

LA DEFINICIÓN DE «RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA» COMO TAREA FILOSÓFICA *

María Marta Preziosa

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA ARGENTINA

SANTA MARÍA DE LOS BUENOS AIRES

mmpreziosa@uca.edu.ar

Resumen

Este trabajo es un ensayo de definición metafísica de la responsabilidad social empresarial (RSE), mediado por una hermenéutica de textos de ética empresarial que abordan el tema. Los textos seleccionados son de autores argentinos y españoles con raigambre en la Doctrina Social de la Iglesia. El objetivo es buscar en dicho discurso el fundamento de la RSE como obligación moral. Se comienza por una abordaje lógico y luego metafísico antes de pasar al aspecto ético. De los conceptos «responsabilidad» y «RSE» se señala su comprensión. Luego, en el abordaje metafísico del concepto, se lo enmarca en el orden de las categorías aristotélicas de cualidad y de relación. Éticamente, la RSE queda comprendida, entonces, dentro de la virtud de la justicia, y encontramos que lo que la caracteriza específicamente es el reconocimiento del propio concurso en el crecimiento y desarrollo de la empresa en las relaciones con sus *stakeholders*. Se plantea la cuestión de si la empresa, como tal, actúa moralmente —en forma análoga a la agencia moral personal—. Se propone una delimitación de las acciones de RSE.

Palabras clave: definición, responsabilidad, responsabilidad social empresarial (RSE), agencia moral de la empresa, ética de la empresa, *stakeholders*, crecimiento y desarrollo de la empresa.

Abstract

This study is a metaphysical essay defining Corporate Social Responsibility (CSR), through a series of Business Ethics texts covering the subject. The selected texts are written by Argentinean and Spanish authors rooted in the Social Teaching of the Church. The objective is to search the foundation of CSR as a moral obligation. The study begins with a logical approach, followed by a metaphysical one before engaging in ethical aspects. The meaning of «responsibility» and «CSR» concepts are defined. Regarding the concept's metaphysical approach, the study is framed under Aristotelian categories of relationship and quality. From an ethical point of view, CSR is understood as a component of justice as virtue, and what specifically characterizes it is the acknowledgement of one's own concurrence in the growth and development of the company's relationship with its stakeholders. The question is posed whether the company, as such, acts in a moral manner —parallel to personal moral agency—. A delimitation of CSR actions is proposed.

Key words: definition, responsibility, corporate social responsibility (CSR), corporate moral agency, business ethics, stakeholders, growth and company development.

* Una versión anterior de este trabajo fue publicada en los Anales del VIII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Ética, Negocios y Economía (Alene), llevado a cabo el 11 y 12 de agosto de 2005 en Valparaíso, Chile.

1. Introducción y aspectos metodológicos

Nos proponemos definir esencialmente responsabilidad social empresarial (de aquí en adelante RSE¹ y no simplemente definirla semánticamente. Abordamos esta tarea con la actitud aristotélica de «salir a la caza» de una definición. La emprendemos como tarea intelectual, filosófica en su intención, en busca de la precisión, a fin de mostrar la naturaleza o modo de ser esencial de una realidad, en este caso la RSE. No describiremos la RSE según las acciones empresarias que se realizan hoy en su nombre², ni diremos qué debe ser, según supuestas expectativas sociales, tampoco definiremos cómo llevarla a cabo.

¿Cómo abordamos entonces, nuestra definición? Definir es delimitar y, de algún modo, detener en el tiempo la dinámica realidad. La dificultad planteada al definir el grupo social (Cf. Soaje Ramos, 1969:22-28) proviene de que se está frente a una realidad fruto de la praxis. Más aun, cuando se aborda la realidad empresarial, que es fáctica en un sentido y aspiracional o aún-no-realizada, en otro. En nuestro trabajo intentaremos definir un aspecto normativo (la responsabilidad) del comportamiento de un sujeto colectivo (la empresa). Lograr el objetivo de encontrar

la definición permitiría delimitar el alcance de las acciones de RSE de una empresa y, al mismo tiempo, sustentar el aspecto de obligación moral de la RSE, si lo hubiera.

Ahora bien, es un hecho que no podemos soslayar que la definición de la RSE ha sido abordada por múltiples disciplinas y ciencias, así como también por organismos que la promueven en la práctica. Por ello, creemos que la tarea de la definición esencial debe pasar por una cierta hermenéutica de textos referidos a la RSE.

La tarea filosófica de definir

Juan Casaubon (1981) señala que la definición es uno de los modos de poner de manifiesto algo que nos era desconocido, confuso o dudoso. El desafío para nuestra definición filosófica de RSE es complejo, no sólo por la multidimensionalidad del tema, sino también por su recreación constante en la práctica. Definir es delinear algo que tiene cierto grado de unidad y manifestar su naturaleza, su específico modo de ser. También es investigar y definirse sobre un tema, tomar posición. Una definición es, en sentido amplio, una teoría o visión en sí misma.

Para emprender ordenadamente esta búsqueda, recordamos que todo concepto tiene dos dimensiones lógicas: la comprensión y la extensión. La comprensión puede componerse de las notas características o esenciales de la cosa definida, mientras la extensión se refiere a todos los individuos que son alcanzados o denominados por dicho concepto. A su vez, de las distintas formas de expresar la comprensión de un concepto elegimos dos modos para este trabajo: el primero, con-

1. Usaremos esta expresión siempre, salvo que el autor citado haga otro uso de expresiones equivalentes. Por ejemplo responsabilidad social corporativa (RSC) o responsabilidad de la empresa en la sociedad (RES).
2. La investigación empírica sobre RSE tiene también sus dificultades ya que involucra valores realizados y conductas esperables que son de difícil verificación, más allá de las acciones declaradas por las mismas empresas en encuestas o estudios de *benchmarking*.

siste en explicitar las notas características que se dan unidas solamente en ese objeto. El segundo es ensayar una definición por género y diferencia específica³, esto es, encontrar a qué conjunto más amplio de realidades pertenece lo definido y qué lo hace que sea eso y no otra cosa, dentro de los de su especie.

Luego de una referencia al modo de abordaje de los textos relevados y a la disciplina en la que nos movemos⁴, distinguiremos estas dimensiones en sendas partes del trabajo. En la primera abordaremos la comprensión del concepto «responsabilidad», del cual señalaremos las notas esenciales, el género y la diferencia específica. En la segunda abordaremos la «RSE», donde señalaremos los mismos elementos y agregaremos una consideración sobre la extensión de dicho concepto.

La RSE a través de sus textos: el paso hermenéutico

Entendemos aquí «hermenéutica» como la tarea de interpretación de textos por parte de un sujeto que posee una cosmovisión particular y cuya finalidad es llegar a conocer un objeto por la mediación del discurso. Al buscar en los textos de RSE

el elemento normativo, haremos interpretación de los mismos leyéndolos desde la filosofía aristotélico-tomista. Hacemos «crítica» solamente en tanto tomamos de ellos⁵ elementos para delinear la comprensión y extensión de responsabilidad y luego de RSE.

La selección de los autores, que provienen de diversas formaciones científicas, está lejos de constituir un mapa completo. Los elegimos por su representatividad en la ética empresarial (de aquí en adelante EE), que intenta tener raíz en la Doctrina Social de la Iglesia dentro del pensamiento argentino y español.

La óptica de la EE y vuelta a lo esencial

La EE como disciplina está construyendo desde hace unos cuarenta años su propio camino y autorreflexión (Cf. Lozano, 1994) y aún no es claro su estatuto epistemológico. Nos remite a diferentes niveles de abstracción, desde la filosofía hasta las ciencias de la administración de empresas, las que a su vez son permanentemente revisadas desde el punto de vista directivo y de la *performance* organizacional.

Los discursos de RSE tienen siempre algún presupuesto teórico, más o menos explícito, sobre diferentes dimensiones de la EE: el ser, los fines, el bien de las instituciones empresarias, la economía y la sociedad. Dado que dichas dimensiones tienen un orden de prioridad –la metafísica y la ética fundan las restantes–, las

3. Según Casaubon (1981: 45-46), intrínsecamente podemos definir una cosa por su esencia o naturaleza, esto es por causas o principios internos, o describiendo propiedades o accidentes que se presentan unidos solamente en ese objeto. Extrínsecamente, una cosa puede definirse por causas o principios externos a ella: esto es por su causa eficiente (causa en sentido estricto) o por su causa final (finalidad), o por el procedimiento que causa la cosa (definición genética) o por el procedimiento de medida (definición operativa).
4. La disciplina llamada en inglés *Business Ethics*, con dificultades epistemológicas en su formación.

5. Una dificultad será que los planos epistemológicos de los textos no son siempre los mismos ni están claramente diferenciados. Algunos analizan a su vez otros discursos de RSE, mientras otros analizan las acciones empresariales en sí.

privilegiaremos como enfoque de este trabajo hermenéutico. Apuntamos a continuación, aunque sea brevemente, cuáles son dichas dimensiones y qué preguntas clave nos plantean.

- 1) Dimensión metafísica de la RSE. Haciendo pie en la filosofía social, la cuestión central es qué es la empresa en tanto grupo social, como naturaleza interpersonal y comunitaria, y cuál es su finalidad, carácter, lugar y función en la sociedad.
- 2) Dimensión ética de la RSE. La ética es la pregunta por el sentido de la libertad y la vida social de personas y grupos que buscan la plenitud y la concreción del bien junto con otros. Por ello, la cuestión ética en la empresa se centra en las virtudes personales de los directivos y en los *ethos*, culturas y estructuras organizacionales que se constituyen en un entorno apropiado para decisiones responsables o justas. Esto es, cuán auténticos sean personas y formas de vinculación frente a la consecución del fin de las personas en la empresa y del fin de la empresa en la sociedad.
- 3) Dimensión administrativo-económica de la RSE. Esta dimensión enfoca la empresa como organización con fines de lucro y con un «objeto social» que, dentro de un sistema económico y legal, es conducida hacia su fin mediante sus autoridades formales y líderes. A su vez, dicho gobierno tiene un margen de discrecionalidad delimitado por sus cuerpos colectivos de decisión, sus estructuras jerárquicas, así como por la formación de su capital y propiedad. En su desempeño, la organización interactúa con otros agentes económicos

y sociales en el marco de variables macroeconómicas y legales.

- 4) Dimensión jurídico-social de la RSE. El marco jurídico les otorga a la empresa y a sus *stakeholders* derechos, deberes y legitimidad. Asimismo, las prácticas de la industria o el sector otorgan un estándar de conductas deseables para la correcta operación en el mercado y la protección de dichos derechos y deberes. Además, el desempeño actual de la empresa puede –o no– ser legitimado por las expectativas sociales, las cuales se expresan, de cierto modo, en la evolución de la *performance* de la empresa, medida según algunos estándares consensuados (tanto leyes positivas como leyes «reflexivas»⁶).

2. La responsabilidad

Antes de tratar propiamente las características de la responsabilidad, podemos referirnos al origen etimológico del término citando a Paola Scarinci (2004: 63):

[...] la palabra «responsabilidad» deriva del verbo latino «*respondeo*», que significa «responder»; a su vez, el sufijo «*abilis*» indica la condición de ser «capaz». Por lo tanto, ser responsable significa que se tiene la capacidad de respuesta. Responsabilidad, es entonces, la capacidad de respuesta como hábito.

6. Moon (2004) destaca que ha crecido la legislación *soft*. La misma que Hess (2001) denomina legislación reflexiva, esto es, la que invita a las empresas a modificar su comportamiento haciendo *disclosure* público de este. Cambios de comportamiento que se tornan difíciles de comunicar mediante reportes verificables en forma independiente.

Continúa la autora:

[...] el sentido etimológico se ha enriquecido de este modo con connotaciones morales, pues indica una característica estable de la disposición a actuar: la persona responsable «habitualmente responde» frente a los requerimientos de la realidad, pero entendemos que además «responde bien». Hablamos de responsabilidad sólo cuando las respuestas tienden a ser las mejores.

2.1. Comprensión del concepto de responsabilidad

2.1.1. Notas esenciales

Tres elementos o notas caracterizan al concepto: 1) la responsabilidad es una cualidad del vínculo entre sujetos racionales 2) de naturaleza social 3) en busca de un fin realizable en común. Estos elementos, que explicaremos a continuación y fueron encontrados en la lectura de los textos de RSE, creemos que explicitan la comprensión del concepto «responsabilidad».

1) La responsabilidad en tanto radicada en un sujeto racional

La responsabilidad parece ser una cualidad propia sólo de sujetos racionales. Estos son habilitados por dicha calidad a reconocerse autores de sus actos y, por tanto, pueden dar respuesta de los mismos. Ello se manifiesta en actos que son frutos de su racionalidad y voluntariedad diligente y de la posibilidad de considerar los medios por utilizar para cumplir ciertos fines. Esta racionalidad hace posible la distinción del bien y permite que estos sujetos puedan vincularse haciendo el bien y evitando el mal⁷, considerando al «otro»

como fin o destinatario de su acción y no como mero medio o instrumento⁸.

Scarinci señala que la responsabilidad incluye: el reconocimiento de la autoría de los hechos, la previsión de las consecuencias y la elección certera de los actos de los que se derivan las mejores consecuencias. Dice:

[...] si reflexionamos sobre el sentido de la palabra «autor» o «autoría» que alude a la capacidad de hacer aumentar algo (del latín *auctor*, *augmentum*), es decir de hacerlo crecer, se nos aclara el nexo entre este reconocimiento de autoría y la posibilidad de desarrollar desde una actitud responsable los propios proyectos. El que reconoce como propios sus actos está en condiciones de corregirlos, si hace falta, como también de ampliarlos y completarlos, es decir, de darles crecimiento, aumentando su eficacia. Scarinci (2004).

Nos quedaremos con esta característica o último matiz del sujeto responsable. Ser racional implica ser «autor», no sólo en cuanto al efecto transitivo de la respon-

7. En la tradición moral cristiana los actos humanos son racionales y voluntarios y, en tanto se repiten, forman al sujeto con hábitos y disposiciones estables que a su vez favorecen nuevos actos. Consideramos análogamente responsables tanto a las personas como a sus actos. Estos pueden ser fruto de la comisión u omisión, o en sentido temporal pueden ser proactivos (prevención) o reactivos (respuesta). A su vez, son pasibles de ser considerados dolosos –con intención coincidente con la acción– o culposos, con responsabilidad por negligencia. Cf. Schmidt, 1989; y Debeljuh, 2003.
8. Goodpaster y Matthews (1982), inscribiéndose en la tradición kantiana, señalan que los dos elementos de la responsabilidad son la racionalidad (la consideración de fines y medios) y el respeto (el otro como destinatario y no como medio de mi acción).

sabilidad (hacer crecer a aquel o a aquellos de lo cual se hace cargo), sino también en cuanto al efecto inmanente por el que el sujeto responsable se apropia de sus actos y se califica moralmente.

2) La responsabilidad en tanto realizada en la naturaleza social del hombre

Siguiendo a Soaje Ramos (1969), entendemos por naturaleza social no la costumbre social, sino un principio de orientaciones hacia fines naturales o perfectivos del hombre en sociedad. La existencia de dicha naturaleza se basa en los siguientes argumentos aristotélicos: la dependencia del hombre del concurso de los otros en su promoción, la realidad de la comunicación humana y la posibilidad del mutuo amor de benevolencia que ampliado a la sociedad toda se transforma en amistad cívica. A estos argumentos del Estagirita, Tomás de Aquino agrega la obligación moral por ley natural a la vida social⁹.

La persona va concretizando su fin en los vínculos sociales, cuya potencialidad está dada en su naturaleza social. Los mismos van adquiriendo distintos grados de desarrollo en la misma dirección del fin o en la dirección contraria gracias a la falibilidad de la libertad humana. Soaje afirma que:

9. No resolveremos en este trabajo la fundamentación de la obligación moral a la vida social. Por ahora sólo apuntamos una cita de Reyes Oribe (2004: 74-75):

[Los] fines de las inclinaciones son objeto de la «*voluntas ut natura*» porque son queridos como fines y entonces absolutamente [...]. Pero con respecto al fin último son ordenables; recién entonces, cuando la razón capta su relatividad al fin, son objeto de la «*voluntas ut ratio*».

[E]n el orden social es egoísta –y el egoísmo es aquí el vicio de la injusticia– el que, convirtiendo en fines directos los beneficios que él retira de una colaboración simpática con sus semejantes, los toma por simples instrumentos de esos beneficios, y, cesando de considerarlos altruistamente como sus semejantes, no los considera sino como medios cualesquiera de esos fines, que se tornaron egoístas (Soaje Ramos, 1969).

Entonces, consideramos que el tercer elemento clave de la responsabilidad es su referencia a «otro». Frente al otro es que reconozco la autoría, frente al otro cumplo un rol y las obligaciones que se esperan del mismo. Además, mi cumplimiento le genera, o no, confianza al otro¹⁰.

La responsabilidad es, entonces, una vocación existencial, es respuesta a la llamada del otro y a la propia. Nuestra tendencia necesaria y natural nos llama a una respuesta personal y libre. Llamada única e irrepetible en tanto cada persona lo es, y que implica asumir una respuesta generosa de servicio¹¹.

10. Según Goodpaster y Matthews (1989), podemos entender la responsabilidad personal en tres sentidos distintos, pero cada vez más amplios e incluyentes que el anterior: a) ser responsable es «hacerse cargo», en cuanto es responder por una acción pasada; b) ser responsable es «cumplir con el rol», seguir las reglas o normas esperables socialmente del puesto o lugar que ocupamos; y por último, c) ser responsable es «generar confianza», tomar decisiones racionales y fidedignas para quienes interactúan con nosotros.

11. Scarinci (2004: 68) afirma que el privilegio de poder realizar algo se constituye en una obligación de hacer crecer el bien poseído para darle sentido a la existencia, explorando las posibilidades de la realidad y así responder en forma original.

Otro enfoque, de cuño más legal, es considerar la responsabilidad jurídicamente o en tanto vínculo mínimo de intercambio, así se encuentra que la responsabilidad es el ejercicio de derechos y deberes, esto es, el cumplimiento de obligaciones y la esperada recompensa. Pero en lo profundo, la responsabilidad se inscribe en la naturaleza social del hombre, en la concreción de la esperanza, en la confianza y en su búsqueda a través de la temporalidad.

De este rasgo social, de esta consideración del otro, resaltamos el matiz por el cual el otro se nos aparece como objeto de respeto, cuidado y concurso en su promoción, no para ser utilizado como medio, sino considerado como destinatario de mi acción de servicio.

3) La responsabilidad en tanto contempla finalidad

El tercer elemento de la responsabilidad es la finalidad. En el acto libre, ejercicio individual y concreción personal respondemos contingentemente —en forma más o menos auténtica— a los deseos y tendencias «sugeridos» por la naturaleza¹². Aho-

ra bien, el fin es el que nos pone en relación con otros.

Sintetizando, algunos argumentos de Sergio Castaño (2002), la unidad de lo social se funda, en última instancia, en la unidad del fin. El fin común entraña la realización de una obra que no podría ser llevada a cabo sin el «concurso consociado (colaboración) de las partes», un fin al que estas no podrían arribar por sí solas. De este modo el fin común crea los fines particulares, en cuanto los posibilita, porque si no hay asociación, no se producen; y a su vez los fines particulares son causa del fin común. Por otra parte, el grado de la consecución del bien buscado dependerá de cómo sean los miembros del grupo y de cómo se hayan ordenado para lograr el fin. El resultado de la acción conjunta redundará en una más plena consecución del fin particular. Los bienes particulares (talentos, formación, entrega, laboriosidad) son algunas de las causas del bien común. A su vez, cada miembro se perfeccionará, de acuerdo con una medida propia proporcionada a la aptitud y a la actitud, y ese será su bien particular, que no existiría sin el bien común.

En la explicación del segundo elemento de la responsabilidad habíamos resaltado que el otro se nos aparece como objeto de respeto y de cuidado. Ahora destacamos que ese vínculo yo-tú, que es en realidad un nosotros en busca de un fin común, es lo que lo convierte en obligación moral. De este tercer y último elemento de la responsabilidad tomamos, entonces, su dimensión normativa: la fraternidad o amistad cívica como mandato. ¿Por qué el concurso en la promoción del otro es un mandato y el egoísmo social una forma de la injusticia? ¿Por qué debo darle al otro lo que le corresponde, por qué

12. En la ya mencionada tradición moral cristiana, los actos humanos califican su moralidad teniendo en cuenta tres elementos: el fin de la acción en sí misma (*finis operis*), el fin del agente (*finis operantis*) y las circunstancias. Esto no debe confundirse con el posterior resultado objetivo y/o subjetivo de dicha acción. Las decisiones crean en las personas hábitos (resultados subjetivos) que les permiten acercarse o alejarse de sus fines por la facilidad o dificultad que agregan en su consecución. Este camino se despliega temporalmente en el logro de fines intermedios, que remiten al fin último del hombre «incoadadamente». Este enfoque teleológico normativo de las acciones humanas señala que el bien es la plenitud de la naturaleza humana.

su coexistencia es una obligación para mí, por qué soy responsable por mi hermano?¹³.

En la lectura de los textos seleccionados advertimos dos enfoques diferentes en el modo de considerar la responsabilidad y los fines, y que señalaremos en el análisis de la extensión del concepto de RSE.

2.1.2. Género y diferencia específica

Género y diferencia específica es otro modo, complementario, de explicitar la comprensión de un concepto. Trataremos aquí de encontrar un género –categoría inmediatamente superior a la cual pertenece lo definido– para el concepto de responsabilidad, así como una diferencia específica, aquella que lo distingue de las restantes realidades denotadas por el género.

1) Género

Consideramos como género superior de responsabilidad a dos de las categorías metafísicas aristotélico-tomistas: la «cualidad» y la «relación». En primer lugar, la cualidad es el accidente que modifica intrínsecamente a la sustancia, haciéndola

ser de un modo u otro. Los hábitos son un tipo o especie de la cualidad: son estables y gracias a ellos un sujeto –por ejemplo, la persona o la empresa– está bien o mal dispuesto según lo que conviene a su misma naturaleza o a su obrar y su fin. Por otra parte, la relación es el accidente cuya naturaleza consiste en la referencia u ordenación de una sustancia a otra (*esse ad aliud o esse ad*).

La responsabilidad es un hábito operativo o virtud que nos relaciona con otros (y que como hábito pertenece a la categoría aristotélica de cualidad), pero esta se manifiesta en –y surge de– una relación real. Dicha relación podemos analizarla en sus elementos: a) el sujeto (el llamado responsable), b) el término (algo o alguien), c) la relación en sí misma (es responsable de) y d) el fundamento de dicha relación.

La base de la consideración de una relación como una realidad está en la constatación de que existe causación o causalidad. Si hablamos de responsabilidad, la cuestión metafísica podría centrarse en si la atribución de la responsabilidad de un efecto a un sujeto agente tiene fundamento en lo real, o es sólo una prescripción arbitraria de la sociedad mediante la ley, a fin de resolver pragmáticamente cuestiones disciplinarias.

El fundamento de dicha relación de responsabilidad parece ser el fruto de una acción habitual del sujeto realizada sobre o hacia (*ad*) el otro, el prójimo. Dicha acción objetiva, sostenida por la intención del sujeto, genera cualidad y perfección bajo la forma de hábitos, esto es, resultados buenos objetivos sobre otros y también sobre quien realiza establemente dichas acciones.

13. Una nota teológica sobre el asesinato de Abel por Caín (Llorente, 2003):

Más que al hermano competidor, se trata de eliminar a quien lo expone al desamparo. No se trata –como parecería a primera vista– de quedar sólo frente al padre como hijo único, sino de eliminar la fuente del riesgo. ¿Quién asegura al hijo que el padre lo confirmará en su deseo de ser único? El fantasma de no ser predilecto, de ser abandonado por causa de la arbitrariedad paterna, se despierta con toda su fuerza. Por tanto, intentará asegurar la consecución de su deseo por mano propia. Desconfianza que le impide esperar en lo que debería serle dado por otro y, por tanto, hacerlo dependiente. No en vano la idea de salvación se articula en la fe (confianza) en la Promesa.

2) Diferencia específica

La diferencia específica de la responsabilidad es aquella nota que la distinguirá de otras virtudes y relaciones.

Respecto de lo específico de la responsabilidad como virtud, decimos que la responsabilidad es parte de la justicia. Si lo específico de la responsabilidad es el «cuidar», el «hacer crecer», es un acto de justicia darle al otro esa posibilidad. Las acciones responsables de los sujetos hacen crecer en perfección al propio sujeto y a otros en la línea de la naturaleza humana y su fin¹⁴. Por otra parte, la justicia, como virtud, es la voluntad permanente de dar al otro lo que le corresponde (*suum*), no sólo en virtud de los pactos o contratos, sino en tanto persona¹⁵. Por ello, podemos decir que la justicia es una disposición diligente –proactiva y reactiva– al bien del otro en tanto coexistente, en tanto perteneciente a mi misma especie racional y con el derecho de poder estar a cargo de sí mismo. La responsabilidad es por ello virtud de la fecundidad, de la conciencia de mi autoría en el curso de la promoción del otro, del ejercicio de la paternidad o maternidad del otro en cuanto hermano (fraternidad)¹⁶ y

14. Por otra parte, el enfoque consecuencialista instala el bien en los resultados objetivos de las decisiones, objetividad medida cuantitativamente en el mayor o menor grado de beneficiados por ellas. No tiene en cuenta los resultados subjetivos ni el fin de las acciones en sí mismas.

15. La naturaleza racional del hombre y, por ende, su capacidad de reclamo –por sí y por los de la misma especie que no pueden reclamar– la convierte en sujeto de derechos irrevocables Cf. Pieper, 1980, Parte Justicia, Capítulo 1: Lo debido.

16. Dice Llorente, 2003:

[U]n cierto «ideal de fraternidad» comprende distintos aspectos. En primer lugar, los her-

de la aristotélica amistad cívica. Se manifiesta en el acto de custodiar al prójimo en cuanto otro, como fin en sí mismo.

Respecto a lo específico de la responsabilidad en tanto relación, creemos que modifica al sujeto y al término de dicha relación generando un vínculo entre ellos y una difusión de la calidad del mismo entre ellos y hacia otros. Si la enfocamos desde la clasificación metafísica de los distintos tipos de relación, parece que no es sólo una «relación mutua basada en la acción y la pasión», sino también un acto de co-creación y por tanto una relación con «cierta dependencia en el ser».

3. La responsabilidad social empresarial

Como ya lo hicimos con el concepto de responsabilidad, abordamos aquí la delimitación de la comprensión del concepto de RSE, según sus notas esenciales, género y diferencia específica. Agregamos el tratamiento de la extensión de dicho concepto.

manos tienen el mismo origen, una identidad compartida y un destino común. Lo que acomuna a los hermanos es la vocación al amor: aprender a gestar vida mediante la comunión. La fraternidad es escuela de humanidad. Por eso, la importancia de instaurar vínculos que promuevan lo humano en los que comparten algún tipo de lazo o vida en común. Para que un vínculo pueda decirse «fraterno» hay tres rasgos que, independientemente de los grados y formas que adopten en los diversos grupos humanos, no pueden faltar. Un cierto grado de gratuidad que evite la instrumentalización y por tanto reducción del otro; un cierto nivel de personalización que evite el anonimato y por ende el olvido del otro; un cierto ejercicio de solidaridad que –combinando justicia y amor de rescate– evite la solitaria del otro.

3.1. Comprensión del concepto RSE

3.1.1. Notas esenciales

En la teorización de RSE relevada, aparecen dos elementos básicos o esenciales: 1) una cosmovisión implícita o explícita que fundamenta normativamente cómo ha de ser el comportamiento empresarial en la sociedad; y 2) una invitación al cambio de comportamiento empresarial, con acciones que vayan más allá de la ley. Estas notas pueden ser interpretadas ética y metafísicamente. La primera nota tiene un componente de «necesidad», pues preguntarse qué ha de ser lo bueno y qué fines han de ser cumplidos remite a un orden implícito que debe ser logrado en la sociedad. La segunda nota refiere a un aspecto de «libertad» o contingencia del comportamiento empresarial, es decir, a la posible respuesta a esa obligación moral. Explicitemos ambas.

1) Una cosmovisión económico-social

Una visión del orden económico-social es una teoría sobre la estructura de la realidad comunitaria que posee componentes descriptivos y normativos referidos a distintas dimensiones. Además de la económica y la política, está la dimensión ética —que concierne al fin, el bien, el significado y el sentido— y la específicamente social, esto es, cómo se integran o aíslan personas e instituciones. Dichos aspectos adquieren distinto peso específico componiendo diferentes paradigmas y sus correspondientes jerarquizaciones u ordenaciones. De las lecturas realizadas, abstraemos dos elementos sintetizadores del aspecto ético-social: 1) la integración social (de instituciones y de fines particulares y comunes) y 2) el cuidado y la promoción del bien común mediante la creación de

valores económicos y sociales que a su vez consolidan la integración.

Sólo a fin de ilustrar esta abstracción, presentamos aquí dos modos de clasificación de estos paradigmas implícitos en la RSE. El primero clasifica teorías de RSE; y el segundo, acciones empresariales. Ambos, sobre la base de caracteres de la sociedad.

La clasificación de Elisabet Garriga y Doménec Melé (2004) es un mapa de las teorías y abordajes de lo que llaman responsabilidad social corporativa (RSC). Asumen en su análisis cuatro teorías que están integradas en los fenómenos de la realidad social y que la RSC focaliza: instrumentales, políticas, integrativas y éticas. Las teorías instrumentales remarcan la dimensión económica y consideran que la corporación es un instrumento para la creación de riqueza. Aquí la RSC sólo tiene sentido en cuanto constituye un medio para lograr el fin, es decir, las ganancias. Este enfoque está basado en lo que se ha dado en llamar «egoísmo ilustrado». Las teorías políticas son las que resaltan el poder y la posición social de la corporación y el uso de ese poder con responsabilidad, por lo que realizan acciones de cuidado a las comunidades, aceptan deberes y derechos o participan en cooperación social. Las teorías integrativas consideran que las empresas deben incorporar las demandas sociales, debido a su interdependencia con ellas, para la existencia, la continuidad y el crecimiento. Por último, las teorías éticas consideran que la relación entre la empresa y la sociedad está embebida de valores y que las empresas deben aceptar responsabilidades sociales para lograr el bien de la sociedad (Garriga y Melé 2004).

La clasificación de Beatriz Balián introduce como categoría «la inserción social» para analizar el vínculo empresa-sociedad; de este modo tipifica la orientación de las actividades empresariales al bien privado (aislamiento) o al bien público (integración) (Bailán, 2004). El entrecruzamiento entre la forma de incorporar lo social (como instancia agregada o propia de sí) con el tipo de orientación de las actividades (bien privado o bien público) le permite a la autora construir una matriz para clasificar las actividades de la empresa en nombre de la RSE¹⁷.

2) Una invitación al cambio

La segunda nota esencial común a las definiciones relevadas es la RSE en carácter de invitación. Se presenta la RSE como una norma reflexiva, más con un sentido aspiracional que de obligación y como un fin o bien deseable mediante un cambio de comportamiento. Dicha demanda aparece tanto como un «deseo» de la empresa hacia la sociedad y como una exigencia de la sociedad a la empresa. Muchos autores, dentro¹⁸ y fuera¹⁹ de la academia,

señalan este elemento como característico de la RSE –y entiendo que se debe a su posibilidad de observación fáctica–. En cambio, el primer elemento, la cosmovisión empresa-sociedad, es un presupuesto teórico que debe justificarse de otra manera.

La invitación a las empresas consiste en que estas deben considerar un espectro más amplio de obligaciones que las que tienen con sus propietarios o accionistas. Estas obligaciones con la sociedad van más allá de los límites tradicionales de acción y responsabilidad y suponen una visión ampliada²⁰ del trabajo y la empresa, que debe satisfacer o exceder las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que la sociedad deposita en ellos.

La invitación consiste también en que la empresa «se haga cargo» del modo en que ha elegido hacer negocios. Este modo, asentado en su cultura interna y visible en los vínculos resultantes con sus *stakehol-*

señala la falta de acuerdo en el uso de la terminología básica de RSE. Destaca que lo que tienen en común estas definiciones es que todas incluyen una zona de «*management* voluntario» y la comunicación de los resultados económicos, medioambientales y sociales como un modo de satisfacer o exceder las expectativas éticas, legales y comerciales de los *stakeholders* (*Ethical Corporation Magazine*, 2002).

20. Para Josep Lozano (1999), el problema esencial del debate sobre RSE es la legitimación de la empresa en la sociedad. La reducción de su responsabilidad al mero cumplimiento de la legalidad y las reglas del mercado es un piso mínimo e indiscutible pero es insuficiente. Lozano propone la ética y la RSE de la empresa como un camino constitutivo de su identidad: debe definir qué quiere ser en la sociedad y de qué modo lo va a lograr. Este es el espacio de decisión o zona discrecional no exigida por la ley donde la empresa elige ser (no sólo parecer) de una manera determinada.

17. De este modo, el comportamiento empresarial asumiría para Balián cuatro formas diferentes: 1) la empresa con lo social agregado y orientada al bien privado engloba las acciones interesadas en mejorar la imagen, lealtad de empleados, clientes; 2) la empresa con lo social agregado y orientada al bien público engloba aportes específicos a otros sectores diferentes al propio; 3) la empresa con lo social como propio y orientada al bien privado se entiende como un desarrollo vocacional de los negocios; 4) la empresa con lo social como propio orientada al bien público comprende el compromiso societario en la promoción del bien común.
18. Cf. Carroll, 1998; Schwartz y Carroll, 2003; Paladino, 2004 y Balián, 2004.
19. Fuera de la academia, en el ámbito de la percepción de los líderes de la RSE, una encuesta

ders, constituye la identidad moral de la empresa como grupo humano que influye e interactúa con su medio social creando o destruyendo valor y valores.

Vemos entonces que las notas esenciales de la RSE, desde un punto de vista metafísico y ético, nos remiten al orden de la naturaleza, al fin y a la libertad.

En primer lugar, respecto de la naturaleza y el fin, podemos decir que una cosmovisión empresa-sociedad incluye una consideración sobre qué factor social debe privilegiarse. Aquí nos inclinamos por abonar a las llamadas teorías éticas de la RSE (Melé, 2004). Su función social no es solamente hacer accesibles productos y servicios útiles, sino crear y mantener empleo, invertir, así como crear comunidades de trabajo, nexos interpersonales y sociales y culturas de desarrollo humano y riqueza de múltiples dimensiones.

En segundo lugar y respecto de una identidad empresaria en tanto posible ejercicio de la libertad, una organización puede como actor del mercado y la sociedad actuar en forma diferente a otras empresas que se encuentran en las mismas circunstancias condicionantes²¹.

21. Completamos con las ideas de Lozano, quien integra en su argumentación tres niveles de análisis de la ética empresarial: el social, el individual y el organizacional. Afirma que dado que existe una interdependencia entre los procesos organizativos y personales y entre la madurez del desarrollo organizativo y el desarrollo personal de los directivos, la RSE puede ayudarlos a decidir cómo la empresa intentará conseguir sus objetivos y qué tipo de compañía quiere ser. La RSE no es sólo responder al entorno, sino contribuir desde las mismas organizaciones a la construcción de su propia responsabilidad y, en definitiva, a la construcción del significado de su lugar en el mundo. Afirma que la reduc-

3.1.2. Género y diferencia específica de la RSE

Habiendo identificado algunas notas esenciales, abordamos el ensayo de ubicar el género y la correspondiente diferencia específica del concepto de RSE. En cuanto al género, el concepto superior que incluye a RSE es el de responsabilidad, que a su vez tiene como género a las categorías accidentales de cualidad y relación.

Recordemos que la responsabilidad como cualidad es parte de la virtud de la justicia. Dicha calidad o perfección surge en un vínculo, en una relación que un sujeto establece en forma habitual con el otro; se difunde entre yo y tú, generando resultados objetivos positivos en el sujeto y en el término de la relación. La calidad específica del vínculo de responsabilidad consiste en el cuidado y custodia del prójimo, fecundidad fraterna, hacerse cargo del concurso en el crecimiento y promoción del otro.

Para la RSE, lo específico lo encontraremos en su ser relacional. Como dijimos, una relación, analizada su estructura esencial, tiene cuatro elementos: el sujeto, el término, la relación misma y su fundamen-

ción de la empresa a su dimensión económica y de mercado la identifica con los accionistas o propietarios y simplifica la comprensión de los dinámicos internos de esta, lo que incluye la consideración de cuál es el producto o servicio que brinda y los resultados de su actuación. La RSE se orienta, por tanto, a considerar qué significa éticamente la actividad empresarial para la calidad humana de la vida social y la legitimación de su acción en el sistema económico-social donde actúa. Esto es, legitimarse hacia adentro y hacia fuera y crear su identidad en el contexto dado, en un marco de corresponsabilidad social.

Breve digresión: la cuestión de la empresa como agente moral

Para abordar esta cuestión en forma breve, diremos en primer lugar que la «responsabilidad» es una cualidad que califica distintos sujetos o relaciones en sentidos análogos. Se dice responsable de una persona humana en relación con algo o con alguien, y se dice de sus actos. La dificultad que adquiere el tema aplicado a la empresa como organización es que su calidad de sujeto moral o agente no es propia. La moralidad se dice en sentido propio y, en primer lugar, de las personas, por lo que no se puede decir de una empresa, por ejemplo, cuál es su motivación, su decisión o su virtud. Lo que hace que la RSE como relación de responsabilidad sea distinta de la responsabilidad en los vínculos interpersonales es que en la RSE la relación se da entre grupos sociales. Igualmente, por ahora sólo diremos que es posible observar distintos tipos de identidades organizacionales, empresas que en el mismo mercado y frente a los mismos condicionamientos sostienen culturas corporativas o de negocio muy diferentes. Estas diversas subjetividades o *ethos* (Cf. Debeljuh, 2004) colectivos se consolidan en la historia de la organización y en sus modos de vincularse con los aportantes de capital, empleados, proveedores y clientes, el Estado y la comunidad. Las personas que las conducen, crean y mantienen estructuras y sistemas de decisión, generando vínculos hacia adentro y hacia fuera de la empresa, creando, a su vez, cultura. En este sentido, identificamos algún grado de libertad» o discrecionalidad en tanto organización y por ende de moralidad²².

to. ¿Qué tipo de sujeto y de término forman la relación en la RSE? La primera dificultad que se nos presenta aquí es que el «sujeto» de esta relación es la empresa y no una persona. Otra cuestión, no menor, es si el «término» de la relación es la sociedad y en qué sentido lo es.

Volviendo al intento de delimitar lo específico de la RSE en tanto relación, el sujeto, como dijimos, tiene en cuestión su agencia moral. El término de la relación de RSE cuyo sujeto es la empresa es la sociedad y, obviamente, esta incluye a la misma empresa. En este sentido, uno de

los autores analizados, M. Paladino, acuña el término «responsabilidad de la empresa en la sociedad» (RSE), que especifica un poco más el sujeto y el término de la relación. Empresa y sociedad son interdependientes²³ y por ende sus *stakeholders* son término de esa relación de responsabilidad.

Si responsabilidad es hacer crecer al otro en cuanto otro, como fin en sí mis-

22. Claro que la RSE se complejiza en su análisis, si nos preguntamos quiénes son los sujetos morales a quienes les es atribuible la responsabilidad de hacer crecer la sociedad, la riqueza y el bien común.

23. Metafísicamente se pueden distinguir las relaciones de dependencia en el ser (Creador-criatura) y las relaciones mutuas basadas en la acción y la pasión. Cf. Alvira, Clavell y Melendo, 1989: 69-77. Cabe, entonces, preguntarse si la responsabilidad es sólo una relación mutua o es también una relación de dependencia en el ser —no ya como entre el Creador y la criatura— sino como codependientes en su posibilidad de existencia por el concurso en la promoción del otro y del bien común.

mo, la RSE pareciera que es, entonces, la obligación (y aspiración) ética de la empresa de crecer ella misma en tanto sistema de *stakeholders*. La RSE se inscribe de este modo en una vocación por el desarrollo humano de la organización empresarial en respuesta al llamado de interdependencia con la sociedad.

3.2. La extensión del concepto de RSE

Desde el punto de vista lógico, un concepto tiene extensión. Esta incluye a todos los individuos que son nombrados por dicho concepto. En este caso, la extensión del concepto de RSE sería todas las actividades empresarias concretas que son señaladas por el concepto RSE. La preocupación por limitar el alcance y el dominio del concepto se explica, en parte, por la necesidad de aplicación. ¿Qué pueden la ley y la sociedad reclamar o atribuir como obligación a una empresa? Y por otra parte, dicha limitación es necesaria para saber hasta dónde la RSE, en tanto mandato moral, ha de exceder la ley.

La delimitación de los individuos o realidades concretas denotados por el concepto depende de la comprensión del mismo. En nuestro caso, la dificultad de la delimitación proviene de que la RSE es un concepto realizable en la praxis humana y con carga normativa, y delimitar su alcance depende de la cuestión de los fines.

Ahora bien, los fines pueden ser entendidos de distintas formas: señalamos aquí tres. En un primer sentido objetivo y finalista, la naturaleza de las cosas y sus fines perfectivos se presentan valiosos y deseables para la inteligencia y voluntad humanas. En un segundo sentido también objetivo, pero consecuencialista, el efecto mensurable de la decisión la hace mo-

ralmente válida para una cantidad de beneficiados (Schwartz y Carroll, 2003). Estos dos enfoques, llamados teleológicos, recalcan el fin buscado, el «hacia dónde» o «para qué» de las acciones, tanto en el aspecto normativo como en el de los resultados concretos. Los efectos objetivos y subjetivos se evalúan en consonancia con la perfección o cumplimiento de los fines de la naturaleza de las personas y de los grupos sociales.

Un tercer sentido subjetivo, que llamaremos arqueológico, concibe el fin como motivación, el fin en tanto percibido o apropiado por mi subjetividad. El deseo, la motivación y, por último, la decisión se estructuran existencialmente, en un especial modo de hallarse en el mundo. Este tercer sentido del fin resalta el «desde dónde» el sujeto se enfrenta a este objeto buscado. Dadas estas dos formas de enfocar los fines, propongo dos delimitaciones de las acciones empresarias: una teleológica y otra arqueológica.

1) Delimitación teleológica de la extensión del concepto de RSE

Lo que haremos aquí es abordar aquellas acciones que se realizan en nombre de la RSE y clasificarlas según sea la amplitud de los fines de la empresa, tanto en sentido finalista como consecuencialista. Para ello seguimos a Lozano y Balián. Ambos demarcan un itinerario para la empresa de actividades que se justifican por distintos fines incluidos unos en otros. Con una progresión de conceptos a modo de *clusters* concéntricos contenidos mutuamente, despliegan posibles actividades empresarias que se explican como un mínimo cumplimiento de la ley, hasta el máximo de desarrollo del vínculo de la empresa con la sociedad.

Lozano entiende la RSE y sus alcances como una progresión, desde un mínimo indiscutido hasta el máximo de posibilidades de la empresa, descrita en las siguientes cuatro etapas: 1) la empresa sólo debe cumplir con la ley y los criterios económicos y es neutra moralmente; 2) la segunda etapa de la RSE tiene aún un sentido negativo: la empresa no se debe mover sólo por criterios económicos, ya que está inserta en una sociedad y es permeable a ella; 3) un paso más es la RSE en sentido positivo, pero reactivo: la empresa tiene en cuenta su impacto en los *stakeholders* y modifica los resultados negativos; 4) la última etapa de la RSE tiene un sentido positivo, pero proactivo y de «responsividad»²⁴ social de la empresa, en cuanto que esta desarrolla procesos de decisión colectivos internos que generan la capacidad de anticiparse, responder y gestionar las exigencias de los *stakeholders*. Lozano entiende aquí la responsabilidad como cooperación, como corresponsabilidad social de la empresa. De esta manera la empresa construye una identidad y se legitima socialmente.

24. Para Lozano responsividad, del inglés *responsiveness*, significa que esas acciones pasan a formar parte del ser de la empresa. La dimensión social de su actuar económico pasa a ser un factor intrínseco y tan relevante como la dimensión económica de ese mismo actuar. Es una visión holística que reconoce la complejidad del acto económico-empresarial. Para Lozano, no se trata simplemente de tener en cuenta la repercusión social de las operaciones económicas, sino de integrar lo social como parte constitutiva de lo económico. La responsividad incluye no sólo lo que las empresas hacen, sino cómo orientan su actuación y cómo pueden estar atentas a las nuevas demandas sociales y anticiparse a ellas. La atención a cuestiones sociales se incorpora a los procesos de planificación estratégica, así como los mecanismos y técnicas que permiten avanzar en esta línea.

En la misma línea, Balián dice que si consideramos a la RSE no como algo que se agrega a lo económico, sino como intrínsecamente social, «puede manifestarse en distintos niveles, desde un mínimo cumplimiento con la ley, hasta la realización de acciones que contribuyen al bien común e incluso pudiéndose generar un itinerario de crecimiento». Este itinerario tiene cuatro niveles: 1) el nivel mínimo es el interés propio comercial: administración efectiva en el marco de la ley, sumada a positivas relaciones con los *stakeholders*; 2) a este segundo nivel la autora lo denomina «beneficios inmediatos» otorgados a asociaciones o comunidades y que son agregados a los negocios regulares; 3) el tercer nivel son beneficios otorgados, pero a largo plazo (por ejemplo, educación); y 4) el nivel máximo es el de promoción del bien común (por ejemplo, salud y desarrollo), con lo cual no hay beneficios reconocibles inmediatos para la empresa, pero se contribuye al mejoramiento de la comunidad en general.

2) División arqueológica de la extensión de RSE

Del griego *arjé*, origen, nos referimos aquí a lo «arqueológico» como a aquello «desde lo cual» surge la intención, el deseo del sujeto responsable. Refiriéndonos a la empresa, lo arqueológico sería la materia o el lugar no consciente donde radican las motivaciones y el estilo de decisión de las personas que componen la organización. Incluso más, la intimidad o subjetividad propia de la organización, el *ethos* que se desarrolla en su historia, adquiere formas administrativas, se consolida con mitos o historias heroicas que se transmiten oralmente, modelos y recompensas por seguir y castigos y fracasos por evitar.

Encontramos dos ejemplos de clasificación de actividades según las motivaciones empresarias, pero no exactamente en el sentido que proponemos. Por ejemplo, Balián delinea un mapa para ubicar las acciones empresarias cuyo criterio de construcción es si la empresa se guía por intereses o por principios, esto es, interpretando sus acciones desde su significado o fundamento. Podría esto verse como un intento de identificar motivaciones empresarias²⁵. Por otra parte, Schwartz realiza un constructo conceptual, esto es, *clusters* que reúnen distintos tipos de actividades empresarias según las «motivaciones» posibles de la empresa (Schwartz y Carroll, 2003). Continúa el trabajo de Carroll²⁶, que recrea su abordaje basándose en sólo tres dominios de responsabilidades fundamentales: econó-

mico, legal y ético. Al superponerse los tres dominios, a modo de diagramas de Venn, el autor obtiene siete categorías donde la RSC puede ser analizada, conceptualizada e ilustrada con ejemplos de actividades concretas²⁷.

3) La extensión del concepto de RSE: crítica y corolario

Los intentos de clasificar las acciones empresarias, esto es, la extensión del concepto RSE adquiere aparentemente dos formas: según las motivaciones de la empresa y según los fines de la empresa. Ambos enfoques refieren a las mismas actividades, pero le otorgan distintas justificaciones. Vemos que en los autores esta dificultad se resuelve mediante la construcción de modelos conceptuales, donde los distintos *racionales* se incluyen unos a otros y permiten que una misma actividad adquiera varias justificaciones.

25. La autora construye una matriz que origina en cuatro categorías. Entre las acciones empresarias orientadas al bien público por intereses se encuentran la búsqueda de imagen y las acciones para la comunidad en busca de reputación. Entre las acciones orientadas al bien público por principios se encuentra el compromiso con la sociedad orientado a descubrir y efectivizar valores sociales. Entre las acciones orientadas al bien privado por intereses figura el interés comercial estricto y, por último, entre las acciones orientadas al bien privado por principios encontramos la vocación por los negocios, en tanto llamado al trabajo arduo ofrecido para la vida pública.

26. Según Schwartz y Carroll (2003), Carroll define en 1979 la responsabilidad social de la empresa como la que comprende las expectativas económicas, legales, éticas y discrecionales que la sociedad tiene de las organizaciones en un punto dado en el tiempo, y en 1991 desarrolla su famosa «pirámide» conceptual que explicita más el concepto. Esta perspectiva de cuatro dimensiones de la responsabilidad social sostiene que los negocios deben simultáneamente cumplimentar su responsabilidad económica, legal, ética y discrecional con la sociedad o con los *stakeholders*.

27. Para Schwartz, pertenecen al dominio económico las actividades que intentan tener un impacto económico positivo en la empresa, sea directo o indirecto, y quedan fuera, las que no buscan maximizar la ganancia o minimizar la pérdida o en las que no hay ninguna real consideración de las consecuencias económicas para la firma. En el dominio legal entran las acciones que buscan el cumplimiento de la ley, la previsión de la demanda civil o la anticipación a la ley. Y por último, en el dominio ético incluye las responsabilidades éticas de la empresa, tal como lo espera la población en general y los *stakeholders* relevantes. Incluye la «responsividad», y la consideración de los imperativos éticos domésticos y globales. Quedan fuera del dominio ético, para el autor, las actividades que son amorales (sea por inconciencia sobre su moralidad o porque ocurren a pesar de la conciencia de inmoralidad) y las que sólo intentan producir un beneficio neto para la corporación y no para los *stakeholders* afectados.

La principal dificultad que advertimos es cómo se puede realizar la atribución de motivaciones o intenciones a un sujeto «colectivo» como la empresa. Es la cuestión referida a la empresa como agente moral: en qué medida y con qué tipo de analogía se le atribuye responsabilidad.

Por ello, respecto de la extensión del concepto de RSE, nos inclinamos por aquel enfoque que resalta el desempeño de la empresa, esto es, sus acciones. Estas podrán ser evaluadas moralmente desde los fines de la persona y la sociedad (sobre la base de una teleología finalista donde los fines intermedios se encarnan en el logro de ciertos bienes que pueden constituirse en condiciones objetivas del bien personal y común) y en el recto consenso social. Nuestra posición se basa no sólo en que necesitamos una resolución más clara sobre la empresa como agente moral, sino que además consideramos que las actividades empresarias tienen un carácter moral objetivo en sí mismo (*finis operis*) en relación con la finalidad de la empresa y la sociedad, más allá de lo que las haya motivado.

Por ello, para definir la extensión del concepto de RSE, decimos que son todas aquellas actividades propias del negocio de la empresa y aquellas no explicables por la mera lógica legal o de mercado sino por la responsividad enraizada en la identidad empresarial. Y son todas las actividades posibilitadas por el *know-how* y recursos de la empresa que contribuyen al desarrollo social de ella y sus *stakeholders*.

Completamos la idea con las afirmaciones de Doménec Melé:

La primera responsabilidad exigida por el bien común es respetar a las personas y

sus derechos y al medio ambiente; cumplir los legítimos contratos y actuar con justicia y veracidad en todo tipo de relaciones. En segundo lugar, contribuir al bienestar y el desarrollo de quienes están involucrados en la empresa tanto como sea posible y dentro de las actividades incluidas en la misión de empresa [...]. Por último como ciudadano empresarial, la empresa ha de sentir las preocupaciones sociales de la sociedad, [...] y ha de hacerse sin descuidar su misión principal (Melé, 2004: 165-167).

4. Síntesis y perspectivas de investigación

A modo de síntesis, que deberá ser profundizada, creemos que la RSE es el carácter ético de la actuación de la empresa vista desde su relación con la sociedad, anclada en una cierta autoría organizacional —análoga a la autoría personal y en su desempeño racional y diligente, respetuoso y proactivo en el desarrollo humano en sociedad—. Supone una consideración de la naturaleza y fin de la empresa en tanto organización conducida por sus directivos hacia el cumplimiento de su función social. La RSE incluye la obligación (y aspiración) de crecer ella misma en tanto sistema de *stakeholders*, el cumplimiento de sus responsabilidades económicas y legales en sus actividades centrales y se desarrolla con un sello propio basado en su cultura e identidad discrecional y limitada por aquello que ella puede hacer («puede» en sentido positivo y como norma negativa).

Para seguir investigando apuntamos dos asuntos por profundizar: la responsabilidad como relación real, y la empresa como ente y como agente moral.

- a) La base de la consideración de una relación como una realidad está en la constatación de que existe causación o causalidad. Si la responsabilidad es una relación, la cuestión metafísica se centra en si la atribución de la responsabilidad de un efecto a un sujeto agente tiene fundamento «*in re*» o es solo una prescripción de la ley a fin de resolver cuestiones prácticas.
- b) Como ya dejamos planteado, la cuestión de la RSE presupone la cuestión de la agencia moral de la empresa: en qué medida las personas asociadas son responsables, en tanto grupo organizado en una estructura administrativa que sostiene actos moralmente buenos o malos²⁸.

28. En cuanto a la responsabilidad de la empresa como grupo, Melé y Fontrodona hablan de *community responsibility* en el sentido de que los ejecutivos eligen objetivos para la empresa, pero tienen que cumplir una misión de servicio a la sociedad, al bien común. Para los autores, la responsabilidad personal incluye el reconocimiento de las responsabilidades sociales que son llevadas a cabo conjuntamente con otros. La tarea se logra junto con otros, si bien la responsabilidad es atribuible solamente a los individuos. Por ello, la responsabilidad social corporativa se predica en sentido análogo y no debe ser vista como una responsabilidad despersonalizada. Afirman los autores:

[P]ara entender este punto uno debe recurrir a que, de acuerdo con la Doctrina Social de la Iglesia, una sociedad no es solamente una colección de individuos sumados a un contrato social: es una comunidad ligada por vínculos estables, pero sin perder la responsabilidad individual. Una manera de expresar esta realidad es decir que la sociedad tiene una clase de «subjetividad social».

La complejidad del tema viene dada, en parte, porque lo que los autores llaman «vínculos estables» podrían considerarse estables desde la potencialidad de la naturaleza humana, pero fallibles si consideramos que deben ser realizadas por la libertad humana.

Es necesaria entonces una consideración ontológica sobre el grupo social. Soaje Ramos (1969) dice que la unidad del grupo social es la de un todo accidental (y no sustancial como las personas) basado en el accidente o categoría aristotélica de la relación²⁹.

Ahora bien, en esa ontología del grupo social llamado empresa, deberemos profundizar el aspecto arqueológico anteriormente señalado. Esa «materialidad» desde donde se toman las decisiones en una empresa, esa cultura construida de la organización que se manifiesta en sistemas de decisión, tradiciones orales sobre éxitos, líderes y fracasos, estilos directivos, políticas y sistemas administrativos y de control y hábitos colectivos. Ellos pueden convertirse en lo que Patricia Debeljuh (2004) llama «estructuras de virtud», en la medida en que pueden favorecer algunas acciones y otras no. Di-

29. En la misma línea, dice Sergio Castaño que el grupo social es un todo de orden, esto es, una entidad cuya unidad es conferida por el orden que liga a los elementos integrantes. Si bien «*actiones sunt suppositorum*», esto es, la que obra es la persona, el grupo social no es una persona ficticia sin fundamento en la realidad. La realidad de lo social radica en la realidad subsistente de las personas y esto no significa que no haya un obrar colectivo, una voluntad común. Esa voluntad, dice Castaño, se da analógicamente, con «sentido secundario o incluso impropio», así como se da la «personalidad» social. En dicha voluntad, si la descomponemos en sus unidades últimas, hallamos un conjunto de actos voluntarios *sensu stricto* de miembros que avalaron acciones o se opusieron a ellas y que consienten integrar un grupo que actúa de determinada manera. Si bien habría variaciones en cuán conscientemente los miembros buscan el fin que aglutina al grupo, la voluntad común se conforma con una explícita, o por lo menos tácita, adhesión a formar parte de una empresa común.

cha estructura de virtud o de «pecado» en tanto elegida y consolidada, en tanto identidad organizacional realizada, al no quedar enmarcada ni predicha por ninguna ley ni regulación, pareciera ser pasible de ser considerada un efecto querido de las decisiones voluntarias de las estructuras de gobierno de la organización y, por ende, su responsabilidad³⁰.

Quedan planteadas cuestiones fundamentales del orden metafísico y ético de la empresa. Los miembros del grupo organizacional empresarial crean una relación entre sí en vista al objeto o fin común que los convoca, los motiva y, en cierta medida, los trasciende. Ese bien

común (bien, en tanto que todo fin es algo amable, atractivo que mueve a la acción) es del orden del *fieri*, del «llegar a hacerse» según el modo propio y la medida de nuestro ser personal y social. Ese llegar a ser-en-comunidad se da en la mutua interdependencia y, por ende, mutua causación del bien individual y el común, de las personas, instituciones y sociedad entre sí. Avanzar en esta línea de investigación nos permitirá fundar en qué medida existe una obligación moral para la empresa y sus integrantes, ya que también a través de la empresa las personas desarrollan la sociedad y se desarrollan a sí mismas cocreando el mundo, haciéndolo más habitable para otros.

30. En este trabajo, hemos reemplazado el concepto de agente moral por el de «identidad empresarial», de Lozano, en tanto cultura y modo de ser de una empresa en el mercado, que se expresa por la discrecionalidad de los ejecutivos en el contexto organizacional. Esta idea es afín al pensamiento de Goodpaster y Matthews,

quienes afirman que existe «la mano del *management*», además de la «mano invisible del mercado» y la «mano del gobierno», y que dicha mano del *management* permite constatar fácticamente que distintas empresas se comportan de distinto modo en el mercado y frente a la ley y las regulaciones.

Referencias bibliográficas

- ALVIRA, T.; CLAVELL, L. y MELENDO, T. 1989. *Metafísica*. Pamplona: Eunsas.
- 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.º 1.
- CARROLL, Archie. 1998. Social responsibility. En: P. H. Werhane y R. E. Freeman (eds). *The Blackwell encyclopedic dictionary of business ethics*. Oxford: Blackwell Publishers Ltd.
- CASAUDEBON, Juan Alfredo. 1981. *Nociones generales de lógica y filosofía*. Buenos Aires: Editorial Estrada.
- CASTAÑO, Sergio Raúl. 2002. *El Estado como realidad permanente*. Buenos Aires: Editorial La Ley.
- DEBELJUH, Patricia. 2004. *La conquista de las virtudes en la empresa*. Buenos Aires: Temas.
- . 2003. *El desafío de la ética*. Buenos Aires: Temas.
- ETHICAL Corporation Magazine. 2002. The business of business: managing corporate social responsibility. What business leaders are saying and doing 2002-2007. [<http://www.ethicalcorp.com>], (jun. 2003).
- 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.
- HESS, David. 2001. Regulating corporate social performance: A new look at corporate social accounting, auditing, and reporting. *Business Ethics Quarterly*. Philosophy Documentation Center, Charlottesville, Virginia, vol. 11, n.º 2, págs. 307-330.
- LLORENTE, Alejandro Carlos. 2003. Vocación cristiana y negocios. *Revista Valores en la Sociedad Industrial*. Buenos Aires. Ago., n.º 57.
- LOZANO, Josep 1999. *Ética y empresa*. Madrid: Trotta.
- MELÉ, Doménec. 2004. La relación empresa-sociedad como base para la RES. En: Paladino, Marcelo. *La responsabilidad de la empresa en la sociedad*. Buenos Aires: Ariel Sociedad Económica. Cap. 5.
- MELÉ, Doménec y FONTRODONA, Joan. Individual and Corporate Responsibilities in the Social Teaching of the Church. [<http://www.stthomas.edu/cathstudies/cstm/antwerp/p12.htm>], (15 feb. 2005).
- MOON, Jeremy. 2004. *Government as a driver of corporate social responsibility*. International Centre for Corporate Social Responsibility, *Research Paper Series*, n.º 20. [<http://www.nottingham.ac.uk/business/ICCSR/>], (14 mar. 2005).
- PALADINO, Marcelo. 2004. *La responsabilidad de la empresa en la sociedad*. Buenos Aires: Ariel Sociedad Económica.

- PIEPER, Josef. 1980. *Las virtudes fundamentales*. Madrid: Ed. RIALP en coedición con Grupo Editor Quinto Centenario S.A. (Bogotá).
- REYES ORIBE, Beatriz. 2004. *La voluntad del fin en Tomás de Aquino*. Buenos Aires: Vórtice.
- SCARINCI, Paola. 2004. Responsabilidad empresaria-responsabilidad personal. En: Paladino, Marcelo. *La responsabilidad de la empresa en la sociedad*. Buenos Aires: Ariel Sociedad Económica, págs. 61-83.
- SCHMIDT, Eduardo. 1999. *Ética en los negocios para América Latina*. Lima: Universidad del Pacífico; OXY (Occidental Petroleum Corporation of Peru).
- SCHWARTZ, Mark y CARROLL, Archie. 2003. Corporate social responsibility: A three-domain approach. *Business Ethics Quarterly*. Vol. 13, Issue 4, págs. 503-530.
- SOAJE RAMOS, Guido. 1969. El grupo social. Cátedra Filosofía Social, Departamento de Filosofía Práctica, Facultad de Filosofía, Universidad Católica Argentina Santa María de los Buenos Aires. Apunte de clase no publicado.