

OPINIÓN



Mario Alonso Ayala
Presidente de Auren

Capitalismo social: el papel de las firmas profesionales

El directivo pone en valor la manera en la que las empresas están integrando en su modelo de negocio demandas sociales como la sostenibilidad, la diversidad y la transparencia.

Durante el siglo XIX y gran parte del XX, la empresa ha representado el motor fundamental del progreso y del bienestar de nuestra sociedad. Sin embargo, en las últimas décadas, se ha producido una quiebra de la confianza de los ciudadanos en la institución empresarial. A las compañías se les acusa de ser causa de desigualdades, corrupción, daños al medio ambiente, fraude fiscal, etcétera. El conocido aforismo de Friedman, *the only business of business is business*, ha sido un mantra utilizado por los enemigos del capitalismo salvaje, y, por ende, de la organización empresarial.

Afortunadamente, los tiempos están cambiando. La empresa, reflejo de una sociedad abierta y plural, está evolucionando a modelos en los que maximizar el beneficio no es su único objetivo, tratando de armonizar los fines de los grupos de interés que la rodean y con los que interactúa.

Este nuevo paradigma es asumido por las compañías por tres motivos fundamentales: normativa, mercado y propósito. Respecto al primero, porque así se lo requiere una legislación cada vez más exigente. Esta regulación, para algunos excesiva, impone medidas no directamente relacionadas con la actividad de la empresa, pero obligan a sus órganos de gobierno a implantarlas, con un coste económico y cultural que deben asumir. Nos estamos refiriendo a las nuevas obligaciones no económicas relacionadas con la transparencia, sostenibilidad, diversidad, protección de datos, no discriminación, etcétera. Sirvan de ejemplo la reciente regulación del Estado de información no financiera (EINF) o la de los planes de igualdad.

En segundo lugar, la obligación viene exigida por el mercado. Porter profetizó, mucho antes de la extensión y puesta en práctica de estas nuevas ideas, que la ética, el buen gobierno y la responsabilidad social son activos tan impor-



Normativa, mercado y propósito

El presidente de Auren explica cuáles son los motivos por los que las empresas están adoptando el nuevo paradigma social. En primer lugar, la regulación y pone como ejemplo "los estados de información no financieros". Por otro lado, señala Alonso, "es una obligación de mercado". En su opinión, "la nueva ola es una bandera que enarbolan la mayoría de los jóvenes". Por último, el directivo apunta que "la empresa tiene una obligación con su entorno y debe crear valor para todos los grupos de interés".

tantes como el conocimiento y la gestión. La creciente presión de los grupos de interés hace que aquellas empresas que no cuenten en su estrategia con preocupaciones sociales, medioambientales y de buen gobierno, serán gravemente perjudicadas por sus clientes y consumidores, que buscarán otras alternativas; por sus proveedores; y, sobre todo, por sus empleados. Esta nueva ola es una bandera que enarbolan la mayoría de los jóvenes, que no están dispuestos a participar en proyectos cuyo único fin sea el beneficio.

La tercera razón es más *kantiana*. La empresa tiene una obligación ética con su entorno, y debe crear valor para todos los grupos de inte-

res y no solo para sus accionistas. Este abandono del credo a la primacía del socio supone un extraordinario cambio filosófico: debe equilibrarse el beneficio y el propósito de hacer un mundo mejor. El mayor y reciente exponente de este nuevo enfoque ha sido el manifiesto del pasado verano de la Business Roundtable, organización que agrupa a las mayores corporaciones empresariales de Estados Unidos, en el que se asume un cambio de visión radical sobre el objetivo de sus empresas. Esta nueva posición se compromete a entregar bienes o servicios de valor a sus clientes; a invertir en sus empleados y compensarlos de forma justa; a negociar de forma ética con sus proveedores;

a apoyar a las comunidades donde se asientan las empresas; y a tener una visión largoplacista a la hora de generar rentabilidad a sus accionistas. Con independencia de que los firmantes del documento puedan haberlo hecho por razones estratégicas, por lavado de imagen, por la presión del entorno, o por pura convicción, y aunque muchos lo consideran una burda herramienta de marketing que quedará en papel mojado, lo cierto es que algo está cambiando en el mundo empresarial.

Los órganos de gobierno de las empresas deben tomarse muy en serio la integración de este cambio de visión en sus políticas estratégicas. Para ello, las firmas de servicios

profesionales en general, y en especial los despachos de abogados, tenemos un papel esencial en el asesoramiento y la implantación de las medidas conducentes a cumplir con este nuevo escenario regulatorio y de mercado. Con esta finalidad, las firmas hemos desarrollado, entre otros, servicios de elaboración y auditoría del EINF y de planes de igualdad; implantación de estándares normalizados en materia medioambiental o de RSE; servicios de *compliance*, auditoría interna y buen gobierno.

En el actual contexto de mentalidad ciudadana, la empresa necesita de legitimidad social, y la ética y los negocios deben avanzar por vías convergentes, porque ambos se

retroalimentan. La última gran crisis y las malas prácticas empresariales que la precedieron obligaban a realizar un cambio de rumbo. Por tanto, el camino iniciado es acertado.

Sin embargo, hay que ser cuidadosos con el exceso de regulación, sobre todo si se traduce en un aumento inútil de burocracia. Ya sabemos que la diferencia entre el veneno y la medicina sólo está en la dosis. Quizás, en algunos casos se podría utilizar la figura del "derecho indicativo", del principio de "cumplir o explicar", que faculta a que una determinada recomendación no se aplique, si se argumenta, lo que permitiría respetar los valores pretendidos.



La empresa, reflejo de la sociedad, está evolucionando a modelos en los que maximizar el beneficio no es su único objetivo

Las compañías necesitan de legitimidad social, y la ética y los negocios deben avanzar por vías convergentes

