

Ética empresarial y Globalización¹

Autor: Josep Miralles Massanès

Resumen

Este artículo reflexiona sobre la relación existente entre ética empresarial y procesos de globalización y concluye que es necesario un nuevo concepto de empresa capaz de realizar las funciones sociales y económicas que la globalización exige.

La distinción entre ética y moral sirve para reflexionar sobre los límites de las diferentes interpretaciones de la Responsabilidad Social de las Empresas. Frecuentemente las empresas afrontan la “triple cuenta de resultados” sin integrarla realmente en la gestión empresarial, sin diálogo con sus *stakeholders* y en una perspectiva guiada por consideraciones exclusivamente estratégicas. Se defiende que la RSE supone una gestión integrada económico-social y ético-estratégica.

Palabras clave: Ética empresarial, Responsabilidad Social de la Empresa, *Corporate Citizenship*, ética, moral, globalización, empresa, sociedad civil, *governance*.

¹ Este artículo se basa en la ponencia “Ética y globalización” presentada en el Seminario luso-español de Ética Empresarial “A Ética como instrumento de gestao” celebrado en Bqraga el 28 de enero de 2004, cuyo texto se ha publicado en la revista portuguesa *Broteria* Nov. 2004. El presente artículo se basa en dicha ponencia pero introduce algunas correcciones en el texto, fruto de la discusión con el Departamento de Ciencias Sociales de

Abstract

This article addresses the relationship between business ethics and globalization processes. It concludes that we require a new concept of company, able to perform the social and economic functions that globalization demands.

The distinction between ethics and morals serves to reflect on the limits of the various interpretations of corporate social responsibility (CSR). Companies often tackle the “triple bottom line” without really integrating it into their business management, with no dialogue with their *stakeholders*, and from a standpoint guided by purely strategic considerations. It is argued that CSR presumes an integrated economic-social and ethical-strategic management.

Key words: Business ethics, corporate social responsibility, corporate citizenship, ethics, morals, globalisation, company, civil society, governance.

I. Introducción

La reflexión sobre la Ética Empresarial (EE) y sobre la Responsabilidad Social de las Empresas (RSE) se remonta al siglo XIX pero se ha desarrollado de una manera espectacular en los últimos años, al amparo del renovado y más intenso protagonismo económico y social de las empresas en el contexto de la globalización. Este artículo quiere reflexionar sobre la relación existente entre la ética empresarial y los procesos de globalización.

Para ello se empieza poniendo en cuestión que la empresa y la globalización sean realidades unívocas y previamente conocidas para concluir que la reflexión sobre ética y globalización debe llegar, si es consecuente, a un nuevo concepto de empresa capaz de realizar las funciones sociales y económicas que el nuevo contexto global le exige.

La distinción entre ética y moral, corriente en el mundo académico, sirve para distinguir las diferentes interpretaciones que el mundo empresarial hace de la Responsabilidad Social de las Empresas (las “morales” empresariales actuales) de la reflexión ética que puede hacerse sobre estas morales particulares, reflexión que tiene un horizonte tendencialmente universal, acorde con el horizonte de la globalización.

La globalización es descrita como una gran transformación social cuyos protagonistas más importantes son las empresas, los gobiernos y la sociedad civil. Estos “actores” se enfrentan a la responsabilidad de resolver los grandes problemas que afectan a la humanidad: la pobreza y el subdesarrollo, la convivencia entre culturas diferentes y la sostenibilidad de la vida sobre el planeta. Para enfrentarse a estos grandes retos hará falta democratizar las decisiones que afectan al conjunto de la humanidad.

De acuerdo con estos grandes desafíos, la reflexión actual pide a las empresas que se enfrenten a una triple responsabilidad (triple bottom line): económica, social y medioambiental. Con frecuencia las empresas afrontan estos desafíos sin integrarlos en el conjunto de la gestión empresarial, sin diálogo con sus *stakeholders* y en una perspectiva guiada por consideraciones exclusivamente estratégicas. Frente a estas posiciones, se defiende que la RSE supone una gestión integrada a la vez económico-social y ético-estratégica.

La RSE refleja la aportación que las empresas pueden hacer a unas sociedades en rápida transformación para que dichas sociedades sean a la vez más desarrolladas y más justas. Para ello deben realizar su aportación específica e insustituible. Sin embargo el logro de estas metas para cada sociedad será el resultado de la interacción de los tres actores antes reseñados: no sólo las empresas sino también los gobiernos y la sociedad civil. Por esto el verdadero reto actual consiste en construir plataformas en donde cada actor pueda adquirir conciencia de los ámbitos de su responsabilidad y pueda practicar con los demás actores un 'partenariado' cada vez más necesario.

II. ¿De qué estamos hablando?

El título de este artículo sugiere que a partir de un concepto claro de empresa y de ética surge la pregunta de como incide la globalización (también entendida de a manera unívoca) en estas realidades previamente conocidas. De este modo, reflexionar sobre la ética empresarial (EE) en la globalización significaría repasar algunos de los nuevos dilemas éticos a los que se ve enfrentada la empresa al operar en un contexto global: por ejemplo, la diversidad de legislaciones y los vacíos legislativos que se dan con frecuencia, los problemas que plantea operar en entornos donde la corrupción es mucho más fuerte y habitual que en la UE, la diversidad cultural y social y por lo tanto la problemática del trabajo de mujeres y niños en contextos donde ambos grupos no tienen reconocidos sus derechos ni en la teoría ni en la práctica.

Todos estos problemas son importantes pero en la realidad reciben soluciones muy distintas según sean los presupuestos a los que se ha aludido anteriormente. Por ello es importante comenzar aclarando que se entiende por empresa y por EE.

a) La empresa

La empresa ha sido una protagonista destacada de las grandes transformaciones económicas, sociales y culturales que ha vivido el mundo a partir de la revolución industrial. Desde una perspectiva social, la empresa ha tenido una función ambivalente: la historia del siglo XIX está llena de ejemplos de explotación del trabajo de mujeres y niños, de largas jornadas de trabajo y de represión de las legítimas reivindicaciones obreras. Pero también es verdad que la empresa ha sido la gran creadora de riqueza de las sociedades occidentales y ha distribuido bastante eficazmente esta riqueza al crear empleo. Desde esta perspectiva del cambio social y económico, se

puede afirmar que la sociedad de principios del siglo XXI es una sociedad de organizaciones y que las empresas (las organizaciones económicas) son protagonistas decisivas de las grandes transformaciones sociales en curso.

Desde esta perspectiva, la empresa ya no puede ser entendida simplemente como una “máquina de hacer dinero” en el contexto competitivo del mercado, aunque como motivación, el deseo de beneficio siga siendo decisivo. La empresa se ha convertido en un actor social que se interroga (o a la que se interroga) sobre cual ha de ser su aportación a la sociedad. Dicho en términos más rigurosos, la empresa se enfrenta a la cuestión de su legitimidad: una cuestión a la vez ética y sociológica y esta legitimidad es correlativa a su contribución a un desarrollo que sea humano y sostenible².

En este contexto, la Ética Empresarial (EE) no puede ser entendida como la respuesta que la empresa tradicional (bajo el paradigma legitimador de la mano invisible del mercado) da a determinadas cuestiones o dilemas calificados de “éticos”. La ética empresarial ha de ser entendida como una perspectiva y un proceso por el que toda la gestión es vista a una nueva luz. Es una manera integradora de plantear todos los retos de la gestión teniendo en cuenta su dimensión humana, es decir, los valores que van implicados en las decisiones, las consecuencias que tales decisiones tienen en las personas y grupos involucrados en la empresa (*stakeholders*), la contribución de la empresa al bienestar del entorno comunitario y a la gobernabilidad de la sociedad. La primera forma de entender la ética empresarial deja a la empresa tal como era antes, añadiendo actuaciones puntuales. El segundo concepto de ética, si se adopta como perspectiva, transforma el concepto de empresa y la manera de entender su gestión. Esto no quiere decir que la empresa deje de ser rentable sino que ha de buscar activamente articular su propio beneficio económico en el nuevo contexto ético y social, del mismo modo que en épocas anteriores se ha integrado en un nuevo contexto fiscal, laboral o de marketing.

b) La globalización

Tampoco la globalización es una realidad ni un concepto unívoco. Los comienzos de la globalización han estado presididos por el neoliberalismo, una ideología optimista y economicista que ha visto en la liberalización, la privatización y la desregulación de las actividades económicas una panacea que solucionaría los problemas de la humanidad y la llevaría a una situación de gran prosperidad. En este contexto, en el que se pide al Estado que reduzca su dimensión y su intervención en la vida social y económica, aparecen los conceptos y las prácticas que dan forma concreta al debate

² Tomamos el concepto de desarrollo humano que utiliza el programa de las Naciones Unidas para el desarrollo: un desarrollo no sólo económico (medido por la renta per cápita) sino que proporcione mayores oportunidades de vida larga y saludable y de educación a toda la población. Este desarrollo debe ser sostenible tanto desde el punto de vista medioambiental como social.

actual teórico y práctico sobre la ética empresarial: la “responsabilidad social de la empresa” (RSE) y la “ciudadanía corporativa” (CC).

- En este debate, algunos critican tales conceptos y prácticas entendiéndolas como una intromisión de las empresas (o de sus directivos) en cuestiones que propiamente son de competencia política, una intromisión que es innecesariamente gravosa para los accionistas o para los clientes de las empresas³.
- Para otros, que comparten la ideología neoliberal con los anteriores, la disminución del papel del estado en la vida social necesita como contrapartida que las empresas y la sociedad civil asuman nuevos papeles siempre sobre la base de la voluntariedad, sin coacción estatal de ningún tipo. En este contexto, la RSE y la CC son en realidad prácticas con una fuerte carga ideológica coherentes con el neoliberalismo empresarial. La RSE y la CC se invocan como sustitutos del estado de Bienestar, o más bien estarían llamadas a paliar las consecuencias sociales de su desmantelamiento⁴.
- Para otros, la RSE y la CC son nuevas prácticas que la empresa debe incorporar desde otra perspectiva. Se adopta una visión estratégica que sitúa la empresa en el largo plazo, y entonces ciertas cuestiones adquieren una gran importancia: cuestiones como la motivación de los empleados y su sentido de pertenencia a la empresa, la reputación que la empresa adquiere en la sociedad, la legitimidad y el “contrato implícito” que la empresa y la sociedad establecen. En respuesta a estas cuestiones, la RSE y la CC se refieren especialmente a la relación de las empresas con sus múltiples *stakeholders*, mientras que la Acción Social se refiere normalmente, en este contexto, a la relación de la empresa con la comunidad más inmediata en la que se inserta y especialmente con sus colectivos más desfavorecidos. En uno y otro caso, la perspectiva es fundamentalmente estratégica: la RSE, la CC y Acción Social son medios para conseguir creación de valor para el accionista, el único stakeholder que define el fin último e indiscutido de la empresa. En esta perspectiva, el “respeto”⁵ a la realidad social y humana de los *stakeholders* como actitud y motivación de la empresa queda en segundo lugar aunque no totalmente descartado. Se confía en que el juego ‘win win’ entre el interés estratégico de la empresa y el respeto a la dignidad y a los legíti-

³ Esta era la postura de M. Friedman en un artículo ya clásico: *The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Benefits* *New York Times Magazine* September 13, 1970

⁴ Duane Windsor “Corporate Citizenship. Evolution and interpretation” en ANDRIO, J. Y McINTOSH, M. (Ed.) *Perspectives in Corporate Citizenship* Greenleaf Publishing 2001 p. 39 - 53

⁵ “En esto consiste el respeto a los demás; significa tomar en serio sus necesidades e intereses y no verlos simplemente como recursos en el propio proceso decisorio, sino como condiciones limitadoras que modifican la definición misma del habitat propio, que deja de ser un ámbito cerrado y se convierte en un espacio compartido. A esto se refería Kant cuando hablaba del “imperativo categórico de tratar a los demás como seres valiosos en sí mismos” en GOODPASTER, K. Y MATTHEWS, Jr. J.B. “Can a Corporatio have a conscience? *Harvaerd Business Rewiew*, january – february 1982

mos intereses de los *stakeholders* evitará una elección difícil de la que nunca se habla. Lo que sí se subraya es que la ética ha de ser rentable, lo cual no se sabe si es una obviedad (una empresa económicamente no viable no puede durar) o si indica una preferencia por el interés económico por encima de principios de justicia.

Aunque hay matices importantes entre las distintas maneras de entender la RSE y la CC, ambas concreciones de la actual moral empresarial son acusadas con frecuencia de hacer el juego a la globalización neoliberal y de mantenerse en una visión puramente estratégica y “egocéntrica” de la empresa.

Por otra parte, la globalización ha ido mostrando su auténtica realidad: no se trata de un simple proceso económico, sino también de procesos políticos que han establecido nuevas reglas de juego en las políticas sociales de los Estados, en sus mercados de trabajo, en el comercio internacional y en los mercados financieros que han alcanzado una preponderancia nunca vista en tiempos anteriores. En estos procesos la globalización ha mostrado también su ambivalencia social: tiene sus ganadores pero también sus perdedores⁶

Por todo ello ha aparecido un significativo movimiento que inicialmente fue calificado de “antiglobalizador” pero que se ha ido definiendo a si mismo en la búsqueda de una “globalización diferente”, un movimiento que ha adquirido visibilidad en sucesivos Foros Sociales realizados en Porto Alegre y recientemente en Bombay⁷.

No hace falta compartir todas las premisas ni los proyectos de tales movimientos para aceptar algo que la perspectiva histórica ve muy claro: que la globalización es todavía un proceso abierto cuyo resultado final dependerá en gran manera de la actuación de los actores que intervienen en ella: especialmente los gobiernos, las grandes compañías multinacionales o transnacionales y los movimientos sociales (con frecuencia ejemplificados en grandes ONGs). Según sea la interacción de estos actores, una interacción que M. Castells define como de “geometría variable”, la globalización puede ser beneficiosa sólo para una parte de la humanidad (y esto sólo a corto término) hundiendo a la otra parte de la humanidad en situaciones de miseria y exclusión. Pero este no es el destino inexorable de la humanidad: la globalización puede reorientarse en beneficio de la mayor parte de la humanidad y puede abrir horizontes de bienestar, solidaridad y enriquecimiento humano nunca previsibles en los siglos anteriores⁸.

⁶ HELD, D. y McGREEN, A. *Globalización / Antiglobalización*, Barcelona, Paidós, 2003

⁷ Se puede encontrar excelente información sobre este amplio movimiento social en DÍAZ-SALAZAR, R. (Ed.) *Justicia global* Barcelona, Icaria- Intermón Oxfam, 2002

⁸ M. Castells lo expresa con fuerza al fin su gran obra sobre la Era de la información: “No hay un mal eterno en la naturaleza humana. No hay nada que no pueda ser cambiado por la acción social consciente e intencionada, provista de información y apoyada por la legitimidad. Si las personas están informadas, son activas y se comunican a lo largo del mundo; si la empresa asume su responsabilidad social; si los medios de comunicación se convierten en mensajeros en lugar de ser el mensaje; si los actores políticos reaccionan contra el cinismo y

Para ello hace falta una fuerte reorientación de la política, de la intervención de la sociedad civil y de las empresas. Es este nuevo contexto el que define en la actualidad la legitimidad de las empresas y su “contrato implícito” con la sociedad para ser protagonistas destacados de un desarrollo humano y sostenible.

III. Ética y moral

La filosofía académica distingue entre “ética” y “moral”, una distinción que aquí puede ser útil. La moral es el sistema de valores y de normas de un colectivo concreto. Como dice A. Cortina, la moral “siempre lleva apellido”: se habla de la moral cristiana, o budista; de la moral conservadora o progresista; de la moral de los mayores y la de los jóvenes. También se puede hablar de una “moral de los negocios”, entendiendo por ella las normas y valores que son los aceptados en el mundo empresarial⁹. Evidentemente, aquí habría que hacer muchas matizaciones porque el mundo empresarial es muy complejo y en él existen tradiciones morales muy diferentes según países, sectores, tamaño de las empresas, etc.

La ética, por otra parte, es una reflexión sistemática sobre las morales existentes, reflexión que busca la fundamentación, el desarrollo y el perfeccionamiento de las morales objeto de esta reflexión. Las distintas escuelas filosóficas (utilitarismo, kantismo, etc.) se distinguen por el criterio o la perspectiva que adoptan en esta reflexión crítica.

La distinción entre ética y moral resulta esclarecedora en el contexto de la globalización. Según lo dicho antes, RSE, CC, Acción Social (y otros nombres dados a la moral empresarial concreta, como “social corporate performance”) son “morales empresariales” particulares, desarrolladas en el contexto de la globalización, más o menos coherentes con la ideología neoliberal, que buscan la legitimación de las empresas¹⁰ en el nuevo contexto de la globalización neoliberal. En algunos casos, estas “morales”, desarrolladas coherentemente, llegarían a criticar los fundamentos de esta manera de entender y desarrollar la globalización. En otros casos cooperan simplemente a su legitimación.

restauran la fe en la democracia; si la cultura se reconstruye desde la experiencia; si la humanidad siente la solidaridad de la especie en todo el planeta; si afirmamos la solidaridad intergeneracional viviendo en armonía con la naturaleza; si emprendemos la exploración de nuestro yo interior, haciendo la paz con nosotros mismos. Si todo esto se hace posible por nuestra decisión compartida, informada y consciente, mientras aún hay tiempo, quizá entonces, por fin, seremos capaces de vivir y dejar vivir, de amar y ser amados” en CASTELLS, M. *La era de la información*. Madrid, Alianza Editorial, 1998 Vol. III, página 394

⁹ CORTINA, A. *Ética de la empresa*, Madrid, Trotta, 1994, páginas 27-33.

¹⁰ Empresas entendidas según el paradigma liberal liberal tradicional en que el accionista es el único stakeholder que puede definir legitimamente las finalidades de la empresa

IV. La globalización como una gran transformación social

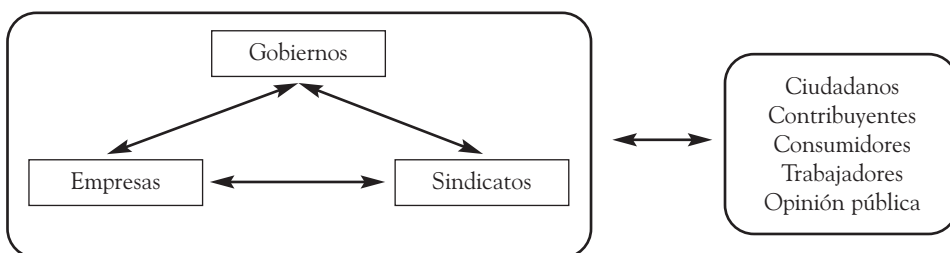
a) Nuevos actores que establecen nuevas relaciones

Reducir la globalización a un proceso económico de liberalización, privatización y desregulación que aumenta el comercio mundial, la transferencia de tecnología, la inversión extranjera directa y un nuevo protagonismo de los mercados financieros internacionales es una manera reduccionista de entender lo que realmente está sucediendo en nuestro mundo. En realidad, las nuevas tecnologías, las nuevas políticas neoliberales y una nueva cultura enraizada en los años setenta han propiciado una gran transformación económica¹¹, social, política y cultural que además está sucediendo a gran velocidad. Estas grandes transformaciones sociales no son homogéneas y con frecuencia son conflictivas y generan movimientos reactivos contra la globalización.

Pero tal vez lo más significativo de la globalización, al menos en los países avanzados, es la transformación de los actores sociales, de los protagonistas.

En lo que se han llamado “los treinta años felices” (desde el final de la 2ª. Guerra Mundial hasta las crisis del petróleo de los años setenta que marcan la entrada en una nueva etapa de la historia), los actores que adquirieron protagonismo en los Estados de Bienestar fueron los que componían el triángulo de la concertación (o el conflicto) social: los gobiernos, las empresas y los sindicatos.

Figura 1
Los actores sociales en la sociedad del Estado del Bienestar



En la nueva situación de la globalización estos actores en parte se modifican y en parte se resitúan. Se dice que los Estados se “adelgazán” (y que los gobiernos se vuelven menos intervencionistas). En realidad, el papel de los gobiernos sigue siendo fundamental, pero cambia su función: en un contexto de competencia mundial, su papel económico consiste en atraer inversiones y poner las bases de una economía

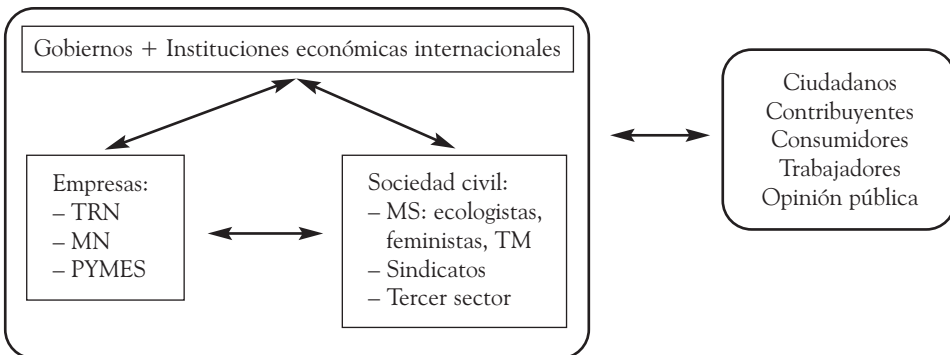
¹¹ Es decir de las empresas y de las reglas de juego en las que operan.

tecnológicamente en punta, asegurando condiciones de inversión extranjera directa (educación, infraestructuras).

Las empresas adquieren un protagonismo decisivo, sobre todo las grandes multinacionales y transnacionales; por otra parte las pequeñas y medianas empresas sufren la presión de un mercado mundial muy competitivo. Los sindicatos se han visto desbordados en parte por esta nueva situación.

Pero esto no es lo más significativo del tercer vértice del triángulo. Lo realmente importante es la nueva complejidad de la sociedad. El medio ambiente, la igualdad de la mujer, la gestión de la emigración y la multiculturalidad, la relación con los países más pobres o en vías de desarrollo: todo esto configura nuevas dimensiones de una sociedad civil más compleja porque está enfrentada a desafíos típicos de la globalización que desbordan (sin suprimir) la problemática laboral a cargo de los sindicatos. Por esto, la sociedad actual puede ser representada por otro triángulo, más complejo, y en el que sus vértices se resitúan. Movimientos sociales diversos se alinean al lado de los sindicatos. Las empresas viven la globalización de distintas maneras, los gobiernos adquieren nuevas funciones:

Figura 2
Nuevos actores de “geometría variable”



En esta nueva situación, las empresas adquieren un nuevo protagonismo social y por ello una responsabilidad diferente y con frecuencia mayor porque su poder (como corporación o como colectivo empresarial) se ha hecho más grande. Paradójicamente, la amenaza que sobre ellas plantea la competencia global (amenaza que las hace más frágiles) las hace más poderosas frente a unos gobiernos y una sociedad que las necesita y que ya no puede controlarlas. Las deslocalizaciones de empresas muestran esta situación de debilidad frente a la competencia mundial y de poder frente a las sociedades y territorios en los que se encuentran.

b) La nueva sociedad que se está construyendo

¿Cómo es esta nueva sociedad que más o menos consciente o inconscientemente estamos construyendo entre todos? Es una sociedad que abre perspectivas positivas nunca pensadas hasta ahora. Pero que para llegar a realizarlas debe superar desafíos que también son nuevos. La sociedad globalizada se enfrenta a tres desafíos fundamentales: el desafío de la supervivencia (que es el desafío de la pobreza), el de la sostenibilidad, y el de la convivencia multicultural. Para enfrentar estos desafíos debe abordar un cuarto reto que es a la vez fin y medio para conseguir los otros: la democratización de la gobernabilidad mundial.

La democratización global es el desafío más importante porque un rasgo típico de nuestro mundo es que problemas que se generan localmente tienen repercusiones globales. En efecto, la globalización se ha definido como la “acción a distancia”¹², o la “conectividad compleja”¹³ en la que la acción realizada tiene repercusiones (inmediatas o a largo término) muy lejos tanto en el espacio como en el tiempo.

Por ello la democracia a nivel estatal (por otra parte escasa y con mucha frecuencia manipulada y desnaturalizada, incluso en los países con tradición liberaldemocrática) debe ampliarse y llegar a las decisiones que, lejos del propio país, influyen decisivamente en la vida de las personas. Y esta democratización de la gobernanza global debe afectar a las grandes cuestiones antes expuestas de manera que el reto actual es el de conseguir lo que algunos han llamado los cuatro “contratos” mundiales: el contrato por el desarrollo y contra la pobreza, por la sostenibilidad, por la convivencia humana y el enriquecimiento de las distintas culturas y finalmente y a la vez como condición de los anteriores, el contrato por la democratización de la globalización¹⁴.

En estos cuatro contratos se juega la vida, la dignidad y el respeto de los derechos humanos para una parte importante, mayoritaria, de la sociedad mundial. En ello radica su carácter de “horizonte ético” en el que situar las prácticas empresariales de responsabilidad social y de ciudadanía corporativa. Evidentemente, este “horizonte ético” no reviste siempre la misma gravedad ni dramatismo. El horizonte de una pequeña o mediana empresa es muy distinto del de una multinacional porque su poder de influencia en la vida de sus *stakeholders* es muy diferente. Sin embargo el principio permanece válido: el desarrollo, la sostenibilidad, la convivencia humana y la democratización de la gobernanza mundial constituyen los retos éticos del presente, aunque en cada situación estos desafíos adquieren una configuración distinta que deberá analizarse cuidadosamente.

¹² GIDDENS, A. *Más allá de la izquierda y de la derecha*, Madrid, Cátedra, 1994, página 14.

¹³ TOMLINSON, J. *Globalización y cultura*, Méjico, Oxford U.P. 1999.

¹⁴ Groupe de Lisboa *Limites à la compétitivité*, Editions du Boréal / Editions la Decouverte / Editions Labor, 1997. Ch. 4

V. La responsabilidad social y la ciudadanía corporativa en el horizonte ético de la globalización

En correlación con los grandes retos de la sociedad global, la reflexión ética pide a las empresas que asuman sus responsabilidades tanto en el campo económico (de acuerdo con el concepto tradicional de empresa), como en el campo social y medioambiental (triple bottom line).

a) Desafíos éticos en una economía globalizada

La economía globalizada sitúa a las empresas en un entorno competitivo global. Esto supone, sin duda la aparición de grandes oportunidades de negocio pero también constituye una amenaza constante: la competencia puede surgir en cualquier país del mundo por parte de grandes o de pequeñas empresas. La reacción contra esta amenaza empuja a las empresas hacia una lógica en la que la supervivencia se convierte en el principio decisivo de acción: no sólo la supervivencia inmediata, como ha sucedido siempre, sino también la supervivencia posible en el futuro: por esto muchas empresas cierran factorías o las “deslocalizan” en momentos en que no sufren pérdidas; sin embargo alegan que tienen que prever el futuro y que sólo tomando estas medidas garantizan su supervivencia. De este modo se acentúa el conflicto entre la lógica económica de la empresa y su responsabilidad social o medioambiental.

Tres consideraciones parecen necesarias desde el punto de vista ético. En primer lugar, una cosa es hablar de viabilidad económica y de supervivencia y otra muy distinta hablar de optimizar beneficios. Las empresas “éticas” han de ser viables (una empresa no viable, pronto deja de existir). Pero las empresas no han de conseguir siempre los máximos beneficios. Ciertamente, esta distinción que sobre el papel es muy clara, no lo es tanto en la práctica, cuando la presión de la competencia amenaza a las compañías y, como se decía antes, los riesgos son impredecibles. Sin embargo, esta distinción puede continuar usándose, al menos como herramienta de trabajo, en el análisis de las situaciones. Por otra parte, existe ya una cierta evidencia empírica de que la lógica social y de la sostenibilidad (en el doble sentido económico y medioambiental) no está reñida con la rentabilidad, sino que al contrario la puede garantizar y/o incrementar a largo plazo¹⁵.

Esto nos lleva a la segunda consideración. Como se ha dicho antes, asumir la responsabilidad social y la ciudadanía corporativa es algo más que añadir unas prácticas determinadas a la gestión ordinaria y tradicional de la empresa. Se trata más bien de pensar la empresa y gestionarla incluyendo los resultados sociales y medioambientales en el baremo de su “éxito”. En el fondo de esta consideración está la creencia de que con inteligencia y creatividad, el éxito económico, social y medioambiental constituyen, en la mayoría de casos un juego “win-win”.

¹⁵ Ver sobre ello los resultados del Dow Jones Sustainability Index <http://www.sustainability-index.com> y los comentarios sobre el business case de la RSE en el Libro Verde de la Comisión Europea *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas* 2002

Porque, y esta es la tercera consideración, el respeto a los parámetros social y medioambiental no quiere decir que ciertas cosas no se puedan hacer: por ejemplo, cerrar factorías y/o deslocalizarlas. El problema en estos casos, ciertamente dolorosos y complejos puede que no sea “el que” sino el “como”. Ciertas empresas cierran una factoría pagando el mínimo legal a sus trabajadores y desentendiéndose del daño causado al entorno económico y social. Otras cierran factorías asumiendo la responsabilidad de recolocar a sus trabajadores y de potenciar económicamente la zona que abandonan¹⁶. Y hay ejemplos muy claros de que las empresas que con inteligencia han emprendido este último camino no han sufrido pérdidas por ello y son altamente rentables.

b) Retos sociales en un contexto globalizado

- Negociación y/o diálogo con múltiples *stakeholders*.

La lógica economicista antes citada ha sido correlativa a una lógica social y política de debilitamiento de los sindicatos y rebajas en el Estado de Bienestar. Por otra parte, el entorno económico globalizado ha provocado grandes flujos migratorios al menos en ciertas zonas de Europa. Es importante comprender que estas migraciones tienen un contexto muy distinto de las que llevaron a portugueses, italianos, turcos y españoles a Suiza, Alemania y Francia en los años sesenta. Entonces se creaban continuamente puestos de trabajo en los países y regiones receptoras de inmigración y a la vez se construía un Estado de Bienestar potente y capaz de asumir los nuevos retos sociales. Ahora los nuevos inmigrantes se encuentran con economías debilitadas, con un mercado de trabajo fragmentado y por lo tanto con restricciones legales y puestos de trabajo rechazados por los trabajadores de la sociedad receptora.

Por otra parte, la fragmentación del mercado de trabajo dibuja un mapa de exclusiones sociales en que cada colectivo tiene sus puntos débiles específicos: los jóvenes, las mujeres, los mayores, y por supuesto (como dimensión transversal) los inmigrantes.

Por esto el reto específico de la globalización a la responsabilidad social de las empresas en el ámbito social consiste en que estas asuman la complejidad de sus *stakeholders* estableciendo con ellos un diálogo real y constructivo. Esta puede ser la “piedra de toque” de una responsabilidad social realmente asumida frente a la acusación (bastante frecuente) de que bajo la reivindicación de “voluntariedad”, los empresarios encubren su deseo de liberarse de la presión obligatoria de la ley en el Estado de Bienestar y decidir, sin negociación ni diálogo, cuales van a ser sus prácticas de responsabilidad social.

¹⁶ LOZANO, JM y FOLGUERA, C. *Danone en Ulzama* Barcelona, IPES (Instituto Persona, Empres y Sociedad) ESADE, 2003

Frente a esta tendencia, la Unión Europea, en su Libro Verde *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*, preconiza un “multistakeholder dialogue” que asuma la complejidad social en los tiempos de globalización.

- Imagen y reputación

La globalización incide de otro modo en la compleja relación entre lo social y lo económico. La proliferación de *stakeholders*, su dimensión global, y las posibilidades de organización global abiertas por internet hacen que la empresa deba cuidar de un modo distinto su imagen y su reputación. En efecto, ambas se han convertido en un activo muy importante en el marco de la competencia global debido a que las diferencias entre los productos y servicios ofrecidos por las distintas compañías tienden a disminuir. Los clientes eligen más una marca que un producto y en este contexto, la imagen de la empresa y su reputación a lo largo del tiempo se vuelven decisivas. Esta situación hace que los *stakeholders* de la empresa tengan una nueva arma de negociación con la empresa: su capacidad de movilizar al público contra la empresa. Son conocidos los boicots a Nestlé, Shell y Nike y la rápida reacción de las grandes transnacionales farmacéuticas ante la campaña puesta en marcha por Oxfam Internacional sobre las patentes de los medicamentos contra el sida.

La cuestión de si las empresas asumen programas de responsabilidad social y de ciudadanía corporativa “solamente” como un elemento de su política de imagen y como una pieza de su estrategia de marketing ha hecho correr ríos de tinta. Y ciertamente es una cuestión importante porque aquí se encuentra una de los puntos clave que como se ha dicho antes distinguen un enfoque puramente estratégico orientado exclusivamente a la rentabilidad de la empresa o un enfoque respetuoso de los derechos sociales de los *stakeholders*. Notemos que en esta alternativa no se está hablando solamente de cuales son las “intenciones” o las motivaciones verdaderas de la compañía sino del alcance real que van a tener sus políticas y sus prácticas de responsabilidad social.

c) Gestión integrada económico-social y ético-estratégica

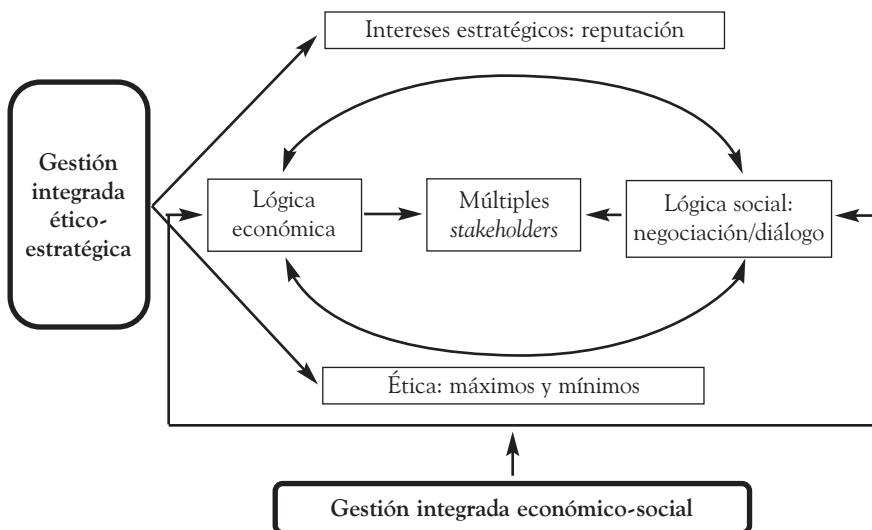
La reflexión ética introduce aquí dos parámetros importantes. Frente a la tendencia a definir por cuenta propia “su” responsabilidad social, sin tener en cuenta las legítimas expectativas de sus *stakeholders*, la ética introduce la noción de unos “mínimos de justicia” que en muchos casos deberían ser concretados a través de la legislación social¹⁷. La empresa, en su voluntaria asunción de la responsabilidad social no debería situarse por debajo de estos mínimos, incluso aunque la legislación todavía no los haya especificado ni los proteja. Ciertamente esto plantea cuestiones muy

¹⁷ CORTINA, A. *La ética de la sociedad civil*, Madrid, Anaya, 1994 y CORTINA, A. (Ed.) *Ética de la empresa* Madrid, Trotta, 1994, capítulos 1 y 2.

complejas a las compañías que operan en entornos sociales y culturales muy diferenciados y bajo gobiernos de muy distinta índole. La casuística es infinita y no puede eliminarse en breves recetas. Pero sí se puede decir que las compañías no deberían aprovecharse de la débil situación de los trabajadores de muchos países para sacar ventajas competitivas, incluso aunque la explotación de los trabajadores (especialmente mujeres y niños) se realice a través de empresas proveedoras subcontratadas.

El segundo parámetro es el de la “ética de máximos” que la empresa sí puede decidir libremente y que tiene que ver con la manera como la empresa se sitúa en su entorno social (que puede ser global): es decir la manera como la empresa se identifica a si misma y quiere ser identificada y reconocida por su entorno. Esta construcción de su propia identidad tiene que ver con los valores que realmente (y no sólo en los códigos de empresa) orientan su funcionamiento interno, su relación con los *stakeholders* y su estrategia competitiva.

Figura 3
Integración de:
Lógica económica y social
Gestión ética y estratégica



El cuadro sintetiza lo que se ha dicho en este apartado. La globalización hace más complejas las relaciones de la empresa con su entorno: además del estado y de los sindicatos tiene que tener en cuenta las demandas de un entorno social complejo

compuesto por diversos stakeholder que configuran un mercado laboral complejo y fragmentado. La empresa afronta entonces el reto de integrar la gestión de la empresa a la vez desde la perspectiva social y económica, porque en esta integración se juega su interés estratégico: defender su imagen y su reputación. Pero la perspectiva ética sitúa todo este conjunto bajo la luz de los mínimos de justicia que la empresa no puede definir arbitrariamente y de los máximos éticos que puede asumir libremente tanto por razones de índole ética como sabiendo que tendrán una positiva repercusión en su imagen y en su reputación.

d) Los retos medioambientales

La responsabilidad sobre el medio ambiente es el campo en el que el cambio de perspectiva impuesto por la globalización es más claro: los problemas medioambientales se generan localmente pero progresivamente van adquiriendo una repercusión global. Esto sucede no sólo como consecuencia de las acciones propias de cada empresa sino también por las relaciones globales que las empresas tienen en la actualidad. Una empresa puede no ser directamente contaminante, por ejemplo, pero cabe preguntarse si lo son sus proveedores.

La desigualdad de legislaciones es también típica de las cuestiones medioambientales. La conferencia de Río y el posterior Protocolo de Kyoto han sido aplicados de manera muy desigual por los Estados. El problema es grave porque (como sucede también en los temas sociolaborales tratados en el tema anterior) la ausencia de un marco legislativo común perjudica a las empresas que quieren ser responsables con el medio ambiente al someterlas a la competencia de las compañías menos escrupulosas.

Frente a la cuestión del medio ambiente se pueden hacer algunas observaciones que coinciden con lo que se acaba de decir a propósito de los problemas sociolaborales: la necesaria integración de las perspectivas económica, social y medioambiental y la doble perspectiva estratégica y ética.

Lo que constituye el campo específico de la ética empresarial respecto al medio ambiente es que plantea el problema de la gestión del riesgo (aunque esta problemática no es sólo medioambiental). También aquí la apelación a los mínimos de justicia parece pertinente. Cuando los riesgos afectan a derechos básicos de las personas como el derecho a la salud, parece que no puede esperarse a que se pruebe el efecto dañino de una acción sino que basta una probabilidad, aunque sea baja para impedir realizarla. Evidentemente, este principio es muy restrictivo y por otra parte el riesgo tolerable varía de una sociedad a otra según la cultura, el nivel de desarrollo y otras variables. Por ello esta problemática remite al último desafío citado anteriormente en el apartado 2b): el desafío de la democratización. En realidad, cada sociedad debería decidir en un debate realmente democrático, bien informado y no manipulado los riesgos que quiere asumir y el coste alternativo que conlleva el evitarlos. Evidentemente la organización de este debate no es incumbencia directa de cada empresa,

pero el colectivo empresarial debería sentirse responsable del nivel de seguridad y sostenibilidad medioambiental de su sociedad y progresivamente, del mundo entero¹⁸.

VI. De la “responsabilidad social de la empresa” y la “ciudadanía corporativa” a la empresa responsable creadora de “riqueza ética”

En los apartados anteriores se enfocó la ética empresarial a partir de la perspectiva de los *stakeholders*, es decir de los “involucrados” en las decisiones de la empresa tanto si tienen poder para influir sobre ellas como si no. De pasada se ha aludido a la “ciudadanía corporativa” pero sin desarrollar este aspecto de la ética empresarial.

Se ha dicho antes que en el contexto de la gestión estratégica de la empresa orientada exclusivamente a los beneficios (lo que se ha llamado visión economicista de la empresa), la “ciudadanía corporativa” ha sido frecuentemente entendida (y limitada) a un cierto interés por el entorno social en su conjunto (lo que distinguiría esta perspectiva de la de los *stakeholders*),

Esta perspectiva puede ser muy limitada (sobre todo si es exclusiva) pero apunta a una cuestión muy importante: el entorno de la empresa no está formado solamente por un conjunto de colectivos y personas (*stakeholders*); es también una “comunidad” y/o una sociedad cuyas dimensiones hay que definir en cada situación. En el contexto que antes se ha explicado, las empresas descubren que tienen responsabilidad sobre este entorno. El caso de Danone, antes citado, y la manera como llevó a cabo el cierre de su fábrica en Ulzama es paradigmático: Danone se sabía responsable no sólo del empleo de sus trabajadores sino también del desarrollo económico del valle y se comprometió eficazmente a reindustrializarlo.

Este compromiso que debería ser primariamente económico (puesto que la empresa es una institución económica) puede extenderse a dimensiones sociales y culturales, dentro del marco de la “voluntariedad” de la acción social de las empresas. Desde esta perspectiva muchas empresas dan apoyo a actividades sociales y culturales en su entorno, como pueden ser la ayuda a discapacitados, la promoción del deporte o de las artes, etc.

Este compromiso con la “comunidad” adquiere nuevas dimensiones con la globalización. La globalización se caracteriza por el desarrollo de grandes empresas multinacionales y transnacionales. Dos preguntas se plantean ante este nuevo dato: ¿Qué poder tienen estas gigantescas empresas? ¿Cuál es por así decirlo, su “entorno” o su “comunidad”: el mundo entero?

El poder de la grandes transnacionales es inmenso, aunque esté sometidas a la

¹⁸ ETXEBERRÍA, X. *La ética ante la crisis ecológica*, Bilbao, Deusto, 1995 y GIDDENS, A. *Más allá de la izquierda y de la derecha*, cap. III.

competencia del mercado y en este sentido puedan con frecuencia sentirse frágiles. Su poder deriva de su capacidad de invertir creando riqueza, empleo y desarrollo tecnológico. Los estados se doblegan ante ellas para atraer sus inversiones; la sociedad civil y los sindicatos difícilmente pueden enfrentarse a los intereses de unas compañías que pueden trasladarse a otros lugares. Dicho rápidamente, un gobierno y una sociedad civil “locales” difícilmente pueden negociar de igual a igual con transnacionales globales.

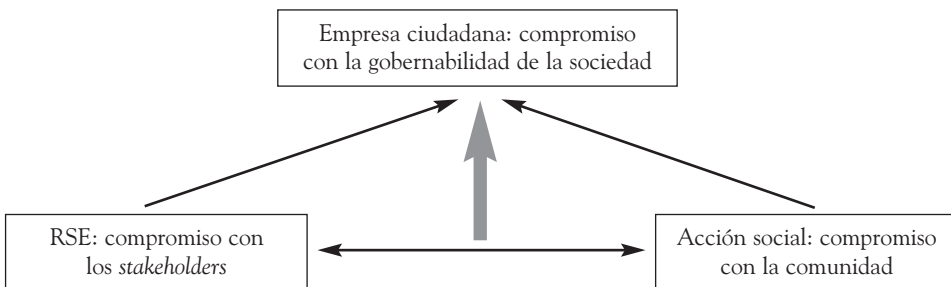
Desde el punto de vista ético, la responsabilidad es proporcional al poder: a mayor poder, mayor responsabilidad. Si el entorno de las transnacionales es el mundo globalizado, su responsabilidad tendrá este mismo alcance.

Esta reflexión remite a la que antes se ha hecho sobre la necesaria democratización de la gobernabilidad (o gobernanza) mundial. En el contexto de la globalización la rígida separación de instituciones que ha alimentado el modelo neoliberal (autonomía plena para las empresas, gobiernos “mínimos”) no se puede mantener. Los problemas de alcance global hay que enfrentarlos globalmente, no bajo un estado mundial que probablemente podría ser muy poco democrático, sino bajo un modelo flexible de gobernabilidad en el que los diferentes poderes globales puedan equilibrarse pero donde los grandes problemas cuenten con el suficiente apoyo para ser tratados y resueltos.

En este contexto, en el que la gobernabilidad global aparece como el horizonte necesariamente político de los problemas y las esperanzas suscitadas por la globalización, las empresas deben contribuir a ella desde su perspectiva específica (primariamente económica, pero integrando en su gestión, como se ha dicho antes, lo social y medioambiental).

Esta perspectiva de responsabilidad sobre la gobernabilidad de sociedades complejas es la que guía la reflexión que lleva a pensar la empresa como “empresa ciudadana” (distinguiendo este concepto del de “ciudadanía corporativa” utilizado en contextos más proclives a justificar la globalización tal como se ha realizado hasta ahora).

Figura 4
Dimensiones y desarrollo de una ética empresarial en el contexto de la globalización: hacia la empresa ciudadana



Este concepto de empresa implica un determinado análisis de la sociedad. Es una posición crítica, consciente de los grandes problemas que afectan a la humanidad en la era de la globalización y que se plantea las causas estructurales de estos problemas.

Cabe la pregunta de si no se está pidiendo a las empresas más de lo que legítimamente se les puede exigir. En efecto, en una economía de mercado, las empresas buscan su propio interés y la sociedad afronta los problemas del bien común a través de instituciones políticas y sociales pero no económicas.

Esto ha sido así hasta ahora pero la realidad es que el poder de las empresas afecta a la sociedad global, a su bienestar y a su convivencia. Si antes podían desentenderse del bien general de la sociedad, ahora pueden, pero no deberían hacerlo.

Sin embargo, es cierto que las empresas no están preparadas para asumir esta responsabilidad y que fácilmente pueden hacerlo mal y sin verdadero mandato democrático para ello: surgen aquí las viejas objeciones de M. Friedman a la RSE. Ello hace pensar que el auténtico problema es recomponer las relaciones entre los grandes actores de la globalización: los gobiernos, las empresas y la sociedad civil, de modo que se creen los foros necesarios para que los tres actores puedan comprender el alcance de su responsabilidad y descubran, en el diálogo y la negociación, sus responsabilidades específicas, estableciendo relaciones de partenariado con los otros actores, de modo que¹⁹.

- El estado no debe pretender ser único piloto de la nave social, ni debe pretender extender indefinidamente su presupuesto y su poder. Pero no debe desentenderse de los problemas del bien común y de la justicia, y debe enfrentarlos, sea directamente, sea liderando la colaboración con la sociedad civil y/o con el mundo empresarial.
- Es necesaria una sociedad civil organizada y fuerte, suficientemente plural, que sea a la vez escenario y actor de los grandes debates públicos sobre las nuevas cuestiones éticas, sociales y políticas que la misma sociedad civil se plantea.
- Las empresas no deben sustituir a las instituciones del Estado de Bienestar pero si pueden colaborar con él. La negociación y el diálogo entre los tres actores (a distintos niveles) son necesarios para un correcto funcionamiento de la sociedad.

Esta manera de ver la sociedad no implica que la sociedad sea espontáneamente armónica. En ella continúan existiendo intereses contrapuestos, a veces legítimos, a veces no. Sin embargo la negociación y el diálogo deben ser siempre los caminos de resolución de conflictos, de manera que la fuerza sea progresivamente menos decisiva. Por esto la ética, que no se impone por coacción sino por convicción será siempre necesaria para el progreso de la humanidad.

¹⁹ DONALDSON, T. "The Ethical Wealth of Nations" *Journal of Business Ethics* vol. 31, num. 1 (2001), p. 25-36. Publicado en catalán en *Idees. Revista de temes contemporanis*, Barcelona, Generalitat de Catalunya, num. 11 con el título "La riqueza ética de les nacions".

Bibliografía

- AART, Jan (2000): *Globalization: A critical introduction*, Palgrave.
- CAMACHO, I., FERNÁNDEZ, J.L., MIRALLES, J. (2003): *Ética de la empresa*, Bilbao, Desclée de Brouwer.
- CASTELLS, M. (1998): *La era de la información*, 3 vol. Madrid, Alianza Editorial.
- CORTINA, A. (ed.) (1994): *Ética de la empresa. Claves para una nueva cultura empresarial* Madrid, Trotta.
- DONALDSON, T. (2001): "The Ethical Wealth of nations" *Journal of Business Ethics* vol.31, num. 1, páginas 25-36
- LOZANO, J.M. (1999): *Ética y empresa* Madrid, Trotta.
- LOZANO, J.M. (2002): *La empresa ciudadana: un reto de innovación* ESADE, Barcelona.
- MIRALLES, J. (2002): "Amenazas y oportunidades para la Responsabilidad Social de la Empresa" *Papeles de Ética, Economía y Dirección*, número 8, 2003, páginas 217-235
- Unión Europea Libro Verde *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de la empresas* Editado en Barcelona, IPES (ESADE).