

LAS DIFERENTES TEORIAS QUE SUSTENTAN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA: ESTADO DE SITUACIÓN Y PROSPECTIVA

Dra. Cristina Calvo¹

1. Introducción

Los investigadores y académicos especialistas en Responsabilidad Social Empresarial (RSE), coinciden en que no existe unanimidad sobre el contenido, los fundamentos teóricos o las implicaciones sociales y organizacionales de la responsabilidad social¹, a diferencia de las organizaciones empresariales y organismos multilaterales quienes convergen en algunos elementos.

La definición del concepto RSE es un tema de debate enriquecido con los aportes de distintas culturas, visiones y aplicaciones, como se pudo apreciar en las fases sucesivas recién indicadas. Cada región, inclusive un país, tiene una agenda propia de acciones de RSE que se construye a partir del consenso entre los diversos sectores empresariales.

2. Componentes de la RSE

Derivado de que no se cuenta con una definición única y generalizada de la RSE, tampoco existe una clasificación generalizada de sus componentes principales. Aunado a la responsabilidad económica de la empresa -ser rentable- y de la responsabilidad legal y fiscal - cumplir con la ley y pagar impuestos - la RSE, a menudo, se relaciona con:

2.1. Protección ambiental: se centra en encontrar soluciones sostenibles para el uso de recursos naturales con el objetivo de reducir el impacto ambiental de la compañía. En los últimos años, la responsabilidad ambiental se ha expandido para ir más allá del cumplimiento de las regulaciones gubernamentales vigentes o incluso unas cuantas iniciativas como lo es el reciclado o la eficiencia energética. Ahora muchos ciudadanos, organismos ambientales y empresas de liderazgo definen responsabilidad ambiental como un enfoque global con respecto a las operaciones, productos y facilidades de la empresa, lo cual incluye la valoración de productos, procesos y servicios de negocios; eliminación de desechos y emisiones; maximización de la eficiencia y productividad de todos los activos y recursos y la minimización de prácticas que pudieran afectar negativamente la disponibilidad de los recursos naturales del planeta por parte de las generaciones futuras.

2.2. Derechos de los trabajadores: se refiere a la libertad de asociación y al reconocimiento real del derecho de la negociación del contrato colectivo; la eliminación de todas las formas de trabajo forzado y obligatorio; la abolición y eliminación del trabajo infantil y la eliminación de la discriminación con respecto al empleo y ocupación.

¹ Le questionnement éthique et social de l'entreprise dans la littérature managériale, par Corinne Gendron CRISES-UQAM Université du Québec à Montreal, Canada 2000.

Sin embargo, desde el punto de vista del Magisterio Social de la Iglesia parece necesario asumir una perspectiva como la que propone la Organización Internacional del Trabajo (OIT) que viene desarrollando el concepto de “trabajo decente” y estableciendo convenios que lo apliquen ante el aumento de formas de trabajo precario, informal y temporal. "Actualmente, la finalidad primordial de la OIT es promover oportunidades para que los hombres y las mujeres puedan conseguir un trabajo decente y productivo en condiciones de libertad, igualdad, seguridad y dignidad humana", afirma Juan Somavía, Director General de la OIT².

La OIT señala que “el trabajo decente resume las aspiraciones de los individuos en lo que concierne a sus vidas laborales, e implica oportunidades de obtener un trabajo productivo con una remuneración justa, seguridad en el lugar de trabajo y protección social para las familias, mejores perspectivas para el desarrollo personal y la integración social, libertad para que los individuos manifiesten sus preocupaciones, se organicen y participen en la toma de aquellas decisiones que afectan a sus vidas, así como la igualdad de oportunidades y de trato para mujeres y hombres”³. Por ello, agrega la OIT, “el trabajo decente debería constituir la esencia de las estrategias globales, nacionales y locales para lograr el progreso económico y social. Es indispensable para los esfuerzos destinados a reducir la pobreza, y como medio para alcanzar un desarrollo equitativo, global y sostenible. Mediante sus actividades en el ámbito del empleo, la protección social, las normas y los principios y derechos fundamentales en el trabajo y del diálogo social, la OIT se esfuerza para fomentar el trabajo decente”⁴.

2.3. Derechos humanos: considera que las prácticas empresariales pueden afectar profundamente los derechos y la dignidad de los empleados y las comunidades. Se pretende desarrollar lugares de trabajo libres de discriminación, en donde puedan prosperar la creatividad y el aprendizaje, con códigos de conducta profesional decentes y en donde pueda lograrse un balance adecuado entre el trabajo y otros aspectos de una vida plena e integral. En un contexto de globalización aumenta el reto de encontrar formas de hacer negocios en las que se respeten los derechos humanos y la justicia social; y se facilite el desarrollo adecuado de las economías emergentes. Se espera que los países apoyen y respeten la protección de los derechos humanos internacionales dentro de su campo de influencia y se aseguren de que sus propias corporaciones transnacionales también lo hagan y no sean cómplices de abusos en cuanto a derechos humanos.

2.4. Participación comunitaria: se refiere a una amplia gama de acciones tomadas por las empresas para maximizar el impacto de la donación de dinero, tiempo, productos, servicios, influencia, conocimiento de gestión y otros recursos sobre las comunidades en las que operan. Algunas de ellas son: la asociación comunitaria, suministro de mano de obra, participación comunitaria global, filantropía, donaciones de productos y servicios, voluntariado entre otros. Cuando estas iniciativas se diseñan y ejecutan estratégicamente, no sólo

² Memoria del Director General de la OIT, “Trabajo decente”, en la 87° reunión, junio 1999.

³ Idem.

⁴ Idem.

son de gran valor para los destinatarios, sino que mejoran el clima laboral en las empresas y aumentan su reputación y la de sus marcas, productos y valores dentro de las comunidades locales en las que poseen intereses comerciales significativos, así como alrededor del mundo.

2.5. Estándares de negocios: abarcan una amplia gama de actividades corporativas tales como la ética, rendimientos financieros, protección ambiental, derechos humanos y estándares laborales. Los estándares usualmente se adoptan a nivel corporativo, de asociación empresarial, industrial o de país. El incremento del comercio internacional, la globalización y las comunicaciones instantáneas han generado una creciente presión por parte de varios grupos en busca de la creación de estándares globales de conducta empresarial. En respuesta a sus inquietudes, se han propuesto y creado diferentes estándares. Esto ha hecho surgir un sin número de interrogantes respecto a cuál estándar es el mejor, puede ser universal, puede auditarse el cumplimiento de un estándar global y, de ser así, ¿quién, si es que existe alguien, debería monitorear su cumplimiento?.

El concepto **de Balance Social** reúne un conjunto de tendencias y orientaciones diferentes: para algunos autores debe ser considerado un fenómeno social-empresarial más que una técnica concreta, para otros es sólo una herramienta de gestión, y aún quedan quienes lo ven sólo como un sistema de información empresarial hacia la sociedad. Desde su praxis, podemos decir que el balance social es un modelo para la evaluación, gestión y planificación estratégica empresarial que ayuda a identificar oportunidades para mejoramiento en resultados sociales, ambientales y financieros y se ha ido constituyendo en una técnica que permite a la empresa reunir información cuantitativa y cualitativa para seguir de manera objetiva el desarrollo de sus actividades y medir su desempeño en la implementación de programas de carácter social (internos y externos).

Más adelante nos referiremos a la norma ISO aplicada a la RSE que también puede orientar este proceso.

2.6. Mercadotecnia e imagen: los temas referentes al mercado tales como distribución, mercadeo ético, fijación de precios, facturación, privacidad del consumidor, divulgación, calidad y seguridad del producto; por cuanto se relacionan con la RSE abarcan una amplia gama de actividades empresariales que definen la relación de una empresa con sus clientes. Estas actividades pueden agruparse en seis categorías:

- Fabricación e integridad del producto;
- Divulgación, etiquetado y empaque;
- Mercadeo y publicidad;
- Prácticas de ventas;
- Fijación de precios; y
- Distribución.

En cada una de estas áreas las empresas están reorganizando sus estrategias de negocios para abordar nuevos temas como la privacidad y la tecnología,

mercadeo dirigido a niños, mayores expectativas en cuanto a la seguridad e impacto ambiental del producto, incremento del escrutinio por parte de los consumidores y organismos no gubernamentales y la globalización del movimiento de los consumidores. Ninguna de estas áreas, por otra parte, quedan exentas de la aplicación de las normas éticas ya que afectan la vida social, positiva o negativamente.

2.7. Desarrollo empresarial y económico: incluye competitividad, desarrollo de las Pymes locales, espíritu emprendedor, desarrollo económico de la comunidad, micro finanzas y capacidad de gestión en las economías emergentes, etc. En muchos casos, la falta de un marco de negocios habilitador y la escasez de estructuras de apoyo para nuevos negocios puede socavar y derrotar los esfuerzos empresariales. Cada vez más, se está apelando a las empresas multinacionales, con su abundante pericia financiera, técnica y gerencial, para que proporcionen un punto focal de soporte para las empresas locales. Al mismo tiempo pueden ayudar a que los gobiernos comprendan las formas en que puede desarrollarse un marco de negocios habilitador que alimente los esfuerzos empresariales locales. La participación empresarial en el desarrollo económico de la comunidad es la aplicación de las funciones empresariales medulares, lo mismo que de fondos de una fundación y contribución de fondos, a esfuerzos de negocios en comunidades de bajos ingresos para el beneficio económico mutuo de la comunidad y la empresa.

2.8. Educación y desarrollo del liderazgo: debido a que la educación es uno de los elementos claves del desarrollo sostenible y del progreso, las empresas, trabajando en conjunto con el sector público y la sociedad civil, pueden hacer un aporte importante al logro de una educación de calidad accesible para todos. Las empresas también pueden tener un impacto mayor sobre el proceso de desarrollo aumentando los estándares de la educación corporativa y del desarrollo de liderazgo y llevando mejores prácticas a sus socios en economías en desarrollo y de transición⁵.

2.9. Triple *bottom line*: En su más amplio sentido el término engloba un conjunto de valores y procesos que la empresa debe dirigir para reducir al mínimo cualquier daño resultante de sus actividades y crear valor económico, social y medioambiental. Esto implica tener claramente definido el objetivo de la empresa y tomar en cuenta las necesidades de las partes interesadas; accionistas, clientes, empleados, socios de negocio, gobiernos, comunidades locales y el público.

Así, las responsabilidades de la empresa se dividen en tres grandes ámbitos: económico, social y medioambiental. Para precisar el objetivo de la responsabilidad, se hace necesario vincular los ámbitos relevantes con sus respectivos elementos: equidad social, eficiencia económica y preservación del medioambiente.

En un contexto de creciente presión para que las compañías generen valor

⁵ Ver, por ejemplo, el curso *on line* del Instituto del Banco Mundial sobre “Responsabilidad Social Empresarial y competitividad sostenible”.

monetario a sus accionistas y, a la vez, proporcionen valor social y ambiental, los gerentes centran su atención en maximizar el valor agregado a lo largo del triple *bottom line*, el cual se sustenta en las tres dimensiones de la sostenibilidad: económica, ambiental y social. De manera creciente las compañías están elaborando reportes sobre su desempeño en términos de la triple línea de base.

3. El marco ético en la Investigación sobre RSE: las distintas teorías

Hablar de RSE es insertarnos en un pensamiento económico-organizativo junto al ético-filosófico. Porque si nos limitáramos al derecho positivo, bastaría con construir y proteger el ambiente normativo favorable al desarrollo de la RSE pero, estamos entrando en las dimensiones culturales más amplias e ineludibles del derecho natural: una perspectiva que no nos tiene que sorprender porque la RSE iluminada por las palabras que acabamos de leer de Juan Pablo II nos remite inmediatamente al concepto de "derechos universales" y a la idea de relación y, no solo de complementariedad, sino de compenetración, entre el derecho y la ética, entre lo que es obligatorio y lo que es justo.

Recordando lo que históricamente se ha dado, en los comienzos de los '70, Milton Friedman, cofundador de la célebre Escuela de Chicago, Nobel en Economía, podía escribir: *"el verdadero deber social de la empresa es obtener las máximas utilidades (obviamente en un mercado abierto, correcto y competitivo) produciendo riqueza y trabajo para todos de la manera más eficiente posible"*. El mensaje era bien claro: la única legitimación, ética y social al mismo tiempo, del actuar empresarial era obtener la maximización de la utilidad en el respeto de las reglas de juego.

Hoy, tiempos de sociedad postfordista, nadie suscribiría afirmaciones tan tajantes. Bien entendida, la generación de utilidades sigue siendo una condición necesaria pero no más suficiente, para que la empresa pueda considerarse legitimada ante los ojos de la sociedad.

¿ Por qué motivos ? Indico, por lo menos tres, de naturaleza fundacional y que nos ayudan a comprender cuanto la RSE no es un fenómeno pasajero ligado a una moda cultural, sino a algo permanente destinado a ser la connotación del comportamiento de la empresa global del futuro.

Primero: por la responsabilidad social de la figura consumidor-ciudadano. Está siendo superada la figura del consumidor como receptor pasivo y va cediendo el paso a un sujeto que quiere consumir pero, en un modo crítico. Esto significa que, con sus decisiones de compra y con sus comportamientos, el consumidor entiende contribuir a "construir" la oferta de aquellos bienes y servicios que demanda en el mercado. No le basta más la sola relación calidad-precio, quiere saber "cómo" ese determinado bien ha sido preparado y, si en el curso de su producción, la empresa ha violado, en todo o en parte, los derechos fundamentales de la persona que trabaja. Segundo: por la deslocalización de las empresas. Hoy, en tiempos donde los mercados de

referencia de las empresas se vuelven cada vez más globales, puede suceder que, producir utilidades no equivalga necesariamente a producir bienestar para todos. Con lo cual, la tradición lógica de legitimación de la empresa, según la cual la generación de la ganancia era ipso facto, fuente de beneficios sociales, no es más creíble. De aquí se deriva la exigencia implícita en la sociedad, de que las empresas revelen externamente la manera específica en la cual expresan su responsabilidad frente a todos. Tercero: por motivos de la existencia de asimetría en la información y la existencia de contratos incompletos, es cada vez más complicado para el management, controlar la acción de los colaboradores y empleados y de los comportamientos oportunistas.

Por eso, mediante la RSE se pueden utilizar los mecanismos de la persuasión para crear o restablecer los lazos de confianza dañados.

Algunos de estos conceptos más adelante los voy a retomar cuando profundice la evolución de la concepción ética.

Otra razón válida para comprender el énfasis actual sobre la RSE tiene que ver con una de las consecuencias de la globalización que es el "aumento de la incertidumbre". Lo difícil que es vivir en condiciones de incertidumbre está a la vista de todos. La relación entre RSE e incertidumbre es importante porque pone en discusión una antigua idea que atraviesa las distintas escuelas de pensamiento económico y es la idea según la cual lo económico sería un espacio separado del espacio político y de la sociedad civil. Pero eso hoy no es más así y tenemos múltiples ejemplos. La RSE podría mirarse como una norma social de comportamiento emergente, una norma que exprese la exigencia de valorizar la vida pública. Con la RSE la empresa sale a la plaza, es decir, entra en el ágora. Por lo tanto, se juega frente a la polis y no sólo ante el mercado. Es decir, a los capitalistas del siglo XXI no les alcanza con ser exitosos en los negocios, cada vez más tienen que ser aceptados por la sociedad civil, nacional o transnacional. ¡ A la empresa hoy se le pide lo que en otros tiempos hubiera sido considerado imposible: ¡justificarse !

La RSE no es por cierto un elemento nuevo en las modernas economías de mercado. De hecho, se sabe desde siempre, que la empresa tiene obligaciones de naturaleza moral, además de las legales, con relación a la sociedad en la cual actúa. Por lo tanto, no es correcto afirmar que el tema de la RSE constituya una *novedad* de esta nuestra fase histórica.

Lo que ha ido cambiando en el curso del tiempo, es la interpretación del "concepto de responsabilidad social", es decir, la especificación de aquello por lo cual la empresa tiene que sentirse responsable. Tal evolución de la responsabilidad ha ido adelante a la par del cambio profundo en la noción de comportamiento ético. Se produjo una pluralidad de teorías éticas, cada una de las cuales ha ejercido una gran influencia sobre la manera de definir los contenidos de la RSE.

Esto es lo que voy a afrontar ahora, tomando como marco el siguiente párrafo de Juan Pablo II: *"Por encima de la lógica de los intercambios a base de los parámetros y de sus formas justas existe **algo que es debido al hombre porque es hombre**, en virtud de su eminente dignidad. Este algo*

debido conlleva inseparablemente la posibilidad de sobrevivir y de participar activamente en el bien común de la humanidad. (CA,34)”.

La posición más antigua y, en un tiempo más defendida, es la propuesta por la teoría de los accionistas, según la cual la dimensión ética queda, por así decir, externa a la esfera de acción de la empresa (y, más general, del actuar económico). Milton Friedman (ahora lo vuelvo a nombrar) es el ejemplo de tal influyente corriente de pensamiento, con la frase que ya mencionamos anteriormente, de su “Capitalism and Freedom”: *“Hay una sola responsabilidad social de la empresa; aumentar sus ganancias... El verdadero deber social de la empresa es obtener las más altas ganancias – obviamente en un mercado abierto, correcto y competitivo – produciendo así riqueza y trabajo para todos de la manera más eficiente posible”*⁶

Según esta Escuela, entonces, la única legitimación ética, y por ello social, del actuar de una empresa es la de apuntar a la maximización de las ganancias en el respeto de las reglas de juego económico. La justificación de una proposición tan comprometida es: dado que la ganancia es un indicador sintético del eficiente uso de los recursos, la empresa que lo maximiza hace el mejor uso posible de los recursos escasos, evitando que se desperdicie y distorsione, y por lo tanto contribuye a crear, aún sin quererlo, “riqueza y trabajo para todos”. En tales condiciones, valor económico y valor social se sobreponen completamente: la empresa es tanto más socialmente responsable cuanto más obra guiada solamente por el “profit motive”.

¿Qué teoría ética sostiene y fundamenta tal discurso? *La ética de las intenciones*. Una acción es definida como moralmente buena cuando se atiene a dos reglas: la regla próxima (la conciencia) y la regla remota (la ley). El sujeto que, logrando armonizar la conciencia a la ley, se comporta consecuentemente, es un sujeto que cumple un acto moralmente bueno. Sólo las intenciones del actor y no también las consecuencias de sus actos son relevantes a los fines de definir éticamente un comportamiento. Es la intención, por lo tanto, la que “importa” y la que hace beneficiosa la manera en que la riqueza es producida.

Para tratar de captar el sentido último de la ética de las intenciones, consideramos algunos casos paradigmáticos traídos de la realidad estadounidense, el país donde tal teoría ha encontrado el terreno especialmente fértil de difusión. Tenemos el ejemplo de un gran capitalista filántropo: Andrew Carnegie, autor en 1889 de *The Godspell of wealth*. Carnegie se quedó desconcertado frente a las protestas de distintos sectores de la sociedad con respecto a sus métodos, por supuesto no demasiados civilizados, para conducir los negocios de su empresa. *“En 1892, el Saint Luis Post-Dispatch fue vocero del fuerte resentimiento de los obreros locales por las obras de beneficencia de Carnegie, sosteniendo que diez mil bibliotecas Carnegie no habrían podido resarcir al pueblo por los males directos e indirectos provocados por el cierre de su fábrica ”*⁷ . Igualmente análogo el caso de John Rockefeller que, para sostener sus iniciativas filantrópicas, no titubeaba en humillar y ofender la dignidad de sus obreros. Por ejemplo,

⁶ M. Friedman, “Capitalism and Freedom, Chicago, Chicago University Press, 1962, p.133.

⁷ P. Schiera, “Il laboratorio borghese”, Il Mulino, Bologna, 1987, p.73.

cuando se supo que en Ladlow, en un establecimiento minero de propiedad de los Rockefeller, se hizo una manifestación obrera con derramamiento de sangre.

¿Cuál es el límite de la ética de las intenciones? El de no tener en cuenta los efectos de las acciones individuales. Si mi actividad, aún sostenida por una recta intención, genera consecuencias que repercuten sobre los demás sujetos, puede suceder que un acto moral subjetivamente lícito, sea objetivamente ilícito. Tomar la decisión de confiar a una financiera las rentas personales para que maximice la tasa de rentabilidad es un acto lícito según el criterio de las reglas “próximas y remotas”. Pero si el agente financiero utiliza esas ganancias de modo abominable, el acto en cuestión deviene objetivamente ilícito.

Un intento teórico que, en tiempos recientes, ha tratado de ir más allá de los confines de la ética de las intenciones es el del “*good ethic is good business*”: el comportamiento ético contribuye de forma positiva a la buena performance empresarial; que es como decir que “la ética rinde”. Esta es una posición que postula un autointerés brillante por parte de los agentes económicos; ya no la maximización de las ganancias año a año, sino por un largo período. Concretamente, esto significa que la responsabilidad social entra, como argumento, en la función objetiva de la empresa y no más en el sistema de relaciones, como sucede en la teoría de los accionistas.

Sin duda, se trata de un paso adelante, pero demasiado corto para resultar interesante. En primer lugar, porque no se logra comprender como el gerenciamiento pueda realizar una función objetiva cuando, entre sus fundamentos, figuran variables materiales como la ganancia o la tasa de crecimiento de la empresa y variables inmateriales como son las que tendrían que expresar la dimensión social. En segundo lugar, porque mientras a la ética se le asigne un rol puramente instrumental – como exige el utilitarismo – ella no estará nunca a la altura de incidir sobre los estados de ánimo de los actores – los sentimientos morales, en el sentido de A. Smith – y, por lo tanto, sobre sus comportamientos.

Una tercera línea de pensamiento, hoy en auge, es la condensada en la *teoría de los stakeholders*; una teoría que se remonta a los años 80 del siglo pasado y que encontró en Edward Freeman ⁸ su primer sistematizador. Grande fue el impacto de tales líneas de pensamiento tanto sobre el comportamiento gerencial como sobre el plano del ordenamiento institucional. ¿De qué se trata? Podemos decir que, cada grupo de stakeholders, tiene derecho a no ser tratado como un medio orientado para cualquier fin, sino que debe participar de las determinaciones del rumbo futuro de la empresa” ⁹, de esto se desprende que el fin de la empresa no es sólo la maximización de la ganancia, como es para la teoría de los accionistas. Por esta última, los accionistas, siendo los responsables últimos del destino de la empresa, tienen derecho a una consideración distinta y más importante del resto de los demás portadores de intereses. En esta teoría, “ la auténtica finalidad de la empresa, desde nuestro punto de vista, es la de obrar como vehículo para *coordinar* los intereses de los stakeholders”. Por lo tanto es tarea del directorio de la empresa, realizar un

⁸ E. Freeman, “Strategic planning: a stakeholder approach”, Boston, Pitman, 1984 (II ed.)

⁹ W. Evan, E. Freeman, “Ethical Theory and Business” Prentice Hall, Englewood Cliffs, 1988, p. 101

balance entre los intereses de todos los stakeholders. Para precisar: el management es portador de una relación fiduciaria que lo une, tanto a los stakeholders, cuanto a la empresa como entidad abstracta. Él está capacitado tanto para actuar según los intereses de los stakeholders como si fuera un agente de ellos y, tiene que actuar para el interés de la empresa, para garantizar su supervivencia, salvaguardando los intereses a largo plazo de cada grupo". (Ib., p. 104).

No es difícil encontrar el fundamento ético de tales teorías. Se trata de *la ética de la responsabilidad*, tal como ella ha sido formulada por Max Weber al comienzo del siglo pasado. La idea de fondo es que, en el juicio moral, además de las intenciones es necesario tener en cuenta también el efecto de las acciones, "cuando estas son previsibles". Las intenciones no justifican las consecuencias.

Dos observaciones críticas que se dirigen a la teoría de los stakeholders. Ante todo ella se remonta a la teoría, según la cual la empresa es básicamente un "organismo" en el que conviven distintos centros de poder, cada uno dotado de un específico objetivo a alcanzar. Por ejemplo, los trabajadores desean salarios altos, decentes condiciones de trabajo y buen trato jubilatorio; los manager querrán asegurarse sueldos altos y tratarán de acrecentar su poder y prestigio; los accionistas apuntan a altas ganancias y a la expansión del capital societario. Y así sucesivamente. El problema entonces es el de cómo hacer para coordinar intereses múltiples, cómo hacer que sean compatibles, entre ellos, los objetivos de los distintos grupos de intereses: al manager le pagan los accionistas para que éste trate de satisfacer sus intereses, es decir, maximizar las ganancias; pero, al mismo tiempo el manager tiene que obrar de forma que balanceen los intereses de todas las categorías de stakeholders. Cómo pueda realizarse esto, nadie está en condiciones de explicarlo adecuadamente.

La segunda observación crítica es que, a pesar de las apariencias, la teoría de los stakeholders está privada de un verdadero fundamento ético. No es difícil darse cuenta. Está bien claro que esa teoría se apoya sobre la ética de la responsabilidad, pero esta es una ética que se limita sólo al control de los efectos previsibles derivados de una acción. Sin embargo, lo propio de la función emprendedora es generar continuamente efectos imprevisibles. En esta situación, la ética de la responsabilidad deviene de hecho insuficiente.

Llegando a este punto, surge el interrogante de si hay o no diferencias entre la responsabilidad social de la empresa capitalista y aquella de la empresa social. Cada vez que, por las razones indicadas, la ética de la responsabilidad cesa de ser una guía segura para definir un comportamiento socialmente responsable; la empresa de tipo no capitalista logra igualmente definir cánones morales de manera de dirigir las acciones. La razón, básicamente, es que la empresa social está, por su naturaleza, orientada a la equidad. Es este un principio que confiere a la RSE una curvatura bien precisa. Se recuerda, de hecho, que lo que caracteriza a la empresa social no es solamente la organización democrática del proceso productivo – en el caso de la cooperativa, el principio notorio de "una cabeza, un voto"-, sino también y sobre todo, el hecho de que ella rechaza la lógica de los dos tiempos: primero se obtienen las ganancias (o valor agregado) y después se provee a su distribución, desde el momento en que ella redistribuye en forma sistemática –

y no ya en forma contingente – parte del valor producido a aquellos sujetos, individuales o colectivos que, por su condición, no estarían en grado de adquirir a precios de mercado los bienes o servicios ofrecidos.

Hay que marcar la diferencia. Mientras la mano invisible que obra en el mercado para la producción de bienestar realiza sus fines más allá de las creencias y los valores de los agentes económicos, la mano (visible) de la empresa social que *redistribuye* el bienestar no puede funcionar prescindiendo del compromiso “afectivo” de sus componentes: si estos no acogieran, en su sistema de valores: la equidad, el resultado no podría producirse.

Cerrando. El punto ahora destacado y sobre el que será necesario detenerse largamente en otro momento remite a una cuestión fundamental: cómo hacer para superar la contradicción, aún tan enraizada en nuestra cultura occidental, entre “interés propio” e “interés por los demás”, entre egoísmo y altruismo. Es esta contraposición errada la que no nos permite captar la razón de lo que constituye el propio bien. La vida virtuosa, de hecho, es la mejor vida, no sólo para los otros – como se suele creer – sino también para sí mismo. Este es el núcleo fuerte de *la ética del bien común*. El bien común no es reducible a la mera sumatoria de los bienes de las distintas clases de stakeholders. ¿No podría ser – debemos profundizar en ésto– que sobre un fundamento como éste, el de la “*ética del bien común*”, el discurso sobre la RSE pueda encontrar su regulación definitiva, o de todas maneras una regulación más satisfactoria que la actual?

Esto implica poner en evidencia en las decisiones empresariales la **interacción entre la racionalidad ética y la económica** para encaminarse hacia un desarrollo auténticamente humano, **poner en valor las riquezas intangibles** necesarias para la continuidad de la empresa como comunidad humana. Desarrollar una perspectiva de colaboración, reciprocidad y solidaridad

BIBLIOGRAFIA:

- Centesimus Annus, 1991
- Stefano Zamagni, “L’ancoraggio etico della Responsabilità Sociale d’Impresa”. Convegno Internazionale “Nuovi Orizzonti della Economia di Comunione”. Castelgandolfo, 10-12/09/04
- Tursi, “La Responsabilità Sociale delle Imprese e il Diritto del Lavoro”, 10/06/2003

1

- Doctorando (Phd) en Sociología Económica
- Magister en Gobernabilidad y Desarrollo Humano
- Directora Area Internacional e Interinstitucional de Caritas Argentina
- Miembro de la Comisión Directiva de Caritas Argentina
- Miembro titular del Consejo Académico del “Foro Federal de Investigadores y Docentes en Economía Social y Desarrollo local” de los Ministerios de Desarrollo Social y de Economía del Poder Ejecutivo de la Nación
- Aserora del Dpto. Justicia y Solidaridad del Consejo Episcopal Latinoamericano (CELAM)

-
- Coordinadora del Foro Multiactoral "Argentina: Estrategia-País en el marco de la integración regional y el mundo globalizado", auspiciado por el Gobierno nacional, la Universidad de Buenos Aires y la Embajada de Alemania
 - Coordinadora de la Red Latinoamericana de Mujeres de la World Conference of Religions for Peace (WCRP)
 - Representante de Caritas Internacional ante la Asamblea General de las Naciones Unidas para los temas de "Financiamiento para el Desarrollo"
 - Miembro titular del "International Bureau of Economy and Work", organismo consultor del Consejo Económico-Social de las Naciones Unidas
 - Miembro de la Red Internacional de Expertos en Diálogo Democrático del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)
 - Miembro del "Comitato di Informazioni ed Iniziative per la Pace (COMIN)", organismo consultor de la Unión Europea
 - Coordinadora para América Latina y Caribe del Proyecto Internacional "Por una Economía de Comunidad" del Movimiento de los Focolares
 - Miembro del Centro Internacional "Escuela Abba", dedicada al estudio de nuevas líneas de pensamiento para el diálogo con la cultura, con sede en Roma
 - Docente Invitada de la Cátedra de "Ética y Desarrollo" del Dr. Bernardo Kliksberg de la Universidad de Buenos Aires, auspiciada por el Banco Interamericano de Desarrollo
 - Miembro del Consejo Asesor en Políticas de Infancia de la Asociación Cristiana de Jóvenes (YMCA)
 - Consultora del Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Buenos Aires en materia de Tercer Sector y Sociedad Civil
 - Escribió artículos en libros, publicaciones profesionales y de divulgación general