

# Nota sobre la evolución del concepto de responsabilidad empresarial

Pedro Francés Gómez  
Universidad de Granada

[pfg@ugr.es](mailto:pfg@ugr.es)

## A Note on the Evolution of the Concept of Corporate Responsibility

**RESUMEN:** El artículo describe la evolución reciente de la ética empresarial en España. Ésta se caracteriza por la aceptación del lenguaje de la Responsabilidad Social de las Empresas (RSE) como lenguaje apropiado para referirse a las obligaciones éticas de estas organizaciones. Este lenguaje se adecua a la visión de la gestión derivada de la concepción de la empresa como red de *stakeholders*. Por último, se presenta, sin discutirla, una propuesta de fundamentación de la ética empresarial basada en la teoría del contrato social.

**ABSTRACT:** The article describes the recent evolution of business ethics in Spain. Business Ethics is characterized by the acceptance of the narrative of Corporate Social Responsibility (CSR) as the accepted framework for the moral obligations of business organizations. CSR language is coherent with the view of management derived from the conception of the company as a web of stakeholders. Lastly, a foundational proposal based on the Social Contract theory is put forward without discussion.

**PALABRAS-CLAVE:** Ética empresarial en España; Responsabilidad Social de las Empresas; Contrato Social

**KEYWORDS:** Business Ethics in Spain; Corporate Social Responsibility; Social Contract

La ética empresarial tiene un carácter impreciso y fronterizo. En primer lugar, se refiere unas veces a conductas individuales, y otras a planes y acciones de organizaciones o grupos. En segundo lugar, puede adoptar métodos y propósitos muy alejados del interés o el conocimiento de los filósofos. Las revistas especializadas están repletas, por ejemplo, de artículos que emplean técnicas estadísticas para explorar correlaciones de hecho, o esquemas y cálculos propios de los "modelos de negocio", por no hablar de los estudios de caso y las investigaciones empíricas netamente sociológicas y psicológicas. Entre sus propósitos, es habitual el de buscar el impacto de las conductas éticas sobre la rentabilidad, o al menos sobre algunas variables que definen la "rentabilidad social"; y también es común hablar de la ética corporativa como "mecanismo de control". En tercer lugar, dado el papel preponderante de las grandes empresas, cualquier reflexión en torno a ellas tiene un componente político: la ética empresarial puede (y suele) suponer la aceptación de los pilares básicos del capitalismo y el mercado; aunque casi con la misma frecuencia cuestiona total o parcialmente estas instituciones.

Agradezco las contribuciones y sugerencias de J. Fontrodona, M. Guillén, D. Arenas, N. Montero. Este artículo alude a resultados, y se ha realizado en el marco, del Proyecto de Investigación FFI2011-29005, financiado por la DGCYT, del Ministerio de Economía y Competitividad.



Received: 18/04/2014  
Accepted: 01/05/2014



Hay que añadir que el objetivo de los especialistas –como en otros campos de ética aplicada– es alcanzar a un público que no es filosófico, sino profesional. Las contribuciones de la ética empresarial tienen sentido si los gestores, directivos, trabajadores y legisladores las conocen y emplean de algún modo. Como ética normativa, la disciplina no se conforma con la descripción de los compromisos normativos de esos profesionales, sino que procura favorecer su transformación. Es lógico que las vías de publicidad sean las revistas de los campos de la gestión, la organización de empresas, la gestión ambiental, las relaciones laborales, la contabilidad, etc.

Debe reconocerse, por último, que la ética empresarial, a pesar de la inmensa amplitud de las cuestiones morales que plantea, carece del carácter urgente y fascinante que presentan los grandes debates de la bioética o bio-tecnología. No hay en esta disciplina cuestiones que sacudan nuestra comprensión de nosotros mismos. Es razonable la percepción de que la ética empresarial trata de cuestiones “tradicionales”: el abuso, la explotación, la injusticia.

En conjunto, se trata de una ética aplicada difícil de ubicar y además menos seductora que otras, y eso a pesar del trabajo esclarecedor que algunos de los pioneros en la disciplina, como Adela Cortina, Antonio Argandoña o Josep Maria Lozano, realizaron hace más de dos décadas, y con el que otorgaron carta de naturaleza académica a la ética empresarial que podemos llamar “contemporánea”.

La perspectiva en los ámbitos especializados y profesionales tiene poco que ver con esa percepción ambigua. Este artículo pretende trasladar algo de esa perspectiva especializada hacia un público filosófico más amplio. A este público quizá le sorprenda saber que un número notable de grupos de investigación en ética empresarial, entre ellos el proyecto de investigación *BENEB*, estamos produciendo publicaciones en las revistas especializadas de mayor impacto, algunas de las cuales están entre las mejor colocadas en los listados de Ciencias Sociales. El tercer artículo más citado de todos los tiempos de la principal revista europea (y segunda mundial) de este campo es de D. Melé y E. Garriga, ambos investigadores de IESE en el momento de su publicación.<sup>1</sup> Esa revista, *Journal of Business Ethics*, ha recogido en la última década trabajos de los grandes grupos españoles en la disciplina, tanto de escuelas de negocios y universidades privadas, tradicionalmente más vinculadas con esta publicación a través EBEN<sup>2</sup>, como de

universidades públicas –y en estas predominantemente procedentes no del área de Filosofía Moral, sino de áreas relacionadas con la gestión, organización de empresas, ingeniería o contabilidad. Visto desde dentro de la disciplina, los últimos años han sido los años de la definitiva internacionalización y extensión del interés por la ética en las ciencias de la gestión y en la economía. Y también unos años de maduración y extensión de las investigaciones. Sería imposible recoger todas las contribuciones recientes de investigadores españoles (números especiales de las principales revistas editados, artículos publicados, libros en las editoriales europeas de referencia, etc.) en esta disciplina. Este artículo se limita a dar unas pinceladas que trasladen el buen estado general de la disciplina, pero con mínimas referencias particulares.

La exposición evita, por tanto, convertirse en un mero catálogo de los logros de la ética de los negocios. Seguirá el esquema siguiente. En primer lugar se explica quizá la razón principal por la que la ética empresarial se ha desarrollado particularmente en la última década: la razón es que existe una “demanda” de ética. Lo primero es analizar esta demanda, por qué se produce, y qué efecto tiene. En el epígrafe segundo se relaciona esta demanda con la configuración de la ética empresarial como “Responsabilidad Social de las organizaciones”. Allí se hace mención de las publicaciones especializadas que existen en español, si bien, como se ha señalado, la vía preferida de divulgación en la disciplina son las publicaciones internacionales. El epígrafe tercero analiza el papel de la teoría de los *stakeholders* como modelo de empresa que ha arrastrado el creciente interés por la responsabilidad social. Dicha teoría vincula, por extrañamiento que parezca al no especialista, los objetivos de la gestión con principios morales. Finalmente, un cuarto epígrafe se dedica a reflexionar sobre la necesidad de una fundamentación de las obligaciones morales que sea por así decir intrínseca a las prácticas empresariales y a las organizaciones mismas, y se propone el modelo del contrato social, sobre el que el proyecto de investigación BENE, que coordino, viene trabajando. Esta referencia se hace sin mayor discusión, dado que este no es lugar para ello, por lo que simplemente se plantea como una vía posible, en paralelo a los otros enfoques principales en la especialidad, como son el ética del discurso, o la ética de la virtud. El epígrafe quinto concluye con una breve síntesis de lo expuesto.

## La "demanda" de ética

Lo primero que hay que decir es que en los últimos años (desde luego en la última década) la "demanda" de ética empresarial ha crecido. Tanto en Estados Unidos como en Europa, de ser un tema marginal en algunas escuelas de negocios –en España relacionado, además, con la doctrina social de la Iglesia, debido al ideario católico de las principales escuelas privadas de negocios– pasa a ser un debate necesariamente presente en la formación de los directivos y gestores.

La información cada vez más transparente sobre los efectos de ciertas actitudes directivas coincide en el tiempo con dos elementos políticos relacionados, que conducen a la re-definición de la empresa y de la ética empresarial. Los elementos políticos son, primero, la expansión, en número y en tamaño, de las empresas multinacionales; segundo, el freno del llamado "estado del bienestar". Los Estados se retiran un tanto de funciones como la salvaguardia de las condiciones de vida de los trabajadores, la cohesión social mediante la redistribución de riqueza, la protección de la industria nacional, o la planificación de estrategias de desarrollo. Mientras, las empresas, en forma de multinacionales, adquieren su mayor poder, y una capacidad singular de ejercerlo globalmente. La conciencia del abuso de poder que esta situación podía engendrar y engendra de hecho, lleva a diversas iniciativas internacionales para promover el auto-control en temas como relaciones laborales, gestión ambiental, respeto a los derechos humanos, etc.

Estas iniciativas requieren un fundamento que naturalmente no puede ser la autoridad de la ley. Por un lado porque las leyes tienen un ámbito territorial definido, mientras que las multinacionales carecen del mismo, o pueden modificarlo a su antojo. Por otro, porque la aplicación efectiva de la ley está subordinada a las condiciones materiales y económicas en muchos países, en particular en los menos desarrollados y aquellos con carencias institucionales. En este contexto, las empresas multinacionales se ven poco afectadas por los posibles castigos legales que ciertas conductas puedan acarrear; mientras que las consecuencias económicas directas derivadas de, por ejemplo, un boicot de los consumidores o de los inversores internacionales, sí pueden ser motivo de preocupación. Se trata, por tanto, de un contexto en que la "sanción social" típica de la norma moral puede ser más eficaz que la sanción formal de la ley. En todo caso, los gobiernos e instituciones internacionales, dada

su dependencia material de las grandes empresas, prefieren la llamada *soft law* –mecanismos legales de incentivo o reconocimiento– en vez de prohibiciones u obligaciones, muy difíciles de ejecutar<sup>3</sup>. De nuevo, este enfoque está más cerca del esquema típico de la norma moral que de la norma legal, aunque posea ciertos elementos formales.

La demanda de “ética en los negocios” parte inicialmente de los estudios de ética empresarial que podemos llamar “clásicos”, pero requiere algo sustancialmente diferente. Hasta finales del siglo XX la ética empresarial era en buena medida la ética de los directivos<sup>4</sup>. La buena empresa era la empresa bien dirigida. Y la buena dirección podía verse como una cuestión de virtud personal e integridad profesional. Sin embargo, reducir la ética de las organizaciones a la ética personal de los directivos resultaba desfasado en el contexto de organizaciones globales, plurales, y expuestas a riesgos muy variados.

El buen gobierno de una empresa no puede fiarse únicamente a la virtud y competencia personal. Requiere procesos que aseguren el éxito en los objetivos empresariales, sin que la organización pierda legitimidad social. El directivo (sea individual o un órgano colegiado) ha de estar dotado de virtudes, sin duda; pero se trata quizá de virtudes políticas: la capacidad de liderazgo e iniciativa para defender intereses propios buscando acuerdos mutuamente beneficiosos. Por otro lado, la continuidad de la organización y el mantenimiento de una reputación de responsabilidad exige además una cierta estructura normativa o “constitución de la firma” que garantice que, en ausencia de virtud ética personal, la organización y la sociedad pueden evitar los mayores daños, detectando rápidamente el riesgo de incumplimiento.

El movimiento de la “Responsabilidad Social Empresarial” es en buena medida una respuesta a esta transición. Es una respuesta a una demanda difusa desde amplios sectores, que fue adoptada por los gobiernos como un medio para, tal vez, mitigar la sensación ciudadana de que la sociedad quedaba progresivamente abandonada a “las fuerzas del mercado”. Desde hace casi una década, el lenguaje de la ética empresarial se mezcla con el lenguaje de la “Responsabilidad social”, y eso ha dado impulso la disciplina.

**La responsabilidad social empresarial**

ISSN 1989-7022

DILEMATA, año 6 (2014), nº 15, 51-67

“Responsabilidad” es un concepto moral especialmente afín a la ética económica, política y de las organizaciones. En él resuenan inmediatamente la distinción de Weber “convicción/responsabilidad”, y el principio de Jonas: esencialmente un principio precautorio. Ambas connotaciones convienen al poder de las grandes empresas. Ambas nos alejan de una ética de principios. Ambas sugieren el triple componente de una ética de organizaciones, tal como lo definió Lozano (1999): un componente consecuencialista, uno convencional, y uno deontológico.

Las escuelas de pensamiento moral predominantes en este ámbito –entre las que hay que citar el humanismo cristiano, el neo-aristotelismo, la ética del discurso, el contractualismo o el utilitarismo, pero también enfoques explícita o implícitamente pluralistas o eclécticos– han confluído para prestar fundamento a la noción de “responsabilidad social empresarial” (“RSE” por abreviar), o “responsabilidad corporativa”. Ésta última se ha convertido, por tanto, en la noción operativa central de la ética empresarial. A ella se alude tanto desde la ética académica como desde la legislación y la política. Y ella ha sido abrumadoramente adoptada por las propias empresas como el lenguaje adecuado para justificarse y legitimarse ante la sociedad<sup>5</sup>. Poco a poco, los discursos sobre la “responsabilidad social”, controvertidos desde su aparición en los años sesenta del siglo XX, han adquirido un carácter normativo por sí mismos, y hoy proporcionan razones válidas para la acción bastante independientes de los valores tradicionales de la empresa.

El éxito de la noción de “RSE” se debe desde luego a muchos factores (Garriga y Melé, 2004). Además de los señalados arriba sobre la evolución del Estado del bienestar y las propias empresas, responde a una tendencia académica-científica hacia la especialización. Obsérvese que la ética empresarial podría entenderse en tres niveles: el de las decisiones individuales en cuanto se dan en entornos económico-empresariales; el de las acciones de las organizaciones; y el nivel de la reflexión más amplia sobre el contexto en que individuos y empresas actúan –el mercado, la constitución económica. Se suelen denominar niveles “micro”, “meso” y “macro”. Pues bien, es evidente que el nivel específicamente empresarial es el nivel intermedio. El nivel macro es el campo de reflexión de la filosofía política. Y el nivel micro involucra las convicciones y normas que afectan a cada persona: normas personales, culturales, familiares, religiosas, profesionales, etc. El nivel “meso” se

refiere tanto a cómo la organización se define normativamente ante sus miembros y la sociedad, como a los procesos de decisión que conducen a sus decisiones y acciones, y los mecanismos para reconocer y asumir las consecuencias por las mismas. Y en este nivel es donde las empresas poseen lo que Donaldson y Dunfee denominan un "espacio libre moral" en el que elegir compromisos éticos particulares. Y es ese nivel, precisamente, el que se presenta como ámbito de análisis, crítica y reflexión específico de la disciplina.

El citadísimo artículo de Garriga y Melé (2004) viene a ser la certificación de esta transición hacia una ética de las organizaciones. En España, el primer cuaderno Forética, preparado por el autor de estas líneas (Francés 2005), establece el marco teórico para el desarrollo de la gestión responsable de organizaciones como modelo para esta rama de la ética aplicada. A lo largo de la primera década del siglo XXI, lo que era una polémica entre economistas sobre "la responsabilidad social de los negocios" se transformó en el lenguaje casi unánimemente aceptado de la ética de las empresas<sup>6</sup>.

El auge de la RSE ha invitado el crecimiento exponencial de trabajos y publicaciones especializadas. Han proliferado estudios e incluso manuales de ética producidos por personas con formación en ingeniería, gestión empresarial, periodismo, política, economía, finanzas, etc. Este fenómeno un tanto abigarrado ha tenido como efecto positivo el que jóvenes investigadores se hayan interesado por el tema, de modo que la producción científica de impacto internacional también ha crecido mucho.

La investigación desarrollada en las escuelas de negocios, como IESE y ESADE, entre las principales de Europa, y la contribución de las Universidades públicas y privadas, han elevado considerablemente el perfil científico de la disciplina. Quizá por ese elevado perfil, no es fácil señalar revistas académicas de impacto editadas en España o Latinoamérica, ya que las vías de publicidad de los especialistas tienden a ser las revistas internacionales<sup>7</sup>. Quizá la publicación más antigua es *Papeles de ética economía y dirección*, que hoy no es una publicación periódica, sino el medio de difusión anual de los trabajos de los socios de EBEN y los participantes en sus congresos anuales. Y también es relativamente veterana *Empresa y humanismo*, la publicación ligada al Instituto Empresa y Humanismo, de la Universidad de Navarra. Esta publicación respondería, por su filosofía y el carácter de los artículos publicados, más bien a la idea de ética como virtud personal o conjunto de principios que

orientan, desde fuera, el ejercicio técnico de la actividad económica. No obstante, incluye cada vez más trabajos descriptivos y técnicos con relevancia para la mejora del gobierno corporativo y la gestión de la ética en organizaciones (márketing, comunicación, recursos humanos, etc.).

La revista de éticas aplicadas editada por la cátedra *ethos* de la U. Ramon Llull, *Ramon Llull Journal of Applied Ethics* es una publicación mucho más joven que, a pesar de su enfoque más amplio, tiene entre sus cinco artículos más leídos y descargados, cuatro que hacen referencia a aspectos de la RSE o ética empresarial. Por tanto, en buena medida se ha configurado como una vía de publicación científica en este campo.

La *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa*, de la Fundación Luis Vives es más especializada y consolidada –y ha logrado una mejor clasificación científica en sólo cinco años de vida que las anteriores. Sus índices incluyen más artículos descriptivos y de gestión que filosóficos, lo que marca la tendencia y la solidez del consenso entre los profesionales: la responsabilidad social de las empresas no es algo que se discuta. Es simplemente un aspecto o una vertiente de la correcta gestión de las empresas.

### **Ética de las organizaciones como gestión de *stakeholders***

La ética como RSE se desarrolla en paralelo a la concepción de gestión estratégica como gestión de *stakeholders*. La idea es tan de sentido común que causa cierto rubor enunciarla. La tesis, cuyo padre en el campo de la gestión es Edward Freeman (1984), defiende que el directivo tiene una relación fiduciaria con la empresa como entidad abstracta y con todos los que, sin ser propietarios, han hecho una inversión, voluntaria o no, en la misma, los *stakeholders*. El directivo ha de actuar como *agente* de todos esos públicos, a veces difíciles de identificar, velando por los intereses a largo plazo de cada grupo<sup>8</sup>.

Una idea tan sensata supone sin embargo un cambio en la concepción de las empresas porque éstas se habían configurado, como agentes económicos, siguiendo un modelo de agencia basado en identificar la función objetiva de la firma con la maximización del valor para el accionista. Según esta idea, toda política de una

empresa es legítima si satisface esa función, dentro de los límites de la ley. La teoría económica predice que ello conducirá a la eficiencia, tanto de la organización como del mercado, produciendo el mayor beneficio posible para la sociedad –de la distribución del mismo no se ocuparía directamente la empresa, sino las instituciones políticas y jurídicas. Sin embargo, es obvio que en la práctica no se da el idilio entre intereses privados y públicos que supone la teoría económica. Y esto no sólo es perjudicial para los intereses de la sociedad, también con frecuencia para los de las empresas. Por ello, la formalización de la idea de “gestionar para todos los interesados” –que se derivaría, si bien se piensa, de la aplicación del imperativo categórico a la gestión de organizaciones– parece que llegó en el momento justo en que la complejidad de las organizaciones y la indignación ante su excesivo poder cuestionaba una gestión centrada en los propietarios<sup>9</sup>. Una transformación que rompe definitivamente la dicotomía entre la ética (y la política) como modelo de justificación de la acción basado en el bien general y la economía como modelo de justificación de la acción basado en el beneficio privado.

Para muchos teóricos, la visión de la empresa como red de intereses es de sentido común y obedece, además, a una evolución del capitalismo. Pero esto no elimina los problemas. Y la discusión, y eventual solución, de tales problemas, es en buena medida el campo de trabajo de la ética empresarial entendida como RSE.

Harían falta muchas páginas para solo enumerar estos problemas; tomemos sólo alguno a modo de ejemplo, y veamos sus vínculos con la ética aplicada.

La propuesta de la gestión estratégica como gestión de *stakeholders* está basada en principios de legitimidad y responsabilidad que no se suelen cuestionar de modo directo, ya que hacerlo supondría defender que el entorno económico cancela obligaciones morales básicas. Por tanto, los críticos de la idea de “gestión ética” suelen adoptar más bien argumentos oblicuos, casi todos dirigidos a mostrar que el mejor modo de “gestionar para los *stakeholders*” es en realidad hacerlo al modo clásico: maximizando el valor para el accionista.

Uno de estos argumentos oblicuos consiste en señalar a dificultad de establecer quiénes son los *stakeholders* de una compañía y, por tanto, la ambigüedad que para los gestores supone adoptar ese enfoque. Hay una circularidad en el concepto: los *stakeholders* son, entre la miríada de grupos y colectivos que podrían formular

demandas a una empresa, aquellos cuyas demandas serían legítimas. Pero la legitimidad de las demandas depende precisamente de su posición frente a la empresa, de que tengan una implicación no-trivial y "se jueguen" algo en la empresa; es decir, de que puedan ser considerados *stakeholders*. En algunos casos la identificación es obvia: los empleados, accionistas, proveedores y clientes han puesto sus recursos y su confianza en la empresa. Ya que podrían perderlos, tienen un derecho legítimo a reclamar un beneficio o una compensación. La comunidad local típicamente concede a la empresa una "licencia" en sentido literal o figurado, para operar, y a cambio espera recibir también un beneficio: empleo, respeto ambiental y legal. Pero siempre existen casos dudosos ¿un grupo ambientalista que se opone a las políticas de una empresa ha de ser tenido en cuenta? ¿y un medio de comunicación crítico con sus prácticas laborales? ¿y una asociación de consumidores? ¿y la competencia? ¿y los empleados de un proveedor que manifiestamente viola el derecho laboral pero cumple sus compromisos legales con la empresa, y suministra un producto para el que no hay alternativa? ¿y los titulados universitarios que *podrían* trabajar en la empresa si ésta decidiera crear un departamento de investigación?

Algunos críticos han señalado que hacer al directivo responsable de todo, como parecen sugerir las preguntas enumeradas, equivale a no hacerlo responsable de nada. La tarea para la ética, en este contexto, es proporcionar criterios razonables para marcar una frontera en el mapa de *stakeholders* de cada organización. Y aquí la investigación particular de cada caso es necesaria. Pero no es una investigación solamente empírica. Tiene una dimensión normativa ya que la propia noción de *stakeholder* lo es: hemos de definir teóricamente quien accede a una consideración que le permite formular demandas y le otorga una expectativa de consideración.

Un problema relacionado es el de la legitimidad de las demandas. Incluso si podemos delimitar con precisión quiénes son *stakeholders* de una organización, éstos pueden formular demandas que no merezcan ser atendidas; o que no puedan serlo con los recursos disponibles. El directivo no tendrá éxito si se conforma con componer las demandas opuestas de modo que haya un equilibrio de las mismas, ni mucho menos hacerlo en función del poder de los demandantes. Su decisión es estrictamente moral: su responsabilidad es adjudicar entre intereses que pueden ser incompatibles, con la condición de que su decisión permita la supervivencia a largo plazo de la empresa. De nuevo, es ésta una cuestión que admite varios enfoques éticos y que necesariamente se ha de resolver en el estudio de cada caso.

Un problema característico que se presenta en la gestión de *stakeholders* es la cuestión de la representación. Generalmente los grupos mejor definidos tienen representantes formales (trabajadores, administraciones públicas). En estos casos el interlocutor es una persona o grupo identificable. Pero en otros casos esto no es así, y ello plantea un problema de implementación de las políticas de diálogo o participación de los grupos de interés en la gestión. Arenas y Baur, en ESADE, y D. García Marzá y E. González, han explorado estas cuestiones.

Como se ve, hay diversos puntos que exigen análisis normativos. Y resta desde luego la cuestión mayor, la que alude al fundamento último de esa responsabilidad fiduciaria extendida. Se ha señalado que implica un respeto igual hacia todos los implicados y, en esa medida, tiene un componente kantiano. Pero esto es decir muy poco. El siguiente epígrafe amplía este punto desde la perspectiva del contrato social.

### **El fundamento de la ética empresarial**

Puede decirse que en el discurso normativo existe un consenso muy amplio sobre la teoría de los *stakeholders* como modelo de la gestión empresarial, y su empleo como marco general para describir y justificar las responsabilidades de las organizaciones y de sus miembros. Mas estos discursos normativos representan, hablando con propiedad, una mera convención o creencia general. Funcionan porque se aceptan ciertos significados convencionales –y ambiguos, por cierto– para los conceptos morales relevantes: responsabilidad, igualdad, respeto, derechos, sostenibilidad, solidaridad, bien común, etc. La homogeneidad en el discurso permite variedad de interpretaciones y de actitudes, precisamente por la ambigüedad de los conceptos.

Desde un enfoque riguroso de ética aplicada no podemos simplemente dar por válidos estos discursos. Además, la propia gestión empresarial se resentiría si así se hiciera. La idea que respalda la gestión de *stakeholders* no es sólo instrumental (respetar los intereses de los interesados en lo más conveniente para los fines de la empresa) o política (el contexto exige responder a las demandas sociales), sino también ética: hay razones independientes de las económico-políticas que hacen obligatorio ese respeto. Y sólo si la gestión se basa en, o tiene en cuenta, esas razones, puede esperar legitimarse satisfactoriamente ante todos los interesados.

Por tanto, una gestión responsable *por las razones inadecuadas* simplemente no es suficientemente responsable: no satisfaría la demanda de los interesados, y en definitiva fracasaría. La mera adhesión a las convenciones y discursos tópicos sobre la responsabilidad, no es suficiente. Las organizaciones logran legitimidad si sus acciones pueden ser racionalmente justificadas, es decir, si sus conductas y políticas, y su misma estructura, responden a un principio moral.

Sacconi (2006, p. 261), o Lütge (2012a) han criticado, por ejemplo, el muy influyente trabajo de Donaldson y Dunfee (1999) precisamente por su "indeterminación prescriptiva". La teoría de estos autores toma los "contratos sociales" como fuente de normatividad. Se trata en primer lugar de convenciones locales; pero éstas sólo pueden ser criticadas desde las convenciones sociales o las convenciones generales (como los Derechos Humanos). La teoría no parece tener recursos para efectuar una crítica independiente sobre la racionalidad de los acuerdos normativos locales, pues sólo parece considerar los consensos fácticos. La crítica de Sacconi o Lütge puede hacerse extensiva los enfoques de ética empresarial centrados en el componente convencional de la misma. Es necesario situarse fuera de los consensos fácticos para verificar la validez racional de las normas.

La demanda de un fundamento racional –que a veces se denomina "filosófico", para distinguirlo del fundamento económico o político– para la ética empresarial se formula desde diversas tradiciones de pensamiento, como ejemplifica el reciente manual compilado por C. Lütge (2012). Aquí nos centramos en el contractualismo, que se nos antoja la más prometedora y acorde con la naturaleza de las organizaciones y las relaciones económicas. Si bien hay que dejar constancia de que muchos otros enfoques se han propuesto como fundamento completo o parcial de las obligaciones empresariales<sup>10</sup>. En realidad, la defensa de un fundamento de la ética empresarial no puede desconocer que en la práctica conviven muchas veces, a través del solapamiento propio de las organizaciones y sociedades plurales, convicciones muy diversas que fungen como fundamento racional de modo simultáneo.

Este no es el lugar para defender una propuesta concreta, que abarcaría la concepción de la sociedad y el papel de las empresas; la concepción de la racionalidad y de la tarea de fundamentación normativa en general; y finalmente la teoría sobre las obligaciones éticas de la organización y en la organización. Lo que sigue se limita a un esbozo. El mismo describe el enfoque del proyecto de investigación BENEBA en el

que participamos investigadores de las universidades de Granada, Córdoba y Trento, en conexión con Forética (asociación privada multi-stakeholder par la promoción de la RSE) como "Ente Promotor Observador". El objetivo de este proyecto es contribuir a proporcionar a la ética empresarial, entendida como gestión responsable (justa) de la red de *stakeholders* en que consiste la organización, un fundamento racional basado en el argumento del contrato social.

El proyecto parte de que es un error "aplicar" una teoría ética a un segmento de la realidad. Si se intenta avanzar en ética aplicada de ese modo, es natural que se termine más bien aplicando "varias" teorías, pues cada una resulta más adecuada para enfocar y solucionar alguno de los problemas que se plantean en la práctica – algunos problemas tienen que ver con las consecuencias de las acciones; otros con el trato igual de los implicados; otros con la dignidad de los afectados; otros con el cuidado que requieren los más vulnerables, etc. El método adecuado se aproximaría a las pautas del constructivismo tal como las describió Rawls: partir de la situación práctica concreta, en este caso la definida en las organizaciones con ánimo de lucro, y reconstruir sus bases normativas. El criterio normativo ha de poder ser generado, por así decir, desde la misma práctica, o desde las condiciones de la misma.

Sugerimos que el argumento del contrato social puede ofrecer el procedimiento para generar ese criterio. El argumento puede robustecerse además con datos procedentes de la teoría evolutiva, de la teoría de juegos y de la economía experimental. De este modo puede mostrarse que la reconstrucción racional del acuerdo normativo básico que establece la constitución de la firma, incluiría obligaciones morales (no exigibles legalmente) de responsabilidad fiduciaria respecto de los *stakeholders* más débiles. Y además el análisis de la interacción que facilitan las herramientas de la teoría de juegos y los estudios conductuales sobre ética, permiten avanzar en la justificación de la racionalidad del cumplimiento. Es decir, el cumplimiento se justificaría como parte del acuerdo moral, y no dependería exclusivamente de un incentivo psicológico (sanción interna, culpa) o social (sanción externa) independiente de la justificación.

Si el argumento contractualista tiene éxito, éste proporciona un fundamento racional para el criterio normativo básico que impera en las organizaciones con ánimo de lucro. Tal criterio es un principio de justicia en la distribución del beneficio y las cargas que la organización genera. La distribución ocurre entre los participantes o miembros de la organización, e incluye a la sociedad más amplia. Tal criterio

especifica las obligaciones hacia cada *stakeholder* como obligaciones de respeto, cuidado y justa recompensa, derivadas únicamente de la idea de constitución de la firma, no de postulados externos. A su vez, este principio, y la racionalidad de su cumplimiento, puede expresarse en términos de derechos individuales, hábitos (virtudes), incluso en términos de demandas especiales de cuidado o atención. Es decir, el principio de justicia establecido por el contrato social no requiere que cualquier obligación se conciba como una obligación de justicia.

Las teorías del contrato social reciben las mayores objeciones en relación con la motivación ética. Incluso si se aceptan los argumentos contractualistas como reconstrucciones plausibles del punto de vista moral en instituciones plurales, como son las grandes empresas, tales construcciones teóricas tienen escaso interés para la ética aplicada –dice la objeción– pues son incapaces de motivar a los agentes. En realidad también podría hacerse la objeción contraria: sostener que el recurso heurístico del contrato social es útil en la práctica, para diseñar políticas o acciones *como si pudieran haber sido fruto del acuerdo racional* entre todos los afectados, pero no logra reconstruir adecuadamente el punto de vista moral.

No hay un veredicto sobre esas cuestiones. Al menos, poseemos conocimiento y métodos cada vez más sofisticados. En ética empresarial se emplean varios métodos, agrupados bajo la rúbrica “ética empresarial de la conducta”, que están produciendo resultados muy clarificadores. Los hallazgos sobre motivación y conducta ética en organizaciones quizá pueden ayudarnos aclarar cuestiones normativas, a despecho de la llamada “falacia naturalista”: no resolviendo directamente las cuestiones de fundamentación, pero sí permitiendo argumentos más aceptables.

## Conclusión

La ética empresarial como ética de organizaciones se ha desarrollado en una dirección reconocible, si bien de un modo algo desordenado. Por un lado, sigue una variedad de métodos, y por otros responde a un abanico de propósitos que es difícil organizar de modo coherente.

Es cierto que las éticas aplicadas están bajo la presión de los avatares político-sociales, y en los últimos años, la ética en las empresas ha estado muy cuestionada.

Los instrumentos de institucionalización de la misma: códigos de conducta, estratégicas, políticas y sistemas de gestión, han sido objetivo de burla, como ejemplos paradigmáticos de la hipocresía exhibida por muchas personas del mundo de los negocios. En este contexto, el avance de la ética aplicada como disciplina científica es difícil. No obstante, se puede constatar que la transformación de las empresas y de la idea de gestión más aceptada, incluye un componente normativo característicamente ético. Y la labor de la filosofía moral es reconstruir y criticar racionalmente esa normatividad, y así orientar en lo posible la acción de las organizaciones y sus miembros.

En esta labor, la ética empresarial cuenta con herramientas metodológicas de reciente desarrollo: la ética empresarial de la conducta, la ética experimental, las técnicas de investigación social aplicadas a organizaciones, la teoría de juegos evolutivos, y otras. Todas ellas, de uso general, se han empleado de modo muy especial en la ética empresarial, quizá por la cercanía de algunas de ellas con las competencias de los profesionales de la economía y la gestión. Y en conjunto están iluminando cada vez con más nitidez aspectos empíricos, como los condicionantes de la conducta ética, los mecanismos para inducir un mayor cumplimiento normativo, o las políticas más efectivas para responder a las demandas sociales en función de las características de cada organización.

Además, algunos de estos métodos son útiles también para refinar nuestras teorías normativas: teorías como el contrato social, que no se limitan a constatar la existencia de acuerdos normativos, sino que exploran su validez, y mantienen así el potencial crítico de la disciplina.

---

## Bibliografía

- BAUR, D. Y ARENAS, D. (2014): "The Value of Unregulated Business-NGO Interaction: A Deliberative Perspective" *Business & Society*, marzo 2014, 53: 157-186, (first published on line July 31, 2012).
- DE CREMER, D. , MAYER, D. M., & SCHMINKE, M. (2010): "On Understanding Ethical Behavior and Decision Making: A Behavioral Ethics Approach" *Business Ethics Quarterly*, 20: 1 (enero), 1-6.
- DONALDSON, T. Y DUNFEE, T.W. (1999): *Ties that Bind. A Social Contracts Approach to Business Ethics*, Harvard University Press.
- FRANCÉS, P. (2005): *Responsabilidad social de las empresas. Interpretación y fundamento de una gestión responsable* (Primer Cuaderno Forética), Madrid, Forética.

- FRANCÉS, P, SACCONI, L Y FAILLO, M. (2014): Experimental Economics as a method for Normative Business Ethics, próxima aparición en *Business Ethics: A European Review*. (Mimeo).
- FREEMAN, R. E. (1984): *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Boston, Pitman.
- GARRIGA, E. Y MELE, D. (2004): "Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory", *Journal of Business Ethics*, 53: 51-71.
- GONZÁLEZ, E. (2002): "Defining a Post-conventional Corporate Moral Responsibility", *Journal of Business Ethics*, vol.39 (1-2), pp. 101-108.
- LOZANO, J. M. (1999): *Ética y empresa*, Madrid, Trotta.
- LÜTGE C. (2012): *Handbook of the Philosophical Foundations of Business Ethics*. Heidelberg: Springer.
- LÜTGE C. (2012a): "The Idea of a Contractarian Business Ethics", en: Lütge (2012).
- MICHALOS, ALEX C., POFF, DEBORAH C. (Eds.) (2013): *Citation Classics from the Journal of Business Ethics* (Advances in Business Ethics Research. Volume 2), Springer.
- SACCONI, L. (2006): "A Social Contract Account for CSR as Extended Model of Corporate Governance (I): Rational Bargaining and Justification", *Journal of Business Ethics*, 68: 259-281. DOI: 10.1007/s10551-006-9014-8.

## Notas

1. Según la información de citas recogida en Michalos y Poff (2013, p. 9.) (hay que notar que los dos artículos más citados que éste le anteceden en diez y quince años respectivamente). Se puede decir que en la última década se trata del artículo más citado. Entre los diez artículos más citados, prácticamente es el único teórico, con lo que en buena medida es la publicación que más ha contribuido recientemente a la definición misma de la ética empresarial, como se explicará más abajo.
2. EBEN (*European Business Ethics Network*) es la red académica europea de ética empresarial y económica. Se organiza en capítulos nacionales, siendo el capítulo español el segundo más numeroso tras el alemán.
3. Baur y Arenas (2014) han defendido, en línea con esto, que la menor institucionalización de la relación entre empresas y sociedad civil resulta además más coherente con una visión crítica de la democracia deliberativa.
4. Esto es una simplificación, desde luego. La ética empresarial también incluía las éticas profesionales (del publicista, del contable, de la dirección de personal, del departamento legal, etc.) y de los trabajadores y consumidores. Pero en todo caso, el centro de interés eran las conductas individuales. Los aspectos propiamente organizacionales se suponían resueltos por las teorías económicas e institucionales, y se dudaba de que las empresas pudiesen ser consideradas agentes o sujetos morales.
5. En contraste con las nociones de "ética corporativa", o "principios corporativos" y sobre todo con la noción, muy popular, de "Valores de la empresa" habitualmente incluidos en las declaraciones públicas de las compañías, pero que suelen ser muy poco operativas.
6. Este proceso puede rastrearse a través de los documentos políticos de la Comisión Europea. Comenzando por la Comunicación de la Comisión de 2001: *LIBRO VERDE. Fomentar un*

marco europeo para la responsabilidad social de las empresas, a la que siguieron una serie de documentos y estudios. En España una subcomisión parlamentaria de dos años de duración, produjo *El Libro Blanco de la RSE en España. Informe elaborado por la Subcomisión Parlamentaria de Responsabilidad Social del Congreso de los Diputados* en 2006. Estos documentos actualizan las iniciativas internacionales, nacionales y regionales en la materia.

7. Sirva como ejemplo que ya en 1999, el *Journal of Business Ethics*, dedica un número monográfico a la "ética empresarial en España" (Volume 22, Issue 3, November 1999). El número, editado por A. Argandoña, revisa las contribuciones históricas y contemporáneas a la disciplina y se hace portavoz de la entonces joven rama española de EBEN.
8. Puede verse, sobre esto, la Tesis doctoral de M. A. Arráez, *La fundamentación normativa de la ética empresarial: una propuesta sobre la justicia y el cuidado como valores centrales*, Granada, 2013 (p. 45 y ss.).
9. Piénsese sólo en este detalle: en la mayoría de las grandes empresas cotizadas es muchísimo más difícil identificar a los propietarios individuales que a los empleados, clientes, proveedores y autoridades públicas relevantes. Los propietarios, incluso cuando se trata de familias o individuos identificables, lo son a través de fondos de inversión o instituciones en las que pueden entrar y salir; además los propios fondos e inversores particulares pueden decidir "salir" de una empresa de un día para otro. Es decir, la "propiedad" es una relación muy fluida, mientras que las relaciones de trabajo, contratos de suministro, confianza de los clientes, etc., son relaciones mucho más rígidas y permanentes. Ante esta realidad ¿de quién es, realmente, la empresa?
10. Las éticas de la virtud (relacionadas con la tradición aristotélica y tomista) tienen muchos defensores en este campo: proporcionalmente quizá más que cualquier otra tradición. La propia doctrina social de la iglesia es discutida con frecuencia como fundamento de la ética empresarial. Por otro lado, casi cualquier aproximación a la ética (desde el feminismo y la ética del cuidado hasta la ética ecológica) admite un uso como fundamento de las normas de ética empresarial. Lo cierto es que como teorías completas y coherentes de ética organizacional, los enfoques basados en el contrato social o bien en la ética del discurso, parecen más prometedores.