

Un nuevo código ético para el capitalismo

Ha llegado el momento de que la dirección de empresas adopte su propio "juramento hipocrático empresarial". Se trata de definir los derechos y las responsabilidades del directivo frente a la sociedad

ÁNGEL CABRERA IZQUIERDO

EL PAÍS - Opinión - 02-03-2009

Sería presuntuoso tratar de atribuir a las escuelas de negocio toda la culpa de la catástrofe económica mundial que estamos viviendo. Pero sería aún peor no hacer una reflexión crítica y reconocer cómo han podido contribuir al desastre perpetuando una visión equivocada y dañina de la empresa.

Según un barómetro anual de la firma de comunicación Edelman, la confianza en la empresa y los directivos ha caído a niveles inauditos en todo el mundo. El 62% de los encuestados se fía menos de la empresa hoy que hace un año, y en Europa y Estados Unidos menos del 40% se fía de las empresas. En España, tan sólo el 20% dice confiar en los directivos, y aún menos lo hace en Estados Unidos, la meca del libre mercado.

El propio presidente Obama no dudó en señalar durante su toma de posesión "la irresponsabilidad y la avaricia de algunos" como una de las causas de la crisis. Más recientemente se ha referido con disgusto a la "avaricia y arrogancia en Wall Street" y ha llegado a calificar de "vergonzoso" el que instituciones financieras que se mantienen a flote gracias a las ayudas del contribuyente sigan repartiendo miles de millones de dólares entre sus directivos.

Algunos de mis colegas se sienten ofendidos por lo que consideran una burda e injusta generalización. El que hayamos encontrado unas cuantas manzanas malas, dicen, no significa que toda la cesta esté podrida. Por cada ejemplo de directivo perverso, avaro o incompetente podemos encontrar muchos más casos de directivos responsables, dedicados al servicio a sus clientes, la protección de los intereses de sus accionistas, el pago de sus impuestos y el trato digno de sus empleados. Pero eso poco importa ahora. Lo que sabemos a ciencia cierta es que el número de directivos irresponsables fue suficiente para tumbar el sistema financiero global y generar un daño económico que va a resultar muy difícil de reparar. También sabemos que la mayoría de esos directivos salieron en su día de las mejores escuelas de negocios del mundo.

Con frecuencia oigo en círculos académicos que nuestra responsabilidad no es enseñar valores, sino enseñar herramientas de gestión. Según este argumento, los valores se adquieren en la infancia a través de la familia, los amigos o la iglesia, y la universidad no es ni el sitio ni el momento para tratar de alterarlos. Sin embargo, estudios llevados a cabo por el Instituto Aspen demuestran que el paso por una escuela de negocios tiene un impacto profundo en los valores y las actitudes de los graduados hacia la empresa. Lo que no está claro es si los valores que estamos transmitiendo son los correctos.

Durante años, nuestras aulas han estado dominadas por una visión economicista y simplista de la empresa que ha contribuido a afianzar un sistema de valores inadecuados e incluso perversos. Bajo epígrafes como la teoría de los costes de transacción, el análisis de las cinco fuerzas o la teoría de la agencia se describe la empresa como un artilugio financiero cuyo fin último es la generación de beneficio económico, y la estrategia

empresarial como un juego de mesa donde uno se enfrenta no sólo a la competencia, sino también a clientes y proveedores. El directivo se describe como un agente económico oportunista y egoísta que debe ser controlado mediante incentivos ingeniosos (la zanahoria atada a un palo) que alineen sus intereses personales con los del accionista. Todas estas herramientas y teorías se fundamentan en una máxima indiscutida e indiscutible: el interés del accionista ha de primar por encima de todo, ya que, se supone, es quien asume la mayor parte del riesgo.

No nos debe extrañar ahora que algunos consejos de administración establecieran incentivos desproporcionados a sus directivos, ni que estos directivos, consiguientemente, hicieran lo que estuviera en su mano para embolsarse el premio, incluso si ello conllevara tomar decisiones que sabían que eran dañinas para sus clientes y creaban un riesgo público de consecuencias incalculables. Los accionistas se beneficiaron como esperaban. Al menos hasta que se terminó la fiesta. Ahora millones de trabajadores han perdido sus empleos y los contribuyentes se han quedado a barrer los platos rotos soportando una deuda pública de miles de millones de euros que tardarán décadas en pagar. No sé si alguien aún se cree la indiscutible idea de que el accionista es quien asume la mayor parte del riesgo en la actividad empresarial.

Es esperanzador ver cómo una nueva generación de académicos está desarrollando nuevas teorías y modelos que incorporan visiones más sofisticadas del comportamiento humano, la organización de empresas y el papel de la empresa en la sociedad. Teorías acerca del compromiso o la justicia organizacional, teorías basadas en la confianza, el conocimiento o el capital social comienzan a abrirse hueco gradualmente. Sin embargo, aún no hemos conseguido aglutinar estos conceptos bajo

un marco que reconozca las responsabilidades profesionales de servicio a la sociedad del directivo.

Otras disciplinas profesionales, como la medicina o el derecho, han asumido desde hace tiempo la necesidad de incluir en los programas de formación no sólo conocimientos y habilidades técnicas específicas, sino también una serie de valores y patrones de conducta que subrayen el beneficio a la sociedad y limiten los daños potenciales. Ha llegado el momento de que la dirección de empresas también adopte su propio código deontológico (un "juramento hipocrático empresarial") que defina los derechos y responsabilidades del directivo de cara a la sociedad.

Para empezar, dicho código debe articular las múltiples formas en las que la empresa crea riqueza para la sociedad (no sólo retorno financiero para los inversores, sino también empleo, valor a clientes y proveedores, nuevas tecnologías, etcétera). También debe reflejar como responsabilidad central del directivo el balance de los intereses de diferentes grupos y la aplicación de fórmulas que creen valor de manera simultánea y no exclusiva.

Como cualquier otro código profesional, el directivo debe comprometerse a no anteponer el interés personal al interés de la empresa y mucho menos al de la sociedad a la que sirve en última instancia. Esto implica que ha de conocer y respetar no sólo las leyes que le competen, sino también las normas y valores universales en torno a los derechos humanos, los derechos laborales y el respeto al medioambiente encapsulados en códigos internacionales como el Pacto Global de Naciones Unidas.

De manera más específica, el código de conducta debe establecer la obligación del directivo de crear un clima de integridad, transparencia y ética en su organización y de actuar como ejemplo de esos valores. Esto debe incluir la generación de informes contables y de resultados que reflejen fielmente la capacidad de la empresa de crear valor así como los riesgos asumidos por sus inversores, empleados, proveedores y clientes. Finalmente, el código debe establecer un compromiso con el aprendizaje continuo y una obligación de buscar opiniones de terceros en áreas en las que no se cuente con los conocimientos necesarios.

El que no tengamos aún sistemas de certificación de directivos (como existen en la medicina o el derecho) no debe ser excusa para retrasar o evitar la creación de este nuevo código de conducta y su introducción en las aulas. Hace cuatro años, la escuela de negocios que yo dirijo hizo precisamente eso, estableciendo un juramento de conducta profesional que ha pasado a formar parte de nuestros programas y de las ceremonias académicas de graduación. A pesar de los pronósticos agoreros, el cambio en nuestra cultura académica que resultó de esta iniciativa me hace ser optimista en cuanto al papel que un código de esta naturaleza puede llegar a tener si lo conseguimos introducir en todo el mundo. El Foro Económico Mundial tomó nota en Davos y ha creado un grupo de trabajo para estudiar esta posibilidad.

Si hay algo positivo en esta crisis es la oportunidad que nos ofrece de transformar lo que no funciona y sentar las bases de un sistema de mercado más eficaz, más eficiente y más justo. Aprovechemos el momento.