

¿Qué lugar pueden ocupar las empresas dentro de una economía que tendrá en cuenta la solidaridad?

Desde hace algunos años, asistimos a numerosos cambios en el campo de la economía y el comportamiento de sus actores. Somos testigos de la aparición de nuevas prácticas y de nuevos actores que intentan llevar a cabo la conciliación de la economía, las empresas y los ciudadanos con mayor o menor éxito. Surgen nuevas formas de comunicación que no son fruto exclusivo de situaciones conflictivas, aun cuando éstas últimas formen parte también de las nuevas formas de relación.

[Es posible distinguir varios factores concurrentes que hacen que 1999 marque, sin duda alguna, un hito en la puesta en práctica de criterios societarios dentro de las normas de administración de las empresas: la aceleración de la mundialización y de las deslocalizaciones de ciertas actividades de consumo de mano de obra, el plazo de la Ronda del Milenio, las concentraciones de las grandes empresas, el rechazo de los organismos modificados genéticamente por parte de los consumidores europeos y también los americanos, el acento que pone la mayoría de las grandes empresas en el valor accionario y las demás ratios financieras, las disposiciones chocantes adoptadas por ciertas empresas para aumentar aún más sus resultados financieros (recientemente Michelin, pero recordamos a Elf a principios del año 1999 y a Renault en 1997 con el cierre de la fábrica de Vilvoorde), una misión parlamentaria francesa sobre la implicación de las empresas petroleras en la política de los países productores de petróleo, el marcado divorcio entre las grandes empresas y la opinión europea, la ofensiva de los fondos anglosajones sobre el mercado francés y la penetración de la noción de gobierno de empresa, y los límites de un determinado número de medidas tradicionales para modificar el comportamiento social de las empresas].

A partir de esta constante, podemos preguntarnos si las empresas pueden tener un lugar dentro de una economía que otorgará un puesto central a la solidaridad. En tal caso, ¿qué tipos de empresas y qué lugar pueden ocupar? ¿Cuáles son las condiciones requeridas y los riesgos en los que se incurre? Sin embargo, quizá debamos preguntarnos también si la empresa, dentro de su acepción habitual, es incapaz de tener en cuenta la noción de solidaridad sin una intervención permanente de la sociedad civil o, por lo menos, si este valor queda al margen de su proyecto.

Para iniciar la reflexión, parece interesante partir de la siguiente tipología de empresas que reaccionan en relación con la cuestión de la economía solidaria.

- Las empresas que se comprometen únicamente cuando alguien las incita. Sin embargo, hay que subrayar que ello puede responder a los principios de una empresa de responder solamente si el «mercado» presenta un nivel de «demanda» suficiente. Igualmente, pueden existir bloqueos (por ejemplo, el distribuidor Carrefour o el grupo André dentro del marco de la campaña francesa «*De l'éthique sur l'étiquette*»).

- Las empresas que toman iniciativas sin una presión particular. Parece que el inicio de los años noventa ha marcado un número determinado de cambios: nuevos

campos de intervención de la ciudadanía, liberalización entre dos mundos que se ignoraban, etc., con iniciativas como la Carta de Copenhague a finales de 1999.

- Las empresas que invierten los valores y que intentan situar a la persona humana y el medio ambiente en el centro de su proyecto. Éstas corresponden a varios tipos pero es posible citar a Patagonia, Body Shop, Le relais.

La categoría 1 parece difícilmente conciliable con las otras dos dentro de un clima de diálogo.

Para empezar, es posible discernir dos ejes con los que comprometerse (por lo menos):

- Los actores presentes,
- Los nuevos profesionales (en el interior y el exterior de la empresa),

Los actores presentes

Los accionistas y los inversores

En la actualidad, son los inversores y no tanto los accionistas individuales los que influyen en las políticas de los grandes grupos. Ello se refiere al hecho de que la participación de éstos últimos en el capital de las empresas es relativamente débil respecto a los productos de gestión colectiva y los accionistas de referencia, y además los accionistas individuales están dispersos. De todos modos, algunas organizaciones intentan organizar a estos accionistas (Démminor, Adam, Anaf...), pero ello se limita al plan del interés financiero de los accionistas minoritarios. No obstante, su reacción no se puede obviar siempre, ya que promueven el grado de democracia en el seno del accionariado y los fondos colectivos prestan atención a las voces individuales.

En Francia, se asiste a un crecimiento de las intervenciones en las asambleas generales de accionistas y a la multiplicación de las preocupaciones sociales, en particular en el transcurso de estas reuniones. Este fenómeno lo desmultiplica el accionariado asalariado. Además, desde principios del año 1999, están apareciendo fondos colectivos con una nueva forma: los fondos éticos.

Los asalariados

Los modos de acción tradicionales de los asalariados se enriquecen con nuevas gestiones y se crean nuevas alianzas (aunque aún se encuentren en una fase de grandes titubeos). Estas alianzas se expresan en el ámbito del accionariado (intervenciones en asambleas generales de accionistas y peso de los accionistas asalariados dentro de las OPA/ofertas públicas de intercambio de valores) y de la inversión. Se llevan a cabo reflexiones para determinar qué resortes pueden accionarse para impulsar a las empresas hacia una vía «socialmente responsable». La campaña «De l'éthique sur l'étiquette» ha iniciado alianzas de este tipo entre sindicatos, consumidores y ONG. Aunque persisten ciertas divergencias en cuanto a

las estrategias (una empresa que saca una «buena tajada» en cuanto al plan de condiciones de trabajo en los países con una mano de obra barata, por ejemplo, puede plantear problemas en términos de situación social en su país de origen), en la actualidad las convergencias son manifiestas y esta nueva alianza ha sido objeto del reconocimiento por parte de las más altas instancias de la CFDT en el congreso de Lille de 1998.

Los consumidores

A finales de los años ochenta en los Países Bajos y a mediados de los noventa en Francia, se han dado a conocer varias campañas de opinión para incitar a las grandes marcas, y sobre todo a Nike, a adoptar unos códigos de conducta de calidad para la mejora de las condiciones de trabajo en los países con una mano de obra de bajo coste. Este impulso indica una evolución en el comportamiento de los ciudadanos, que han empezado a percibir sobre todo que la perennidad de los proyectos de desarrollo se verá garantizada en tan alto grado que la economía de mercado se orientará hacia una dirección similar o, por lo menos, prestará una especial atención a los estragos que pueda provocar (consciente o inconscientemente) sobre proyectos de desarrollo frágiles. Sin embargo, las relaciones que pueden existir entre promover un «desarrollo local» y orientar la economía de mercado en función de la demanda no se han establecido aún en este clima.

Los poderes públicos

La implicación de los poderes públicos en el juego económico ha evolucionado de modo considerable durante estos últimos años, con una menor presencia que quizá se asemeje a una renuncia. Sin embargo, el Estado desempeña un papel que aún es importante en cuanto a la regulación del juego entre los actores económicos, y que puede orientar sus actos hacia una mayor solidaridad. El Estado puede ejercer en todo momento su papel dentro del marco de un refuerzo o una adaptación de las legislaciones (interviniendo en los nuevos campos de debate: los organismos genéticamente modificados (OGM), la propiedad de los seres vivos, el medio ambiente, etc.). No obstante, también debe reforzar su papel en el plano internacional. El naufragio del Erika nos muestra especialmente las lagunas del derecho internacional y de su aplicabilidad. Respecto a lo anterior, el proyecto de desarrollo de un oleoducto entre Chad y Camerún y la intervención del Banco Mundial en la financiación de este proyecto demuestran de qué manera los poderes públicos y, en consecuencia, la sociedad civil pueden estar implicados en proyectos privados. Sin embargo, también es posible desarrollar nuevas reglamentaciones de tipo incitativo (resolución europea Howitt de enero de 1999 favorable al establecimiento de una «etiqueta social»). En contraste, los Estados y los colectivos locales pueden implicarse igualmente en operaciones económicas ilícitas o partisanas (actos de corrupción, respuestas favorables a redes de influencias o a gabinetes de grupos de presión).

De repente, emergen nuevos oficios y nuevos profesionales.

Los nuevos profesionales

Los analistas societarios

Los inversores financieros se conciencian de que la demanda en cuestión de colocaciones éticas progresa y de que los métodos que permiten evaluar la «calidad ética» de los activos administrados en los productos de colocación colectivos avanzan. En Francia, entre el 2º trimestre de 1999 y la actualidad, han aparecido siete fondos éticos, con lo que su número ha aumentado hasta los doce. La precisión de los «análisis societarios» no permite determinar aún cuáles son las empresas más dinámicas en la materia (ni tampoco las empresas que presentan riesgos importantes; TotalFina, que ha sido privada de una cantidad de fondos importante después del naufragio del Erika, muestra a la vez que se ha reconocido su responsabilidad y que los análisis no habían revelado previamente este problema), pero asistimos a la aparición de nuevos resortes que influyen en el comportamiento social y medioambiental de las empresas. Además, se observa que la aparición de las agencias de *rating* de empresas lleva a éstas a realizar diagnósticos, sobre todo en el campo de los recursos humanos.

Las nuevas funciones dentro de las empresas

Este fenómeno modifica lentamente la organización de las empresas con la instauración de nuevas funciones: «deontólogos», «eticólogos», etc. aparecen en el seno de los grandes grupos. En Francia, sus puestos de trabajo aún no se han definido con toda claridad y, con frecuencia, aún van ligados a la dirección de la comunicación, lo que presagia la poca importancia que se les otorga, aunque pueda darse por sentado que, en el marco de la consideración de las aspiraciones de la sociedad civil, la comunicación constituye una parte esencial... siempre que no se produzca únicamente en un solo sentido. En los países anglosajones, la reacción se traduce principalmente en la organización de las empresas. Así, Shell ha puesto en práctica recientemente una estructura encargada de gestionar las relaciones con la sociedad civil. Lo mismo sucede con Nike, que ha creado un servicio especializado en respuesta a varias campañas de opinión de las que ha sido objeto la empresa. Sin embargo, es posible observar que estos dispositivos tienen por objeto igualmente intervenir al lado de las instancias políticas del país y explicar la posición de las empresas.

Los gabinetes de auditoría y de certificación

La Carta de Copenhague, apoyada por tres de los mayores gabinetes de auditoría mundiales (PriceWaterhouseCoopers, Ernst & Young, KPMG), y que ha gozado de la más alta consideración, ha puesto en evidencia el gran interés que tienen estos gabinetes respecto a las relaciones entre las empresas y la sociedad civil. Para ellos, el «riesgo de mala reputación» es significativo y, por lo tanto, es un impedimento importante en cuanto a nuevos mercados. Por lo que respecta a la certificación, el interés es el mismo. Con motivo del naufragio del Erika, se ha constatado que los organismos de certificación (en este caso de clasificación) detentaban un poder importante. La actividad de certificación se ha desarrollado intensamente tras la estela de las normas de calidad y seguridad, pero empieza a ganar terreno en el sector del medio ambiente (sobre todo la certificación de la explotación forestal). En 1997, un referencial destinado a evaluar las condiciones de trabajo en las unidades de producción fue redirigido por la ONG americana Consejo de Prioridades Económicas (CEP) con esta misma finalidad. Los principales gabinetes mundiales de verificación (ITS, SGS, DNV, BVQI) ya se han apuntado a este segmento de mercado. Aunque se han discutido ciertos puntos de este referencial, demuestra la dinámica que engrana con el ámbito del respeto de los valores sociales.

¿Cuáles son los aspectos que merecen ser analizados (por supuesto, no se trata de algo exhaustivo)?

¿La sinceridad y la amplitud del fenómeno?

Parece, pues, que las empresas adoptan iniciativas para involucrarse en gestiones teniendo en cuenta la solidaridad. ¿Son sinceras o no estas gestiones? ¿Por qué aparecen en la actualidad y no antes? ¿Se debe ello a un empeoramiento del contexto general, a un crecimiento de la conciencia de este contexto, a una multiplicación de los medios de los que disponen los ciudadanos? ¿En qué direcciones se efectúan las gestiones (mecenazgo, cartas, códigos de conducta, integración en el medio ambiente, gobierno de empresa...)? ¿Acaso no existe un riesgo de que los oficios emergentes (auditores sociales, analistas societarios, deontólogos, etc.) deriven hacia prácticas comerciales que olviden el fundamento solidario que ha presidido su aparición?

¿Qué lugar puede ocupar la sociedad civil?

Varias orientaciones adoptadas por las empresas en cuanto a las cuestiones relativas a la solidaridad han arraigado en las reacciones de la opinión. En la actualidad, las ONG son requeridas para permitir la puesta en práctica de los compromisos. Estas intervenciones permiten asegurarse realmente de una buena puesta en práctica y evitar un dominio de los «técnicos» (a veces alejados de las realidades) o advertir acerca de políticas globales. ¿Deben atrincherarse las organizaciones representativas de la sociedad civil tras posiciones de exigencia o de propuesta, o quizá ambas? ¿Cuáles son las condiciones necesarias para conservar su independencia? De modo general, en relación con el campo de actividad mismo de las empresas, la implicación de la sociedad civil puede efectuarse en asociación directa (o en confrontación directa), por presión sobre los nuevos profesionales, o por intervención conjunta con los Estados o las instituciones internacionales.

¿Cuál debe ser el equilibrio entre los distintos actores?

Esta convergencia de actores hacia un objetivo común, ¿presagia una mejora de las relaciones entre unos mundos que, hasta la fecha, se ignoraban más o menos o una formalización de la sociedad civil siguiendo los esquemas impuestos por los imperativos de comunicación de las empresas, con un corolario como es el desplazamiento de los conflictos a otros terrenos? Es posible imaginar un lugar para cada uno, pero dentro de espacios diferentes. Las relaciones entre los distintos actores afectados por una «economía solidaria» reposan sobre acuerdos, intereses divergentes, desacuerdos. Una vía intermedia podría ser la creación de nuevos espacios de negociación entre las empresas y lo que en la actualidad se denominan «partes perceptoras» (asalariados, accionistas, consumidores, ONG, proveedores, etc.).