

El núcleo ético de la Responsabilidad Social Empresaria.

María Marta Preziosa

Candidata Doctoral en Filosofía, Universidad de Navarra, España. Master en Administración de Empresas, IDEA. Profesora en Enseñanza Normal y Especial en Filosofía, Universidad Católica Argentina. Coordinadora Programa de Investigación y Docencia en Ética y Empresa. Facultad de Ciencias Sociales y Económicas, Pontificia Universidad Católica Argentina.

Alicia Moreau de Justo 1400, 4° piso, Buenos Aires. Teléfono 011-4349-0475

mmpreziosa@uca.edu.ar; mmpreziosa@yahoo.com.ar

Resumen: En este trabajo señalaremos lo que consideramos el núcleo ético de la idea de Responsabilidad Social Empresaria. Esto es, aquel aspecto que constituye a la RSE en mandato moral para la empresa, considerada como comunidad de trabajo orientada a la producción y comercialización de bienes o servicios. Se relaciona RSE y función social de la empresa de la Doctrina Social de la Iglesia.

“Si en alguna medida todos son responsables de todos, cada uno tiene el deber de comprometerse en el desarrollo económico de todos: es un deber de solidaridad y justicia, pero también es la vía mejor para hacer progresar a toda la humanidad. Cuando se vive con sentido moral, la economía se realiza como prestación de un servicio recíproco, mediante la producción de bienes y servicios útiles al crecimiento de cada uno (...) El esfuerzo de concebir y realizar proyectos económico-sociales capaces de favorecer una sociedad más justa y un mundo más humano representa un desafío difícil, pero también un deber estimulante, para todos los agentes económicos...” (CDSI, n° 333.)

En este trabajo señalaremos lo que consideramos el núcleo ético de la idea de Responsabilidad Social Empresaria. Esto es, aquel aspecto que constituye a la RSE en mandato moral para la empresa, considerada como comunidad de trabajo orientada a la producción y comercialización de bienes. Es que es un enfoque ético es no-jurídico, en el sentido de que los comportamientos y actitudes éticas se consideran más amplios que los prescriptos y previstos por la ley. Además, este modo de abordar la RSE, no es un enfoque operacional, ya que no pretende indicar todos los pasos que deban realizar las empresas para actuar responsablemente o para certificar su desempeño social.

Cuatro supuestos de la RSE en perspectiva ética.

El primer supuesto de nuestra forma de entender la RSE es considerar que la empresa es una organización que -en tanto grupo social articulado por sus directivos hacia un objetivo- tiene una cierta capacidad de autodeterminación frente a las

restricciones y oportunidades del mercado en la que esta inserta. Esa capacidad de autodeterminación -análoga a la de las personas- (Goodpaster & Matthews, 1989) se manifiesta en cómo la empresa adquiere una identidad en la forma de realizar su negocio que la distingue de otras en el sector donde opera. Dicha identidad se manifiesta en los vínculos que desarrolla con sus empleados, proveedores, aportantes de capital, clientes y constituye su cultura. Se manifiesta también en su sistema de gobierno y de administración, cuyos efectos se plasman en los vínculos con sus *stakeholders*. Toda empresa, como grupo humano de trabajo, privilegia y concreta ciertos valores a la hora de tratar con accionistas, proveedores, clientes, empleados y la comunidad en general, los cuales constituyen su ética, su *ethos*, aplicada a todas las gestiones del negocio. Sus procesos, su estructura y su sistema de incentivos internos cristalizan –cual ‘momento de verdad’ – verdadera ‘personalidad’ de una empresa. A su vez, este *ethos* organizacional, no tiene un carácter estático, sino dinámico ya que a lo largo de la historia de la empresa, los cambios en su cuerpo directivo y las circunstancias macroeconómicas, entre otras variables van tallando una cultura o carácter moral de dicha organización.

Ahora bien, la ética es una reflexión sobre la libertad y es reflexión sobre el ‘para qué’, sobre la dirección de las actividades humanas en la construcción de un mundo mejor para las personas. Por ello, el segundo supuesto de nuestra perspectiva ética de la RSE, es que la empresa como grupo humano organizado, debe clarificar su sentido, el sentido de la empresa en general y la misión de cada organización en particular.

Libertad, sentido y bien. La pregunta por cuál es el criterio para discernir lo que es bueno, es otra inquietud ética por eso, nuestro tercer supuesto es que esa identidad dinámica, esa cultura que desarrolla autodeterminadamente la empresa – y que permea en la sociedad donde la empresa esta inserta- puede tener una calificación moral más o menos positiva. La empresa como grupo productor y comercializador adquiere y consolida hábitos y valores en los negocios que son más o menos ‘sociales’, por ser más o menos constructores de confianza, amistad cívica y desarrollo. Estos hábitos modifican a las personas, a la organización y a la sociedad y son las personas las que han decidirse a orientar mancomunadamente sus acciones habituales hacia el bien.

El cuarto supuesto es que la ética es más amplia que la norma legal. Por ello proponemos una visión ampliada de la empresa donde la RSE es un modo de generación de valores en el tejido social y no sólo una responsabilidad restringida a sus contratos o leyes. Esta visión ampliada es una visión prescriptiva y no descriptiva de la RSE y resalta el aspecto de obligación moral para la empresa dada su función social y su capacidad de decidir proactiva y responsablemente sobre su performance social.

Definición de Responsabilidad Social Empresaria.

Ser responsable es ‘hacerse cargo’. Esta expresión, para el diccionario significa, ‘estar al cuidado de’ o también ‘a costa de’ o ‘a cuenta de’ entendida como imputación u obligación de pagar. Ser responsable es también reconocer la autoría de los actos. (Scarinci en Paladino, 2005). Esta autoría, no se reduce en la empresa al accionar de los directivos, sino que este cuenta con la colaboración activa y

pasiva de todos los empleados. La palabra 'autor' viene del latín 'augmentum', aumento. Es así que el que reconoce la autoría de sus actos hace crecer aquello que tiene a su cargo. El irresponsable niega su contribución al decrecimiento o destrucción. Ser responsable significa, entonces reconocer mi contribución como persona y como organización en el crecimiento, el cuidado o el desarrollo de aquellos con los que me relaciono como empresa (los *stakeholders*: accionistas, empleados, proveedores, clientes, estado y sociedad).

La Responsabilidad Social Empresaria es una 'estructura de virtud' (Debeljuh, 2004) propia de la organización empresa, al modo de virtud de la justicia¹ que conlleva -en tanto efecto del cuidado- el crecimiento. La RSE es una cualidad de la gestión del negocio que se cristaliza en los hábitos de sus directivos aunque no es sólo virtud personal. Es también una cualidad de los vínculos de la empresa con sus stakeholders -que se adquiere con el tiempo y la modificación de las costumbres-. Cualidad que se plasma en la performance observable de la empresa, en sus sistemas organizativos y administrativos² de modo que éstos, reforzando el liderazgo, conducen al crecimiento y desarrollo en los stakeholders.

Si análogamente decimos de la RSE, lo que -en términos aristotélicos- decimos de las personas, la RSE es una obligación moral a la vida social (Soaje, 1969) para la comunidad empresa -capaz de autodeterminación-. Obligación a la 'amistad cívica' que hoy llamamos 'ciudadanía empresaria'. Es una obligación de cuidado y respeto, no solo del medio ambiente sino de todos los interlocutores comerciales y laborales de la empresa. Es la obligación moral de hacer crecer u desarrollar integralmente a la empresa y a sus *stakeholders* con equidad y sustentable.

Función social de la empresa y la RSE

El pensamiento sistemático sobre la empresa como actividad humana social y económica, no tiene más de cien años. Por señalar algunos 'highlights', las primeras comunicaciones de León XIII, las teorías de Taylor y Fayol. En los años 50 aparece la crítica a la empresa moderna y se da paso a la empresa post-industrial (Resico, 2001) y aparecen los planteos sobre la responsabilidad social empresaria. Las carreras de Administración en las Universidades argentinas, fueron creadas a mitad del siglo XX. En los años 60 aparece por primera vez el concepto de *stakeholder* en Suecia, (Werhane, Freeman) y la idea del Balance Social en Francia.

La noción de función social de la empresa, se expresa en el Compendio de la Doctrina Social de la Iglesia, de la siguiente manera en parágrafo 338: *"la empresa debe caracterizarse por la capacidad de servir al bien común de la sociedad mediante la producción de bienes y servicios útiles. En esta producción de bienes y servicios con una lógica de eficiencia y de satisfacción de los intereses de los diversos sujetos implicados, la empresa crea riqueza para toda la sociedad, no sólo para los propietarios sino también para los demás sujetos interesados en su actividad. Además de esta función típicamente económica, la empresa desempeña*

¹ Justicia, entendida como voluntad permanente de dar a cada uno lo suyo. Esta justicia no es solo virtud de los directivos sino ha de estar plasmada en los sistemas de incentivos formales e informales de la organización. Por ejemplo los sistema de calidad intentan llevar a los procesos acciones observables que tenga como efecto un producto de más calidad.

² cfr. Concepto de 'estructura de virtud' de Debeljuh, 2004.

también una función social creando oportunidades de encuentro, de colaboración de valoración de las capacidades de las personas implicadas. “

Podemos constatar que el CDSI no utiliza la expresión Responsabilidad Social Empresaria. Utiliza 118 veces la palabra responsabilidad pero no la atribuye a la empresa. Se enfatiza la responsabilidad personal frente al prójimo y frente a las demás creaturas y la responsabilidad de la familia y por el medio ambiente. Aparece la noción de responsabilidad común, colectiva o correlativa y de responsabilidades sociales pero no referidas a la empresa. Se destacan la responsabilidad del Estado, de las asociaciones de trabajadores, del empresario indirecto y del empresario. Respecto de la empresa se afirma su función social de la empresa y responsabilidades específicas de accionistas y trabajadores. Se destaca en el número 339, que en las empresas cooperativas o pequeñas se fomenta más el riesgo y la responsabilidad y se proponen, por la subsidiariedad, estructuras descentralizadas, aunque no se refiere a las empresas³

Ahora bien, este concepto de función social, como se refleja en el vocablo, no asevera con énfasis el aspecto de responsabilidad que enfatiza el concepto de RSE sino que más bien refiere al rol que -querido o no por la empresa-, ejerce en el desarrollo de la sociedad, es decir al impacto social que esta tiene, más allá de si se lo propuso o no. No decimos con esto que de algún modo no este en el espíritu del Compendio la RSE ni que sea contradictorio. La función social apunta a especificar el fin 'natural' que la empresa tiene en la sociedad y la RSE enfatiza la misión estratégica o fin 'elegido' por esta empresa con esta identidad y cultura en particular para cumplir con esa función.

Análisis de la RSE

Si enfatizamos en este trabajo, el aspecto de Responsabilidad como un 'hacerse cargo' -que tiene como posibilidad la institución empresa- de su Función Social, cabe preguntarse ¿responsabilidad de quien?, ¿responsabilidad frente a quien?, ¿en qué? y finalmente ¿por qué?

La primera pregunta apunta al sujeto de la responsabilidad. La responsabilidad es una cualidad propiamente humana que se fundamenta en el hecho de que somos seres racionales y seres sociales en busca de un fin común y este modo de ser común nos pone en una relación de interdependencia y mutualidad.⁴ Por la racionalidad y la libertad podemos reconocer la autoría de nuestros actos y su impacto en el respeto del otro; podemos reaccionar a sus consecuencias o preverlas pro-activa y diligentemente. En el caso de la empresa, ¿a quien o a quiénes son atribuibles las acciones o hábitos responsables? ¿Es a los directivos, a todo el personal, es la empresa como grupo? ¿A quienes se atribuye responsabilidad en forma genuina y a quienes vicariamente, -esto es como 'representante de'-? Este análisis, complejo filosófica y jurídicamente no lo abordaremos aquí. Sólo diremos

³ Esto, si lo hace Debeljuh al aplicar el principio de subsidiariedad dentro de la organización empresaria

⁴ CDSI 6. "La humanidad comprende cada vez con mayor claridad que se halla ligada por un destino único que exige asumir la responsabilidad en común, inspirada por un humanismo integral y solidario: ve que esta unidad de destino con frecuencia está condicionada e incluso impuesta por la técnica o por la economía y percibe la necesidad de una mayor conciencia moral que oriente el camino común.

que análogamente a las personas, la empresa puede reconocer que tiene un margen de discrecionalidad para construir una identidad en el mercado y reconocerse como autora de sus efectos directos e indirectos. Y en este sentido análogo decimos que la empresa como grupo humano organizado es sujeto responsable.

La segunda pregunta sobre la responsabilidad es ¿frente a quien se es responsable? Es difícil aquí no considerar los aspectos jurídicos,⁵ pero éticamente, siguiendo a Goodpaster & Matthews, decimos que hay tres parámetros para entender los grados posibles de responsabilidad. El básico, es responder haciéndose cargo por acciones pasadas, el segundo, que incluye el anterior es cumplir todos los requisitos que se esperan del rol que se ocupa. Este segundo nivel incluye -aunque de manera reactiva- la consideración de las expectativas del otro. El tercer nivel, el más deseable, es que toda conducta tenga como norma el generar confianza en aquellos con los que se interactúa.

La tercera pregunta se refiere al objeto de la RSE, es decir, en qué y con qué alcance la empresa debe actuar responsablemente. Como dijimos al definirla mas arriba, esencialmente la RSE, como sistema de gestión integral del negocio, está regida por la virtud de la justicia, entendida como la voluntad permanente de la gestión de la empresa de darle a cada stakeholder. Lo que le corresponde, teniendo como parámetros la generación de confianza, la eficiencia económica y el crecimiento o desarrollo sustentable de todos ellos. Lo específico de la responsabilidad como forma de justicia es la actitud de cuidar, de custodiar, de hacerse cargo, de hacer crecer y difundir valor y calidad en los vínculos. Para clarificar por oposición, podemos decir que actitudes contrarias al contenido de la RSE son las formas de hacer negocios depredatorias, especulativas, cortoplacistas, ineficientes y sin calidad ni vocación de servicio.

En cuanto al alcance, el 'hasta donde' una empresa debe promover estos comportamientos, nos queda la posibilidad de una aclaración prescriptiva y no operativa. La mayoría de las definiciones difundidas de RSE comportan dos elementos. El primero es una cierta cosmovisión o valoración de cómo deben ser los vínculos empresa-sociedad y un segundo elemento es la invitación a que la empresa exhiba comportamientos que van más allá de la ley. Este 'más allá' se presenta como acciones de carácter voluntario y discrecional que no se limitan de ningún modo a acciones filantrópicas sino que incluyen autorregulaciones del propio comportamiento organizacional en el core-business. En las empresas mas grandes incluye también decisiones y políticas internas que tiene como fin suscribir certificaciones o acuerdos internacionales que promueven practicas más éticas.

La ética no es sólo el cumplimiento del deber sino también la aspiración a un modo de relacionarse con los otros y con el mundo. El deber comporta siempre el mínimo

⁵ En el lenguaje corporativo anglosajón, contamos con tres vocablos que denotan tres sentidos de la responsabilidad en y de la empresa. '*Responsibility*' implica una obligación o alguna fuerza social, sea ley o costumbre- que me liga a una conducta esperada y es imputable según la relación o vínculo (posesión, paternidad, etc.). '*Accountability*' refiere a una responsabilidad causal, no soy culpable ('*guilty*'), que supone una responsabilidad completa), pero debo rendir cuentas por ello. Enfatiza el aspecto del 'frente a quien rindo cuentas' e implica hacerse cargo de efectos no previstos. '*Liability*' es ser legalmente responsable, se asocia con un riesgo en caso de que no se cumpla la obligación y también al pago de daños, por ejemplo por negligencia. Por ultimo, '*vicarious liability*' es la responsabilidad del empleador por un empleado que daña a alguien

de no dañar o lo que los moralistas denominan el 'principio de no-maleficencia'. Pero estos comportamientos no son equivalentes en cantidad y calidad a los que serían propugnados por el 'principio de beneficencia'. En términos kantianos, todos tenemos la obligación perfecta de no dañar y la obligación imperfecta de hacer el bien. Lo perfecto o lo imperfecto hacen referencia a lo 'reclamable'. Por ello los expertos de RSE han preferido mantenerla en el ámbito de lo supererogatorio o lo voluntario y no retrotraerla al ámbito de lo legal y por ende de lo exigible o lo reclamable.

Los detractores de la RSE suelen argumentar que convertirla en ley puede ser fuente de más corrupción por los excesivos controles que se requieren para las infinitas normativas específicas. Por eso, muchos autores han presentado el alcance de la RSE como un itinerario (Lozano, 1999; Balián, 2005) a transitar que va desde un mínimo exigible -el cumplimiento de las leyes jurídicas y de mercado, la administración eficiente, rentable- hasta un máximo deseable de comportamiento ético que tiene en cuenta lo esperado y lo bueno para el crecimiento de los *stakeholders*. Un mínimo reactivo y un máximo pro-activo que permite una mayor legitimidad social de la empresa. Un camino de aspiración a ser buen ciudadano, que incluye muchas y mejores acciones que la mera aspiración a evitar ser acusado por la ley.

Esto nos lleva a la última pregunta, al porqué de la RSE. La responsabilidad no apunta a la atribución de culpabilidad de las acciones a una persona o empresa y sino al significado de su accionar; remite al sentido, al elemento motivador, a la inspiración de las acciones individuales y colectivas realizadas en la organización empresarial. Esta comunidad humana que es la empresa puede encontrar su sentido en la conciencia de su función social. Dice el CDI en el 339: *“Los componentes de la empresa deben ser conscientes de que la comunidad en la que trabajan representa un bien para todos y no una estructura que permite satisfacer exclusivamente los intereses personales de alguno. Sólo esta conciencia permite llegar a construir una economía verdaderamente al servicio del hombre y elaborar un proyecto de cooperación real entre las partes sociales. Un ejemplo muy importante y significativo en la dirección indicada procede de la actividad de las empresas cooperativas, de la pequeña y mediana empresa, de las empresas artesanales y de las agrícolas de dimensiones familiares. La doctrina social ha subrayado la contribución que estas empresas ofrecen a la valoración del trabajo, al crecimiento del sentido de responsabilidad personal y social, a la vida democrática, a los valores humanos útiles para el progreso del mercado y de la sociedad”*

La empresa es creadora de riqueza, tiene poder por su tamaño e integra demandas sociales. La empresa como organización, -incluso como red de *stakeholders*- tiene un margen de discrecionalidad para efectuar una sinergia causal positiva o negativa. Es responsabilidad de sus directivos, generar una cultura interna de vocación por los negocios como generadores de desarrollo humano. Vocación que puede consolidarse a través de una conciencia colectiva organizacional acerca de cómo específicamente nuestra empresa actúa contribuyendo con otros sectores (corresponsabilidad) a la mejora de la sociedad en la que esta inserta.

Bibliografía

BALIÁN, Beatriz. 2004. Responsabilidad social empresaria: un estudio empírico de 147 empresas. Pontificia Universidad Católica Argentina, Facultad de Ciencias Sociales y Económicas. Documentos de Trabajo, serie F, n° 1.

P. H. WERHANE y R. E. FREEMAN (eds). The Blackwell encyclopedic dictionary of business ethics. Oxford: Blackwell Publishers Ltd

DEBELJUH, Patricia. 2004. La conquista de las virtudes en la empresa. Buenos Aires, Temas.

GARRIGA, Elisabet y MELÉ, Doménec. 2004. Corporate social responsibility theories: mapping the territory. Journal of Business Ethics. Netherlands, n.º 53, págs. 51-71.

GOODPASTER, K. E. y MATTHEWS, J. B. 1982. Can a corporation have a conscience? Harvard Business Review. Jan.-Feb., págs. 132-141.

LOZANO, Josep 1999. Ética y empresa. Madrid: Trotta.

MELÉ, Doménec y FONTRDONA, Joan. Individual and Corporate Responsibilities in the Social Teaching of the Church.
[\[http://www.stthomas.edu/cathstudies/cstm/antwerp/p12.htm\]](http://www.stthomas.edu/cathstudies/cstm/antwerp/p12.htm) (15 febrero de 2005).

PALADINO, Marcelo. 2004. La responsabilidad de la empresa en la sociedad. Buenos Aires, Ariel Sociedad Económica.

PONTIFICIO CONSEJO JUSTICIA Y PAZ, Compendio de Doctrina Social de la Iglesia, http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/justpeace/documents/rc_pc_justpeace_doc_20060526_compendio-dott-soc_sp.html

PREZIOSA, Maria Marta. 2005. La definición de "responsabilidad social empresaria" como tarea filosófica". Cuadernos de Difusión, ESAN, Lima, Perú, PE 10(18/19):39-59 ene.-dic.2005.

PREZIOSA, Maria Marta, 2006. Agencia Moral Corporativa. Cuadernos de Difusión, ESAN, Lima, Perú. (en edición).

RESICO, Marcelo, 2001. "Una perspectiva ética en la evolución de la empresa", *Revista Valores*, FCSE-UCA, No. 52, 2001.



IV Encuentro Nacional de Docentes Universitarios Católicos

docentes@enduc.org.ar - www.enduc.org.ar