

Crespo, Ricardo F.

La responsabilidad social empresarial (RSE) a la luz de Caritas in veritate

Corporate Social Responsibility (CSR) in the light of Caritas in veritate

Revista Cultura Económica, Año XXVII, N° 75 - 76, 2009

Este documento está disponible en la Biblioteca Digital de la Universidad Católica Argentina, repositorio institucional desarrollado por la Biblioteca Central "San Benito Abad". Su objetivo es difundir y preservar la producción intelectual de la Institución.

La Biblioteca posee la autorización del autor para su divulgación en línea.

Cómo citar el documento:

Crespo, R. F. (2009). La responsabilidad social empresarial (RSE) a la luz de Caritas in veritate [en línea]. Revista Cultura Económica, 27(75-76).

Disponible en: <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/revistas/responsabilidad-social-empresaria-caritas-veritate.pdf> [Fecha de consulta:.....]

La responsabilidad social empresaria (RSE) a la luz de *Caritas in veritate*

RICARDO F. CRESPO

Revista Cultura Económica
Año XXVII • Nº 75 / 76
Agosto - Diciembre 2009: 121-127

Ante todo se debe señalar¹ que las cuestiones de la empresa y de su responsabilidad en la sociedad están inscritas en el tono altamente exigente de la Encíclica, acorde a la idea madre que la informa completamente, e. d., la relación mutua entre caridad y verdad. Sería muy difícil comprender y aceptar sus enseñanzas, también las relativas a la empresa, sin entender esta lógica. “*Caritas in veritate*, dice Benedicto XVI, es el principio sobre el que gira la doctrina social de la Iglesia, un principio que adquiere forma operativa en criterios orientadores de la acción moral” (CV, 6).

Desde esta perspectiva la Encíclica plantea la necesidad de una superación de la justicia como ideal mínimo (CV, 6), de una constante vocación hacia el bien común (CV, 7), y de procurar alcanzar el desarrollo de todos los hombres y de todo el hombre (CV, 18). Justicia y bien común son, según Benedicto XVI, los dos criterios fundamentales de la Doctrina Social de la Iglesia.²

En este marco, el fin de la empresa –al igual que el de cualquier individuo u organización intermedia– va más allá de la empresa misma. No es que la RSE sea un añadido a los fines de la empresa, sino que, por su misma naturaleza, el fin de la empresa es social e implica, por tanto, un compromiso con el resto de la sociedad.

La doctrina filosófica del bien común –un bien que está en función del bien de los individuos– lo concibe como superior al bien particular. En esta concepción del bien común como fin de la sociedad no existen fines o bienes individuales, desvinculados de aquél. Es decir, el fin de las personas o instituciones singulares es el mismo bien común, que funciona como “regulador” del bien personal. Sin referencia al bien común, no hay verda-

deros bienes personales. Éstos forman parte indivisa del conjunto de todos los bienes que constituyen el fin de cualquier persona u organización social. Ese conjunto de bienes comprende complementariamente algunos dirigidos directamente al bien común y otros a un bien particular o privado. Sin embargo, ese ente social no cumple con el bien común si no busca ambos tipos de bienes. Unos y otros bienes dejan de ser bienes si faltan sus complementarios: constituyen un fin completo del individuo o de la organización. No pueden alcanzarse parcialmente, unos sí y otros no, porque en tal caso se estaría trocando el fin.³

Por eso, hablar de RSE como un fin agregado a un fin individual de la empresa –o subordinado a éste– supone un planteamiento que, aunque es positivo, parte de preámbulos liberales. Como señala José Carlos Fernández Duarte, “la empresa no debería colaborar con el bien común sino que forma parte del bien común, y eso es lo que da razón de ser a su existencia”.⁴ Sería más claro, entonces, hablar más que de RSE, de responsabilidad de la empresa en la sociedad.⁵ Desde la libertad y las virtudes de una persona física o jurídica, no sólo cumpliendo con cotas o principios mínimos que suelen limitarse a una función asistencialista.

Como indica la Encíclica: “el desarrollo es imposible sin hombres rectos, sin operadores económicos y agentes políticos que sientan urgentemente en su conciencia la llamada al bien común. Se necesita tanto la preparación profesional como la coherencia moral. Cuando predomina la absolutización de la técnica se produce una confusión entre los fines y los medios, el empresario considera como único criterio de acción el máximo beneficio en la

producción; el político, la consolidación del poder; el científico, el resultado de sus descubrimientos. Así, bajo esa red de relaciones económicas, financieras y políticas persisten frecuentemente incomprensiones, malestar e injusticia; los flujos de conocimientos técnicos aumentan, pero en beneficio de sus propietarios, mientras que la situación real de las poblaciones que viven bajo y casi siempre al margen de estos flujos, permanece inalterada, sin posibilidades reales de emancipación.” (CV, 71).

La cita muestra la centralidad del bien común e indica claramente que los beneficios de la empresa son un criterio para su acción, pero no el único. La definición de empresa que está detrás de esta concepción es la de Juan Pablo II en su Encíclica *Centesimus Annus* (CA, 35): “La finalidad de la empresa no es simplemente la producción de beneficios, sino más bien la existencia misma de la empresa como *comunidad de hombres* que, de diversas maneras, buscan la satisfacción de sus necesidades fundamentales y constituyen un grupo particular al servicio de la sociedad entera. Los beneficios son un elemento regulador de la vida de la empresa, pero no el único; junto a ellos hay que considerar *otros factores humanos y morales* que, a largo plazo, son por lo menos igualmente esenciales para la vida de la empresa”.

Esta definición nos marca al menos cuatro fines de la empresa:

- 1.- constituir una comunidad de hombres que
- 2.- buscan satisfacer sus necesidades fundamentales,
- 3.- sirviendo a la sociedad y
- 4.- arrojando beneficios.

El primero y el segundo fin nos hablan de una misión interna (que implica desarrollo de su gente, armonía o equilibrio personal y la perdurabilidad de la misma empresa). El tercer fin, nos habla de la misión externa. Incluye tanto la creación de riqueza, a través de la producción de los bienes o servicios que proveerá, como una atención amplia a la sociedad en que funciona. El cuarto fin, los beneficios, es condición de posibilidad de los anteriores fines.

De acuerdo a la concepción expresada antes, aunque el servicio a la sociedad esté expresado en el tercer fin, es la búsqueda de los cuatro fines, que son inseparables, lo que constituye la responsabilidad de la empresa en la sociedad. El primero, el segundo y el

cuarto resultan muy claros. En cuanto al tercero –el servicio a la sociedad–, convendría distinguir varios aspectos.

El primero y primordial es que la empresa realice bien su tarea principal: que fabrique o venda buenos productos y que realice buenos servicios: “do well to do good, o, en español, “hacer bien las cosas para hacer el bien”. Este aspecto incluye todos los criterios de eficiencia, la creatividad, la innovación y la previsión para dar lo mejor. Por otra parte, “el bien hacer” requiere honestidad para distinguir lo necesario y lo superfluo, para dar un servicio que genere confianza, y para retribuir adecuadamente a los llamados *stakeholders*.⁶

El segundo aspecto es que la empresa sea “buena ciudadana”: que respete las leyes, fomente relaciones justas, la participación, colabore en la creación de un ambiente humano y ecológico sano, y divulgue, con los hechos, estos ideales. La empresa aporta a la formación del llamado “capital social”. Un crecimiento equilibrado termina beneficiando a la misma empresa.

El tercer aspecto es el relacionado con su participación en la elevación de la comunidad en que trabaja. Se puede ver este trabajo como filantropía, pero es más que ello. Pues es la participación razonable de un agente bien relevante en la solución de los problemas de la sociedad en que trabaja. La orientación al bien común requiere esta atención. Sin embargo, se debe tener en cuenta que éste es sólo uno de los aspectos de su responsabilidad en la sociedad, que las posibilidades de la empresa en este sentido son limitadas y que lo ha de desarrollar sin descuidar los otros fines.⁷

Volvemos entonces a la Encíclica. En el n. 40 se expone largamente sobre la empresa del siguiente modo: “Las actuales dinámicas económicas internacionales, caracterizadas por graves distorsiones y disfunciones, requieren también *cambios profundos en el modo de entender la empresa*. Antiguas modalidades de la vida empresarial van desapareciendo, mientras otras más prometedoras se perfilan en el horizonte. Uno de los mayores riesgos es sin duda que la empresa responda casi exclusivamente a las expectativas de los inversores en detrimento de su dimensión social. Debido a su continuo crecimiento y a la necesidad de mayores capitales, cada vez son menos las empresas que dependen de un único empresario estable que se sienta responsable a largo plazo, y no sólo por poco tiempo, de la vida y los resultados de su empresa, y cada vez son

menos las empresas que dependen de un único territorio. Además, la llamada deslocalización de la actividad productiva puede atenuar en el empresario el sentido de responsabilidad respecto a los interesados, como los trabajadores, los proveedores, los consumidores, así como al medio ambiente y a la sociedad más amplia que lo rodea, en favor de los accionistas, que no están sujetos a un espacio concreto y gozan por tanto de una extraordinaria movilidad. El mercado internacional de los capitales, en efecto, ofrece hoy una gran libertad de acción. Sin embargo, también es verdad que se está extendiendo la conciencia de la necesidad de una ‘responsabilidad social’ más amplia de la empresa. Aunque no todos los planteamientos éticos que guían hoy el debate sobre la responsabilidad social de la empresa son aceptables según la perspectiva de la doctrina social de la Iglesia, es cierto que se va difundiendo cada vez más la convicción según la cual la *gestión de la empresa no puede tener en cuenta únicamente el interés de sus propietarios, sino también el de todos los otros sujetos que contribuyen a la vida de la empresa*: trabajadores, clientes, proveedores de los diversos elementos de producción, la comunidad de referencia. En los últimos años se ha notado el crecimiento de una clase cosmopolita de *manager*, que a menudo responde sólo a las pretensiones de los nuevos accionistas de referencia compuestos generalmente por fondos anónimos que establecen su retribución. Pero también hay muchos *managers* hoy que, con un análisis más previsor, se percatan cada vez más de los profundos lazos de su empresa con el territorio o territorios en que desarrolla su actividad. [...] Se ha de evitar que el *empleo de recursos financieros* esté motivado por la especulación y ceda a la tentación de buscar únicamente un beneficio inmediato, en vez de la sustentabilidad de la empresa a largo plazo, su propio servicio a la economía real y la promoción, en modo adecuado y oportuno, de iniciativas económicas también en los países necesitados de desarrollo. Tampoco hay motivos para negar que la deslocalización, que lleva consigo inversiones y formación, puede hacer bien a la población del país que la recibe. El trabajo y los conocimientos técnicos son una necesidad universal. Sin embargo, no es lícito deslocalizar únicamente para aprovechar particulares condiciones favorables, o peor aún, para explotar sin aportar a la sociedad local una verdadera contribución para el nacimiento de un sólido sistema productivo y

social, factor imprescindible para un desarrollo estable” (CV, 40).

En esta larga cita se mencionan los elementos descritos previamente: la orientación hacia todos los *stakeholders* y la sociedad en general, la importancia de la perdurabilidad de la empresa, el compromiso con la región, el carácter parcial de los beneficios como criterio de acción.

En concreto, en cuanto a la RSE, se ha de evitar un planteamiento utilitarista de la responsabilidad de la empresa en la sociedad. Sería un desacierto desarrollar este tipo de actividades para conseguir simpatías o reconocimientos orientados a los beneficios. Se pondría el acento en el mensaje con descuido del contenido. Es bueno dar publicidad de lo que se hace, pues resulta ejemplar. Pero la intencionalidad no puede ser ésta. El compromiso ha de ser con la sociedad, no con los beneficios.

Volvamos a otro punto de la Encíclica en el que plantea la posibilidad de una empresa que conlleve una visión ampliada del fin de la empresa y el empresario: “A este respecto, es útil observar que la *iniciativa empresarial* tiene, y debe asumir cada vez más, un *significado polivalente*. El predominio persistente del binomio mercado-Estado nos ha acostumbrado a pensar exclusivamente en el empresario privado de tipo capitalista por un lado y en el directivo estatal por otro. En realidad, la iniciativa empresarial se ha de entender de modo articulado. Así lo revelan diversas motivaciones meta-económicas. El ser empresario, antes de tener un significado profesional, tiene un significado humano. Es propio de todo trabajo visto como *actus personae* y por eso es bueno que todo trabajador tenga la posibilidad de dar la propia aportación a su labor, de modo que él mismo ‘sea consciente de que está trabajando en algo propio’. Por eso, Pablo VI enseñaba que ‘todo trabajador es un creador’. Precisamente para responder a las exigencias y a la dignidad de quien trabaja, y a las necesidades de la sociedad, existen varios tipos de empresas, más allá de la pura distinción entre ‘privado’ y ‘público’. Cada una requiere y manifiesta una capacidad de iniciativa empresarial específica. Para realizar una economía que en el futuro próximo sepa ponerse al servicio del bien común nacional y mundial, es oportuno tener en cuenta este significado amplio de iniciativa empresarial [...]” (CV, 41).

El tema se amplía en otro pasaje: “Respec-

to al tema de la *relación entre empresa y ética*, así como de la evolución que está teniendo el sistema productivo, parece que la distinción hasta ahora más difundida entre empresas destinadas al beneficio (*profit*) y organizaciones sin ánimo de lucro (*non profit*) ya no refleja plenamente la realidad, ni es capaz de orientar eficazmente el futuro. En estos últimos decenios, ha ido surgiendo una amplia zona intermedia entre los dos tipos de empresas. Esa zona intermedia está compuesta por empresas tradicionales que, sin embargo, suscriben pactos de ayuda a países atrasados; por fundaciones promovidas por empresas concretas; por grupos de empresas que tienen objetivos de utilidad social; por el amplio mundo de agentes de la llamada economía civil y de comunión. No se trata sólo de un ‘tercer sector’, sino de una nueva y amplia realidad compuesta, que implica al sector privado y público y que no excluye el beneficio, pero lo considera instrumento para objetivos humanos y sociales. [...] Así, sin restar importancia y utilidad económica y social a las formas tradicionales de empresa, hacen evolucionar el sistema hacia una asunción más clara y plena de los deberes por parte de los agentes económicos. Y no sólo esto. *La misma pluralidad de las formas institucionales de empresa es lo que promueve un mercado más cívico y al mismo tiempo más competitivo*” (CV, 46).

Es decir, aunque la Encíclica concibe la convivencia de ambos tipos de empresa, la tradicional y la que tiene una marcada orientación a objetivos sociales, señala una tendencia al crecimiento de esta segunda forma que, claramente, expresa como la más deseable. Los beneficios persisten como condición de posibilidad, pero su aplicación se dirige a objetivos cada vez más amplios.

En conclusión, éste es el contexto más general en que se ha de enmarcar, según la Encíclica *Caritas in veritate*, la cuestión de la RSE. La RSE entonces no se limita a prever planes filantrópicos, sino que responde a una concepción más amplia de la empresa como institución intermedia del entramado social.

¹ Agradezco los comentarios de Hernán Fitte y Jorge Martínez Barrera.

² Audiencia general del 8 de Julio de 2009, “Criterios morales para los proyectos económicos y políticos”, en que se refiere a su nueva Encíclica.

³ Sobre la doctrina filosófica del bien común, cfr.,

por ejemplo, Ángel Rodríguez Luño, *Ética*, Euns, Pamplona, 1982, Libro 2, Capítulo IV.

⁴ “El bien común como finalidad de la empresa”, Cuadernos Empresa y Humanismo, n. 110, Instituto Empresa y Humanismo, Pamplona, 2009, p. 49.

⁵ Como lo hacen Marcelo Paladino y otros: cfr. Paladino (ed.), *La responsabilidad de la empresa en la sociedad*, Emecé, Buenos Aires, 2007.

⁶ Lo que se suele denominar “superfluo” (que no hay que confundir con lo superficial) no es éticamente censurable. Lo censurable en lo superfluo es darle prioridad sobre lo necesario y la falta de medida.

⁷ Cfr. Domènec Melé, “Las relación empresa-sociedad como base para la responsabilidad de la empresa en la sociedad”, en M. Paladino, op. cit., p. 167.

Corporate Social Responsibility (CSR) in the light of *Caritas in veritate*

All the topics concerning businesses and their responsibility towards society must be analyzed within the key idea shaping the whole Encyclical,¹ i.e., the relation between charity and truth. “*Caritas in veritate*, states Benedict XVI, is the principle around which the Church’s social doctrine turns, a principle that takes on practical form in the criteria that govern moral action” (CV, 6).

From this perspective, the Encyclical claims the necessity of surpassing a conception of justice as a minimum ideal (CV, 6), and reach a constant quest for the common good (CV, 7) and for the development of all men and of the whole man (CV, 18). According to Benedict XVI, justice and common good are the two main criteria of Catholic Social Thought.²

Within this frame, the aim of business—as of any individual or intermediate organization—goes beyond the business itself. CSR is not an addendum to the ends of business. According to its very nature, the end of business is social and it thus implies a commitment to the rest of society.

The philosophical doctrine of the common good—a good that is also the good of the individuals—conceives it as greater than the individual good. For the conception of common good as the end of society there are not particular ends or goods isolated from that good. That is to say, the end of business

or singular institutions is the common good itself that works as a regulator of the personal good. Without referring to the common good there are not true personal goods. These personal goods constitute a part of the whole set of goods which are the end of any person or social organization. This set comprises some goods directed towards the common good and others oriented towards an individual good. The social entity, however, does not tend to the common good if it does not look for both kinds of goods, common and particular goods. They are not isolated goods; they are not goods if the complementary goods are lacking: they constitute a complete and indivisible good of the individual or of the organization. They cannot be achieved partially, because they would no longer be goods.³

Thus, to speak of CSR as an end added to an individual end of business—or subordinated to it—supposes a position that, although positive, comes from a liberal individualistic mindset. As José Carlos Fernández Duarte states, “the business should not collaborate with the common good. It is a part of the common good which is the reason of its existence”.⁴ It would thus be clearer to speak, more than of CSR, about the responsibility of business towards society.⁵ This responsibility stems from the freedom and virtues of people, not only from achieving minimal standards or principles limited to an “assistentialist”⁶ function. As the Encyclical states, “*Development is impossible without upright men and women, without financiers and politicians whose consciences are finely attuned to the requirements of the common good.* Both professional competence and moral consistency are necessary. When technology is allowed to take over, the result is confusion between ends and means, such that the sole criterion for action in business is thought to be the maximization of profit, in politics the consolidation of power, and in science the findings of research. Often, underneath the intricacies of economic, financial and political interconnections, there remain misunderstandings, hardships and injustice. The flow of technological know-how increases, but it is those in possession of it who benefit, while the situation on the ground for the peoples who live in its shadow remains unchanged: for them there is little chance of emancipation” (CV, 71).

This quotation shows the central character of the common good, and it clearly indicates that although business’ profits are certainly

a criterion for its action, they are not the only criterion. The definition of business underlying this conception is Pope John Paul II’s in his Encyclical *Centesimus Annus* (CA, 35): “In fact, the purpose of a business firm is not simply to make a profit, but is to be found in its very existence as a *community of persons* who in various ways are endeavouring to satisfy their basic needs, and who form a particular group at the service of the whole of society. Profit is a regulator of the life of a business, but it is not the only one; *other human and moral factors* must also be considered which, in the long term, are at least equally important for the life of a business.”

This definition establishes four ends of firms:

- 1.- to constitute a community of persons that
- 2.- endeavours to satisfy their basic needs,
- 3.- serves society and
- 4.- makes profits.

The first and the second ends are directed towards an inner mission (the development of the people constituting the firm, the quest for harmony or personal equilibrium between work and other activities, the long term sustainability of the very firm). The third end refers to an external mission. It includes the creation of wealth through the production of goods and services, and a broad awareness of the society surrounding the firm. The fourth end—profits—is a requirement for the feasibility of the former ends.

According to the common good doctrine, although the service to society is included in the third end, the firm should look for the four inseparable ends in order to be responsible. The content of the first, second, and fourth ends seems to be clear. Concerning the third end, the service of society, it is useful to distinguish some aspects.

The first and most relevant aspect is that the firm must perform its main task well: it must produce good products and provide good services: it has “to do well to do good”. This aspect implies achieving efficiency, creativity, innovation and generally what is necessary to offer the best. Besides, “to do well” requires honesty to distinguish what is necessary from what is superfluous, to provide a trustworthy service, and to decide an adequate retribution for the *stakeholders*.

The second aspect is the firm’s “citizenship”: it must obey laws, foster just relations and participation of people, collaborate in the

creation of a human and ecologically healthy environment, and convey these ideals with facts. The firm contributes to the creation of the so-called “social capital”. A balanced growth of society benefits the firm.

The third aspect is related to its participation in the elevation of the community it works in. This is more than philanthropy, because it constitutes the reasonable participation of a very relevant agent in the solution of the problems of its society. The orientation towards the common good requires this attention. However, it should be remembered that this is only one aspect of the responsibility of business in society, that the possibilities of the firm in this arena are limited, and that the other ends should not be neglected.⁷

We turn back to the Encyclical. In n. 40 it largely develops on the firm: “Today’s international economic scene, marked by grave deviations and failures, requires a *profoundly new way of understanding business enterprise*. Old models are disappearing, but promising new ones are taking shape on the horizon. Without doubt, one of the greatest risks for businesses is that they are almost exclusively answerable to their investors, thereby limiting their social value. Owing to their growth in scale and the need for more and more capital, it is becoming increasingly rare for business enterprises to be in the hands of a stable director who feels responsible in the long term, not just the short term, for the life and the results of his company, and it is becoming increasingly rare for businesses to depend on a single territory. Moreover, the so-called outsourcing of production can weaken the company’s sense of responsibility towards the stakeholders—namely the workers, the suppliers, the consumers, the natural environment and broader society—in favour of the shareholders, who are not tied to a specific geographical area and who therefore enjoy extraordinary mobility. Today’s international capital market offers great freedom of action. Yet there is also increasing awareness of the need for greater *social responsibility* on the part of business. Even if the ethical considerations that currently inform debate on the social responsibility of the corporate world are not all acceptable from the perspective of the Church’s social doctrine, there is nevertheless a growing conviction that *business management cannot concern itself only with the interests of the proprietors, but must also assume responsibility for all the other stakeholders who contribute to the*

life of the business: the workers, the clients, the suppliers of various elements of production, the community of reference. In recent years a new cosmopolitan class of *managers* has emerged, who are often answerable only to the shareholders generally consisting of anonymous funds which *de facto* determine their remuneration. By contrast, though, many far-sighted managers today are becoming increasingly aware of the profound links between their enterprise and the territory or territories in which it operates. [...] What should be avoided is a speculative *use of financial resources* that yields to the temptation of seeking only short-term profit, without regard for the long-term sustainability of the enterprise, its benefit to the real economy and attention to the advancement, in suitable and appropriate ways, of further economic initiatives in countries in need of development. It is true that the export of investments and skills can benefit the populations of the receiving country. Labour and technical knowledge are a universal good. Yet it is not right to export these things merely for the sake of obtaining advantageous conditions, or worse, for purposes of exploitation, without making a real contribution to local society by helping to bring about a robust productive and social system, an essential factor for stable development” (CV, 40).

This long quotation includes the mentioned elements: the orientation towards all the *stakeholders* and towards society in general, the relevance of the sustainability of the firm, the commitment to the region, and the partial character of profits as criterion of action.

Specifically, concerning CSR, we should avoid falling into a utilitarian orientation. It would be wrong to develop CSR activities in order to get sympathy or acknowledgements oriented toward profits. It is a good thing to advertise these kinds of actions because it is exemplar; but this should not be the intentionality of those CSR activities. The commitment should be to society, not to profits.

Another paragraph of the Encyclical considers the possibility of a kind of firm implying a broad vision of the end of business and businessmen: “In the context of this discussion, it is helpful to observe that *business enterprise* involves a *wide range of values*, becoming wider all the time. The continuing hegemony of the binary model of market-plus-State has accustomed us to think only

in terms of the private business leader of a capitalistic bent on the one hand, and the State director on the other. In reality, business has to be understood in an articulated way. There are a number of reasons, of a meta-economic kind, for saying this. Business activity has a human significance, prior to its professional one. It is present in all work, understood as a personal action, an *actus personae*, which is why every worker should have the chance to make his contribution knowing that in some way 'he is working for himself'. With good reason, Paul VI taught that 'everyone who works is a creator'. It is in response to the needs and the dignity of the worker, as well as the needs of society, that there exist various types of business enterprise, over and above the simple distinction between 'private' and 'public'. Each of them requires and expresses a specific business capacity. In order to construct an economy that will soon be in a position to serve the national and global common good, it is appropriate to take account of this broader significance of business activity" (CV, 41).

It comes back to this topic in another paragraph: "When we consider the issues involved in the *relationship between business and ethics*, as well as the evolution currently taking place in methods of production, it would appear that the traditionally valid distinction between profit-based companies and non-profit organizations can no longer do full justice to reality, or offer practical direction for the future. In recent decades a broad intermediate area has emerged between the two types of enterprise. It is made up of traditional companies which nonetheless subscribe to social aid agreements in support of underdeveloped countries, charitable foundations associated with individual companies, groups of companies oriented towards social welfare, and the diversified world of the so-called 'civil economy' and the 'economy of communion'. This is not merely a matter of a 'third sector', but of a broad new composite reality embracing the private and public spheres, one which does not exclude profit, but instead considers it a means for achieving human and social ends. Whether such companies distribute dividends or not, whether their juridical structure corresponds to one or other of the established forms, becomes secondary in relation to their willingness to

view profit as a means of achieving the goal of a more humane market and society. It is to be hoped that these new kinds of enterprise will succeed in finding a suitable juridical and fiscal structure in every country. Without prejudice to the importance and the economic and social benefits of the more traditional forms of business, they steer the system towards a clearer and more complete assumption of duties on the part of economic subjects. And not only that. *The very plurality of institutional forms of business gives rise to a market which is not only more civilized but also more competitive*" (CV, 46). That is to say, although the Encyclical conceives the possibility of both kinds of firms, the traditional and the one oriented towards social goals, it points out a tendency to the increase of the second form and also expresses its desirability. Profit persists as a requirement, but the goals are increasingly wider.

In conclusion, this is the broad context of CSR according to the Encyclical *Caritas in veritate*. CSR cannot then limit itself to performing philanthropic plans. The firm has to work as a key institution of society within a comprehensive conception.

Traducción: Ricardo Crespo

¹ I am grateful for the comments of Hernán Fitte and Jorge Martínez Barrera and for the stylistic suggestions of Juliet Kunkel.

² General Audience, 8 July 2009.

³ On the philosophical doctrine about common good, see, i.e., Ángel Rodríguez Luño, *Ética*, Eunsá, Pamplona, 1982, Book 2, Chapter IV.

⁴ "El bien común como finalidad de la empresa", Cuadernos Empresa y Humanismo, n. 110, Instituto Empresa y Humanismo, Pamplona, 2009, p. 49.

⁵ As maintains Marcelo Paladino et al: cfr. Paladino (ed.), *La responsabilidad de la empresa en la sociedad*, Emecé, Buenos Aires, 2007.

⁶ A system of welfare which provides funding to people without solving the underlying issues through education, employment, etc.

⁷ Cfr. Domènec Melé, "Las relación empresa-sociedad como base para la responsabilidad de la empresa en la sociedad", in M. Paladino, op. cit., p. 167.