

CRISIS FINANCIERA Y LA RSE

ALEJANDRO NARVÁEZ LICERAS

Coordinador técnico de la Mesa de Diálogo de Responsabilidad Social de empresas de Talara y ex presidente de Petroperú

La responsabilidad social de la empresa (RSE) es uno de los principios esenciales de lo que hoy se denomina la nueva cultura de la empresa, y tiene un gran protagonismo en el discurso empresarial, académico, político y mediático. La RSE es, hoy en día, uno de los ejes principales de reflexión mundial y que, de forma unánime, postula la necesidad de que los empresarios y la sociedad caminen juntos.

Se propugna que los objetivos de la empresa estén guiados por criterios éticos y de respeto a las personas, al medio ambiente y a la cultura.

Los periodos de auge y caída financiera han abundado en los últimos 25 años. Pero hasta que comenzó la crisis crediticia, en el 2007, parecían haberse vuelto más benignos, al menos para Estados Unidos. El crash bursátil de 1987, la debacle de las instituciones de ahorros y créditos a finales de los ochenta, la crisis de los mercados emergentes de los noventa (efecto tequila, efecto dragón, efecto vodka, efecto samba, efecto tango) aparecieron y desaparecieron fuzgadamente.

Sin embargo, la actual crisis (la presidenta de Argentina lo denomina efecto yazz) global y sistémica, cuyo epicentro es Estados Unidos¹, es la más severa y profunda que todas las crisis conocidas desde 1929, con efectos devastadores en la vida de millones de personas de todo el mundo².

Desafortunadamente, podemos ver los efectos de no caminar juntos en la crisis financiera y económica actual, que afecta, principalmente, a los más vulnerables. Detrás de esta crisis, se esconde la transgresión de los valores éticos que debían asegurar la solidez de los mercados financieros, se han roto las reglas que tenían que dar confianza y seguridad a los agentes económicos. Seguramente, a partir de ahora, es muy posible que la RSE salga fortalecida, ya que el propio sistema tendrá que generar instrumentos reguladores que permitan la transparencia y eviten riesgos sistémicos que obliguen a la intervención de los gobiernos y futuras crisis, pero, además, con toda certeza, surgirá una sociedad menos indulgente con las malas prácticas.

Sin embargo, hay quienes creen que la RSE ha muerto con la crisis actual. Son aquellos que no creen en ella. Son los que la confunden con la filantropía de las empresas o con el marketing

social. O los que creían que la RSE se practica solo cuando hay abundancia y únicamente bajo criterios de rentabilidad económica. O los que centran su política de RSE en una estrategia de alcanzar buena imagen empresarial, sin comprender que esta es inseparable de la responsabilidad de la empresa y, en resúmenes, fruto de ella.

Ha habido y hay demasiada confusión conceptual sobre la RSE. Mucho desconocimiento y, sobre todo, excesivo contrabando semántico entre RSE y marketing social. Por eso, no nos extraña que, en cuando se asoman tiempos difíciles con la crisis económica que vivimos, algunos expresamente y otros en complaciente silencio, están extendiendo irresponsables actas de defunción a la RSE.

Hablando claro, la crisis de nuestro días es precisamente una crisis de irresponsabilidad: la de los especuladores y defraudadores financieros, de las empresas de rating, de las ganancias desproporcionadas y a corto plazo, de los defensores de la doctrina del *laissez faire* (dejar hacer, dejar pasar), etc. La sociedad está pagando hoy las consecuencias de esas prácticas y conductas que han sido severamente cuestionadas.

Los tiempos que corren decidirán si el capitalismo decide apartar a los piratas del capitalismo sin corazón para entrar de una vez por todas en la nueva era de la sostenibilidad. Perpetuar el cortoplacismo financiero y la falta de responsabilidad inversora y de estándares éticos en las políticas corporativas tendrá consecuencias negativas para nuestra humanidad renqueante de comienzos de este siglo.

Y, concluyo diciendo, la crisis fortalece los valores de la nueva economía, —como señala Manuel Castells— de aquella economía centrada en el conocimiento y en la información como bases de la productividad y la competitividad, en la formación continua, en la investigación, el desarrollo y la innovación, tanto para empresas como para regiones y países.

La apuesta por esos valores, por unas relaciones laborales de calidad que atraen a los mejores y los fidelizan a la empresa, sale fortalecida de una crisis que penaliza lo contrario. Una empresa socialmente responsable, ecológica, transparente y solidaria emerge de la crisis con un plus de competitividad y buena reputación.

¹ Felipe González (ex presidente español) habla de *pandemia financiera global* por la magnitud de la crisis.

² Los datos de desempleo en Estados Unidos a octubre son elocuentes: 15,100 millones (9.8% de la PEA) y en España 3,709 millones (próximo al 20% de la PEA). La hecatombe de los países bálticos, que no necesitan explicación alguna: Letonia: -18.6% de PBI, Estonia: -15.6%, Lituania: -10.6%, en términos interanuales.

(*) Es doctor en Ciencias Económicas y profesor de Finanzas en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y la Pontificia Universidad Católica del Perú.