

Beneficis diferits. De 'quid pro quo' a 'do ut des'

Josep Maria Canyelles*

Malgrat que de vegades a aquestes dues expressions llatines se'ls pugui donar una interpretació propera, el cert és que disten prou. La primera vindria a dir 'això per allò' i, per tant, respon a una lògica del bescanvi, de l'intercanvi entre béns de valor presumptament equivalent. Mentrestant, 'do ut des' (dóna i rebràs) no és que sigui més altruista -per tal com manté la idea de la contraprestació- però tanmateix assumeix la idea d'inversió a mitjà o llarg termini que suposa fer el bé, tot acceptant i propugnant una dilació del retorn. Uns beneficis diferits que diríem amb una visió economicista.

Beneficis diferits! Com la legítima expectativa de retorn que en la **nova economia** disposen les empreses que opten per una conducta responsable davant la societat i els partprenents o grups d'interès.

Algunes empreses estableixen com a hipòtesis una relació de causa-efecte entre la ciutadania corporativa i els seus resultats, com fa la moderna gestió de l'estratègia tot contemplant la relació entre la gestió dels actius intangibles i els èxits econòmics. En altres casos no es monitoritza i es té una visió encara més diferida, sota la convicció que l'enfortiment del seu propi entorn comunitari li suposarà en el llarg termini una millor capacitat empresarial.

Sigui com sigui, més que ètica pura, quan una empresa procura incorporar polítiques de **responsabilitat social**, diríem que practica el 'do ut des', aquesta conducta moral que no per vella i coneguda deixa de ser un fonament de la vida en comunitat. Robert Putnam en diria el **capital-social** o capital-confiança que requereix la societat per rutllar efectivament. L'empresa ciutadana avui necessita **construir la confiança amb els seus públics, inclosos els interns!**

La gestió de les relacions empresarials en l'actual context de la **societat del coneixement** no pot fonamentar-se de manera exclusiva en una base de l'intercanvi comercial. Ha d'incorporar elements com la confiança i la satisfacció d'expectatives, necessitats i inquietuds que van més enllà de la immanència i immediatesa de les relacions

merament mercantils. Estem passant de les relacions win-win (jo hi guanyo i tu hi guanyes) a les relacions triple guany, un **win-win-win** en el qual **no solament els dos agents interactuants en surten beneficiats** sinó que també els altres agents, l'entorn i les parts interessades.

Per això diem que **avui l'empresa no sols ha de conèixer el mercat, sinó també la societat**. I ha de reconèixer aquesta societat i les seves parts com el seu terreny natural de joc. Ja que altrament la societat (llegeixi's ciutadans, consumidors, representants polítics i socials, la pròpia cadena de proveïment, etc.) podrà fer ús del seu poder creixent per a bandejar una empresa i expulsar-la del mercat, especialment si una empresa no sap guanyar la legitimitat per operar a la societat, no sap mostrar que els beneficis que obté de la comunitat tenen el segell no sols de legalitat sinó també de legitimitat.

Legitimitat que han de saber-se guanyar totes les organitzacions, privades, públiques i socials. És així que el noble desideràtum de **la societat responsable**, aquesta utopia raonable, **no prové tant d'una ment ordenadora com de la suma de molts vectors**, la interacció de molts agents que edifiquen una xarxa de relacions i reconeixements, d'anàlisi i prospectiva comuna, d'intercanvis i expectatives, basada en la confiança i en les aliances de suma positiva, el diàleg mutu per a satisfer llurs necessitats i les de la societat.

Malgrat que la globalització hagi esdevingut marc i explicació de tot, avui també percebem com en una lògica territorial, en les comunitats, en les regions econòmiques si es vol, es fa possible pensar en termes de **territoris responsables**, d'espais relacionals entre múltiples parts basades en la creació de riquesa mútua, el territori entès alhora com un clúster de coneixement, com un espai de confiança, com un marc de cohesió social, com uns partenariats i aliances estratègiques, com la gestió d'uns actius intangibles territorials (entre els quals la pròpia marca-país) i sobretot com una aposta per a la creació de capital econòmic, intel·lectual i social.

Aquest article es troba disponible a:

www.collaboratio.net/mm/File/ca/Art.jmcanyelles_beneficis_diferits.pdf

* **Josep Maria Canyelles** jmcanyelles@collaboratio.net, promotor del *think tank* www.ResponsabilitatGlobal.com. Assessora empreses i governs. Col·labora amb l'Assoració per a les Nacions Unides. Coord. Comissió RS de l'Ass.Cat.Comptabilitat i Direcció www.accid.cat i col·labora amb diferents universitats. Promou **collaboratio**, iniciativa per als TSR