUMA Finance Initiative. 2005. *CEO Briefing on the Future of Climate Change Policy: The Financial Sector Perspective*, Ginebra: PNUMA.
- Redmond, P. 2005. *Companies and Securities Law: Commentary and Materials*, Thomson Lawbook, Sídney (Australia): LBC.
- Segrestin, B., y A. Hatchuel. 2011. "Beyond Agency Theory, a Post-crisis View of Corporate Law", *British Journal of Management* 22: 484-499.
- Solomon, R. C. 1992. "Corporate Roles, Personal Virtues: An Aristotelean Approach to Business Ethics", *Business Ethics Quarterly* 2 (3): 317-339.
- SustainAbility. 2005. *The Changing Landscape of Liability: A Director's Guide to Trends in Corporate Environmental, Social and Economic Liability*. Londres: SustainAbility.
- SustainAbility. 2011. *Global Economic Recovery and Sustainability Survey*.
- Teck Corp Ltd v. Millar*. 1973. *Delaware Law Review*, 33.
- Vogel, D. 2005. *The Market for Virtue: The Potential and Limits of Corporate Social Responsibility*. Washington D.C.: Brookings Institute.
- Wedderburn, W. 1985. "Southey Memorial Lecture 1984: The Social Responsibility of Companies", *Melbourne University Law Review* 15: 4.
- World Bank Group. 2009. IFC's Policy and Performance Standards on Social and Environmental Sustainability and Policy on Disclosure of Information: Report on the First Three Years of Application *Leadership in Sustainability and corporate governance*. <http://www.ifc.org/sustainability/>.
- World Business Council for Sustainable Development. 2002. *Corporate Social Responsibility: The WBCSD's Journey*, WBCSD.
- World Business Council for Sustainable Development. 2004. *Running the Risk*, WBCSD.
- World Commission on the Social Dimension of Globalisation, *A Fair Globalisation: Creating Opportunities for All*, Ginebra: International Labour Office.
- World Business Council for Sustainable Development. 2009. *Review of the EU Sustainable Development Strategy* (EU SDS). Ginebra: International Labour Office. <http://ec.europa.eu/environment/eussd/>
- World Business Council for Sustainable Development. 2011. *Global Corporate Citizenship Initiative: Redefining the Future of Growth: The New Sustainability Champions*. Ginebra: International Labour Office.

>> El equilibrio entre la búsqueda de oportunidades del mercado, y el mantenimiento de la *accountability* y la integridad éticas ha demostrado ser un reto determinante para la empresa comercial desde la llegada de las sociedades anónimas en los primeros años de industrialización. La transparencia y la responsabilidad de la empresa comercial se ven constantemente cuestionadas. Los fallos manifiestos del gobierno corporativo y la ética empresarial en la crisis financiera global han incrementado la urgencia de buscar un marco ético y de gobierno mejor para los negocios. El aumento sustancial que se ha producido en el ámbito, la trascendencia y el impacto de las iniciativas sociales y ambientales corporativas en estos últimos años sugiere la creciente importancia de adoptar un enfoque más fundado desde una perspectiva ética. Hay más indicios que ponen de manifiesto que las grandes corporaciones están asumiendo con mayor seriedad sus responsabilidades sociales y ambientales, así como de que estos asuntos están cobrando mayor importancia en la agenda empresarial.

THOMAS CLARKE

University of Technology, Sídney