

ALDO OLCESE

MIEMBRO DE LA REAL ACADEMIA DE CIENCIAS

“Es rentable invertir en el lado humano de la empresa”

MANUEL V. GÓMEZ

Aldo Olcese (1957) ha dirigido un estudio monumental —casi ochocientas páginas lo avalan— sobre la responsabilidad social corporativa, y en él se apoya constantemente durante la entrevista. El trabajo, publicado a comienzos de noviembre e impulsado por la Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras (RACEF), de la que Olcese es componente, propone el nombre de responsabilidad social de la empresa (RSE) —y lo usa como título—, siguiendo la denominación de la Unión Europea y de las Cortes españolas. Y éste es el término que utiliza Olcese. Desde su amplia experiencia profesional, habla con seguridad sobre la RSE, convencido de que es el futuro de la gestión empresarial pese a las resistencias de las patronales.

Pregunta. La responsabilidad social de la empresa, ¿es *marketing* o una forma de gestión?

Respuesta. Es una nueva y potente herramienta de gestión de la empresa. En todo gran movimiento, al principio hay escépticos y detractores, también hay quien lo quiere utilizar a su conveniencia. Pero creo que son mayoría los que piensan que es una potente herramienta de gestión empresarial.

P. ¿Será un modelo de gestión estable o sólo una moda?

R. El paradigma de la economía de la empresa ha cambiado. Estamos ante una reformulación del modelo capitalista liberal o de la economía de mercado. No creo que sea una moda pasajera, sino que se asentará definitivamente.

P. ¿En qué consiste?

R. En la responsabilidad y la sostenibilidad.

P. ¿Qué significan estos dos conceptos? ¿No está el beneficio empresarial por encima de todo?

R. No. Si antepusimos el beneficio por encima de todo podemos hacer cosas que no debemos. Siempre hay cosas que se pueden hacer por ganar más, pero hay cosas que no se deben hacer. En el libro [en referencia al estudio] hemos establecido 44 recomendaciones de lo que son prácticas de una empresa responsable, y 120 indicadores de medición de esa forma de ejercer la responsabilidad en una empresa. La consecuencia es la sostenibilidad.

P. ¿Y esto no es sólo una visión a largo plazo que ya contemplan algunas empresas?

R. Como conjunto de prácti-

cas ordenadas, sistematizadas e introducidas en la gestión empresarial es novedoso.

P. El libro propone incorporar un enfoque humanista a la empresa.

R. Los detractores de la RSE afirman que no se puede renunciar al concepto economicista propio del capitalismo. Nosotros no defendemos esto, sería la negación del propio modelo. Defendemos que la empresa no puede guiarse sólo por criterios economicistas. También tiene que guiarse por criterios humanistas que necesariamente no devienen en una empresa menos rentable.

P. ¿Una empresa que cumple con sus obligaciones legales y fiscales tiene otras obligaciones con la sociedad?

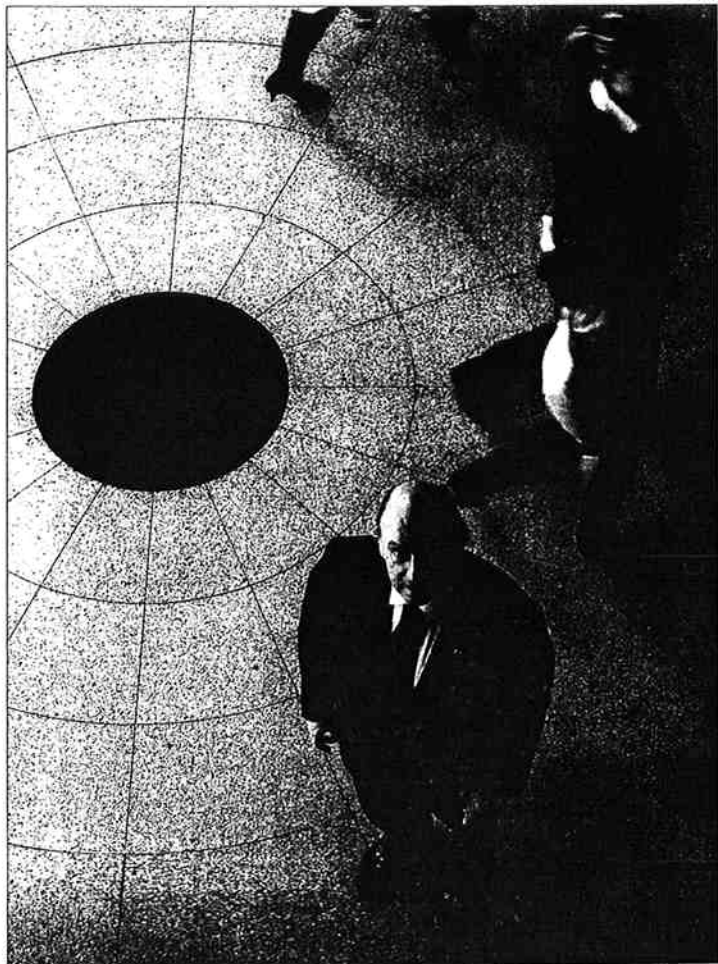
R. Sí.

P. ¿Qué obligaciones y cómo se desarrollan?

R. La responsabilidad social de la empresa tiene varias dimensiones. Las tradicionales son: primero, el medioambiente. Casi nadie discute hoy que las empresas deben cuidar el medioambiente más allá de lo legal. Segundo, la acción social. No es de las muy relevantes, pero que las empresas dediquen algo de su dinero a las capas más desfavorecidas siempre es algo que a su personal, a su entorno le va a parecer que está bien. Por último, las relaciones laborales. Todo aquello que las empresas hagan más allá de las obligaciones contractuales para fidelizar su plantilla, para motivarla.

P. ¿Y las nuevas?

R. La primera, la competencia. Una empresa puede ganar todas las demandas en los tribunales de la Competencia, pero si se mueve en el límite perjudicial a los consumidores. Otra es la innovación tecnológica. Nadie te puede obligar por ley a innovar. Pero es una práctica responsable que lleva a la mejora de las empresas. También la lucha contra la corrupción. Se trata de evitar negocios donde hay un territorio gris entre la actividad empresarial y la corrupción. Las relaciones con los medios de comunicación es otra dimensión. Por ejemplo, nadie obliga por ley a no financiar programas de *información basura*. Pero sí es posible pedirle a las empresas un comportamiento responsable y no financiar programas de esta naturaleza. Y, por último, gobierno corporativo y transparencia informativa y contable. Pretender que una empresa importante lo sea sin tener un gobierno corpo-



Aldo Olcese, en la entrada del edificio donde tiene su despacho en Madrid.

SANTI BURGOS

rativo y una transparencia informativa y contable sobresaliente es muy difícil. Y nadie te obliga a ello.

P. ¿Y estas propuestas serían obligatorias o voluntarias?

R. Yo soy totalmente partidario de la voluntariedad, pero me

“Las patronales se resisten al desarrollo de la responsabilidad social de la empresa”

gustaría que en la RSE se desarrollara un esquema parecido al del gobierno corporativo. Es decir, que las prácticas son voluntarias, pero la transparencia informativa y el reporte están normalizados. Vale que cada uno decida lo que tiene que hacer libremente, pero no que lo cuente como le da la gana o contando mentiras.

P. ¿En qué punto se encuentra España en la RSE?

R. Hay muchísima controversia porque las grandes empresas lo ven como un factor de oportunidad y creen en este nuevo modelo de economía de la empresa.

P. ¿Es simple oportunismo o se trata de estrategia?

R. Cada vez más, estrategia. Hay oportunismo. Pero esto yo lo veo igual que el proceso de gobierno corporativo. Las primeras empresas que entraron lo hicieron por la imagen. Hoy la gran mayoría de las empresas apuesta por un buen gobierno y por una adecuada transparencia. Estamos en un proceso en el que hay bastante confusión. Junto al proactivismo de las grandes empresas hay una resistencia bastante fuerte de las patronales empresariales, que tratan de llevar el desarrollo de la RSE a través de la concertación social entre sindicatos y empresarios. Pero no es suficiente. La con-

certación social puede implicar y afectar a un grupo ilimitado de grupos de interés —empresarios y trabajadores—, pero hay otras dimensiones de la RSE que deberían pactarse con otros grupos de interés.

P. ¿Cómo puede el mercado y la sociedad detectar aquellas empresas que aplican esas recomendaciones?

R. Un elemento clave es que se pueda medir y valorar lo que es la RSE en una empresa. Nuestras 44 recomendaciones marcan ya una guía. También lo hemos definido en 120 indicadores diferentes.

P. ¿Y quién evalúa el grado de cumplimiento?

R. Hace falta que alguien tome la iniciativa de hacer un observatorio cuyo trabajo sea, con esas recomendaciones, medirlas a través de los indicadores en un conjunto de empresas. Sería un movimiento imprescindible de compromiso de la sociedad civil. Esto tiene que ser voluntario, por lo tanto, en régimen de autogobierno de las empresas. En España no es muy edificante que hoy los observatorios de RSE sean de los sindicatos. Y ninguno de los empresarios.

P. ¿Y eso es responsabilidad empresarial o sindical?

R. Ambas cosas. No ha habido un movimiento empresarial organizado en este sentido. Cuesta mucho que se organice la sociedad civil empresarial fuera de la inmediata cuenta de resultados. Pero debería ser un ejercicio de autocontrol empresarial.

Autorregulación u obligación

“Voluntariedad”. Esta palabra aparece continuamente en el discurso de Aldo Olcese sobre la responsabilidad social de la empresa. Entonces, ¿qué pueden hacer las autoridades en este ámbito? En su respuesta, Olcese recurre al trabajo de la academia y lanza una propuesta: “Una asignatura nueva que se llamará *economía de la empresa*

responsable y sostenible, que debería ser troncal en las facultades”.

Al hablar de normas como la Ley de Igualdad, vuelve a aparecer el concepto de voluntariedad, pero con matices. “Comprendo que hay momentos en los que si no hay una reacción positiva por parte de los actores que tienen que desarrollar el

guión, en este caso de los empresarios, los gobiernos se ven en la necesidad de irrumpir con alguna norma que desbloquee un proceso que está enquistado. Yo no soy partidario de una norma, pero tampoco de que España esté en el furgón de cola de la representación de mujeres en los órganos de dirección de las empresas”.