

Montuschi, Luisa

Working Paper

Etica, economía y negocios: Consideraciones respecto de la responsabilidad social de las empresas

Serie Documentos de Trabajo, No. 249

Provided in Cooperation with:

University of CEMA, Buenos Aires

Suggested Citation: Montuschi, Luisa (2003) : Etica, economía y negocios: Consideraciones respecto de la responsabilidad social de las empresas, Serie Documentos de Trabajo, No. 249, Universidad del Centro de Estudios Macroeconómicos de Argentina (UCEMA), Buenos Aires

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/84208>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

ETICA, ECONOMIA Y NEGOCIOS. CONSIDERACIONES RESPECTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS

por

Luisa Montuschi

"The secret of success is honesty and fair dealing. If you can fake these, you've got it made."

Mark Twain

I

En sus comienzos los estudios económicos formaban parte de la filosofía moral. Sin embargo, esa posición fue abandonada en algún momento y, en el presente, son pocos los economistas que aceptan abiertamente una posible vinculación entre ambas disciplinas, dado que el pensamiento predominante sostiene que la ciencia económica debe estar libre de valoraciones. Es interesante indagar como se pudo haber llegado a este estado de cosas que, sin embargo, muchos economistas prestigiosos¹ juzgan insatisfactorio.

Aristóteles consideró las cuestiones económicas en su **Ética Nicomaquea** y en la **Política** como formando parte de estudios más amplios de índole ética y política². Tanto en la Edad Media como en la Edad Moderna se veía a la economía como parte integral de la filosofía moral, aunque con un papel subordinado respecto de las cuestiones más específicas de carácter ético y teológico. En las universidades del siglo XVIII la enseñanza de la economía integraba los programas de filosofía moral.

Adam Smith, considerado como el "padre de la economía" sucedió como profesor de filosofía moral en la Universidad de Glasgow a su maestro Francis Hutcheson. Smith, influido por las enseñanzas de Hutcheson, continuó con la

¹ Entre ellos deben citarse varios Premios Nobel . En primer lugar se destaca Amartya Sen, pero también, Gunnar Myrdal, James Buchanan, Joseph Stiglitz, John Harsanyi han buscado restablecer conexiones entre la economía y la filosofía moral.

² De acuerdo con Aristóteles la economía sería una "ciencia práctica" pues su objeto es un tipo de acción humana y por lo tanto es una ciencia moral. Cf. Crespo, R.F., **La economía como ciencia moral**, Ediciones de la UCA, Buenos Aires, 1997.

estructura del curso³. De este modo la economía continuó formando parte de un esquema mayor de filosofía moral.

En su obra **La teoría de los sentimientos morales** Adam Smith discute una amplia gama de valores o virtudes, algunos de los cuales vuelve a plantear en su obra cumbre **La riqueza de las naciones**. En la primera obra aparecen mencionadas las virtudes de la prudencia, la vigilancia, la circunspección, la templanza, la constancia, la firmeza y la justicia⁴. Finalmente, para Adam Smith la benevolencia aparece como la virtud de mayor nivel⁵.

En sus escritos relacionados con la economía Adam Smith enfatiza la importancia de algunas virtudes en los procesos económicos. Así sostiene que el proceso de acumulación del capital resulta crucial para el crecimiento económico y, dado que el mismo debería ser el estado normal de la sociedad, se lo debería promover. Y para ello resulta fundamental la virtud de la prudencia. Además, la benevolencia debería ayudar a evitar la alienación que se deriva del funcionamiento de la sociedad comercial.

A pesar de estas evidentes demostraciones de la importancia que Adam Smith le asignaba a las cuestiones morales, con posterioridad se lo ha querido identificar con la posición que sostiene que la ciencia económica debe estar libre de valores y que la gente se comporta de modo egoísta de acuerdo con su interés propio. En realidad, Adam Smith veía a la prudencia, entendida como la unión de las dos cualidades de razón y entendimiento por un lado con el autocontrol o ecuanimidad por el otro, como la virtud más provechosa para el individuo y la que dominaba la mayor parte de las acciones del grupo social. Pero el autocontrol no puede ser identificado con el interés propio⁶ y la prudencia va mucho más allá del autocontrol. Sin embargo, muchos han

³ El curso de Hutcheson estaba constituido por dos partes: la virtud y la ley natural. La economía estaba incluida en esta segunda parte. Cf. Ross, I.S., **The Life of Adam Smith**, Clarendon Press, Oxford, 1995.

⁴ Entendida en sentido de justicia conmutativa.

⁵ Como hace notar Alvey esto debería ser tenido en cuenta por todos aquellos economistas que sostienen que la avaricia y el egoísmo son hipótesis normales en todas las ramas de la economía. Cf. Alvey, J.E., "A Short History of Economics As a Moral Science", **The Journal of Markets & Morality**, Vol 2, N° 1, primavera 1999.

⁶ Que Adam Smith denomina *self-love*.

querido ver en la obra de A. Smith la propuesta excluyente de acciones basadas en el interés propio que llevarían al mejor resultado.

En apoyo de esta hipótesis se suele repetir hasta el cansancio la muy conocida cita:

*“But man has almost constant occasion for the help of his brethren, and it is in vain for him to expect it for their benevolence only... It is not from the benevolence of the butcher, the brewer, or the baker, that we expect our dinner, but from their regard to their own interest. We address ourselves, not to their humanity but to their self-love and never talk to them of our own necessities but of their advantages.”*⁷

En realidad, como bien hace notar Amartya Sen, en la anterior cita A. Smith procuraba establecer como se llevaban a cabo las transacciones normales del mercado y como operaba la división del trabajo. De modo alguno pretendía sostener que el autocontrol (*self-love*), o siquiera el concepto ampliado de prudencia, habría de constituir el mejor fundamento de la sociedad. Por cierto, Adam Smith sostenía que no debía haber una motivación única en el comportamiento de los individuos⁸. Su defensa del comportamiento basado en el interés propio siempre aparece en contextos muy específicos, tanto en lo atinente al problema bajo consideración como al período en que el mismo se presenta⁹. Además, en otras partes de su obra Adam Smith presenta fuertes críticas morales al funcionamiento de la economía. No hace, por cierto, apología del *status quo*.

En definitiva, estas posiciones de Adam Smith no avalan la tesis positivista de que en **La riqueza de las naciones** se presentaba una ciencia económica basada sólo en hechos y libre de valoraciones. Esto plantea, desde el comienzo, serias dudas respecto de la orientación tomada por el pensamiento actualmente predominante en la ciencia económica.

⁷ Cf, Smith, A., **An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations**, reprinted Clarendon Press, Oxford, 1776.

⁸ Cf. Sen, A., **On Ethics and Economics**, Blackwell Publishing, Oxford, 2003.

⁹ En un aviso que aparece en la tercera edición de la **Riqueza de las Naciones** del año 1784 Adam Smith aclara que sus reiteradas referencias a “*the present state of things*” deben ser siempre interpretadas para el momento en que fue escrita la correspondiente edición (1775-1776 para la primera edición y 1783-1784 para la tercera). Una notable diferencia con sus presentes seguidores que pretenden una ciencia económica asocial y ahistórica.

Entre los economistas que siguieron a Adam Smith comienzan a perfilarse dos líneas de pensamiento. Thomas Malthus, que fue el primer profesor de **economía política** de Inglaterra, siguió la línea de Smith y ubicaba a la economía como a una ciencia moral¹⁰ considerando que “las causas de la riqueza y pobreza de las naciones” eran el principal objetivo de los estudios económicos. El predominio del pensamiento maltusiano fue pronto desplazado por el surgimiento de David Ricardo, cuyas contribuciones aparecieron en forma simultánea con las de Malthus.

De acuerdo con el pensamiento de Ricardo la economía no debía ser considerada como una disciplina moral sino que debía tratarse de una disciplina técnica y estricta como la matemática. De acuerdo con su influyente obra **Principios de economía política y tributación**, el principal problema de la disciplina no era de índole moral sino que se refería a la distribución del producto entre beneficios, salarios y rentas. En su momento, la influencia metodológica de Ricardo fue considerable y es probable que haya marcado el inicio del camino que fue apartando la economía de la filosofía moral¹¹.

John Stuart Mill adoptó una posición intermedia. Por un lado, considera que las ciencias morales están atrasadas respecto de las ciencias físicas y propicia que se aplique a las primeras el método de las segundas. Pero en los hechos no propicia una ciencia económica libre de valores y considera que la misma puede ayudar a mejorar la condición humana.

Con posterioridad a Mill comienza el predominio del enfoque de la ciencia económica que Amartya Sen denomina como “de la ingeniería” y que contrapone al “de la ética”. El enfoque de la ingeniería se ocupa de cuestiones logísticas, relacionadas con los “medios” y deja de lado los “fines” que se consideran dados. La conducta humana en materia económica está orientada por motivos simples y fácilmente caracterizables. Si bien Sen reconoce que ninguno de dichos enfoques puede ser considerado en forma pura, ya que muchos exponentes del enfoque ético se preocuparon también de las

¹⁰ Esto era natural dada su condición de ministro de la iglesia.

¹¹ Cf. Alvey, J.E., **Op. Cit.**, 1999.

cuestiones más técnicas y logísticas¹², las diferencias de énfasis en las distintas problemáticas permiten ubicar en el enfoque ético a Adam Smith, Thomas Malthus, John Stuart Mill, Karl Marx y Francis Edgeworth y en el de ingeniería a William Petty, Francois Quesnay, David Ricardo, Augustine Cournot, W. Stanley Jevons, Leon Walras y Alfred Marshall¹³. Debe notarse que este último autor apoyó la propuesta de W. S. Jevons de cambiar la denominación de “economía política” a “economía” para dejar bien en claro que la disciplina debía ocuparse de hechos y no de valores o de políticas. Pero también es cierto que opinaba que la economía debe servir a un propósito moral que sería aliviar el sufrimiento moral que nos rodea.

El enfoque ético en la ciencia económica se debilitó en forma considerable en el curso del siglo XX. Una explicación importante para este desarrollo puede encontrarse en la adopción del enfoque epistemológico del positivismo que exige excluir las consideraciones morales como condición necesaria para asegurar la naturaleza científica de la economía. Esto se veía reforzado por el aparente éxito del método de las ciencias naturales que se procuraba replicar en esta disciplina¹⁴.

Algunos autores responsabilizan parcialmente de este cambio a Lionel Robbins por el enfoque metodológico positivista que adoptó en una obra que tuvo bastante difusión y presentó una definición de la economía, que fue aceptada por generaciones de economistas, que excluía a los fines como datos exógenos a la ciencia económica y consideraba a las comparaciones interpersonales de utilidad como subjetivas y también exógenas¹⁵. También se mencionan las obras **Valor y Capital** de John Hicks, los **Fundamentos del**

¹² Además, Sen sostiene que ambos enfoques deberían tener un lugar en la moderna ciencia económica, tal como lo tuvieron en los escritos de los economistas clásicos.

¹³ Aunque menos conocidos que los anteriores, de acuerdo con el análisis realizado por Ricardo Crespo, correspondería ubicar también en esta vertiente a Nassau William Senior y John E. Cairnes. Cf. Crespo, R.F., **La economía como ciencia moral**, EDUCA, Buenos Aires, 1997.

¹⁴ Este reduccionismo metodológico, presente sobre todo en el llamado modelo neoclásico, ha sido criticado por economistas como Carl Menger, Ludwig von Mises y Friedrich A. Von Hayek, quienes, sin embargo, no llegaron a volver a considerar la economía como una ciencia moral. Cf. Crespo, R. **Op.Cit.**, 1997.

¹⁵ Cf. Robbins, L., **Essay on the Nature and Significance of Economic Science**, Macmillan, Londres, 1936.

Análisis Económico de Paul Samuelson y la **Teoría del Valor** de Gerard Debreu, que capitanearon la revolución formalista de los años treinta, como parcialmente responsables del significativo desvío que se produjo en el sendero del pensamiento económico desde la valoración hacia la elección¹⁶. También contribuyeron a la supremacía, por lo menos temporaria, del enfoque de ingeniería. Otra importante contribución a este estado de cosas puede, sin duda, ser atribuida a un trabajo de Milton Friedman que ejerció influencia sobre varias generaciones de economistas en todo el mundo¹⁷.

En ese trabajo Friedman, siguiendo a Keynes padre, enfatiza la distinción entre la economía positiva y la economía normativa y sostiene que la primera es, en principio, “*independent of any particular ethical position or normative judgement*” ya que debe ocuparse de “lo que es” y no de “lo que debe ser” y que debe ser una “ciencia objetiva” en el mismo sentido en que pueden serlo las ciencias físicas. Por otra parte, la economía normativa debe ocuparse de lo que debe ser, fundamentalmente de los fines de la actividad económica. Friedman también indica que existe un “arte de la economía” que se ocuparía de fijar un sistema de reglas para el logro de un determinado fin. Si bien no lo expresa explícitamente estas dos últimas disciplinas constituirían la “política económica” cuyas conclusiones deben apoyarse sobre las predicciones de la economía positiva.

Friedman considera que la economía normativa no es independiente de la economía positiva pues toda propuesta de política económica debería basarse en “las predicciones acerca de las consecuencias que sobrevendrían al hacerse una cosa en vez de otra, predicciones que deben estar basadas, implícita o explícitamente, en la economía positiva”¹⁸. Sin embargo, de acuerdo con Friedman no existe una relación uno a uno entre la economía positiva y la normativa debido a las diferencias existentes en los respectivos sistemas de

¹⁶ Y un cambio de énfasis en el concepto de valor utilizado en la disciplina. De valores morales, sociales y culturales se pasa a la consideración de “valores de cambio”. Cf. Klammer, A., “A revaluation of values in economics”, **Society and Economy**, Vol. XXI, N° 4, 1999.

¹⁷ Cf. Friedman, M., “The methodology of positive economics”, en **Essays in Positive Economics**, University of Chicago Press, Chicago, 1953.

¹⁸ Cf. Friedman, M., **Op. Cit.**, 1953.

valores básicos de los individuos. Pero, Friedman sostiene que los desacuerdos en materia de política económica se originan más en controversias respecto de las predicciones, que deberían desaparecer con el avance de la disciplina, que en desacuerdos sobre valores¹⁹.

Esta posición de una ciencia económica avalorativa es compartida hoy por la mayoría de los economistas que no se encuentran cómodos si tienen que introducir en sus análisis cuestiones éticas y morales. Las posiciones controvertidas de un grupo de economistas, aunque sean del altísimo nivel que mencionáramos al comienzo, no alcanza para revertir el estado global de la disciplina que en su corriente predominante sigue adhiriendo al enfoque de la elección.

Sin embargo, los economistas que rechazan la posibilidad de introducir cuestiones valorativas y éticas en sus análisis por considerarlas no pertinentes, aceptan que la ciencia económica positiva es relevante para la política económica²⁰. Pero esto no debe ser visto como una contradicción pues, dentro del enfoque de la ingeniería, consideran que la ética puede influir sobre los fines que presenta la política económica mientras la ciencia económica propone los medios para alcanzar tales fines de la manera más eficiente.

Pero la tarea del economista es un poco más complicada. Políticas alternativas para alcanzar un determinado fin pueden tener distintas consecuencias, además del objetivo específico que se pretende, con valoraciones morales diferentes. En definitiva, al determinar todas las posibles consecuencias de dichas políticas económicas alternativas parece difícil poder evitar la consideración de cuestiones de índole moral. Muchas veces son justamente las cuestiones morales o valorativas las que inciden de forma determinante en la elección de un determinado curso de acción²¹.

¹⁹ Respecto de los cuales *“men can ultimately only fight”*. Cf. Friedman., M., **Op.Cit.**, 1953.

²⁰ Cf. Hausman, D.M., y McPherson, M.S., **Economic Analysis and Moral Philosophy**, Cambridge University Press, 2000.

²¹ K. Boulding definía el carácter moral de la economía por un enunciado acerca de un rango ordenado de preferencias entre alternativas. Elegir la que se considera “mejor” implica formular un juicio de valor y definir un “valor común”. Cf. Boulding, K.E.,

Por otra parte, en la actividad profesional de los economistas es muy difícil poder separar la parte puramente técnica de la parte valorativa. Ya Fritz Machlup había señalado en 1969 que muy pocas veces, en la tarea de política económica, el problema aparece formulado en forma clara²² y las cuestiones puramente técnicas no lo son tanto. El economista necesitaría comprender acerca de la ética para interpretar cabalmente los objetivos que plantean los hacedores de la política económica. Los cursos de acción y el análisis de sus consecuencias aparecen casi siempre influenciados por los valores de quien los formula²³. Como bien hacen notar Hausman y McPherson las cuestiones morales y éticas afloran continuamente, aunque sea de forma no explícita²⁴. Si bien es cierto que hay partes de la ciencia económica que no parecen estar relacionadas con consideraciones de tipo ético, hay tres maneras en que tales consideraciones asumen un carácter relevante en la disciplina²⁵: 1) los economistas, como cualquier otro ser humano, tienen valores éticos que influyen sobre la forma en que desarrollan su actividad científica; 2) los agentes económicos tienen valores que influyen sobre su comportamiento; 3) las instituciones y políticas económicas tienen impacto en forma diferencial sobre las personas y ello vuelve necesario realizar evaluaciones éticas además de las evaluaciones estrictamente económicas.

K. Boulding plantea otro enfoque relativo a la ciencia en general, que por supuesto incluye la ciencia económica, en el cual sostiene que la misma no puede estar divorciada de las cuestiones éticas. Boulding entiende a la ciencia

"Economics as a Moral Science", **American Economic Review**, Vol. 59, Nº 1, marzo 1969.

²² Cf. Machlup, F., "Positive and Normative Economics", en Robert Heilbroner (ed.) **Economic Means and Social Ends: Essays in Political Economics**, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ, 1969.

²³ Este problema de la no neutralidad valorativa no es por cierto exclusivo de la economía o de otras ciencias humanas o sociales. También en las ciencias biológicas y exactas aparecen estas cuestiones en la elección de los problemas, de los métodos de contrastación, de la forma de someter a prueba las hipótesis. Cf. Nagel, E., **La estructura de la ciencia. Problemas de la lógica de la investigación científica**. Paidós, Buenos Aires, 1968.

²⁴ Cf. Hausman, D.M., y McPherson, M.S., **Op. Cit.**, 2000.

²⁵ Cf. Wilber, C.K., "Ethics and Economics" en Charles J. Whalen (ed.) **Political Economy for the 21st Century: Contemporary Views on the Trend of Economics**, New York: M.E. Sharpe, Inc., 1996.

como un proceso de aprendizaje de las personas que surge en ciertas subculturas de la sociedad humana. Define como subcultura a un grupo de personas que aceptan un conjunto de valores comunes, es decir un sistema ético, que les permite comunicarse. La subcultura científica tiene un fuerte sistema de valores comunes sin los cuales el proceso científico no podría haberse producido. Los principales valores serían la veracidad, la curiosidad, la medición, la cuantificación, la observación y experimento cuidadoso y la objetividad²⁶. Respecto de esto puede discutirse cuales de los anteriores constituyen valores éticos y cuales resultan esenciales para la existencia de la subcultura científica. Pero su existencia parece estar más allá de todo cuestionamiento.

En definitiva, en la llamada controversia de los valores (o de los juicios de valor) se enfrentan las dos posiciones reseñadas: la primera que sostiene que la ciencia económica es libre de valoraciones (*wertfrei*), tan éticamente neutral como puedan serlo las ciencias de la naturaleza, y la segunda posición de acuerdo con la cual la economía, como otras ciencias humanas, no puede estar libre de juicios de valor. Como bien muestra Vázquez Presedo los valores entran en la ciencia económica por varias puertas que la vinculan con lo bueno, lo útil, lo verdadero, sin olvidar la posible impregnación valorativa del método científico²⁷.

Por otra parte, aceptar la distinción propuesta por Friedman entre economía positiva y economía normativa implicaría, en cierto modo y contrariamente a lo pretendido, asignarles a la primera un papel subordinado respecto de la segunda. Si la economía positiva tiene como función proveer un sistema de generalizaciones apto para predecir adecuadamente las consecuencias de cualquier cambio en los datos del problema su función sería la de actuar como un auxiliar de la economía normativa al predecir los resultados de medidas propuestas por la política económica.

²⁶ Cf. Boulding, K.E., **Op.Cit.**, 1969.

²⁷ Cf. Vázquez-Presedo, V., "Ciencia económica y juicios de valor", Academia Nacional de Ciencias Económicas, Buenos Aires, 1978.

II

Puede efectuarse una analogía respecto de las disciplinas del management y de su relación con la ciencia económica con el caso de la medicina y la biología o de la ingeniería y la física, en el sentido de tratarse las primeras de disciplinas que en cierta medida pueden ser consideradas como “tecnologías” que utilizan en sus avances y aplicaciones los principios y teorías desarrollados por las segundas. Así, durante mucho tiempo el pensamiento en el campo del management estuvo influenciado por propuestas de Friedman, que procuraban alejar de la disciplina toda consideración de tipo ético.

En un conocido, controvertido y muy citado artículo Milton Friedman planteó con toda claridad cuáles, a su entender, debían ser los intereses de las corporaciones que sus agentes deberían defender²⁸. Friedman plantea una pregunta aproximadamente en los siguientes términos: “¿Los ejecutivos de una corporación pueden estar justificados en defender la idea de la responsabilidad social de la empresa de la cual son agentes?”. Y, obviamente, su respuesta es rotundamente negativa. De acuerdo con lo enunciado por Friedman los hombres de negocios que pretendieran defender la idea de una responsabilidad social de sus empresas serían “*unwitting puppets of the intellectual forces that have been undermining the basis of a free society*” y, añade, estarían “*preaching pure and unadulterated socialism*”²⁹.

En su trabajo Friedman, con mucha ligereza y bastante dogmatismo, apunta a muchas de las cuestiones que han sido consideradas en otro trabajo³⁰. En primer lugar, se refiere al tema de si las corporaciones pueden

²⁸ Cf. Friedman, M., “The Social Responsibility of Business is to Increase Its Profits”, **The New York Times Magazine**, 13 de septiembre de 1970.

²⁹ Cf. Friedman, M., **Op.Cit.**, 1970. Hay también que tener en cuenta que, dada la revista en que fue publicado el artículo, su extensión y el público al cual se suponía dirigido, Friedman, sin duda, sólo debe haber pretendido que el artículo fuera de divulgación y no que se convirtiera en la suerte de Biblia en que sus seguidores lo han convertido.

³⁰ Cf. Montuschi, L., “Las corporaciones como agentes morales: consideraciones respecto de la responsabilidad moral de las empresas”, **Serie de Documentos de Trabajo de la Universidad del CEMA**, N° 227, octubre de 2002.

tener responsabilidad moral³¹ lo cual niega pues sostiene que sólo las personas pueden tenerla. Considera que las corporaciones son personas artificiales y que no pueden tener responsabilidades, en sentido alguno.

Por otra parte, formula una versión bastante fuerte del argumento del agente leal³² al sostener que los directivos de una corporación son empleados de sus accionistas y, como tales, tienen una responsabilidad directa hacia los mismos. Esta responsabilidad radica en **conducir el negocio de acuerdo con sus deseos** que, en general, consistirían en ganar tanto dinero como fuera posible. Sin embargo, en este punto Friedman concede que cumplir con los deseos de los accionistas no sería la única responsabilidad de los dirigentes pues también deben actuar de conformidad con *“the basic rules of the society, both those embodied in law and those embodied in ethical custom”*. De modo que, por lo menos, existe una referencia a cuestiones éticas.

Las cosas que los directivos no deberían hacer son de variada índole, lo cual vuelve bastante indefinido el concepto de responsabilidad o responsabilidad social al cual Friedman se está refiriendo. Tanto habla de gastos para reducir la contaminación, o de no subir los precios de sus productos para contribuir al objetivo de control de la inflación, o tomar desempleados de largo plazo, en vez de personal mejor calificado, para contribuir al objetivo social de lucha contra la pobreza. El rasgo común a todas estas acciones sería que el dirigente, en contra de los intereses de los accionistas, estaría gastando su dinero y reduciendo así sus dividendos. Esto equivaldría a imponerles un impuesto, por un lado, al tiempo que estarían también decidiendo como el mismo habría de gastarse. Y de este modo estarían usurpando funciones que corresponden al gobierno, en su faz ejecutiva

³¹ En realidad en el texto, en forma repetida, se usan indistintamente los términos “responsabilidad social” y “responsabilidad” y no se los diferencia entre sí ni respecto del concepto de “responsabilidad moral”.

³² El argumento del agente leal sostiene que el empleado debe servir los intereses de su empleador como el mismo lo haría y, puesto que éste los serviría de un modo totalmente egoísta, el agente leal debe servir al empleador de modo totalmente egoísta. Cf. Michalos, A.C., “The Loyal Agent’s Argument”, en Beauchamp, T.L. y Bowie, N.E., (eds), **Ethical Theory and Business**, Prentice Hall, Englewood-Cliffs, 1988.

o legislativa, sin estar realmente capacitados para ello. Y esto resultaría subversivo para una sociedad libre.

A pesar de que Friedman acusa a quienes discuten el tema de la responsabilidad social de las empresas de una notable falta de rigor y vaguedad analítica, no cabe duda que se le puede adjudicar el mismo defecto en el artículo que hemos estado analizando. Niega a las corporaciones la propiedad de “ser persona”, lo cual sería aceptable según lo analizado en otro trabajo³³, pero les adjudica un carácter de “ser persona artificial” con “responsabilidades artificiales” sin explicar qué entiende por tal cosa. Nunca define con claridad qué significan, a su entender, los conceptos de responsabilidad o responsabilidad social que utiliza de manera indistinta. Tampoco los diferencia del concepto de responsabilidad moral. Sólo proporciona los ejemplos que fueron mencionados más arriba. Por otro lado, parece reconocer que hay algún tipo de responsabilidad moral cuando señala que las acciones de las empresas deben ajustarse a las costumbres éticas. Limita los deseos de los accionistas a la obtención de beneficios sin justificarlo. Por otro lado, parece ampliar la noción de quienes tienen intereses en la empresa, los *shareholders*, a la de los *stakeholders* cuando se refiere al hecho de que, por intereses de tipo social, los directivos podrían estar gastando el dinero de accionistas, clientes o trabajadores. Y los ejemplos podrían seguir.

Llama por lo tanto la atención la influencia que parece haber ejercido este artículo de Friedman. Y debe señalarse que, aunque no ha tenido igual difusión, una posición muy similar fue presentada en 1958 por Theodore Levitt de la Universidad de Harvard quien sostenía “*The function of business is to produce sustained high-level profits...Welfare and society are not the corporation's business. Its business is making money, not sweet music*”³⁴.

De todos modos, con argumentos más rigurosos, otros autores han defendido puntos de vista similares. Así, por ejemplo, James Fieser rechaza los

³³ Cf. Montuschi, L., **Op. Cit.**, 2002.

³⁴ Cf., Levitt, T., “The Dangers of Social Responsibility”, **Harvard Business Review**, septiembre-octubre 1958.

argumentos de Friedman³⁵ aunque acepta su enunciado principal de que las empresas no deben sujetarse a principios morales por encima de lo que las leyes requieren³⁶. La argumentación de Fieser se basa en los siguientes puntos:

- 1) Una obligación moral es válida sólo en el caso en que pueda razonablemente esperarse que el agente la ejecute.
- 2) En nuestra sociedad no puede esperarse que los hombres de negocios asuman obligaciones más allá de lo que la ley requiere.
- 3) En consecuencia, en nuestra sociedad los hombres de negocios no tienen obligaciones morales por encima de lo que la ley requiere.

Fieser hace notar que en nuestra sociedad los aspectos más relevantes y universales de la moral occidental han sido ya incorporados en la legislación. Así hay leyes que condenan el asesinato, el robo, el fraude, el acoso o el daño por imprudencia. Otros principios morales que han sido puestos como ejemplos frecuentes de violaciones en el mundo de los negocios³⁷ no parecen tener un consenso general o también pueden ser objeto de controversias y posiciones encontradas. En tal sentido, tales principios tendrían el carácter de ser opcionales. Pero, el fundamento del análisis de Fieser es que un principio para convertirse en una “obligación moral” debe tener el aval de la mayoría de población, dentro de un contexto determinado³⁸. Y lo que tiene ese aval mayoritario ya está incorporado en la pertinente legislación.

En realidad, tampoco parece demasiado sólida la posición sustentada por Fieser, en particular para este mundo actual crecientemente globalizado y con corporaciones multinacionales que operan en medios socioculturales diversos. En sus operatorias habituales es frecuente observar la aplicación de

³⁵ En particular rechaza la posibilidad de limitar la responsabilidad de los hombres de negocios al principio del beneficio.

³⁶ Cf. Fieser, J., “Do Business Have Moral Obligations Beyond What the Law Requires?”, **Journal of Business Ethics**, Vol.15, 1996.

³⁷ Fieser cita a título de ejemplo los principios de “autonomía” (no violar las elecciones racionales y reflexivas de las personas) y de “veracidad” (no utilizar prácticas engañosas).

³⁸ Fieser reconoce que la situación puede ser distinta en países en desarrollo con leyes menos sofisticadas y menor toma de consciencia en cuestiones morales, lo cual resulta claramente aplicable a las multinacionales que operan en tales países.

un doble estándar: uno para el país de origen y otro para los países menos desarrollados³⁹.

III

Mientras en la ciencia económica sigue predominando el paradigma de la maximización de beneficios, en las disciplinas de la administración se han producido en los últimos años desarrollos notables en el campo de la “Ética en los negocios” tanto en los aspectos académicos como en los empresarios y corporativos. La problemática implicada se refiere a las controversias de carácter ético o moral⁴⁰ que se presentan en el mundo de los negocios y en el management de las organizaciones. Las principales cuestiones que han sido analizadas como formando parte del dominio de la ética en los negocios son las referidas a la responsabilidad social de las empresas, el *status* moral de las corporaciones, la publicidad engañosa, el abuso de información privilegiada (*insider trading*), los derechos de los trabajadores, la discriminación en los empleos, las acciones afirmativas y la denuncia de actividades impropias de la empresa (*whistle blowing*). Particular importancia reviste el análisis de las cuestiones morales que se presentan en los negocios globales en especial en lo referido al relativismo moral y cultural.

A pesar de este reciente interés, debe señalarse que la consideración de las cuestiones morales en relación con los negocios no es nueva y pueden ser vinculadas con las ya vistas para la ciencia económica. De hecho, desde el siglo XVIII, y aún antes, pueden hallarse referencias pertinentes, sobre todo en los escritos de los más importantes economistas, como vimos más arriba. En muchas de sus obras se mezclaban las cuestiones de filosofía moral, de economía, de política y del mundo concreto de los negocios. Los argumentos morales y éticos eran planteados muchas veces desde un punto de vista

³⁹ El caso de Union Carbide y el incidente de Bhopal en la India es un muy claro ejemplo de lo que se afirma en el texto.

⁴⁰ En general los términos ética y moral son utilizados como sinónimos. Sin embargo se ha señalado que la ética debe ocuparse del comportamiento del individuo que puede ser derivado de su propio carácter (*ethos*) y la moral se refiere en cambio a las costumbres (*mores*) que regulan los comportamientos de las personas en tanto que miembros de un grupo social. Cf. Pelayo García Sierra, **Diccionario Filosófico**, Filosofía en español, Oviedo, 2000.

teológico⁴¹. Sin embargo, es desde la década del sesenta que comienzan a considerarse en forma independiente las cuestiones que relacionan la ética y los negocios. Y desde los setenta comienza a surgir la ética en los negocios como un campo independiente de estudio que tuvo un sólido fundamento en los planteos ya realizados en distintas religiones. Este campo se consolida en los ochenta, sobre todo en los Estados Unidos, donde crece el número de cursos ofrecidos en las universidades, se crean centros e institutos de ética de los negocios, aparecen revistas especializadas en el tópico y las principales empresas organizan comités de ética y establecen códigos de ética⁴². Muchos de estos desarrollos en las empresas se debieron a presiones y regulaciones de los gobiernos. Así, en 1991 fue aprobada por el Congreso de los Estados Unidos las Federal Sentencing Guidelines for Organizations. Con posterioridad fue creada la United States Sentencing Commission para institucionalizar el cumplimiento de programas de ética y prevenir el mal comportamiento en materia ética y legal.

Es interesante notar que los desarrollos recientes y la gran atención recibida por las cuestiones de ética en los negocios se debieron, en la mayoría de los casos, a escándalos que suscitaron la repulsa pública por violar normas elementales de decencia y derechos humanos⁴³. Y en ello encuentran su mayor fundamento los nuevos planteos.

No puede discutirse el hecho de que una sociedad necesita reglas morales para funcionar. Y las personas necesitan conocer esas reglas para

⁴¹ Los líderes religiosos fueron los primeros en plantear cuestiones éticas relacionadas con el mundo del trabajo y de los negocios. La ética social católica, expresada en las encíclicas papales, consideraba los derechos del trabajador, la moralidad en los negocios y otros problemas de ética social. También los protestantes desarrollaron una ética del trabajo.

⁴² La primera división de ética empresarial fue establecida en 1985 por General Dynamics, que estaba siendo investigada por el gobierno por prácticas poco claras y faltas de ética.

⁴³ Por ejemplo, son casos clásicos que ejemplifican lo anterior el incidente de Bophal con la explosión de la planta de Union Carbide que mató un gran número de personas (entre 6000 y 8000), el caso de los implantes de siliconas de la empresa Dow Corning, el caso de la empresa Shell en 1995 y su intento de hundir en el Mar del Norte el Brent Spar Oil Rig o el mayor derrame de petróleo de los Estados Unidos que se produjo en 1989 por el choque del petrolero Exxon Valdez en las aguas navegables de Alaska.

vivir y para trabajar en conjunto⁴⁴. Sería imposible trabajar y vivir con otra gente en un mundo que cambia rápidamente sin saber que se puede y se debe esperar de ellos y ellos de nosotros. Ya no puede recurrirse al *argumentum ad antiquitatem* o al *argumentum ad verecundiam* para encontrar reglas y respuestas a los conflictos morales que nos enfrentan en todos los órdenes de la vida.

Se ha puntualizado el hecho de que la ética en los negocios no puede ser considerada como una mera extensión de la ética personal de los integrantes de una organización. Muchas de las cuestiones morales importantes que pueden afectar a las vidas de las personas no se presentan en el mundo de los negocios. Por otro lado, es posible que los valores individuales o las virtudes que las personas puedan tener no los capacite para enfrentar las decisiones que tienen que tomar en sus empresas. Por ello es importante el estudio de las cuestiones específicas de carácter ético que hacen a la vida de las corporaciones.

A pesar de estos desarrollos, que están cambiando la forma de evaluar las actividades y la manera de hacer negocios de las corporaciones, pocos cambios han sido tomados en cuenta en la ciencia económica y no se produjo una interacción entre los dos campos que hubiera enriquecido el debate. La corriente predominante en la disciplina sigue sosteniendo que la economía positiva debe ser independiente de toda consideración moral o ética. El modelo predominante de la empresa sigue siendo el de maximización del beneficio.

III

Como respuesta a Friedman y, en cierta medida, a Fieser, se ha propuesto adoptar lo que se caracteriza como un punto de vista ampliado respecto de la responsabilidad corporativa. De acuerdo con el mismo se sostiene que los directivos empresarios en su toma de decisiones no sólo deben tener en cuenta los intereses de sus accionistas sino también deben considerar aquellos de todos los grupos que tienen algún interés en la corporación. Estos grupos se denominan *stakeholders* término que se define

⁴⁴ Cf. Kavathatzopoulos, I., " Training professional managers in decision-making about real life business ethics problems: The acquisition of the autonomous problem-solving skill", **Journal of Business Ethics**, Vol. 13, 1994.

como “any group or individual who can affect or is affected by the achievement of the organisation's objectives”⁴⁵. Son ejemplos de *stakeholders* los trabajadores, los proveedores, los clientes, los acreedores, los competidores, el gobierno y la comunidad y, por supuesto, los accionistas⁴⁶ que deben ser vistos como un grupo más aunque con una muy particular relación con la empresa.

Esta propuesta de responsabilidad ampliada de las empresas puede fundarse en varias teorías de la ética normativa. Pero es interesante observar que puede plantearse una suerte de convergencia entre la propuesta del utilitarismo de alcanzar “el mayor bien para el mayor número”⁴⁷ y la formulación del imperativo categórico de Kant de que debe tomarse siempre a la humanidad como un fin y nunca como un medio⁴⁸.

De todos modos, hay varias cuestiones discutibles en esta materia. En primer lugar, quien puede ser considerado como un *stakeholder*, en segundo como se identifican los diferentes grupos de *stakeholders* y qué los diferencia. Finalmente es cuestión de análisis definir la relación que existe entre la organización y los *stakeholders* y determinar si algún grupo tiene precedencia respecto de los otros.

De George⁴⁹ señala dos tipos de consideraciones que sustentan el punto de vista ampliado de la responsabilidad hacia los *stakeholders*. En primer lugar, hace notar que, en la actualidad, los accionistas muchas veces son meros especuladores que no tienen real interés en el futuro de la empresa más allá del

⁴⁵ Cf. Freeman, R.E., **Strategic Management: A Stakeholder Approach**, Pitman, Boston 1984. No existe un término equivalente al de *stakeholder* en castellano y su significado de “todos aquellos involucrados o con intereses en el negocio” no queda bien reflejado en el término “interlocutores” que aparece en publicaciones internacionales.

⁴⁶ Cf., Goodpaster, K.E., “Business Ethics and Stakeholder Analysis”, **Business Ethics Quarterly**, vol. 1, enero 1991.

⁴⁷ Cf. Mill, J.S., **Utilitarianism: Text with Critical Essays** (editado por Samuel Gorovitz), Bobbs-Merrill, Indianapolis, 1971.

⁴⁸ “El hombre, y en general todo ser racional, existe como fin en sí mismo, no sólo como medio para usos cualesquiera de esta o aquella voluntad; debe en todas sus acciones, no sólo las dirigidas a sí mismo, sino las dirigidas a los demás seres racionales, ser considerado siempre al mismo tiempo como fin”. Cf Kant, I., **Fundamentación de la metafísica de las costumbres**, 1785.

⁴⁹ Cf. De George, R.T, **Business Ethics**, Prentice Hall, Upper Saddle River, 1999.

rendimiento de corto plazo que les puede reeditar su inversión⁵⁰. En segundo, menciona el hecho de que a pesar de que los accionistas son técnica y legalmente los dueños, y como tales tienen derechos, hay otros grupos que tienen un interés y una participación en las actividades de la empresa, en su continuidad y en su éxito, mucho mayor. Este es el caso de los trabajadores que pasan su vida en la empresa a la cual dedican su tiempo y su capacidad. Si bien es cierto que los accionistas contribuyeron con su dinero, ellos le dedican su vida y en tal sentido merecen que se los tome en cuenta. Pretender justificar con el principio del máximo beneficio el interés excluyente de los accionistas parece, por lo menos, un tanto limitado.

Pueden plantearse dos interpretaciones del término *stakeholders*. En un sentido restringido se entienden por tales los grupos que son vitales para la supervivencia y éxito de la organización. La definición más amplia es la vista anteriormente e incluye todos aquellos (grupos o individuos) que pueden afectar o ser afectados por las acciones de la corporación⁵¹. Es tarea del directivo encontrar un balance entre estos varios grupos e individuos. Se ha sugerido que existe una jerarquía de *stakeholders* y que la relación que se plantea entre el management y los *stakeholders* no propietarios, aunque puede ser moralmente significativa, difiere de la existente entre el management y estos últimos⁵².

Vinculado con el tema de la responsabilidad ampliada hacia los *stakeholders* ha surgido con fuerza el nuevo concepto de la “responsabilidad social de las empresas”. Y muchos de los análisis realizados parecen ser respuestas a los puntos presentados en el artículo de Friedman⁵³. También este nuevo enfoque rechaza lo sostenido por Friedman en otro trabajo antes citado⁵⁴ respecto de que las controversias entre los economistas se referían sobre todo

⁵⁰ Esto se ve acentuado con el predominio de los fondos mutuales y de inversión.

⁵¹ Cf. Greenwood, M., “ The Importance of Stakeholders according to Business Leaders”, **Business and Society Review**, vol.106, N° 1, primavera 2001.

⁵² Cf. Langtry, B., “Stakeholders and the Moral Responsibilities of Business”, **Business Ethics Quarterly**, vol. 4, 1994; Goodpaster, K.E., **Op.Cit.**

⁵³ Cf. Friedman, M., **Op. Cit.**, 1970.

⁵⁴ Cf. Friedman, M., **Op. Cit.**, 1953.

a medios⁵⁵ ya que no habría tanta divergencia respecto de los fines. Aceptar la vigencia de la responsabilidad social de las empresas ha generado una muy vigorosa polémica acerca de los fines de las mismas.

Kenneth Arrow rechaza el argumento de Friedman respecto de que la única responsabilidad social de las empresas debe ser maximizar beneficios ya que el mismo tendría alguna validez sólo en el caso de mercados competitivos⁵⁶. En mercados imperfectos, sobre todo en el caso de monopolios, no existe justificación social para la maximización de beneficios. Además, la distribución del ingreso resultante de una maximización de beneficios irrestricta sería muy desigual y falta de equidad. Y este comportamiento tendería a apartar de la sociedad toda motivación de tipo altruista que puede ser tan legítima como la motivación egoísta. Pero Arrow señala que, aun en el caso que los problemas anteriores fueran dejados de lado, no podrían ignorarse dos categorías de efectos cuya presencia implicaría que la regla de maximización de beneficios resulta socialmente ineficiente. El primer caso se daría ante la presencia de externalidades negativas producidas por la contaminación y por la congestión⁵⁷. El segundo caso se presentaría cuando existen desniveles de conocimientos, o información asimétrica, entre el vendedor y el comprador en el mercado⁵⁸. En ambas situaciones Arrow señala que resulta deseable la presencia de cierta idea de responsabilidad social, sea ella “ética, moral o legal”. Dado que entiende que dicha idea no habrá de surgir por sí misma considera conveniente institucionalizar dicha responsabilidad social a través de regulaciones, impuestos, normas legales o códigos de ética.

En el trabajo de Arrow ya están presentes los fundamentos del concepto de “responsabilidad social de las empresas” (RSE) que tan amplia difusión ha tenido a partir de la década del noventa. Pero, casi simultáneo con el artículo de

⁵⁵ Controversias que deberían desaparecer con el avance de la ciencia económica.

⁵⁶ Cf. Arrow, K. J., “Social Responsibility and Economic Efficiency”, **Public Policy**, Vol. 21, Summer 1973.

⁵⁷ Estos son los dos ejemplos que presenta Arrow, aunque bien señala que pueden darse muchos otros.

⁵⁸ Ya que no se cumpliría el supuesto de información perfecta del comprador.

Friedman, había aparecido un trabajo de Melvin Anshen⁵⁹ quien sostenía que existe un contrato social implícito entre las empresas y la sociedad. De acuerdo con el mismo la sociedad establece las normas que estructuran los objetivos y responsabilidades de las empresas de conformidad con los intereses sociales prevalecientes. Si en el pasado estos intereses se centraban en el logro de un rápido crecimiento económico⁶⁰, visto como fuente de todo progreso, en el presente tales intereses se orientarían más hacia mejoras en la calidad de vida y en la preservación del medio ambiente. En este caso ya no resulta adecuado manejarse con los costos privados cargando a la comunidad con los costos sociales. De este modo debería producirse una modificación del contrato social implícito que se manifestase, entre otras cosas, en una internalización de los costos sociales que deberán jugar un rol de importancia en los análisis de costo beneficio que realicen las empresas..

Pocos años más tarde el profesor Keith Davis sostuvo que “la responsabilidad social se deriva del poder social” que detentan las corporaciones que con sus acciones están afectando los intereses de otros sectores de la sociedad⁶¹. En consecuencia, responsabilidad social significa que el responsable de tomar decisiones corporativas no sólo debe servir los intereses propios de la empresa sino que también debe proteger y mejorar los intereses de la sociedad en la que opera⁶².

De acuerdo con Ferrell, Fraedrich y Ferrell⁶³ el concepto de RSE no debe ser confundido con el de ética en los negocios. Mientras ésta se ocupa de definir los principios y estándares que deben guiar el comportamiento en los negocios la responsabilidad social se refiere a la obligación de la empresa de maximizar su impacto positivo y minimizar su impacto negativo sobre los *stakeholders*. Estos autores distinguen cuatro componentes de la

⁵⁹ Cf. Anshen, M., “Changing the Social Contract: A Role for Business”, **Columbia Journal of World Business**, Vol. 5, Noviembre-Diciembre 1970.

⁶⁰ La maximización del beneficios apuntaría justamente a tal objetivo.

⁶¹ Cf. Davis, K., “Five Propositions for Social Responsibility”, **Business Horizons**, Vol. 18, junio 1975.

⁶² Cf. Davis, K., **Op.Cit.**

⁶³ Cf. Ferrell, O.C., Fraedrich, J., y Ferrell, L., **Business Ethics. Ethical Decision Making and Cases**, Houghton Mifflin Co., Boston, 2000.

responsabilidad social. El primer componente, fundamental para toda actividad empresarial, es la **responsabilidad legal**, que conlleva el cumplimiento de todas las leyes y regulaciones del gobierno⁶⁴. Es mediante el sistema legal que la sociedad obliga a las empresas a seguir una conducta aceptable.

El segundo componente corresponde a la **responsabilidad ética**, que obliga a las empresas a cumplir con un comportamiento aceptable hacia los *stakeholders*. Es decir, hacer lo correcto, lo justo y lo equitativo más allá de lo que la ley requiere. En este sentido puede verse a la legislación como a la porción de ética que está codificada. Y la responsabilidad ética correspondería a aquellas acciones que, a pesar de sus evidentes connotaciones morales, aún no se han convertido en obligaciones legales por no contar con el aval de la mayoría de la población o del grupo que detenta el poder⁶⁵.

El tercer componente corresponde a la **responsabilidad económica** y se relaciona con la forma en que están distribuidos dentro de la sociedad los recursos para la producción de bienes y servicios a fin de maximizar la riqueza de los *stakeholders*, que incluyen, por supuesto, los *shareholders*. Caen dentro de este concepto las cuestiones referidas a la regulación de la competencia, la protección del ambiente, la protección de los consumidores así como todos los problemas vinculados con el mundo del trabajo

Finalmente, el último componente corresponde a la **responsabilidad filantrópica** que se refiere a las contribuciones de las empresas a la calidad de vida y al bienestar de la comunidad en la que operan. Este tipo de responsabilidad corresponde a aquellas conductas y actividades que la sociedad aprueba y desea. Actividades de beneficencia y voluntariado corresponden a este tipo de responsabilidad.

Otro análisis, con algunas coincidencias con el anterior, es el que realiza De George⁶⁶. De algún modo De George también sostiene que la sociedad

⁶⁴ Entre otras la regulación de la competencia, la protección de los consumidores, la protección del ambiente, la equidad y seguridad en el empleo.

⁶⁵ Cf. Fieser, J., **Op. Cit.** 1996.

⁶⁶ Cf. . De George, R.T., **Op. Cit.**, 1999.

tiene cierta forma de contrato social implícito con las empresas a las cuales presenta una serie de demandas a cambio de permitirles operar. Señala la ambigüedad que el término responsabilidad social tiene pues tanto suele ser utilizado para designar a la empresa que cumple sus obligaciones legales como a aquella que toma parte activa en causas y reformas sociales, y también la que participa en la vida política y cívica de la sociedad. La sociedad presenta a las empresas una serie de demandas como su contrapartida en el contrato social. Estas demandas se corresponden de algún modo con los componentes de la responsabilidad social vistos más arriba. Estas demandas de la sociedad pueden ser vistas como obligaciones por parte de las empresas. Así habrá demandas **morales** que se derivan de las leyes morales, como no dañar, no robar y tratar a la gente como fines. Estas son también obligaciones sociales pues son demandadas por una sociedad moral. Demandas **legales** son las obligaciones legales incluidas en la legislación, que también son sociales, y las demandas **sociales** propiamente dichas que pueden no ser ni legales ni morales⁶⁷. Muchas veces estas demandas se superponen y no queda claro lo que realmente constituye una obligación social de la empresa. Claramente lo son las demandas legales y morales. Pero existen dudas respecto de otras demandas sociales. Pero debe destacarse que las demandas morales deben tener precedencia respecto de las restantes y tienen, además, vigencia más allá de las fronteras nacionales.

Otros autores han enfatizado el hecho, indudablemente relevante, de los procesos de globalización que han sido factores importantes para explicar el reciente énfasis en las demandas para una mayor responsabilidad social de las empresas. Los avances en las tecnologías de la comunicación y el surgimiento de una economía basada en el conocimiento⁶⁸ han originado cambios en los modelos de negocios y en el gobierno corporativo y han creado un firme interés en las respuestas de la comunidad y en la sostenibilidad del ambiente.

⁶⁷ Como, por ejemplo, requerir que los directorios estén integrados por una mayoría de miembros externos.

⁶⁸ Cf. Montuschi, L., "El conocimiento tácito y el conocimiento codificado en la economía basada en el conocimiento", **Anales 2002 de la Academia Nacional de Ciencias Economicas**, Buenos Aires, 2003.

Samuel y Saarir⁶⁹ señalan tres nuevas perspectivas en materia de responsabilidad social de las empresas. La primera se refiere a la creciente importancia que ha adquirido el “**capital de reputación**” para capturar y retener mercados. En este sentido la RSE sería una nueva estrategia de negocios. La segunda perspectiva es la **eco-social** que se basa en el reconocimiento del hecho de que la estabilidad y sostenibilidad del ambiente son prerequisites para poder sostener el mercado en el largo plazo y la RSE representaría tanto un valor como una estrategia. Un valor porque enfatiza el hecho de que tanto las empresas como los mercados deben tender al mayor bienestar de la sociedad y una estrategia porque ayuda a disminuir las tensiones sociales y a facilitar la actividad en los mercados. Con estos fines presentes es claro que resultaría imposible limitarse a la mera maximización de beneficios. Dentro de este enfoque se considera que el objetivo debe ser la “optimización de los beneficios” más que la “maximización de los beneficios”. En consecuencia, se desplaza la responsabilidad de los *shareholders* a una responsabilidad hacia los *stakeholders*⁷⁰.

Finalmente la tercera es una perspectiva de RSE basada en los derechos que tienen los *stakeholders*, que incluyen a los *shareholders*, de conocer acerca de las corporaciones y sus negocios. Es cierto que las empresas son privadas pero su supervivencia depende de los consumidores que compran sus productos, de los trabajadores que los producen y de los inversores que facilitan el capital para ello. Y, también habría que añadir, de la sociedad que permite las reglas y estructuras para que todo ello sea posible.

Los autores mencionados también distinguen tres aspectos en los cuales la RSE asume un papel preponderante⁷¹. El primero corresponde la tradicional **filantropía corporativa**, que manifiesta preocupación por el bienestar de los

⁶⁹ Cf. Samuel, J. Y Saarir A., “Corporate Social Responsibility. Background and Perspectives”, < <http://infochangeindia.org/Corporatesrlbp.jsp>>

⁷⁰ Las empresas comienzan a reconocer que la economía es un “*open subsystem of the earth’s ecosystem, which is finite, non-growing and materially closed*”. Cf. Daily, H.E., “Sustainable Growth? No thank you”, en Mander, J. Y Goldsmith, E., (eds) **The Case of the Global Economy**, Sierra Book Club, 1996.

⁷¹ Aspectos que presentan alguna relación con el punto de vista expuesto más arriba por Ferrell et al. Cf. Ferrell, O.C., Fraedrich, J., y Ferrell, L., **Op. Cit.**, 2000.

miembros de la corporación (management, empleados y familias), el deseo de establecer una especial relación con la comunidad cubriendo alguno de sus requerimientos específicos y el establecimiento de fideicomisos o fundaciones que si bien buscan ventajas impositivas también cumplen con fines socialmente benéficos. La segunda es la **RSE** propiamente dicha que difiere cualitativamente del concepto anterior ya que se basaría en el reconocimiento de la obligación de la corporación hacia la comunidad en que opera y se basa en el concepto de responsabilidad ampliada hacia los *stakeholders*. Finalmente, los **negocios éticos** se refieren a la forma y estándares que deben guiar a las actividades de las empresas y al concepto de responsabilidad moral hacia los *stakeholders*..

En julio de 2001 la Comisión de las Comunidades Europeas publicó un **Libro Verde** con el fin de fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. En el mismo define a la RSE como al concepto de acuerdo con el cual “las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio”⁷². Se señala que las empresas europeas están reconociendo cada vez más el concepto de RSE como parte de su identidad y como respuesta a las nuevas inquietudes de los ciudadanos, consumidores, poderes públicos e inversores, a la preocupación creciente sobre el deterioro medioambiental y a la transparencia de las actividades empresariales propiciada por el desarrollo y difusión de los medios y de las tecnologías de la información y comunicación. Se destaca también que ser socialmente responsable no puede limitarse al cumplimiento de las obligaciones legales sino que tiene que ir más allá, sobre todo en las relaciones con los *stakeholders*. Y tampoco debe limitarse a las grandes corporaciones. También las PYME deben asumir el compromiso. Un punto interesante que se destaca es la necesidad de mejorar los conocimientos sobre la incidencia de la RSE en los resultados económicos de las empresas ya que la evidencia fragmentaria disponible muestra resultados contradictorios e inconcluyentes⁷³.

⁷² Cf. Comisión de las Comunidades Europeas, **Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas**, Bruselas, 18 julio 2001.

⁷³ Cf. Ullman, A., “Data in Search of a Theory: A Critical Examination of the Relationship among Social Performance, Social Disclosure, and Economic Performance of U.S. Firms”, **Academy of Management Review**, julio 1985.

Lo que parece surgir de esa información es que existen ciertas diferencias en la forma de implementar la RSE entre los Estados Unidos y Europa. En Estados Unidos parece estar definida en términos del modelo filantrópico y en Europa parece referirse más a hacer negocios en forma socialmente responsable. En este último caso la responsabilidad social formaría parte del proceso de creación de riqueza y, en tal sentido, parecería ser más sostenible que en el caso de los Estados Unidos.

En 1986 Frederik Phillips presidente de Phillips Electronics y Olivier Giscard d'Estaing Vice Presidente de INSEAD, fundaron lo que hoy se denomina la **Caux Round Table** integrada por un grupo de los más destacados líderes empresarios de todo el mundo, aunque con claro predominio de Estados Unidos y Japón. A petición de Ryuzaburo Kaku, presidente de Canon Inc., centró su atención en la importancia de la responsabilidad corporativa global para reducir las amenazas sociales y económicas a la paz y estabilidad mundial. En 1994 elaboraron sus **Principios para las empresas** que al año siguiente fueron presentados a la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Social de las Naciones Unidas. La Caux Round Table está orientada por dos ideales éticos principales: la dignidad humana y el *kyosei*. La dignidad humana implica enfatizar el significado de cada persona como fin en sí misma⁷⁴ y el *kyosei* es la creencia en el vivir y trabajar juntos para el bien de todos.

Estos Principios están fuertemente influenciados por la teoría de los *stakeholders* y reflejan algunos de los principales paradigmas del razonamiento ético tanto de oriente como de occidente. Pero, como destacó Goodpaster en el mensaje que les dirigió en cierta oportunidad⁷⁵, la mera articulación de principios no convierte a la aspiración en acción y resulta indispensable la identificación de criterios objetivos que sean indicadores o puntos de referencia de la aceptación por parte de las empresas de los principios de la Caux Round Table. Para que los principios tengan algún significado práctico, más allá de su valor enunciativo, tales indicadores deberán indicar como habrá de

⁷⁴ Nuevamente el imperativo categórico de Kant.

⁷⁵ Cf. Goodpaster, K., “ Institutionalizing Ethics in a Global Economy ”, **Hellenic Communication Service**, <www.helleniccomserve.com/goodpaster>

manifestarse el compromiso de cada empresa con los mismos que implique finalmente un comportamiento ético y principista en los negocios.

El análisis anterior, necesariamente incompleto, dada la ingente cantidad de publicaciones que han aparecido en los últimos años, parece indicar que es necesario modificar el “paradigma” de la maximización de beneficios que hasta el momento ha predominado en la ciencia económica. Este modelo ya no representa buena parte de la forma en que las empresas orientan sus actividades, en la medida en que la RSE entra a formar parte de sus motivaciones. Habrá que discutir la forma de las nuevas funciones. No se discute la necesidad de generar beneficios ya que ellos constituyen la esencia de los negocios y contribuyen a hacer sostenible la empresa. Pero este objetivo deberá ser compatibilizado con las otras demandas que se dirigen a la empresa. En consecuencia, la discusión se habrá de referir tanto a fines como a medios. Los fines serán múltiples en términos de los intereses de los *stakeholders* (que incluyen los *shareholders*). Y el análisis de los medios deberá ser muy cuidadoso pues la búsqueda de eficiencia en la utilización de ciertos medios podrá entrar en conflicto con alguno de esos intereses múltiples⁷⁶.

Una propuesta presentada por Primeaux y Stieber⁷⁷ pretende mantener el criterio de maximización del beneficio pero con un énfasis en la ética y en los valores. La misma se refiere a la utilización del concepto de “costo de oportunidad” en la determinación del beneficio neto a maximizar, además de los usuales conceptos contables de costos fijos y costos variables. El costo de oportunidad estaría reflejando el uso de recursos escasos y, de acuerdo con los autores, estaría sugiriendo que cada decisión es una decisión ética pues elegir un curso de acción entre otros implica valores e implica considerar todo el espectro de posibilidades más allá del corto plazo.

Si bien esta propuesta no aparece totalmente convincente en términos de la RSE que hemos estado analizando, no cabe duda que es un paso en la

⁷⁶ Esto puede asumir particular relevancia en el caso de la mano de obra y también en cuestiones ambientales.

⁷⁷ Cf. Primeaux, P. y Stieber, J., “Profit Maximization: The Ethical Mandate of Business”, **Journal of Business Ethics**, Vol. 13, Nº 4, 1994.

dirección correcta. Otros, sin duda, habrán de seguir y es de esperar que contribuyan a restablecer el perdido nexo entre la economía y la ética.

V

En la actualidad la cuestión de la RSE también ha adquirido una sorprendente vigencia en la Argentina, sobre todo a partir de la crisis económica del año 2001-2002 que ha incrementado los niveles de desempleo, pobreza e indigencia de modo inusual⁷⁸. Este nuevo interés podría centrarse en la búsqueda de estrategias e instrumentos aptos para compensar, al menos en forma parcial, el impacto negativo de la situación económica sobre distintos sectores de la sociedad. Acompañando ese interés han aparecido un conjunto de estudios en ámbitos académicos centrados específicamente en esa problemática⁷⁹.

Una conclusión general que puede derivarse de dichos trabajos es que aún no existe una arraigada conciencia de la RSE entre el empresariado argentino, y entre la población en general, aunque aparece claro que los funcionarios de las empresas tienen un conocimiento bastante avanzado del concepto. Si bien se acepta que en el presente hay un creciente interés en actividades vinculadas con la sociedad y con los *stakeholders*, en los hechos muchas de las acciones emprendidas tienen un carácter netamente filantrópico, de voluntariado o de colaboración con ONGs⁸⁰.

La actitud de las empresas no parece ser de altruismo sino que ven a las acciones de RSE como necesarias para la construcción de su identidad

⁷⁸ Que han excedido ampliamente los del año 1995 y la crisis del tequila.

⁷⁹ En primer lugar puede citarse el trabajo de Paladino M. y Mohan, A., "Tendencias de la Responsabilidad Social Empresaria en Argentina", **Documento de Investigación de IAE-Universidad Austral**, junio 2002. En el año 2003 aparecieron dos trabajos realizados en IDEA y uno en el Foro Ecuménico Social. Cf. Sturzenegger, A., Flores Vidal, M. y Sturzenegger, G., "Hacia una cultura de la Responsabilidad Social Empresaria en Argentina", Foro Ecuménico Social, Buenos Aires, mayo 2003; González García, I., López Mato, L.V. y Sylvester, R.G., "Responsabilidad Social Empresaria. Análisis, comparaciones y propuesta sobre el comportamiento sistémico del "ciudadano empresa". Normativas y realidades. Una visión integral incluyendo Argentina", IDEA, Buenos Aires, abril 2003; Roitstein, F., "La responsabilidad social empresarial en la Argentina. Tendencias y oportunidades", **Documento de la Dirección de Investigación**, IDEA, Buenos Aires, mayo 2003.

⁸⁰ En este tipo de colaboración la relación usual parece ser la de donante-receptor. Cf. Paladino, M. y Mohan, A., **Op.Cit.**, 2002.

corporativa al proceder a la externalización de su visión y de sus valores. Además, se ve también a tales acciones como parte de la estrategia competitiva de las empresas como un instrumento de legitimación social, una contribución importante a la formación de su capital reputacional⁸¹. Sin embargo, tal como lo hace notar Paladino, la mayoría de las empresas consideradas parecen dirigir sus iniciativas hacia lo que denomina responsabilidades externas, generalmente vinculadas con la beneficencia y con la filantropía⁸². Aún no parece haberse logrado integrar las acciones de RSE con las actividades centrales de los negocios. Esto implica que a pesar de reconocer la eventual importancia de la RSE como estrategia competitiva de la empresa, en los hechos no se ha avanzado demasiado en su implementación. No cabe duda que es importante pensar en las necesidades de la comunidad, pero también lo es tomar en cuenta los intereses de quienes pueden ser considerados como los principales *stakeholders* de la empresa: los trabajadores, los clientes, los proveedores.

Una propuesta que pretende avanzar en este sentido es la referida a la construcción de un Índice de Responsabilidad Social Empresaria que servirá para determinar qué acciones deberían ser incluidas en este concepto⁸³. Esta propuesta, de indudable interés, merece ser profundizada ya que las dificultades que enfrenta son múltiples. Hay muchas acciones, que sin duda son buenas y aprobadas por la sociedad, que no corresponden o, tal vez, exceden al concepto de RSE y sería erróneo incluirlas en el índice.

Otro aspecto que no ha sido aún considerado en los estudios realizados en la Argentina es el referido a las “auditorías sociales”. Este tipo de auditorías se van difundiendo entre las empresas, aunque muchos sostienen que, en la mayoría de los casos, se trata de documentos para ser usados en relaciones públicas. De acuerdo con la New Economics Foundation del Reino Unido, tales documentos deberían tomar como punto de partida el objetivo que la

⁸¹ Cf. Roitstein, F., **Op.Cit.**, 2003.

⁸² Este punto de vista queda muy claramente expresado en una editorial del diario La Nación “La responsabilidad social empresarial” del 14 de julio de 2002.

⁸³ Cf. Sturzenegger, A. et al., **Op.Cit.**, 2003.

organización plantea como propio⁸⁴ y, también, lo que los *stakeholders* quieren que se logre. Se trataría de un proceso continuo que implica consultas con todos los *stakeholders* y el desarrollo de estándares para evaluaciones comparativas. Un auditor social independiente debería verificar la veracidad del material generado en tal proceso⁸⁵.

En 1997 se fundó la Social Accountability International (SAI) que, juntamente con otras organizaciones, formó luego la International Social and Environmental Accreditation and Labelling (ISEAL) que constituye un grupo de carácter internacional para fijar estándares y acreditar a otros organismos especializados. Su objetivo es volver creíbles y significativos los criterios sociales y ambientales. También se pretende fijar elevados niveles de calidad para las certificaciones y lograr que las mismas sean reconocidas ampliamente. Si bien en otros países esto está avanzando de modo considerable, en la Argentina aún no parece haberse iniciado un proceso de estas características.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Alvey, J.E., "A Short History of Economics As a Moral Science", **The Journal of Markets & Morality**, Vol 2, N° 1, primavera 1999.

Anshen, M., "Changing the Social Contract: A Role for Business", **Columbia Journal of World Business**, Vol. 5, Noviembre-Diciembre 1970.

Arrow, K. J., "Social Responsibility and Economic Efficiency", **Public Policy**, Vol. 21, Summer 1973.

Boulding, K.E., "Economics as a Moral Science", **American Economic Review**, Vol. 59, N° 1, marzo 1969.

Comisión de las Comunidades Europeas, **Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas**, Bruselas, 18 julio 2001

Crespo, R.F., **La economía como ciencia moral**, Ediciones de la UCA, Buenos Aires, 1997.

Daily, H.E., "Sustanaible Growth? No thank you", en Mander, J. Y Goldsmith, E., (eds)**The Case of the Global Economy**, Sierra Book Club, 1996.

Davis, K., "Five Propositions for Social Responsibility", **Business Horizons**, Vol. 18, junio 1975.

⁸⁴ De acuerdo con lo que se afirma publicamente en estatutos o en publicidad.

⁸⁵ Cf. Lewis, D., "Promoting Socially Responsible Business, Ethical Trade and Acceptable Labour Standards", **SD Scope Paper N° 8**, Centre for Civil Society, London School of Economics, enero 2000.

- Ferrell, O.C., Fraedrich, J., y Ferrell, L., **Business Ethics. Ethical Decision Making and Cases**, Houghton Mifflin Co., Boston, 2000.
- Fieser, J., "Do Business Have Moral Obligations Beyond What the Law Requires?", **Journal of Business Ethics**, Vol.15, 1996.
- Freeman, R.E., **Strategic Management: A Stakeholder Approach**, Pitman, Boston 1984..
- Friedman, M., "The methodology of positive economics", en **Essays in Positive Economics**, University of Chicago Press, Chicago, 1953.
- Friedman, M., "The Social Responsibility of Business is to Increase Its Profits", **The New York Times Magazine**, 13 de septiembre de 1970.
- González García, I., López Mato, L.V. y Sylvester, R.G., "Responsabilidad Social Empresaria. Análisis, comparaciones y propuesta sobre el comportamiento sistémico del "ciudadano empresa". Normativas y realidades. Una visión integral incluyendo Argentina", IDEA, Buenos Aires, abril 2003.
- Goodpaster, K., "Institutionalizing Ethics in a Global Economy", **Hellenic Communication Service**, <www.helleniccomserve.com/goodpaster>
- Goodpaster, K.E., "Business Ethics and Stakeholder Analysis", **Business Ethics Quarterly**, vol. 1, enero 1991.
- Greenwood, M., "The Importance of Stakeholders according to Business Leaders", **Business and Society Review**, vol.106, N° 1, primavera 2001.
- Hausman, D.M., y McPherson, M.S., **Economic Analysis and Moral Philosophy**, Cambridge University Press, 2000.
- Kant, I., **Fundamentación de la metafísica de las costumbres**, 1785.
- Kavathatzopoulos, I., "Training professional managers in decision-making about real life business ethics problems: The acquisition of the autonomous problem-solving skill", **Journal of Business Ethics**, Vol. 13, 1994.
- Klamer, A., "A revaluation of values in economics", **Society and Economy**, Vol. XXI, N° 4, 1999.
- Langtry, B., "Stakeholders and the Moral Responsibilities of Business", **Business Ethics Quarterly**, vol. 4, 1994;
- Levitt, T., "The Dangers of Social Responsibility", **Harvard Business Review**, septiembre-octubre 1958.
- Machlup, F., "Positive and Normative Economics", en Robert Heilbroner (ed.) **Economic Means and Social Ends: Essays in Political Economics**, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ, 1969.
- Michalos, A.C., "The Loyal Agent's Argument", en Beauchamp, T.L. y Bowie, N.E., (eds), **Ethical Theory and Business**, Prentice Hall, Englewood-Cliffs, 1988.
- Mill, J.S., **Utilitarianism: Text with Critical Essays** (editado por Samuel Gorovitz), Bobbs,-Merrill, Indianapolis, 1971.

Montuschi, L., "El conocimiento tácito y el conocimiento codificado en la economía basada en el conocimiento", **Anales 2002 de la Academia Nacional de Ciencias Económicas**, Buenos Aires, 2003.

Montuschi, L., "Las corporaciones como agentes morales: consideraciones respecto de la responsabilidad moral de las empresas", **Serie de Documentos de Trabajo de la Universidad del CEMA**, N° 227, octubre de 2002.

Nagel, E., **La estructura de la ciencia. Problemas de la lógica de la investigación científica**. Paidós, Buenos Aires, 1968.

Paladino M. y Mohan, A., "Tendencias de la Responsabilidad Social Empresaria en Argentina", **Documento de Investigación de IAE-Universidad Austral**, junio 2002.

Pelayo García Sierra, **Diccionario Filosófico**, Filosofía en español, Oviedo, 2000.

Primeaux, P. y Stieber, J., "Profit Maximization: The Ethical Mandate of Business", **Journal of Business Ethics**, Vol. 13, N° 4, 1994.

Robbins, L., **Essay on the Nature and Significance of Economic Science**, Macmillan, Londres, 1936.

Roitstein, F., "La responsabilidad social empresarial en la Argentina. Tendencias y oportunidades", **Documento de la Dirección de Investigación**, IDEA, Buenos Aires, mayo 2003.

Ross, I.S., **The Life of Adam Smith**, Clarendon Press, Oxford, 1995.

Samuel, J. Y Saarir A., "Corporate Social Responsibility. Background and Perspectives", < <http://infochangeindia.org/Corporatesrlbp.jsp>>

Sen, A., **On Ethics and Economics**, Blackwell Publishing, Oxford, 2003.

Smith, A., **An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations**, reprinted Clarendon Press, Oxford, 1776.

Sturzenegger, A., Flores Vidal, M. y Sturzenegger, G., "Hacia una cultura de la Responsabilidad Social Empresaria en Argentina", Foro Ecuménico Social, Buenos Aires, mayo 2003.

Ullman, A., "Data in Search of a Theory: A Critical Examination of the Relationship among Social Performance, Social Disclosure, and Economic Performance of U.S. Firms", **Academy of Management Review**, julio 1985.

Vázquez-Presedo, V., "Ciencia económica y juicios de valor", Academia Nacional de Ciencias Económicas, Buenos Aires, 1978.

Wilber, C.K., "Ethics and Economics" en Charles J. Whalen (ed.) **Political Economy for the 21st Century: Contemporary Views on the Trend of Economics**, New York: M.E. Sharpe, Inc., 1996.