

Responsabilidad Social de la Empresa y Ética: la conexión faltante en el Libro Verde

Raúl González Fabre, SJ¹
Septiembre 2008

En el año 2001 la Comisión Europea propuso un Libro Verde con el título "Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas"². La existencia de este documento oficial ha provisto en efecto de un marco conceptual a la discusión sobre RSE en Europa, de manera que, como tuvimos ocasión de comprobar en un reciente Taller de Doctorandos organizado por la Cátedra Javier Benjumea en Cercedilla (julio 2008), los jóvenes investigadores en este campo fácilmente toman la definición del Libro Verde como referencia central para los fundamentos teóricos de sus trabajos doctorales.

En este escrito pretendemos abordar un aspecto crucial de la problemática en torno a la idea de RSE, a partir de la discusión del concepto propuesto en ese Libro Verde. Nuestra tesis central es que tal concepto resulta insuficiente porque carece de conexión interna con la Ética, entendida como saber práctico acerca de la obligación racional. Esa carencia le impide captar la diferencia básica entre lo moralmente opcional y aquello que no lo es. La RSE queda reducida así a una heurística para la toma de decisiones con vistas al incremento del propio beneficio, cuyo terreno de validación ya no es el ético sino el de los resultados económicos de la empresa. Ello, a su vez, genera una confusión considerable en el discurso sobre la RSE, y lo hace especialmente vulnerable a la crítica desde la izquierda que sospecha por principio de la actividad empresarial.

1. El concepto de RSE

El Libro Verde ofrece esta suerte de 'concepto sinóptico' de la RSE:

La mayoría de las definiciones de la responsabilidad social de las empresas entienden este concepto como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores. [LV, 20]
Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo «más» en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores. [LV, 21]

Banerjee³ (2007:16 ss.) alinea esta definición con otra media docena provenientes de la literatura especializada y de otras agencias, para abstraer los siguientes tres rasgos de la concepción actual de

¹ Publicado en Camino Cañón Loyes, Alicia Villar Ezcurra (eds.) (2009), *Ética pensada y compartida: libro homenaje a Augusto Hortal*, U.P. Comillas. ISBN 978-84-8468-257-8, págs. 205-226.

² **Comisión Europea (Bruselas)**. *Libro Verde ; Fomentar Un Marco Europeo Para La Responsabilidad Social De Las Empresas*. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas, 2001.

Citamos el Libro Verde con las siglas LV seguidas del número del párrafo según la numeración del mismo Libro.

³ **Banerjee, Subhabrata Bobby**. *Corporate Social Responsibility : The Good, the Bad and the Ugly*. Cheltenham, Glos, UK ; Northampton, MA: Edward Elgar, 2007.

la RSE: (i) Incluye un compromiso de la empresa, expresado a través de políticas y acciones; (ii) que va más allá de la ley y de las 'obligaciones mínimas' de la empresa; (iii) y por ello es discrecional, de manera que no puede ser reclamado ante los tribunales.

El Libro Verde sitúa su definición de RSE dentro del siguiente marco:

Cada vez es mayor el número de empresas europeas que fomentan sus estrategias de responsabilidad social en respuesta a diversas presiones sociales, medioambientales y económicas. Su objetivo es transmitir una señal a los interlocutores con los que interactúan: trabajadores, accionistas, inversores, consumidores, autoridades públicas y ONG. Al obrar así, las empresas invierten en su futuro, y esperan que el compromiso que han adoptado voluntariamente contribuya a incrementar su rentabilidad. [LV, 1]

Los puntos de referencia quedan así más claros. La línea de base viene constituida por las obligaciones legales de la empresa, las cuales establecen un mínimo que no puede transgredirse.

¿Un mínimo de qué? En principio, de responsabilidad hacia la sociedad, esto es, de responsabilidad social. Pero como la definición del Libro Verde utiliza 'responsabilidad social' sólo para lo que está por encima de tal mínimo, a fin de evitar confusiones lo llamaremos mejor la 'responsabilidad legal' de la empresa.

La empresa puede asumir compromisos voluntarios en sintonía con las preocupaciones de diversos grupos sociales (sea los intereses inmediatos de esos grupos, sean sus inquietudes por el bienestar social general), por encima de esta responsabilidad legal. Tal como lo concibe el Libro Verde, esto se hace como respuesta a presiones exteriores (*push factor*), y con mentalidad inversora, esto es, con el objetivo último de incrementar la rentabilidad de la empresa (*pull factor*).

La idea de 'presión' sugiere cierta capacidad de amenaza sobre la empresa de grupos exteriores a ella. La empresa depende de la colaboración voluntaria de sus contrapartes en los diversos contratos: trabajadores, proveedores, clientes, prestatarios, inversionistas... Hay una forma de sanción no coactiva (a diferencia de las legales), que los miembros actuales o potenciales de estos grupos de contrapartes pueden ejercer: denegar su colaboración a la empresa, no contratar con ella. En el extremo, la empresa puede llegar a deslegitimarse hasta tal punto que se convierta en un 'apestado social' a los ojos de ciertas colectividades, de manera que cualquier colaboración con ella 'manche' a su vez a quien la realice. Evidentemente, cuanto mayor sea el segmento de posibles colaboradores de la empresa en cada categoría que deciden sancionarla denegándole su colaboración, más se reducen las opciones de la empresa y, con ello, las perspectivas de sostenibilidad de sus operaciones en el largo plazo. La asunción de un compromiso voluntario de la empresa con preocupaciones importantes para algunos grupos relacionados con sus operaciones o afectados por ellas, es una manera de "enviar un mensaje" a esos grupos buscando legitimidad a sus ojos, de manera que las oportunidades de colaboración para la empresa se amplíen.

A su vez, esa ampliación de oportunidades (o la prevención de que algunas oportunidades existentes se cierren) puede considerarse como una inversión, quizás en un plazo medio-largo, pero de cualquier forma una inversión que deberá reflejarse en la cuenta de resultados. Cuidando de no negar explícitamente otras alternativas, el Libro Verde nos ofrece así lo que puede llamarse una definición estratégica de la RSE: la empresa realiza ciertas acciones voluntarias con vistas a mejorar su rentabilidad. No hay pues conflicto, al menos en los plazos medios y largos, entre los intereses de los propietarios del capital y las preocupaciones sociales y medioambientales a las que la empresa atiende con su 'responsabilidad social'. Salvo error en el cálculo estratégico, no hay conflicto entre RSE y rentabilidad porque de entre todas sus opciones no legalmente mandatorias, la empresa ha escogido precisamente aquellas que estima que le producirán réditos de medio o largo plazo, dejando a un lado las otras.

La responsabilidad legal establece un marco de reglas de juego comunes a todas las empresas que operan en un cierto mercado o segmento de éste. Por ello, no supone en principio (no debe suponer, si la ley está bien elaborada y es bien aplicada) una ventaja competitiva para ninguno de los concurrentes a ese mercado. Con la responsabilidad social, como es entendida en el Libro Verde, ocurre lo contrario: forma parte justamente de las estrategias de diferenciación de la empresa o de sus marcas respecto a los competidores, por lo que puede suponer una ventaja competitiva importante, principalmente en términos de imagen y sus consecuencias (prevención de conflictos, facilitación de contratos, atracción de recursos). De hecho, sólo así se justifica económicamente el incurrir en costes por encima de los legalmente requeridos.

El concepto de RSE del Libro Verde puede entonces graficarse como en la figura 1:

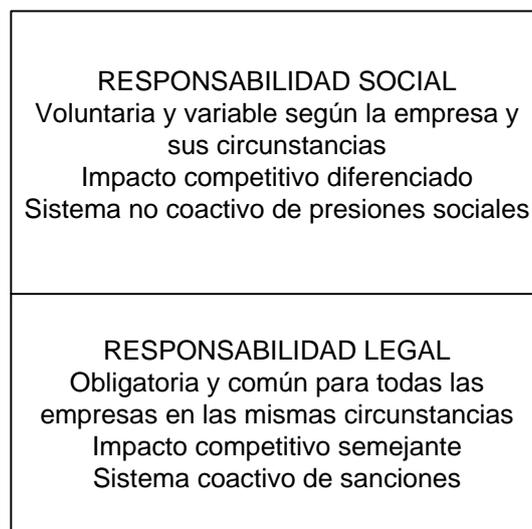


Fig. 1: RSE según el Libro Verde

2. Un problema práctico

En torno a este concepto de RSE pueden plantearse dos problemas. El primero es de índole práctica, y nos limitaremos aquí a reseñarlo, para retomarlo al final del artículo. El segundo ofrece mayor interés teórico, de manera que constituirá el centro de nuestra discusión a partir del siguiente epígrafe.

El problema práctico consiste en que, desde este concepto de RSE, la justificación del compromiso de la empresa con acciones que van más allá de su responsabilidad legal estriba principalmente en la contribución de esas acciones a la sostenibilidad y rentabilidad de la empresa. Pero, tras décadas de estudio de casos, la evidencia empírica no es concluyente. Metaestudios realizados sobre más de un centenar de estudios centrados en la relación entre el compromiso con los intereses y preocupaciones de los grupos afectados por la empresa y la rentabilidad de ésta, concluyen que no puede afirmarse ni una relación positiva ni una relación negativa (Banajee 2007:25).

Esta conclusión no es difícil de explicar. Un compromiso sustancial con la RSE supone para la empresa incurrir en costes adicionales a los mínimos que la legalidad y el mercado le impondrían. Si no van a ser restados del beneficio del capital, esos costes adicionales han de ser cargados sobre los clientes de la empresa. La decisión del cliente se toma así sobre un paquete mixto que incluye un valor económico más otro social y/o medioambiental. En un entorno competitivo, sólo en la medida en que haya clientes dispuestos a pagar un plus económico por las ventajas sociales y/o medioambientales del producto, el resultado de la empresa se mantendrá inalterado. Y si el número de estos clientes es tan grande que permite economías de escala, entonces el precio podrá disminuir hasta volver a ser competitivo con el de empresas que no asuman ningún compromiso RSE. En ese caso, con mayores ventas a igual precio, el beneficio resultante se habrá incrementado. Un razonamiento análogo puede hacerse respecto a los inversores, y por tanto a la capacidad de la empresa para mantenerse competitiva desde el punto de vista tecnológico, del marketing, etc. Como se notará, para mantener la rentabilidad ese esquema requiere, al menos en la primera fase de implementación de una iniciativa sustancial de RSE, no sólo un compromiso voluntario por parte de la empresa sino también por parte de sus clientes y/o inversores. La empresa realiza la iniciativa, pero los clientes deben reconocerla estando dispuestos a pagar por ella, y/o los inversionistas deben estar dispuestos a ceder parte de sus beneficios. Si clientes e inversionistas desean, o incluso exigen, que la empresa asuma ciertos compromisos voluntarios, pero luego eligen sobre la base de la estricta relación calidad/precio del producto, los clientes, o beneficio/coste de la inversión, los inversores, la empresa que asuma un compromiso sustancial con la RSE pronto se verá en serios problemas económicos.

Ello lleva a pensar que en condiciones de amplia competencia por clientes e inversores, un compromiso sustancial tipo RSE no es económicamente sostenible (Reich 2007: 223)⁴ o, viceversa, como ya había sugerido Milton Friedman⁵ en su momento, que sólo hay recursos para ese compromiso si se han sustraído previamente a la sociedad en forma de explotación de posiciones dominantes de mercado por parte de la empresa 'socialmente responsable'.

3. Un segundo problema

Nuestro segundo problema es de índole más conceptual. Estriba en la naturaleza de la responsabilidad legal de la empresa que, como vimos arriba, es la delimitadora principal del concepto de RSE: una iniciativa empresarial pertenece a la RSE si responde a las preocupaciones de los agentes sociales *más allá de lo legalmente mandado*, y se emprende así de manera voluntaria. Por ello, sólo después de fijar la línea divisoria horizontal de la Fig. 1, podemos saber qué es RSE y qué no.

Ahora bien, la norma legal tiene, por su naturaleza, un carácter principalmente positivo. Resulta de un acto legislativo realizado por la autoridad constituida con potestad para ello y no tiene por qué contener, en principio, un significado ético, en el sentido de constituir la realización racional de una autoconfiguración buena de la persona y la sociedad humanas.

Muchas de las normas legales carecen de ese contenido, por ejemplo porque se trata de meras convenciones prácticas que podrían ser tanto de una manera como de otra. La variabilidad de la ley, continuamente modificada en aspectos relevantes según cambian las circunstancias y las correlaciones de fuerzas políticas, muestra que no toda ella constituye la realización racional de universales morales.

Esa variabilidad no sólo ocurre diacrónicamente dentro de la misma sociedad, sino también sincrónicamente de una sociedad a otra. Lo que es legal hacer en materia de edificación cambia de una comunidad autónoma española a otra, sin que pueda pensarse que hay un fundamento ético racional para que ahora sea diferente lo que hace treinta años era igual en todo el territorio. Cuando se trata de países distintos, las diferencias pueden ser mucho más agudas: los mínimos legales para el empleo de trabajadores en China, Estados Unidos y Francia son tan distintos que sobre la base de esas diferencias pueden explicarse movimientos significativos de la inversión. No podría concederse a las tres normas laborales simultáneamente el carácter de referencia ética.

Por otra parte, muchas normas morales importantes no están recogidas en ninguna norma legal.

Algunas lo estuvieron y ya no lo están (piénsese en la despenalización del adulterio o de la posesión

⁴ **Reich, Robert B.** *Supercapitalism : The Transformation of Business, Democracy, and Everyday Life*. New York: Alfred A. Knopf, 2007.

⁵ **Friedman, Milton** (1970), "The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits". The New York Times Magazine, September 13, 1970. Reproducido en <http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html>

de ciertas drogas en la historia reciente de España), otras no lo están ahora pero quizás lo estén en el futuro (¿nos dirigimos a una ilegalización del consumo de tabaco? ¿a una penalización de la prostitución, como la que acaba de ser aprobada en Italia?), etc.

El carácter positivo de la responsabilidad legal se pone de manifiesto con más claridad cuando se considera en qué consiste violar una obligación legal. Un principio jurídico clave, la presunción de inocencia, hace que no pueda considerarse que la ley ha sido violada hasta que no se haya producido una sentencia firme por el órgano jurisdiccional adecuado. Otro principio jurídico, el derecho de apelación, establece que la primera sanción ha de ser confirmada por una instancia independiente para ser firme.

Esto tiene la mayor importancia conceptual: a diferencia de la obligación moral, no puede decirse de un acto que viola la ley hasta que ello ha sido positivamente determinado. Y si, por un procedimiento o por otro, el presunto transgresor consigue evitar una sentencia o resolución firme en su contra, no puede decirse que su acto haya sido ilegal, salvo asimilando la ley civil a una ley moral. Pero esa asimilación no puede hacerse automáticamente, según acabamos de ver.

Las consecuencias de todo lo anterior para la delimitación del ámbito de la RSE son devastadoras. Si una empresa operara en, digamos, un pequeño país africano, bajo una ley medioambiental considerablemente más laxa allí que la vigente en Europa, cualquier comportamiento suyo por encima de la ley local, incluso si estuviera muy por debajo de la ley europea, debería acreditársele como expresión de su responsabilidad social. Y actos que 'objetivamente' violaran la ley del país africano pero cuya sanción legal pudiera ser evitada por procedimientos como la influencia de contactos poderosos, el soborno de jueces o el chantaje al gobierno, no constituirían en términos positivos, los únicos en verdad aplicables a la ley, violaciones de la responsabilidad legal de la empresa. Más aún, si estos actos contribuyeran con alguna preocupación social o medioambiental por encima de lo requerido por la ley (por ejemplo, crearan puestos de trabajo), ¡también podrían ser considerados parte de la RSE, puesto que no hay sentencia que los haga ilegales y contribuyen a propósitos sociales de manera no obligatoria! De esta manera, la línea que divide responsabilidad legal de responsabilidad social en la Fig. 1 resultaría no sólo variable según tiempos y lugares, sino también confusa en cada tiempo y lugar donde la ley no pueda suponerse operante con precisión cuasi-mecánica.

4. Responsabilidad social y obligación moral

El concepto de RSE del Libro Verde, como en general el grueso del discurso sobre RSE destinado a las empresas, evita cuidadosamente mencionar un concepto moral de justicia, que, si tuviera sentido, debería ser lógicamente anterior y superior al concepto legal. Con ello se elude una discusión central en la filosofía política occidental desde los griegos hasta nuestros días: la de si la

ley debe prohibir lo que, ya antes de ella, es injusto a los ojos de la razón; o más bien al contrario, es la ley con sus prohibiciones la que hace injusto a un comportamiento.

Una diferencia notable entre estas dos posiciones es que, en la primera, la ley puede ser ella misma injusta si contradice lo que es moralmente justo a los ojos de la razón; mientras que en la segunda posición, la ley positiva es la creadora de la justicia, y por tanto no puede ser nunca injusta, o, más exactamente, sólo puede serlo cuando viola la justicia establecida por una ley positiva superior.

Otra diferencia importante es que la primera concepción de la relación entre justicia moral y justicia legal sitúa la resolución de los desacuerdos en el terreno de la razón, donde se puede argumentar acerca de realidades intersubjetivamente reconocibles a partir de presupuestos comunes. Lo moralmente justo no es definido sino descubierto en ese proceso de diálogo argumentativo.

La segunda concepción, por el contrario, coloca la cuestión de la justicia en el terreno de la voluntad: lo justo es definido, no descubierto, por un procedimiento donde lo esencial es el ejercicio del poder, no el de la razón. Quien tiene el poder para promulgar legislación -- una mayoría, una coalición, una oligarquía, un dictador-- convierte su voluntad en ley que no debe responder ante nada superior, como no sea otra ley positiva emanada de, y sostenida por, una voluntad más poderosa.

Es comprensible que el Libro Verde quiera escapar a esta discusión filosófica que, desde las conversaciones entre Sócrates y los sofistas hasta nuestros días, divide a los filósofos y juristas de Occidente. Otra cosa es que lo logre. De hecho, al dividir el terreno en que se mueve la empresa entre lo legalmente obligatorio y lo totalmente voluntario, de manera implícita el Libro Verde está eludiendo reconocer el campo intermedio de aquello moralmente obligatorio, no "voluntario" a los ojos de la razón, que sin embargo no está legalmente mandado.

Como se trata de las relaciones sociales de la empresa, lo fundamental de esa obligatoriedad no legal puede comprenderse bajo un concepto moral de justicia. ¿En qué consiste ese concepto? Santo Tomás adopta la definición de Ulpiano: "justicia es la constante y perpetua voluntad de dar a cada uno su derecho"⁶, entendiendo derecho en el sentido de lo racionalmente debido al otro en cada relación concreta, a partir de la común participación en una misma naturaleza, que establece una igualdad fundamental entre todas las personas. Lo moralmente justo es, pues, aquello que realiza, racionalmente y en concreto, la igualdad esencial entre los participantes en una relación.

Ese concepto moral de justicia, u otros semejantes que pudieran proponerse, tiene dos características: puede ser elucidado en cada situación social concreta, por tanto puede ser objeto de un diálogo racional de descubrimiento entre todos los agentes involucrados; y una vez que la elucidación racional ha ocurrido, es moralmente obligatorio para los agentes, que de otra manera

⁶ Santo Tomás de Aquino, *Summa Theologiae*, IIa. IIae., q. 58, a. 1.

actuarían contra su propia naturaleza racional y la de los demás, negando la igualdad básica del otro.

Al introducir la idea de una obligatoriedad moral más allá de la legal, se puede proponer un esquema como el de la siguiente figura:



Fig. 2: RSE reconociendo la obligatoriedad moral

En la Fig. 2 se ha introducido la obligatoriedad moral (bajo el nombre de responsabilidad moral para mantener la homogeneidad de la nomenclatura) como un campo que se superpone parcialmente a la responsabilidad legal y a la responsabilidad social, mientras la línea divisoria horizontal, ahora punteada para representar su relatividad respecto a actos judiciales, sigue significando la separación entre aquello que está legalmente mandado y lo que no lo está (y es por tanto legalmente voluntario). Veamos el detalle de cada una de esas superposiciones.

a. Responsabilidad moral y responsabilidad legal

En primer lugar, ocurre que parte de lo legalmente obligatorio en la vida económica es también moralmente obligatorio; por ejemplo, el respeto a la palabra dada en contrato, a la propiedad privada del otro, o a su libertad de alcanzar acuerdos voluntarios.

En segundo lugar, hay también obligaciones legales que, en cuanto al comportamiento mismo de que tratan, no constituyen obligaciones morales sino que resultan más bien de convenciones que se han considerado útiles para el buen desenvolvimiento de la vida económica o, en general, social. Por ejemplo, el ofrecer una garantía mínima contra defectos de fábrica para ciertos bienes

manufacturados nuevos, como los aparatos eléctricos, electrónicos o los vehículos. La garantía encarece el producto, y algunos consumidores podrían preferir tomar el riesgo a cambio de no pagar por el seguro que la garantía supone, pero la ley de protección del consumidor puede bien establecer una garantía mínima obligatoria. No hay ninguna obligación moral en ello, sino una mera obligación legal, cuyos términos varían de un espacio jurídico a otro.

Hay, finalmente, obligaciones morales que no forman parte de las obligaciones legales. El pensamiento social de la Iglesia ha insistido, sobre bases racionales, no de autoridad teológica, en la obligación moral del empleador de pagar un salario que permita vivir dignamente a la familia incluso de los empleados peor pagados⁷. El salario mínimo legal en pocas regiones del mundo alcanza ese nivel, de manera que el empleador se encuentra ahí ante una obligación moral a la que por lo general no corresponde una obligación legal.

Podría pensarse que, idealmente, todas las obligaciones morales referidas a la vida económica, en general a la vida pública, deberían traducirse en obligaciones legales, de manera que no quede posibilidad de hacer injusticia a otro sin ser perseguido por la ley. Pero ocurre que esto no es viable sin entrar en una microregulación exhaustiva de las relaciones sociales, con efectos probablemente paralizantes de la creatividad social, que genera continuamente nuevas posibilidades no contempladas en las reglas existentes.

Más bien, la ley reguladora llega después de que una cierta injusticia ha producido alarma social y consecuencias negativas lo suficientemente notorias como para justificar desde el punto de vista práctico la intervención del Estado. Por el resto, la vida pública tiene su soporte último en la moralidad interior de los ciudadanos, no en el miedo a la represión externa, que es meramente complementario de aquélla. Si se pretendiera reemplazar el esqueleto interior de la moralidad personal por un exoesqueleto legal, pronto se encontraría que éste último no podría cumplir sus funciones, porque para reprimir los comportamientos ilegales es preciso que tanto los ciudadanos como los funcionarios encargados de la vigilancia y represión actúen por convicción moral más que por imperativo legal, de manera que los comportamientos ilegales sean raros y no encuentren amparo en la corrupción⁸.

Por otra parte, la eventual dificultad para llegar a conclusiones racionales sobre lo moralmente justo (y por tanto obligatorio) no cambia el hecho de que la obligación moral y la legal no necesitan coincidir. Así, tómesese la advertencia de los peligros para la salud del uso regular del producto,

⁷ "El salario debe ser, pues, suficiente para el sustento del obrero y de su familia. Si el trabajador, «obligado por la necesidad o acosado por el miedo de un mal mayor, acepta, aun no queriéndola, una condición más dura, porque se la imponen el patrono o el empresario, esto es ciertamente soportar una violencia, contra la cual clama la justicia»" **Juan Pablo II**, *Centesimus Annus*, 8, citando a **León XIII**, *Rerum Novarum*, 131.

⁸ "Sed quis custodiet ipsos custodes?" La pregunta de **Juvenal** en su *Sátira VI, Contra las mujeres*, se ha extendido como recordatorio de que la ley no constituye un sistema autosuficiente, sino que requiere de cierta moralidad por parte de quienes han de hacerla guardar.

colocada en gran tamaño en las cajetillas de cigarrillos, con tamaño bastante menor en las botellas de bebidas alcohólicas y en los juguetes para niños, más pequeñas aún en los medicamentos o en los electrodomésticos, inexistentes en los envases de alimentos, incluso los más dañinos si se consumen con la misma frecuencia con que suele fumarse, o en las motocicletas y bicicletas, que son también vehículos bastante peligrosos en su uso normal. Podría discutirse si hay una obligación moral de advertir inequívocamente al consumidor de cada uno de los peligros para la salud del uso regular de un producto, pero si la hay, entonces la ley no la recoge completamente puesto que deja fuera muchos productos peligrosos; y si no la hay, entonces tenemos otro ejemplo de obligación legal sin obligación moral, en cada uno de los productos donde la advertencia es legalmente mandatoria. Finalmente, debe notarse que la obligatoriedad moral es, como habíamos indicado, anterior y superior a la legal, de manera que si el cumplimiento de la ley impide o contradice el de la obligación moral, la ley deja de obligar en conciencia⁹. Esto es lógico, en cuanto que la obligación moral deriva de la naturaleza racional de la persona, mientras que la obligación legal puede ser producto de una voluntad tiránica, individual o colectiva.

b. Responsabilidad moral y 'responsabilidad social'

La existencia de un campo de obligaciones morales a las que no corresponden obligaciones legales, divide a su vez lo que el Libro Verde llama indistintamente 'responsabilidad social' en dos áreas: aquellos comportamientos que son propiamente voluntarios (en el sentido de opcionales) porque no hay obligación legal ni moral respecto a ellos; y aquellos otros que son moralmente obligatorios pero legalmente voluntarios.

En el primer terreno pueden situarse las actividades benéfico-filantrópicas que realiza la empresa, quizás con la intención de mejorar su imagen respecto a algunos *stakeholders* y aumentar su rentabilidad a largo plazo, como sugiere el Libro Verde. Por ejemplo, la provisión de bienes y/o servicios más allá de la misión corporativa a ciertos grupos desfavorecidos, el financiamiento de eventos culturales y deportivos, las contribuciones a campañas de salud pública o conservación del medio ambiente, etc. De ninguna de estas actividades puede decirse que sean moralmente obligatorias para una empresa comercial; más aún, respecto a ellas cabría el célebre cuestionamiento de Milton Friedman¹⁰ acerca de que, si no resultan finalmente rentables para los accionistas, entonces pueden ser moralmente problemáticas, en el sentido de que los directivos

⁹ Muy destacados pensadores católicos sostuvieron que la ley moralmente injusta pierde también su legitimidad social, y no puede ser propiamente llamada ley. Por ejemplo, **San Agustín**, *De Libero Arbitrio*, I, 5, 11: "De estas leyes injustas, ¿no deberemos mejor decir que son nulas? Pues a mí no me parece ser ley la que no sea justa." [http://www.augustinus.it/latino/libero_arbitrio/index2.htm] Y **Santo Tomás**, *Suma Teológica*, Ia. IIae., q. 95, a. 2, c.: "En los asuntos humanos se dice que una cosa es justa cuando es recta en función de la regla de la razón. Mas la primera regla de la razón es la ley natural (...) Si en algo está en desacuerdo [la ley positiva humana] con la ley natural, ya no es ley sino corrupción de la ley".

¹⁰ **Friedman, Milton** (1970).

estarían ganando fama de filántropos con unos recursos que no son suyos sino de los propietarios de la empresa, a quienes seguramente no han consultado antes de gastarlos en beneficencia.

El terreno de los comportamientos moralmente obligatorios pero legalmente voluntarios tiene una estructura muy distinta, y respecto a ellos no cabe la crítica de Friedman, salvo que se acepte que no hay más obligación moral que la legal, y que por tanto ese terreno no existe. Algo que ni el mismo Friedman hace, puesto que reconoce la costumbre moral (*ethical custom*) junto con la ley positiva como limitador de la maximización del beneficio¹¹.

En buena filosofía, el limitador no es la costumbre moral de la sociedad sino la obligación moral que puede descubrirse racionalmente. Arriba mencionamos el ejemplo del salario familiar digno. Otro ejemplo clásico es el de la externalización de costes hacia el entorno (digamos, a través de vertidos contaminantes), que en muchos casos puede ser aceptado tanto por la ley como por la costumbre social, y sin embargo, supone descargar sin compensación perjuicios sobre otros, con el fin de aumentar los beneficios propios. No es difícil notar que esto es moralmente injusto; de hecho, un tipo de injusticia muy semejante a la que Friedman achaca al directivo que gana buena fama para sí a costa de los accionistas, gastando en beneficencia empresarial.

La introducción de la obligación moral divide así el terreno que el Libro Verde considera de 'responsabilidad social' voluntaria en dos campos donde sólo el primero es totalmente voluntario, mientras que sobre el segundo gravita una obligatoriedad moral de raíz racional a la que, por definición, debe responderse incluso si ello es negativo para la rentabilidad de la empresa en cualquier plazo. De la misma manera que podía establecerse una jerarquización entre obligación moral y legal, siendo la primera anterior y superior a la segunda, también puede jerarquizarse en el terreno de lo legalmente voluntario: primero deben cumplirse las obligaciones morales de justicia hacia todos los afectados por la actividad de la empresa, y sólo después tiene sentido reclamar méritos de imagen por contribuciones no debidas a determinados grupos u objetivos sociales. Al ignorar esto, el Libro Verde desarrolla un lenguaje confuso en que está ausente el motivo propiamente ético en la empresa. Hay presiones sociales exteriores (*push factor*) y la expectativa de mayor rentabilidad a largo plazo (*pull factor*), que es el único motivo interior que la definición del Libro Verde reconoce. Falta entonces la motivación fundamental de actuar de acuerdo a las propias obligaciones racionales, esto es, de manera propiamente humana, humanizadora para uno mismo y para aquellos con los que se entra en relación.

c. La línea divisoria

El reconocimiento de la obligación moral permite superar el *impasse* en que la reducción de lo obligatorio a lo legal positivo nos había introducido. En el epígrafe anterior habíamos notado que el carácter positivo de la ley, junto con las garantías habituales de los sistemas legales (presunción de

¹¹ Idem.

inocencia, derecho de apelación a una instancia superior), hacía que sólo pudiera hablarse de una violación de la responsabilidad legal cuando hubiera sentencia judicial firme. No importa cuál haya sido su comportamiento, de la empresa que consiga eludir una condena firme no puede decirse que haya faltado a su responsabilidad legal. Eso dejaba el campo de la 'responsabilidad social de la empresa' definida por el Libro Verde indeterminado por el lado de cuál es, efectivamente, la obligación legal positiva en cada contexto social.

La manera obvia de superar esa indeterminación es otorgar valor moral a la ley positiva. Entonces, se vuelve sostenible la respuesta intuitiva a nuestra objeción: aunque la empresa pueda evitar una condena judicial de una u otra manera, quien viola la ley sabe que está faltando a su obligación hacia la sociedad. Esa respuesta no argumenta en el dominio exterior de la ley positiva, sino en el dominio interior de la obligación moral. Convierte a la ley en referente ético, independientemente de la acción de los organismos jurisdiccionales correspondientes.

Ya hemos explicado por qué la correspondencia entre obligación moral y obligación legal es sólo parcial. El esquema de la Fig. 2 resume el hecho de que hay obligación legal que no es moral, obligación moral que no es legal y, como mencionamos arriba, cabe también que haya obligaciones legales que son inmorales y deben ser resistidas.

Pero en cuanto hay un importante área de solapamiento entre obligación legal y obligación moral, ello permite dar razón del hecho de que el comportamiento que viola la ley en ese área debe evitarse incluso cuando no resulte en una condena firme, y por tanto no pueda ser afirmado como un hecho jurídico positivo.

En realidad, ello puede decirse de todo comportamiento que viole las obligaciones morales de la empresa, estén esas obligaciones recogidas en la ley o no. La línea gruesa que encuadra la responsabilidad moral en la Fig. 2 delimita comportamientos que son moralmente obligatorios por igual, sea cual sea su estatuto jurídico. A diferencia de la línea horizontal que separa la responsabilidad legal de la social en la Fig. 1, la posible indeterminación de lo moralmente obligatorio no depende del código legal vigente, de la calidad de las instituciones públicas encargadas de hacerlo cumplir, ni del poder relativo de la empresa respecto a esas instituciones (todos ellos hechos de la voluntad), sino únicamente de la incertidumbre intelectual acerca de qué sea lo justo, por tanto lo moralmente obligatorio, en cada situación.

Abordar esa incertidumbre requiere la actitud moral de buscar la verdad. Cuando tal actitud existe, la Ética proporciona recursos racionales para la indagación, tanto de la empresa por sí misma como a través de la consulta con expertos en el tema conocidos por su honestidad, y del diálogo con todos los afectados. Aun si en algunos casos difíciles la incertidumbre no puede ser totalmente resuelta (piénsese en la legitimidad moral de pagar sobornos cuando todos nuestros competidores lo están haciendo), esos recursos de la Ética permiten a la empresa delimitar mejor el abanico de las

alternativas racionalmente defendibles, y, sopesando los argumentos a favor y en contra de cada una de ellas, aproximarse a la identificación de la más probablemente correcta.

5. De regreso a la responsabilidad social de la empresa

La introducción de obligaciones morales en el concepto de responsabilidad social, permite resolver la crítica fundamental que se hace a ese discurso desde la izquierda: que se trata de un 'lavado de imagen' de las corporaciones, en que la realización de algunas actividades benéficas de bajo coste relativo sirve para encubrir faltas mayores en el cumplimiento de las obligaciones fundamentales de justicia (legales o no) hacia los trabajadores, los consumidores, los proveedores y/o la comunidad en general¹². Esta crítica es involuntariamente fomentada desde las empresas, en cuanto, como señala Zerk (2006: 29)¹³: "Business groups (...) tend to adopt definitions of CSR that emphasise its *voluntary* aspects" [cursivas en el original]. Promover una responsabilidad social entendida a partir de la pura voluntariedad, puede constituir una estrategia para calmar la alarma social y desestimular la imposición de nuevas regulaciones legales¹⁴, de donde derivan todas las obligaciones que la empresa debe reconocer en el esquema de la Fig. 1.

En el esquema de la Fig. 2, por el contrario, la responsabilidad social de la empresa consiste, antes que nada, en cumplir las obligaciones morales de justicia con todos los afectados por su actividad, sean estas obligaciones legales o no. Sólo cuando ello ocurre en la operación regular de la empresa, tiene sentido moral plantearse contribuciones voluntarias a otros objetivos sociales con los que la empresa quiera estratégicamente ser identificada.

La RSE no viene entonces definida como el terreno indistinto de lo no legalmente mandatorio, sino que adquiere una topografía propia: consiste primero en asegurar la justicia de todas las relaciones de la empresa, incluso si ello ha de hacerse a costa de una reducción de la rentabilidad, y sólo después en contribuir de forma enteramente voluntaria a otros objetivos sociales, con la legítima expectativa de que ello mejore la imagen corporativa y los beneficios a medio-largo plazo. Invertir el orden de prioridad entre esos dos campos constituiría la perversión moral y política que la izquierda denuncia con razón.

6. ¿Por qué elude el Libro Verde la ética? Una hipótesis

La desaparición de la ética en la definición del Libro Verde podría explicarse por la incertidumbre filosófica acerca de la obligación moral que afecta a Europa, junto con el deseo de los autores de

¹² Una crítica sistemática de las grandes iniciativas internacionales en esta línea puede encontrarse en: **Balanyá, Belén, et alia.** *Europe Inc. : Regional and Global Restructuring and the Rise of Corporate Power*. London ; Sterling, Va.: Pluto Press in association with Corporate Europe Observatory, 2003.

¹³ **Zerk, Jennifer A.** *Multinationals and Corporate Social Responsibility : Limitations and Opportunities in International Law*. Cambridge, UK ; New York: Cambridge University Press, 2006.

¹⁴ **Reich** (2007: 219)

establecer una línea de base menos discutible, más 'objetiva' (en este caso, positiva) para la RSE. Como hemos visto, al positivizar la obligación de los agentes económicos, cambia en verdad la naturaleza y el alcance de esa obligación. Deja de ser moral, a menos que el agente quiera asumirla así, para convertirse en asunto de actos jurisdiccionales. Pasa del terreno de la búsqueda de la verdad al del uso del poder.

Como tuvimos ocasión de comprobar personalmente en el Taller de Doctorandos que mencionamos al comienzo, ello tiende a producir un doble efecto: Por una parte, contribuye a suspender la discusión sobre la obligación moral, justo donde ésta sería imprescindible: al hablar del compromiso de las empresas con los fines y propósitos concretos de las sociedades donde operan. ¿Puede ese compromiso resultar creíble, y por tanto producir los efectos de reputación que se esperan de la RSE, si es meramente estratégico y no ético?

Por otra parte, dado que la dimensión ética emerge ineludiblemente en la discusión sobre RSE (constituye en realidad el núcleo de esa discusión), la definición del Libro Verde empuja a identificar sin más obligación moral con obligación legal. En efecto, puesto que la idea de obligación moral aparece pronto al hablar de la relación empresa-sociedad, y la definición del Libro Verde no da base para reconocer otra obligación que la legal, esa obligación, la única que nos dejan para pensar la responsabilidad de la empresa, ha de ser también moral. Por las razones que indicamos arriba, esto es incorrecto en el concepto y falso en la práctica.

Al ignorar la obligación específicamente moral y abrir la puerta a la utilización de la obligación legal como sucedáneo, el Libro Verde hereda y contribuye a reproducir una fenomenal confusión en la discusión sobre la RSE. Así planteada, la RSE no es, como se oye a menudo, una idea dinámica y cambiante que sigue buscando un elusivo perfil propio a través de discusiones sobre los variados tópicos que dictan las modas del pensamiento empresarial, sino más bien una idea inestable, construída sobre una base conceptual confusa que imposibilita centrar los tópicos nucleares, discutirlos sistemáticamente y llegar a acuerdos racionales sobre ellos. Su fluidez denota debilidad en los fundamentos, precisamente por querer evitar el debate sobre los aspectos 'duros' de la obligación moral en la vida económica, en especial la cuestión de la justicia en las transacciones.

7. Otra hipótesis: Las condiciones económicas y morales de viabilidad

La anterior es una explicación posible de por qué el Libro Verde elige un esquema como el de la Fig. 1, siendo así que esquemas análogos al de la Fig. 2 están disponibles en el pensamiento occidental al menos desde Aristóteles (siglo IV a.C.).

Otra posible explicación puede encontrarse en la visión económica estándar de la actividad empresarial en mercados competitivos. De acuerdo a esa visión, la usual en microeconomía, la ley establece los límites de actuación a todos los agentes económicos por igual, de manera que ninguno

obtiene ventaja competitiva de ella. Se trata de las reglas del juego, que a todos se hace respetar -- idealmente, claro está; otra cosa es la realidad. Lo que la empresa haga de bueno por encima de la obligación legal puede reportarle ventajas o desventajas competitivas, de manera que tiene sentido plantearse cuál de las dos cosas ocurrirá y, puesto que las iniciativas de RSE generan costes en el corto plazo, también tiene sentido preguntarse por qué mecanismos económicos concretos y en qué plazo podrán esperarse los retornos de ellas. Se trata de las condiciones económicas de viabilidad de la RSE, asunto que concentra buena parte de la investigación empírica sobre RSE, como también tuvimos ocasión de comprobar en el Taller de Doctorandos de Cercedilla.

Estas preguntas son legítimas, y ciertamente interesantes, pero, como ocurre con otros aspectos de la RSE, esquivan el punto crucial de las calidades morales. Porque, si se acepta la pertinencia de una obligación moral previa a la obligación legal, encontramos ciertos límites y requisitos de la actividad empresarial que deben respetarse por su misma fuerza ético-racional, aunque no contribuyan a una mayor rentabilidad de la empresa ni estén mandados por ley. Sin embargo no puede suponerse que todos los competidores respetarán esos límites y requisitos morales por igual. A diferencia de la ley, por hipótesis microeconómica igual para todos y cumplida por todos, la obligación moral podrá ser igual o semejante para todos, pero no puede suponerse ni siquiera teóricamente que todos la respetarán por igual. Su cumplimiento depende de la calidad moral de cada agente, no de coacciones externas, de manera que puede esperarse razonablemente que, cuando produzca desventajas competitivas, algunos agentes la violarán.

Al hacerlo, esos agentes que no reconocen en la práctica ninguna responsabilidad moral, ganarán ventaja competitiva sobre quienes sí la reconozcan, *caeteris paribus*, y tenderán a expulsarlos del mercado, sea por la vía de vencerles en la competencia calidad/precio por las preferencias de los clientes, sea por la del *takeover* hostil basado en la perspectiva de explotar el potencial económico completo de la empresa, 'amarrado' por las opciones éticas de sus actuales gestores.

Si esa tendencia a la expulsión del mercado de los agentes que reconozcan obligaciones morales sin contraparte legal se consuma, resultará en efecto un esquema muy parecido al de la Fig. 1. Para los agentes restantes, los moralmente inescrupulosos, no habrá más que obligaciones legales iguales para todos (en el mejor de los casos, porque si violarlas conllevara a ventajas competitivas, puede esperarse que también lo hagan: si no reconocen la obligación moral como tal, tampoco reconocerán la obligación legal como moral). Para esos agentes que no entienden de obligaciones morales, todo lo no legalmente obligatorio podría entenderse como voluntario, y si se emprenden acciones en ese terreno de la 'responsabilidad social', será con miras a incrementar la rentabilidad y la competitividad de la empresa. La idea de asumir obligaciones no legalmente mandatorias y que no generen ventajas competitivas, les parecerá ridícula.

Pero esto no constituye una conceptualización correcta de la responsabilidad social de la empresa, sino la descripción de un estado moral del juego de mercado y de los agentes que participan en él. El esquema de la Fig. 1, y la definición de RSE del Libro Verde, suponen un mercado de agentes ciegos a la obligación moral, esto es, de agentes de una pobre calidad tanto ética como epistémica, semejantes a los propuestos en la microeconomía neoclásica¹⁵.

Un desafío práctico de nuestro tiempo consiste en cómo pueden agentes de calidades superiores a éstas, que reconocen e intentan realizar obligaciones morales incluso sin contrapartida legal, resultar económicamente viables en contextos competitivos donde también están presentes agentes menos escrupulosos. Las soluciones lógicas son dos: una primera, que suele proponerse desde la izquierda, consiste en ampliar el campo de la obligación legal hasta que incluya toda la obligación moral de justicia: más regulaciones, inspecciones, etc. Ya mencionamos arriba que ello plantea dos problemas severos: el asfixiamiento de la creatividad social por las regulaciones legales y los aparatos estatales para hacerlas cumplir; y la cuestión de la calidad moral de políticos y funcionarios públicos, que no debe presuponerse muy superior a la de la sociedad que rigen, incluidos sus mercados¹⁶.

La segunda solución es más compleja. La viabilidad económica de cumplir con obligaciones morales sin contrapartida legal que produzcan en principio desventajas competitivas (por ejemplo, costes sin retornos), depende de reducir o eliminar esas desventajas competitivas por la vía del compromiso moral de otros agentes con la calidad moral de la actividad de la empresa. Por ejemplo, si la implantación de ciertos estándares supraliberales de salario familiar conlleva un encarecimiento del producto, la viabilidad económica del negocio depende de que haya clientes que reconozcan la responsabilidad moral de la empresa hacia sus trabajadores, y estén dispuestos a pagar la diferencia en el precio para que esa responsabilidad sea satisfecha.

¿Por qué razón harían esto esos clientes, en vez de simplemente comprar la misma calidad al mínimo precio disponible en el mercado? De nuevo por una razón ética: porque reconocen la injusticia que cometerían beneficiándose de precios bajos obtenidos a costa de la degradación de la vida de los trabajadores que produjeron los bienes. Estos clientes no sólo ayudan a la empresa a cumplir su obligación moral, sino que lo hacen porque sólo así cumplen ellos *su propia* obligación moral de justicia en las transacciones económicas.

¹⁵ Cfr. **González Fabre, Raúl**, *Ética y economía*. Bilbao: Desclée, 2005, caps. 2 y 3.

¹⁶ La llamada Economía Constitucional parte del supuesto de que las personas no cambian su manera de operar entre el mercado y otros contextos sociales. Lo único que varía son las restricciones a las que deben enfrentarse. Si se acepta la teoría de la elección racional como modelo de comportamiento en el mercado, debe suponerse que también los políticos y funcionarios públicos actuarán sistemáticamente como maximizadores de su propio interés (no del interés general), con la peligrosa diferencia de que la función pública tiene disponible el poder coactivo del Estado, con el que no cuentan los agentes en el mercado. De aquí deriva esta escuela económica una teoría de las fallas del Estado que complementa la teoría de las fallas del mercado. Cfr. **Buchanan, James**: "Sector Público versus Sector Privado. Una crítica a la teoría del Estado benéfico" en **Buchanan, James; Fuentes Quintana, E. y otros**, *El Sector Público en las economías de mercado. Ensayos sobre el intervencionismo*: Espasa - Calpe, Madrid, 1979. pp. 88-100.

La condición de viabilidad económica de la empresa que responde a obligaciones no legales, consiste pues en que encuentre en la sociedad suficientes contrapartes de la misma calidad moral. Entonces la desventaja competitiva puede desaparecer, e incluso convertirse en ventaja competitiva, lo que atraerá a su vez a los agentes menos escrupulosos al mismo comportamiento (si bien no con la misma motivación).

Para que proveedores, trabajadores, inversionistas, clientes y otros grupos de interés en torno a la empresa reconozcan el compromiso de ésta con una responsabilidad social que empieza por satisfacer de manera no opcional todas sus obligaciones morales, es preciso que ellos mismos hayan asumido una responsabilidad social de estructura semejante. Esto es, depende de que se conciban a sí mismos como agentes morales plenos en su actuación económica. La condición de viabilidad económica de una responsabilidad social de la empresa que comprenda, diferenciadamente, la obligación moral y la acción voluntaria, es pues una condición moral que debe cumplirse no sólo en la empresa sino en un número suficiente de sus potenciales contrapartes.

Si se compara este razonamiento con el que presentamos en el epígrafe 2 sobre el problema práctico que se plantea a partir de la definición de RSE del Libro Verde, se notará que ambos son análogos. La única y crucial diferencia estriba en que los agentes que sostienen la RSE 'voluntaria' de que nos habla en Libro Verde, han hecho opciones igualmente voluntarias de emplear parte de sus recursos en el avance de ciertas preocupaciones sociales y medio-ambientales; mientras que los agentes que sostienen a la empresa en el cumplimiento prioritario de sus obligaciones morales, lo hacen porque de esa forma satisfacen ellos mismos sus propias obligaciones morales. No se trata de un asunto de voluntariedad, sino de reconocimiento racional de una justicia moral que exige no beneficiarse, a través de bajos precios o de altos dividendos empresariales, de la injusticia realizada a otros. Se trata de una razón moralmente más sólida que la ofrecida por el Libro Verde, para reclamar apoyo social a las empresas que asuman su responsabilidad moral.

Que esa condición se dé en un número suficiente de agentes, requiere que la obligación moral se encuentre entre los temas básicos de la agenda de discusión sobre la responsabilidad social de los agentes económicos. Algo que, por desgracia, la definición del Libro Verde tiende a dificultar, viniendo así a constituirse en parte del problema más que de su solución.