

Emprendedores y empresa para el siglo XXI

Responsabilidad Social y Medio Ambiente

Vicente Ramón Torcal Tomás
torcal@uv.es

Profesor Titular de Escuela Universitaria en el Departamento de Dirección de Empresas Juan José Renau Piqueras de la Facultat d'Economia de la Universitat de València (España). Trabajó en el sector privado, fue vicerrector de la Universitat de València y director de la Escola Universitària d'Estudis Empresarials de la misma universidad. Es Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por Universitat de València (España, 1988).

LOS EMPRESARIOS SON IMPORTANTES

La visión de la empresa y el empresario en la teoría clásica se inspiraba en una civilización preindustrial, en la que no se reconoce ningún carácter específico al empresario. La empresa es una unidad (de producción) elemental en la que el empresario, con su conducta de maximización de los beneficios, ejerce de oferente de bienes y servicios y de

demandante de recursos productivos. La función de producción actúa a modo de caja negra y su conexión con el exterior se produce a través del sistema de precios, que proporciona las señales por las cuales se resume todo lo que un agente necesita saber sobre el resto de la economía para llegar a la decisión correcta; no sólo bajo sus intereses particulares, sino también para los intereses colectivos (al menos en condiciones ideales)

Alfred Marshall (1936), con los antecedentes de Cantillon (1997) y Say (1836) quienes consideraban al emprendedor como un aventurero o un hombre de negocios, sería el primer autor relevante en introducir la figura del empresario al considerar a éste como un nuevo factor de producción (además del Capital, el Trabajo y la Tierra de los clásicos) cuya misión no es únicamente el combinar de forma adecuada los factores para maximizar la utilidad, sino también es responsable de otros aspectos de la vida de la empresa como, por ejemplo, del adecuado trato a los trabajadores o las relaciones con

los sindicatos. Schumpeter justificó la figura del empresario a partir de su relación con la innovación “hasta llegar en el peldaño inferior a cosas tales como lograr un éxito en una clase especial de embutido o de cepillo de dientes. Llevar a la práctica éstas innovaciones es difícil y constituye una función económica peculiar” (Schumpeter, 1984, p.181).

Si aceptamos la hipótesis de que no todo el mundo puede ocupar una función tan relevante, su responsabilidad debe ir pareja a esa importancia.

Tomemos el ejemplo de la responsabilidad medioambiental del empresario. El mecanismo de libre mercado parece poseer ciertas propiedades de optimización a partir de una serie de supuestos. Uno de ellos es la inexistencia de efectos colaterales (o externos) de la producción o del consumo, que se añadan a lo que los individuos consideran su máximo interés. Las externalidades son positivas cuando se obtiene un beneficio de lo que los otros hacen, mientras que si es un perjuicio hablamos de externalidades ne-



Un posible consenso básico sobre la sostenibilidad significaría que un sistema debe sobrevivir indefinidamente y en buen estado.

gativas. Esta idea fue formalizada por Pigou (1984) al indicar que los costes y beneficios que no están incluidos en los precios afectan a la manera con que las personas se relacionan con su ambiente, suponiendo un fallo de mercado que impide alcanzar el óptimo paretiano.

LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL NOS AFECTA A TODOS

En numerosas ocasiones no es posible considerar al medio ambiente como una mercancía que se pueda comprar si así se desea. El premio Nóbel de economía Joséph Stiglitz señala:

En los últimos cincuenta años la ciencia económica ha explicado por qué y bajo qué condiciones los mercados funcionan y cuándo no lo hacen. Ha demostrado que los mercados pueden llevar a la subproducción de algunas cosas -como la investigación básica- y a la superproducción de otras -como la

contaminación (Stiglitz, 2003, p. 408).

Otra cualidad de los problemas medioambientales generados por el funcionamiento del sistema económico es que, a menudo, sobrepasan el ámbito donde se han producido. El agujero de la capa de ozono se detecta en la Antártida aunque allí no se utilizan los CFC. Los límites locales no son válidos para actuar sobre patologías como el efecto invernadero o la disminución de los recursos genéticos (biodiversidad).

El conocido teórico y consultor de empresas Peter Drucker señala el medio ambiente como una de las áreas prioritarias de actuación:



Se necesitan medidas locales para impedir la destructiva contaminación, pero la mayor amenaza al medio ambiente no es la contaminación local (...) El daño se hace al hábitat humano, a la atmósfera, a los bosques tropicales que son, por así decir, los pulmones de la Tierra, a sus océanos, a sus reservas de agua y al aire, al medio ambiente del que la humanidad depende. (...) Estos son retos que no pueden responderse desde dentro de las fronteras de un estado (Drucker, 1993, p. 148).

Algunos autores manifiestan que uno de los problemas de llegar a conclusiones definitivas sobre el papel que juega el medio ambiente como apoyo y sustentador de los sistemas económicos, es que nos encontramos ante una importante incertidumbre económica sobre ése papel. Si estuviésemos seguros de los beneficios de la sustitución del capital artificial por natural, el intercambio entre ellos no sería un problema crucial. Sin embargo no hay seguridad al respecto y, si se decide sacrificar el capital natural, >>

Un pequeño grupo de empresas ya ha aceptado el reto de un liderazgo ecológicamente orientado, respondiendo de forma proactiva y estratégica con la reestructuración de procesos y productos.

a menudo, aparece un problema: la irreversibilidad. Los bosques tropicales, una vez destruidos, no se pueden volver a crear, de modo factible al menos. Una tierra desertizada es muy difícil de recuperar, y una vez se ha extinguido una especie, ésta desaparece para siempre. La presencia simultánea de incertidumbre e irreversibilidad debería hacernos un poco más juiciosos a la hora de deshacernos de capital natural.

Un posible consenso básico sobre la sostenibilidad significaría que un sistema debe sobrevivir indefinidamente y en buen estado. Pero esto sólo, podríamos afirmar, se ha conseguido en retrospectiva. En perspectiva la incertidumbre es una característica inhe-

rente a nuestra capacidad de predecir el futuro. El principio de precaución puede ser el elemento de consenso como base de acercamiento hacia la incertidumbre.

NECESITAMOS CAMBIAR

El sociólogo alemán Ulrich Beck (1998) provocó con su noción de sociedad del riesgo una auténtica avalancha de reflexiones sobre la incertidumbre y la condición humana en el mundo contemporáneo. Beck compara la naturaleza del riesgo en la sociedad industrial y la del riesgo. En la primera, el impacto es local y directo sobre ciertos sectores sociales (la población situada cerca de la fuente de contaminación); la distribución de los

agentes contaminantes estaba estrechamente ligada a la distribución geográfica y social de las ciudades y, por tanto, muy relacionada con las desigualdades sociales. En la sociedad del riesgo, se democratiza la distribución del mismo. La atribución de riesgos se realiza a través de conocimientos científicos y no de simple observación, lo que provoca una gran incertidumbre social (tómese como ejemplo las polémicas que provocan las instalaciones de antenas de telefonía móvil cerca de lugares habitados).

Para Beck los problemas ambientales en la sociedad industrial fueron compensados por la posibilidad de consumir más. En la sociedad del riesgo, puede que su proliferación, repartida ampliamente, no haga útil, en muchos casos, la capacidad adquisitiva del ciudadano contemporáneo.

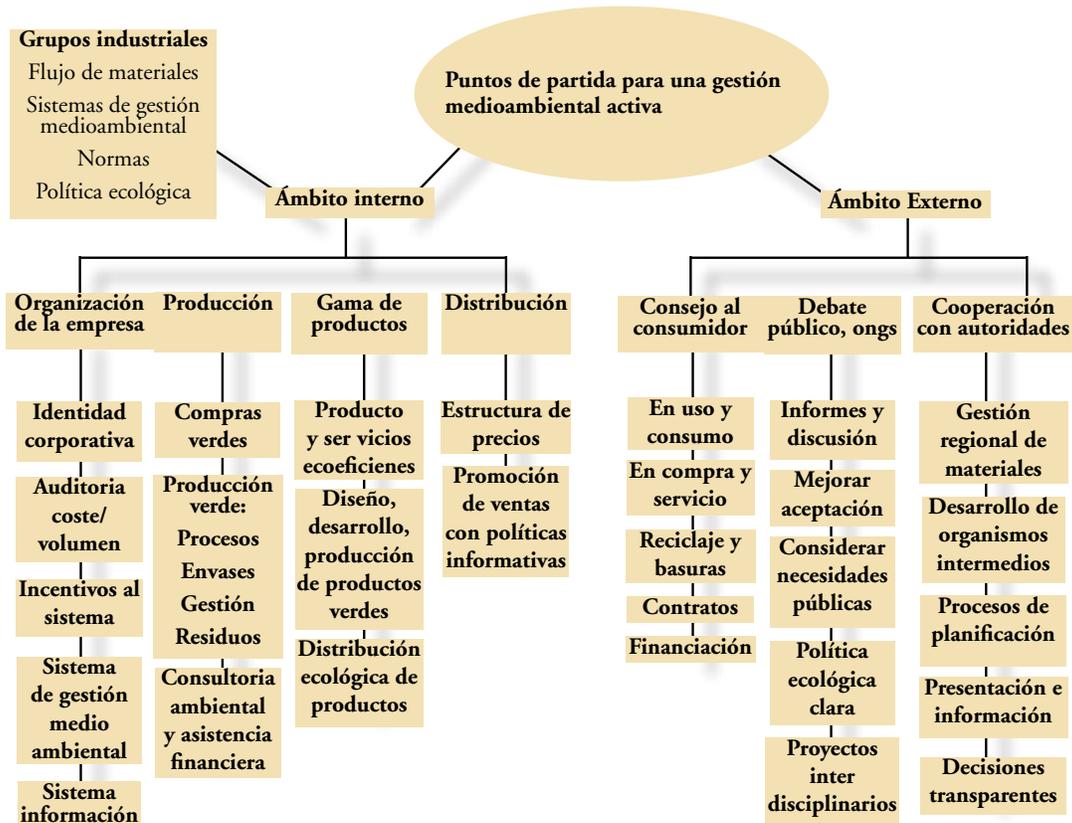
Otro sociólogo Anthony Giddens (1993), conocido también por ser uno de los padres de la llamada tercera vía del laborismo británico, del mismo modo, ahonda en ésta línea señalando que la urbanización y la ocupación de espacios de mayor extensión, cada vez más, tienen mucho que ver con los problemas ecológicos, ya que crean nuevas externalidades entre las que se incluye la degradación ambiental. El nuevo riesgo incluye la desconfianza de amplios sectores sociales en la capacidad de las administraciones de controlar, regular y gestionar los riesgos.

Abordar éstos problemas requiere un cambio profundo en las estrategias de desarrollo económico y en el comportamiento empresarial. El desarrollo debe pasar a ser sostenible para abrir una puerta a la posibilidad de bienestar económico, sanitario y cultural al que toda la humanidad tiene derecho, y debe basarse en una utilización distinta de los recursos naturales. Como señala la ONU a través del informe Brundtland:

Está en manos de la humanidad hacer que el desarrollo sea sostenible, es decir, ase-



Gráfico 1:



gar que satisfaga las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias. (...) En último término, el desarrollo sostenible no es un estado de armonía fijo, sino un proceso de cambio por el que la explotación de los recursos, la dirección de las inversiones, la orientación de los progresos tecnológicos y la modificación de las instituciones concuerdan con las necesidades tanto presentes como futuras (Comisión Mundial del Medio Ambiente, 1988, p. 29).

HACIA UNA NUEVA EMPRESA ECOLÓGICA

Un pequeño grupo de empresas ya ha

aceptado el reto de un liderazgo ecológicamente orientado, respondiendo de forma proactiva y estratégica con la reestructuración de procesos y productos, evitando el consumo innecesario y la polución, y buscando alianzas con otras organizaciones. Las empresas trabajan a largo plazo y tratan de actuar sobre las causas de los problemas ecológicos asumiendo la responsabilidad por el ciclo completo de vida del producto.

La administración medioambiental activa puede ser puesta en marcha partiendo de situaciones iniciales diferentes e incluyendo la implantación de estrategias externas e internas para lograr una política ecológica empresarial. El siguiente cuadro de Sachs (1998, p. 111) nos muestra los puntos de

partida para una política medioambiental activa.

Sachs (1998, 1999) apunta que internamente las empresas pueden diferenciarse durante la producción, afinando su gama de productos, distribución y gestión del personal. La política de compras puede ser implementada sobre la base de demandas ecológicas específicas. El departamento de I+D puede diseñar productos y servicios ecológicamente aceptables y procesos de producción con menores impactos sobre el medio ambiente. Estas actuaciones no tienen porque ser más costosas si los requerimientos ecológicos son considerados desde el principio. La dirección debe ser responsable de la planificación central, ya que el personal >>

Las empresas creativas generan con sus actividades una cultura que va más allá de la racionalidad económica y se abre a nuevos aspectos ecológicos y sociales y a posibilidades de acción en nuevas esferas de impacto

local suele estar bien informado, y con los adecuados incentivos, se debe trabajar al nivel más bajo posible.

El punto de partida para la gestión externa supone el contacto de la empresa con el público en general, lo que, además de los consumidores, incluye vecinos, organizaciones no gubernamentales y la prensa local o regional que, en ocasiones, es extremadamente crítica con las actividades comerciales. La colaboración con las autoridades regionales puede ser tremendamente fructífera en la reducción de costes, organizando conjuntamente el flujo de materiales, o la reducción de las emisiones contaminantes.

Las empresas creativas generan con sus actividades una cultura que va más allá de la racionalidad económica y se abre a nuevos aspectos ecológicos y sociales y a posibilidades

de acción en nuevas esferas de impacto. Estas acciones sólo son posibles en organizaciones con estructuras adecuadas y un ambiente general propicio. Las nuevas organizaciones creadas por emprendedores con una formación universitaria integral pueden obtener ventajas competitivas basadas en ésta comprensión. Jerarquías rígidas, largas líneas de comunicación, ausencia de intercambios de información, falta de cooperación y el esfuerzo individual en la lucha por el poder interno pueden suponer obstáculos insalvables. Se trata no tanto de un único acto de puesta en marcha, sino más bien, de un proceso continuo que no está exento de conflictos y que requiere tiempo, compostura y prudencia, y que sugiere que los factores clave son la capacidad para emitir y recibir críticas, la habilidad para la comunicación, la creatividad, la predisposición para aprender,

la comprensión y la sensibilidad hacia las relaciones sistémicas medioambientales.

Aunar la función económica y social en las empresas, juntando la actividad económica centrada en bienes y servicios con la información y formación del consumidor, la preservación del medio ambiente, las iniciativas locales y la solidaridad internacional, puede permitir compartir el interés por el justo beneficio, con los intereses de la comunidad y la gestión democrática interna. La responsabilidad social del emprendedor consiste en asumir los valores sociales en la propia cultura empresarial e incorporarlos en los objetivos estratégicos y en la gestión cotidiana. Evaluar su nivel de cumplimiento e informar sobre el impacto social de la actuación empresarial son también parte de una política coherente de responsabilidad social. ■

Bibliografía

Beck, U. (1998). *La sociedad del riesgo*. Barcelona: Paidós.

Cantillon, R. (1997). *Essai sur la nature du commerce en general*. Paris: Institut National d'Etudes Démographiques.

Comisión Mundial del Medio Ambiente. (1988). *Nuestro futuro común*. Madrid: Alianza Editorial.

Drucker, P. F. (1993). *La sociedad poscapitalista*. Barcelona: Apóstrofe.

Giddens, A. (1993). *Consecuencias de la modernidad*. Madrid: Alianza Editorial.

Marshall, A. (1936). *Principles of economics: an introductory volume*. London: McMillan and co. limited: St. Martin's Street.

Pigou, A. C. (1984). *Un estudio sobre la hacienda pública*. (Traducción de la 3ª ed. Rev. por Gonzalo Guasp; estudio introductorio por José Ángel Sánchez Asiaín. Madrid: Instituto de Estudios Fiscales.

Sachs, W. et al. (1998). *Greening the North. A post industrial blue print for ecology and equity*. London: Zed Books Ltd.

Sachs, W. (1999). *Planet dialectics. Explorations in environment & development*. London: Zed Books Ltd.

Say, J. B. (1836). *Tratado de Economía Política o Exposición (sic) sencilla del modo con que se forman, se distribuyen y se consumen las riquezas: con un Epítome de los principios fundamentales de esta ciencia, y un índice razonado de las materias*. Paris: En Casa de Lecointe, Librero.

Schumpeter, J. A. (1984). *Capitalismo Socialismo y Democracia*. Barcelona: Ediciones Folio.

Stiglitz, J. W. (2003). *El malestar en la globalización*. Madrid: Suma de letras S.L.

RESUMEN:

La actividad empresarial, más allá de su función exclusivamente económica, acaba afectando al conjunto de los ciudadanos por la existencia, entre otras, de las conocidas como externalidades, entre las que se puede destacar el impacto sobre el medio ambiente. La responsabilidad social del emprendedor consiste en incorporar los valores sociales a la estrategia y la gestión de la empresa.

Palabras claves: Problemas medioambientales. Sociedad del riesgo. Desarrollo sostenible. Gestión medioambiental.

SUMMARY:

Entrepreneurial activity, beyond its exclusive economic function, ends affecting all of the citizens by the existence of what is known as externalities among which the impact on the environment is to be highlighted. The social responsibility for the entrepreneur consists in incorporating social values into the strategy and management of the company.

Keywords: Environmental problems. Risk society. Sustainable development. Environmental Management