

# Incubar la responsabilidad social

Por GUENNADY RODRÍGUEZ DELGADO

El nuevo emprendimiento empresarial en la Isla, desde octubre de 2010, ha sido un primer paso significativo para la formación de renovada cultura y capacidad empresariales en nuestro país. Aún no conocemos hasta dónde será flexibilizado el trabajo por cuenta propia, o cómo se realizará la institucionalización de las cooperativas no agropecuarias post experimento, pero existe el propósito de incorporar un millón y medio de trabajadores a formas de gestión económica diferentes de la estatal.

Aspectos polémicos vinculados a este proceso incluyen: la velocidad en que debe desarrollarse, el escaso valor agregado de las actividades autorizadas, la inexistencia de créditos como capital semilla, la infraestructura productiva y comercial que requieren los nuevos emprendimientos, la conveniencia y las garantías de una normativa de inversiones que favorezca a los nacionales, entre otros elementos. No obstante, las nuevas disposiciones representan un avance en el fortalecimiento de un “espíritu emprendedor” nacional y pueden señalar el arribo de un marco institucional más favorable a la innovación y a la iniciativa individual y cooperativa.

Sin embargo, este tránsito gradual de una sociedad primariamente estatista hacia una de mayor iniciativa económica ciudadana, requiere de observar y orientar la emergente “cultura empresarial.” En especial, los aspectos ético-profesionales relacionados con el ejercicio de los negocios y la llamada responsabilidad social empresarial. Podemos retomar la pregunta de R. Edward Freeman<sup>1</sup>: ¿En beneficio de quién y a costos de quién debe ser dirigida una empresa? Para entonces cuestionarnos qué mentalidad debe orientar un vínculo provechoso entre los recientes empresarios y la sociedad cubana.

Desde una perspectiva macro, los beneficios de incentivar la cultura empresarial son formidables, podemos sintetizarlos en que el nivel de desarrollo económico y tecnológico de las sociedades modernas depende, en gran medida, de la empresa como institución social. Esta condición requiere la capacidad de organizarse para realizar una actividad económica según determinadas reglas y valores, y siguiendo una visión particular. Subestimar sus potencialidades puede restringir severamente la capacidad de generar riqueza dentro de una sociedad, por lo cual es importante recordar que las consecuencias y los resultados de los diferentes sistemas empresariales, sus beneficios concretos y palpables, dependen, en gran medida, del lugar que una cultura le otorgue a la empresa. ¿Qué expectativas dominan respecto de su desempeño y fines legítimos y mediante qué formas jurídicas se desarrollan? El resul-

tado de la empresa, al igual que la visión que le impulsa, comienza en las mentes de todos los involucrados y su capacidad de establecer líneas precisas y consensuadas de colaboración y beneficio mutuo.

Según avanza el proceso de actualización del modelo económico cubano, se hace más presente la convivencia entre un sector empresarial estatal, identificado durante décadas con la vía socialista, y un creciente sector empresarial privado y cooperativo. Sin embargo, las bases ideológicas y formales del primero no se han modificado significativamente, por lo que no es extraña la sobrevivencia de prejuicios respecto de los nuevos emprendedores y sobre cuál será su impacto estructural y social. La primera respuesta a varios niveles en la Isla, incluida una parte de la administración y de los dirigentes empresariales estatales, fue la necesidad de observar con “sospecha” su desenvolvimiento. Esto incrementa sustancialmente los costos de cualquier proyecto empresarial no estatal, debido a la fricción y poca colaboración entre sectores que pueden reconocerse como portadores de fines opuestos. Podemos mencionar un ejemplo: a pesar de que una nueva instrucción del Ministerio de Economía y Planificación<sup>2</sup> permite una mayor libertad de contratación y abre un puente inédito entre ambos sectores, varios organismos dispusieron medidas (como requerir cartas de autorización del órgano superior) que dificultaban a sus respectivas empresas la incorporación de servicios de trabajadores por cuenta propia. Para superar en parte estas resistencias, ha sido influyente el llamado desde la dirigencia política al cambio de mentalidad, que implica asumir una mayor legitimidad de las formas de gestión económica diferentes de la estatal, pero... ¿a cambio de qué particulares beneficios?

La necesidad de disminuir y reestructurar las plantillas del Estado, para reducir costos y convertirlo en un aparato más eficaz y eficiente, orientado a las líneas estratégicas de la economía, ha sido la línea más visible que legitima la presencia de los nuevos emprendedores. Esta idea comunica un claro beneficio para la eficiencia del Estado; no obstante, también puede crear un prejuicio de fondo, y es que el sector “no estatal” de la economía sea concebido popularmente solo como una alternativa al empleo estatal. Esto se justificaría en el tradicional carácter socialista de las relaciones laborales estatales, en comparación, principalmente, con las nuevas formas de gestión privada, cuyos fines pueden no corresponderse con formulaciones de ética social pregonadas durante décadas en nuestro país.

Sin embargo, para canalizar el nuevo emprendimiento hacia una renovada cultura empresarial, es de vital

importancia superar este punto de partida de táctica necesaria o inevitable, por otro donde se justifique como opción deseable, independientemente de las circunstancias. Es ineludible que los nuevos emprendedores cuenten, no solo con acceso al mercado estatal y a las mismas garantías que el resto de los trabajadores, sino también del reconocimiento social de que su éxito contribuye a alcanzar los fines que se propone la sociedad. Para ello, es importante enfocar la actualización del empresariado emergente desde sus potencialidades, como son: mayor libertad y oportunidades económicas individuales, un alto potencial innovador e incremento de la oferta de bienes y servicios, contribución a las cadenas de valor nacionales, diversificación del tejido empresarial, entre otras muchas.

Se trata de un escenario en evolución y es por ello sumamente importante plantearnos, desde este momento, qué nueva cultura empresarial es conveniente estimular en la Isla. Es aquí donde comienzan a definirse las opciones éticas de los individuos emprendedores. Pueden realizar su empresa amparados en una tolerancia moderada al enriquecimiento privado, pero guardando ciertas distancias de una sociedad que le coloca en un segundo lugar, por lo tanto, de menor compromiso (solo le exige respeto a la legalidad y un importante monto de contribución tributaria); o en cambio, desarrollar su empresa desde una perspectiva de integración absoluta, prestigio y conciencia de su responsabilidad. ¿Qué identidad le permitimos asumir o le imponemos indirectamente al nuevo empresario? El emprendimiento como proceso social requiere de una sociedad dispuesta a reconocer su contribución y sus intereses legítimos, así como permisiva de una constante evolución y negociación de sus límites justos. Para plantearnos una relación sinérgica entre iniciativa empresarial y sociedad, debemos partir de una concepción del comportamiento ético de la empresa.

Lamentablemente, por muchos años la visión mayoritaria ha sido la que algunos autores han denominado la concepción unidimensional de la empresa, sintetizada a mediados del siglo XX en los trabajos de Milton Friedman<sup>3</sup>. Según esta concepción, la única misión de cualquier empresa es maximizar el lucro de los propietarios del capital, con el único límite de las regulaciones legales de una sociedad, las preocupaciones con respecto a asuntos de interés social sería malgastar el dinero. La oferta competitiva de la empresa, sin cuestionamientos éticos de costos, sus impuestos y la creación de puestos de trabajo, son suficientes para cumplir con su fin social.

Si ubicamos los antecedentes de esta concepción unidimensional desde el amanecer de la revolución industrial, cuando las técnicas y procesos productivos adolecían de bajos rendimientos, esta visión de la empresa concuerda con las radicales críticas al liberalismo económico hechas por parte de las diversas formas de

pensamiento socialista y su denuncia de la propiedad privada. La única motivación del empresario privado es obtener el máximo beneficio y esto se traduce en conductas egoístas, tácticas políticas impopulares e indolencia ante los costos sociales, principalmente, de la evidente explotación y las condiciones inhumanas que sufren sus trabajadores. Sin embargo, desde principios del siglo XX el aumento de la productividad y la implementación de políticas de inspiración keynesiana y estímulo del consumo, condujeron a que las empresas mejoraran las condiciones generales de trabajo y la retribución de gran parte de sus empleados. Asimismo, diversos actores políticos y sociales reivindicaron derechos ciudadanos y laborales, lo que permitió significativos niveles de consensos dentro del sistema de libre empresa. Pero las consecuencias globales de la actividad empresarial y la búsqueda de una mayor inclusión, continúan sometidas a un cuestionamiento ético profundo, imprescindible y en evolución.

Como respuesta a esta visión unidimensional, donde lo único relevante son los intereses de los propietarios del capital, en los años 70 del siglo pasado surge una novedosa teoría que aborda el respeto a los "involucrados" (*stakeholders*). En esta nueva visión, la empresa no es autosuficiente en sí misma, porque no funciona sin la participación de sus accionistas o sus trabajadores, pero tampoco sin consumidores, sin un tejido empresarial donde involucrarse con sus proveedores y distribuidores, y sin la garantía de cumplimiento de las disposiciones legales que procura el Estado. Ninguna empresa puede producir ganancias de manera aislada sin que intervenga su cadena de involucrados. Aquí se transforma la visión respecto de la empresa como unidad de producción absolutamente independiente y solo en busca de maximizar ganancias (dimensión única) y revela su auténtica naturaleza social (múltiples dimensiones) y, por lo tanto, su obligación y conveniencia de ser socialmente responsable y estar orientada hacia el bien común.

Estas dos visiones representan dos posibles alternativas para el emprendedor cubano. Aprovechar la cobertura legal para buscar un lucro privado o cooperativo, desarrollando una oferta comercial competitiva, sin conciencia ética del número de afectados directos o indirectos o, por otro lado, contribuir al crecimiento multidimensional de la empresa, potenciando de manera proactiva a todos los involucrados. Esta segunda opción contribuiría a una inserción más coherente en cualquier estrategia de desarrollo económico nacional. Desde el punto de vista del emprendedor, la conducta socialmente responsable implica ponderar hasta qué punto pueden ser priorizados los derechos de los cooperativistas, cuentapropistas o trabajadores, por sobre los derechos de los consumidores, o sobre las comunidades o sobre las aspiraciones legítimas de cualquier otro de los involucrados.

Pero coloquemos esto en perspectiva: de la mayor parte de los nuevos emprendimientos que se han desarrollado en los últimos dos años en nuestro país (micro y pequeñas empresas), pocos son los que se plantean el accionar socialmente responsable o consideran la analogía de ser un “ciudadano empresarial.” En su mayoría, deben enfrentar un escenario complejo y contradictorio, garantizar una reinversión mínima de capital mientras se encuentran limitados a actividades pre-industriales, y carecen de un mercado mayorista consolidado<sup>4</sup>. No obstante estas circunstancias especiales de nuestro país, internacionalmente este sector es también el que sufre las mayores dificultades, sobre todo problemas de financiamiento y escasa formación empresarial, aunque resulta el de mayor dinamismo. Según aproximados, el 99 por ciento de las empresas en Latinoamérica son mipymes<sup>5</sup>.

Por lo tanto existe un debate abierto sobre si este sector puede incluirse en las lógicas de responsabilidad social empresarial, dados sus limitados recursos y escasa formación empresarial, aunque cuenta con una participación fundamental en las economías. Una posición predominante asegura que, aunque no disponen de una elaborada estrategia de responsabilidad social, pueden asumir pautas de esta filosofía y realizar una gestión más beneficiosa hacia las comunidades y al entorno en general. En nuestro país existen ejemplos significativos de emprendimientos locales que han generado un impacto estratégicamente positivo, con el apoyo de instituciones del gobierno y de la sociedad civil. En el terreno mundial, son diversas las instituciones que se dedican a promover la cultura de responsabilidad social dentro del sector de las mipymes.

En relación con la cooperativa, sus horizontes se aprecian algo diferentes, puesto que las autoridades han declarado que disfrutarán de mayores posibilidades y capacidad de acción. Sin embargo, priorizar a la cooperativa como forma de empresa no es suficiente para consolidar una cultura empresarial socialmente responsable. Aun cuando implemente un ejercicio más democrático de la contribución laboral y de la retribución, una cooperativa limitada, ineficiente o sustentada sobre meros privilegios de monopolio y cuyos mecanismos no garanticen un producto o servicio de calidad, puede considerarse también una expresión de egoísmo y de irresponsabilidad social, puesto que afecta los intereses de los consumidores y de otros involucrados.

Es importante señalar que la responsabilidad social empresarial no es mera filantropía, no se trata simplemente de imponerle un gasto social a las empresas, o descapitalizarlas a cambio de concesiones a las comunidades, sino de que las estrategias y prácticas empresariales atraviesen los aspectos sociales relevantes, primariamente locales y que incidan más directamente en su contexto competitivo<sup>6</sup>. De esta manera su accionar ético se complementa como una fuente de produc-

tividad y ventaja competitiva. El rendimiento económico puede ser el único fin de la empresa, pero es la condición necesaria de cualquier capacidad de acción empresarial. Ser socialmente responsable beneficia a todos los involucrados, principalmente a quienes se comprometen y arriesgan en el emprendimiento. Asimismo, los comportamientos empresariales responsables se convierten en una alternativa de descargo de responsabilidades del Estado.

Este accionar ético y socialmente responsable depende, en gran medida, de los recursos materiales y de las puertas institucionales que una cultura empresarial consiga abrir, pero también de las convicciones y la formación ética de todos sus participantes y, sobre todo, del control crítico ciudadano. No podemos pretender sentar a los emprendedores en un aula y explicarles los beneficios de ser socialmente responsables y esperar a que todos actúen como obedientes homúnculos; introducir un estándar ético es sumamente importante, pero es imprescindible armonizar instituciones sociales y crear una conciencia popular dispuesta a no “involucrarse” en empresas irresponsables. La opinión pública funciona como mecanismo de control sumamente eficaz en este aspecto, puesto que las empresas irresponsables se exponen a la continua denuncia y al deterioro de su prestigio, consecuencias que pueden desinflar sus propósitos de subsistencia y lucro. No obstante, este mecanismo basado en la iniciativa ciudadana debe apoyarse en un espacio público abierto, receptivo de la crítica y la continua transformación. Desde el mecanismo de Estado, muchos países establecen beneficios fiscales para las empresas que mantienen políticas de responsabilidad social empresarial, así como facilitan los procesos de certificación por parte de instituciones especializadas. Sería igualmente necesaria la participación de las principales instituciones socializadoras, como la escuela, las universidades, las iglesias y demás organizaciones competentes de la sociedad civil. Sensibilizar a todos los involucrados en un horizonte ético de ejercicio empresarial debe ser un propósito que se plantee de conjunto la sociedad. Estos son momentos de incubar pequeñas empresas y estimular el emprendimiento no estatal, así como también de incubar su responsabilidad social. Los nuevos emprendedores deben desempeñar un papel fundamental en la construcción de una economía próspera, pero igualmente deben contribuir a su finalidad de constituirse como una sociedad inclusiva y humana.

Notas:

- 1- R. Edward Freeman. *Stakeholder Theory of the Modern Corporation*. (<http://academic.udayton.edu/lawrenceulrich/Stakeholder%20Theory.pdf>)
- 2- Instrucción N°7 del Ministerio de Economía y Planificación. Gaceta Oficial No. 040 Extraordinaria de 21 de noviembre de 2011
- 3- França, Omar *Ética Empresarial y Laboral. Los Fundamentos y su Aplicación*. Grupo Magro Editores. 2011.
- 4- No subestimamos una minoría de pequeñas empresas privadas, como paladares, que se han iniciado con capitales de decenas de miles de cuc y hoy operan con relativo éxito.
- 5- *Perspectivas Económicas de América Latina 2013*. OCDE/CEPAL 2012.
- 6- Porter Michael y Mark R. Kramer. «Estrategia y Sociedad. El vínculo entre ventaja competitiva y responsabilidad social corporativa». *Harvard Business Review*. Septiembre 2007.