



# Cuadernos de RSO

Publicación interdisciplinaria sobre  
**Responsabilidad Social de las  
Organizaciones**

Universidad Católica del Uruguay  
Facultad de Ciencias Empresariales  
Departamento de Ciencias de la Administración  
Programa de Investigación sobre RSE



Universidad  
Católica del  
Uruguay

# CONTENIDOS » Vol. 2 – nº1 – 2014

6

## **Editorial**

7

## **El sentido de la empresa y la vocación del empresario.**

Carlos Hoevel

17

## **Estado de la Responsabilidad Social Universitaria. El aporte de AUSJAL a la institucionalización del enfoque en América Latina.**

Daniela Gargantini

36

## **Democratizando la información contable. Estados de Valor Agregado y la Huella de Valor.**

Luis Perera

53

## **Levantando las críticas a la RSE: el aporte de la Economía Civil.**

Oscar D. Licandro

70

## **El Buen Gobierno en las organizaciones de la sociedad civil**

Anabel Cruz

82

## **Techo: el caso de una organización social que aprendió a construir relaciones de colaboración con el sector privado.**

Natalia Camiruaga

98

## **BOOK REVIEW**

### **Experiencias de Negocios Inclusivos en Uruguay.**

**Oscar Licandro y Lucía Pardo.**

Comenta: Ana Lanero

100

## **TERCER SECTOR**

### **El Caso de Fundación Forge Uruguay**

Fernando Panizza

# Levantando las críticas a la RSE: el aporte de la Economía Civil.

## RESUMEN

En este documento se analizan los aportes de la escuela de la Economía Civil a la fundamentación teórica de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). La falta de un soporte de teoría económica, apoyado en supuestos diferentes a los de la Economía Neoclásica, está en la base de la dificultad que hasta el momento han tenido los partidarios de la RSE para rebatir los principales argumentos en contra de esta filosofía de negocios y para argumentar su pertinencia y sus bondades. Luego de explicar cómo opera esta limitación argumentativa, el documento analiza las principales ideas que conforman el concepto de RSE, tomando como base la definición consensada en torno la Guía ISO 26.000. Este análisis permite identificar las principales contradicciones entre la filosofía de la RSE y los supuestos de la economía neoclásica, para los cuales la Economía Civil propone una solución teórica. El núcleo central del documento aporta una descripción de algunos de los principales conceptos de la Economía Civil (relacionalidad de naturaleza humana, bienes relacionales, unidad esencial de la dimensión económica y la social, reciprocidad y concepto de empresa) y reflexiona acerca de cómo estos conceptos legitiman la RSE.

Palabras Clave: Economía Civil, Responsabilidad Social Empresarial, Stakeholder, Reciprocidad, Bienes Relacionales.

**Oscar D. Licandro**

**Título académico:** Master of International Management, Licenciado en Sociología

**Pertenencia institucional:** Universidad Católica del Uruguay

**Cargo:** Coordinador del Programa de Investigación sobre RSE.

**CONTACTO:**  
olicandr@ucu.edu.uy

Recibido: 03 / 03 / 2014  
Aceptado: 16 / 06 / 2014

## INTRODUCCIÓN

A nadie escapa que la RSE es actualmente uno de los temas de reflexión y debate más importantes en el medio empresarial, pero también en el ámbito universitario, en las organizaciones sociales y en el Estado. Además de abrir las puertas para la construcción de un nuevo tipo de relacionamiento entre la empresa y sus stakeholders, la RSE aporta una perspectiva para abordar los nuevos problemas y situaciones a los que se enfrentan las empresas de comienzos del siglo XXI. Este el caso de la sustentabilidad socio-ambiental, las relaciones dentro de la cadena de valor, los nuevos desafíos que presenta la gestión de las personas o la participación activa en la búsqueda de solución a los problemas sociales que impactan directamente sobre su actividad.

No obstante lo anterior, existen fuertes críticas a la RSE que sus partidarios no han podido refutar en forma clara y contundente; en particular, las críticas que provienen de connotados exponentes de la escuela neoclásica de economía. Milton Friedman (1970) señala que la única responsabilidad de la empresa es ganar dinero y que los empresarios que adoptan el discurso de la RSE están comportándose en forma suicida. Para Friedman es necesario separar los fines económicos de los fines sociales. Estos son propios de los empresarios en tanto personas y por lo tanto, las contribuciones a la sociedad deben hacerlas en forma individual y separada del negocio. La empresa tiene exclusivamente un fin económico. Por su parte, Steinberg (citado por Zamagni 2012, p.180) sostiene que la *“empresa no tiene como finalidad promover el bien público”*. Y, contundentemente afirma: *“... la empresa se prostituye cuando persigue el amor o la responsabilidad social en vez del dinero”*. Zamagni (2012, p181) parafrasea a F. Peter, al decir que para esta línea de pensamiento *“el mercado no tiene ninguna necesidad de pedir certificados de legitimación puesto que es capaz de autolegitimarse”*. Y como la empresa es la institución más importante del mercado, tampoco requiere autolegitimarse, razón por la cual la RSE no tiene ningún sentido.

A mi juicio la incapacidad para argumentar en favor de la existencia, pertinencia y efectividad de la RSE se explica por el hecho de que su defensa se ha hecho dentro del marco de la teoría neoclásica, sin cuestionar sus supuestos y postulados. De ahí la necesidad de buscar un marco de teoría económica basado en postulados diferentes a los neoclásicos y que sea consistente con el concepto de RSE. Ese marco se encuentra en la escuela de pensamiento llamada Economía Civil, que está en la base del pensamiento social de la Iglesia Católica. De hecho, Stefano Zamagni (líder intelectual de esta escuela) fue uno de los principales asesores de Benedicto XVI en la redacción de la encíclica CARITAS IN VERITATE.

Por otra parte, entiendo que algunas de esas críticas (particularmente las que refieren a la efectividad de la RSE) son válidas en relación a una visión fundamentalista de la RSE que no considera las restricciones del entorno. En cambio, dejan de tener sentido si refieren a la perspectiva que se adopta en este documento, bajo la cual se propone que no existe una RSE universal y que la elección de las responsabilidades hacia los stakeholders depende de las restricciones del macroentorno, la actitud de los stakeholders y las limitaciones internas de la propia empresa.



## LA FALTA DE UNA TEORÍA ECONÓMICA QUE SUSTENTE A LA RSE

Si se analizan los documentos internacionales más importantes sobre la RSE (como el Libro Verde de la Unión Europea, el Pacto Global de las Naciones Unidas o la Guía ISO 26.000) y las diversas teorías académicas sobre este concepto, es posible concluir que la fundamentación de esta nueva filosofía de negocios se hace en el marco de los conceptos centrales de la teoría neoclásica de la economía. Lo mismo ocurre, si se analiza con detenimiento la forma como se abordan los principales problemas que involucra (comportamiento ético en los negocios, desarrollo sustentable, relación con los stakeholders, etc.). Además, es probable que ello explique la supremacía de una fundamentación de tipo instrumental, que propone la necesidad de la RSE como respuesta adaptativa de la empresa a un nuevo entorno, más que como una nueva visión filosófica (fundamentalmente de tipo moral) sobre el rol de la empresa en la sociedad.

En la literatura institucional sobre RSE es imposible encontrar una revisión crítica de los supuestos antropológicos de la teoría neoclásica (el homo economicus), o de los axiomas (los fundamentales del mercado) o del fin último que esta teoría asigna a la empresa (la maximización de la rentabilidad de los accionistas). Salvo excepciones, lo mismo ocurre con la literatura académica sobre este tema. Dado que estas ideas (homo economicus, maximización de la rentabilidad, etc.) son claramente opuestas al espíritu de la RSE, los teóricos de la RSE vienen proponiendo soluciones ad-hoc a esta contradicción, pero sin romper con el marco conceptual neoclásico. Así, por ejemplo, el concepto de stakeholder pone límites a la voracidad del homo economicus, al afirmar que la empresa socialmente responsable es aquella que *“tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas”* (UNIT-ISO, 2011, p.22). De igual forma, la asociación del concepto de RSE con el de mitigación de los impactos negativos de la operación (en términos de la teoría económica: la externalización de los costos), cuestiona (o al menos relativiza) la idea de que el fin último de la empresa es la maximización de la utilidad de los accionistas.

Quizá uno de los conceptos más revolucionarios introducidos por la filosofía de la RSE es la idea de que la empresa responsable es la que en simultáneo genera valor económico, social y ambiental (ampliamente conocida como *“triple cuenta de resultados”*). Porter y Kramer (2011) son seguramente los autores que mejor han formulado este concepto, al que dieron el nombre de *“valor compartido”*. Porter y Kramer se dan cuenta que este concepto es contradictorio con la mecánica del modelo hegemónico de economía de mercado (el capitalismo), pero no logran entender las razones últimas de esta contradicción.

*“El capitalismo es un vehículo inigualable para satisfacer las necesidades humanas, mejorar la eficiencia, crear trabajo y generar riqueza. Pero una concepción estrecha del capitalismo ha impedido que las empresas exploten todo su potencial para satisfacer las necesidades más amplias de la sociedad... El propósito de la corporación debe ser redefinido: es la creación de valor compartido, no solo las utilidades per se.”* (Porter y Kramer, 2011, p34),

Lo que Porter y Kramer llaman una *“concepción estrecha del capitalismo”* constituye en realidad el corazón de este modelo económico y no algo periférico. La maximización de la ganancia (y por lo tanto, el postulado de que el fin último de la empresa es exclusivamente de tipo económico y no social ni ambiental) es uno de los axiomas fundamentales sobre los que se construye el edificio filosófico de la escuela neoclásica y de la economía capitalista de mercado. Por lo tanto, el problema no se puede resolver exclusivamente redefiniendo el concepto de empresa y su fin último. En tanto y cuanto ese edificio no sea cuestionado desde sus cimientos, el concepto de valor compartido no pasará de ser percibido como una visión voluntarista (es decir, no realista) que solo puede funcionar bajo ciertas condiciones contextuales (por ejemplo: la de los clusters estudiados por Porter y Kramer). Al igual que Ptolomeo (quien introducía complejos círculos ad-hoc para explicar los movimientos retrógrados planetarios que no encajaban en la teoría astronómica dominante), Porter y Kramer proponen argumentos para justificar su teoría del valor compartido que no cuestionan el hegemónico paradigma neoclásico de fondo. En consecuencia, nos encontramos ante argumentaciones que constituyen una vuelta de tuerca tan sofisticada como inconsistente y conservadora. Algo parecido ocurre con buena parte de la producción teórica sobre la RSE.

En el mundo académico, el texto ya citado de Milton Friedman parece haber marcado la agenda del debate sobre la esencia de la RSE y sobre el espectro de problemas a los que procura brindar una respuesta. La mayoría de los argumentos en contrario a la afirmación de Friedman

operan bajo las reglas de juego de su discurso, sin cuestionar los supuestos implícitos allí presentes, relativos a los fines últimos de la empresa, la racionalidad de los actores económicos o el intercambio de equivalentes. Entendemos que este fenómeno se explica por el hecho de que los críticos de Friedman no disponen de un edificio conceptual diferente al de la economía neoclásica y por lo tanto, están imposibilitados de cuestionar sus postulados.

Más aún, me parece que un debate sobre la responsabilidad social de las empresas bajo esos postulados le dará las de ganar a Friedman, porque la lógica es implacable. De hecho, para discutir con Friedman, los defensores del discurso sobre la RSE, han tenido que introducir postulados contradictorios con la teoría neoclásica, los que por no formar parte de una teoría conocida y mínimamente consensuada, son fáciles de derribar desde el discurso neoclásico ortodoxo.

Pero hay excepciones. Aunque prácticamente desconocida en el mundo de las instituciones que promueven la RSE, la escuela de la Economía Civil aporta una solución al problema. Sus postulados antropológicos y sobre las relaciones económicas, así como su propuesta sobre el fin último de la empresa, aportan un marco conceptual sólido para fundamentar la RSE, sin tener que recurrir a sofisticados argumentos que la lógica destruye fácilmente. Su postulado sobre la relacionalidad inherente a la persona humana (en oposición al egocentrismo del homo económicos), su idea de la empresa como comunidad humana al servicio de la sociedad y su convicción acerca de la interdependencia entre el mundo económico y el social son los cimientos conceptuales de un edificio teórico alternativo a la economía neoclásica, en el cual hay lugar para la RSE. Más aún, la demostración empírica de que el concepto de reciprocidad resulta a la larga más eficiente que el de intercambio de equivalentes, constituye el mejor (y verificado) argumento contra quienes sostienen que la RSE atenta contra la rentabilidad y sostenibilidad de la empresa.



## ALGUNAS REFLEXIONES SOBRE EL CONCEPTO DE RSE

A los efectos de comprender la existencia de importantes puntos de convergencia entre el concepto de RSE y la teoría de la Economía Civil, entiendo oportuno reflexionar un poco más sobre el sentido profundo del concepto de RSE.

### El espacio de la responsabilidad

Al operar, las empresas generan impactos negativos sobre sus stakeholders. Las leyes y contratos establecen obligaciones que tienden a reducir algunos de esos impactos o a resarcirlos. Las leyes que protegen a los consumidores, las normas ambientales, las regulaciones sobre la competencia y la legislación laboral ponen límites al accionar de las empresas, pero no pueden abarcar todos los eventuales impactos negativos de su actividad. Siempre quedan espacios que las leyes no regulan. Durante décadas esos impactos no fueron considerados un problema del que la empresa tuviera que hacerse cargo. Eran simplemente “externalidades”, cuyos costos estaban a cargo de otros, ya que el fin último (y, por lo tanto, moralmente correcto) de la empresa era (siempre en el marco de la teoría neoclásica) la maximización de las ganancias de los accionistas.

El foco estaba puesto en producir y ganar dinero, sin considerar los efectos secundarios que las actividades para alcanzar tales fines tienen sobre terceros. Siempre y cuando las decisiones se

encuadraran en el marco de la ley y de determinados límites morales y sociales, esos efectos secundarios pasaban a ser un problema de otros. En ese contexto, la contaminación ambiental, el desempleo derivado de la deslocalización de fábricas, la destrucción de pequeños comercios, la baja rentabilidad de los pequeños proveedores, las distorsiones que algunas exigencias laborales generan sobre la vida familiar de los empleados y muchos otros impactos negativos, no eran considerados un asunto del que las empresas tuvieran que ocuparse.

Al igual que ocurre con las personas, por encima de las leyes, normas y contratos, hay siempre un espacio autónomo, en el que las empresas libremente establecen límites a su accionar. Ese es el espacio de la responsabilidad social. El hecho de que cumplir con las leyes y contratos sea una obligación (pasible de algún tipo de sanción en caso de incumplimiento), coloca a todos los comportamientos regulados fuera de la esfera de la responsabilidad, ya que ésta consiste básicamente en hacerse cargo de las consecuencias no reguladas de nuestros comportamientos. En ese sentido, la RSE emerge como una filosofía de negocios que propone a las empresas asumir responsabilidades por los impactos no regulados, que sus acciones y decisiones tienen sobre los stakeholders. La RSE es una filosofía de negocios que propone una forma de mirar, asumir y ejercer estas responsabilidades. Claramente se trata de una filosofía que se encuentra en las antípodas de los postulados de la escuela neoclásica.

La definición de RSE propuesta en la Guía ISO 26.000 expresa claramente esta idea:

*“es la voluntad de las organizaciones de incorporar consideraciones sociales y ambientales en su toma de decisiones y de rendir cuentas por los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y el medio ambiente. Esto implica un comportamiento transparente y ético que contribuya al desarrollo sostenible, cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento. También implica que la responsabilidad social esté integrada en toda la organización, se lleve a la práctica en sus relaciones y tenga en cuenta los intereses de las partes interesadas”.* (UNIT-ISO, 2011, p.22)

## **No existe una RSE universal**

La Guía ISO 26.000 recoge la idea de que la RSE es una elección voluntaria y particular (en el sentido de no universal). Dado que la responsabilidad es, por definición, una elección autónoma no impuesta desde el exterior, no tiene sentido establecer estándares en materia de RSE. Dicho de otro modo, no existe una RSE universal, cuyas pautas deberían ser seguidas a rajatabla. De existir, esos estándares se convertirían en obligación (moral o social, aunque no legal) y, por lo tanto, la responsabilidad dejaría de ser tal. Proponer una RSE universal equivaldría a establecer un cuerpo de obligaciones morales o sociales que operarían por sobre las legales y contractuales. En ese escenario, no quedaría espacio para la responsabilidad.

Por otra parte, el diseño de la Guía ISO 26.000 muestra claramente que esta guía fue concebida como un conjunto de orientaciones metodológicas y de contenido, más que como un sistema de estándares. Su enfoque es esencialmente pedagógico y su cometido es el servir de apoyo a la adaptación del concepto a cada realidad particular. De lo anterior se infiere que la RSE de cada empresa está constituida por el conjunto de responsabilidades que sus directivos deciden asumir. Por lo tanto, una de las primeras y principales decisiones en materia gestión de la RSE consiste en determinar cuáles son esas responsabilidades. Importa señalar que la voluntad de la RSE no refiere a la libre elección para cumplir con determinados estándares univer-

sales. Voluntariedad significa que cada empresa determina cuáles son sus responsabilidades, de qué modo las va a efectivizar y con qué profundidad lo hará.

## **La aplicación de la RSE está condicionada por el contexto**

A mi juicio, la adopción de comportamientos socialmente responsables está limitada por tres tipos de factores contextuales. En primer lugar, el macro-entorno de la empresa: político-legal, cultural, social, económico, demográfico y tecnológico. Así, por ejemplo, las posibilidades de actuar en forma socialmente responsable disminuyen en contextos políticos dominados por la corrupción, en culturas cuyos valores son contrarios a los de la RSE (por ejemplo, las culturas en las que se discrimina a la mujer), en economías en las que faltan recursos básicos (por ejemplo, economías en las que el trabajo infantil forma parte de las estrategias de supervivencia de las familias) y en sectores de actividad en los que es muy difícil acceder a tecnologías que disminuyen el impacto ambiental negativo.

Los stakeholder constituyen el segundo factor. La responsabilidad es un juego de dos. Por lo tanto, si los stakeholders no están dispuestos a construir relaciones ganar-ganar, basadas en un comportamiento ético, es prácticamente imposible ir más allá de las leyes y los contratos en las relaciones con ellos. En tercer lugar, la propia empresa plantea restricciones a la voluntad de sus directivos. No siempre existen los recursos económicos para mejorar el salario de los trabajadores o para atender varios de los temas sugeridos en la Guía ISO 26.000, referidos a la relación de la empresa con sus trabajadores. No siempre existen las competencias necesarias para adoptar formas de cooperación con las organizaciones de la comunidad, con el fin de generar mejoras en las comunidades vecinas. De igual forma, no siempre es posible generar en los mandos medios y los trabajadores los cambios culturales que son necesarios para actuar en forma más responsable con clientes y proveedores.

Por lo tanto, es muy importante señalar claramente que la RSE no depende exclusivamente de la voluntad de los directivos. Los comportamientos responsables de las empresas resultan de la interacción sistémica entre la voluntad de sus directivos, las restricciones del macroentorno, el interés y compromiso de los stakeholders y las limitaciones internas de la propia empresa. Sostener lo contrario es una actitud voluntarista, que refuerza una visión fundamentalista sobre la RSE. Este abodaje echa por tierra una de las principales críticas a la efectividad de la RSE: la que establece que puede ocurrir que *“empresas sin escrúpulos morales traten de eliminar a sus rivales o reducir su fuerza competitiva”* (Zamagni, 2012, p178).

## **La RSE es un factor crítico para asegurar la sustentabilidad de la empresa**

Una de las críticas centrales a la RSE sostiene que esta forma de actuar incrementa los costos y, por lo tanto reduce la rentabilidad. Esta crítica es consecuencia de una percepción equivocada sobre la RSE, que la identifica con actividades filantrópicas ajenas al negocio. Por lo tanto es fácilmente rebatible. Para ello basta con leer atentamente la definición propuesta en la ISO 26.000. Pero podemos ir mucho más allá y argumentar que, lejos de afectar negativamente la rentabilidad, el comportamiento socialmente responsable con los stakeholders puede contribuir a garantizar la sustentabilidad de la empresa. En efecto, la adopción de esos comportamientos permite construir relaciones ganar-ganar de largo plazo, basadas en el desarrollo de intangibles como la confianza, que generan reciprocidades y compromisos, los que a la larga resultan ser los verdaderos factores que aseguran la sustentabilidad.



Sobre esto existe evidencia empírica aportada por innumerables investigaciones, particularmente las que se realizan mediante el estudio de casos. Pero, a falta de una teoría económica que los cobije, los resultados de estas investigaciones están corriendo en paralelo al desarrollo teórico. Y, si bien en el mundo empresarial legitiman la incorporación de la RSE, el mundo académico no ha logrado todavía digerir el hecho de que estos resultados están cuestionando el paradigma económico hegemónico. En este tema teoría e investigación empírica corren en andariveles paralelos. De ahí la necesidad de contar con un marco de teoría económica que legitime estas relaciones causales (y sistémicas) entre RSE y sustentabilidad empresarial.



## LA ESCUELA DE LA ECONOMÍA CIVIL Y LA RSE

La Economía Civil sostiene una teoría de tipo normativo (y por lo tanto, moral), que propone un modelo de economía y un tipo de sociedad bajo los cuales la persona humana puede desplegar su esencia y desarrollar su potencial relacional. Esta escuela se revela contra las posturas deterministas que condenan a la humanidad a vivir en sociedades que atentan contra la relacionalidad de la persona humana, tanto las que sostienen que el hombre es un ser esencialmente competitivo, movido por el afán de maximizar su placer (las filosofías individualistas), como las que lo convierten en pieza de una maquinaria, estableciendo que el fin de su vida es estar al servicio de esa maquinaria (el marxismo y demás filosofías de tipo colectivista). Mientras que las teorías individualistas y colectivistas no explicitan sus postulados antropológicos y los revisten de verdades pseudocientíficas, la Economía Civil, no sólo los explicita, sino que además los utiliza en forma expresamente transparente para fundamentar el desarrollo de su teoría.

No obstante su base normativa, la Economía Civil no consiste simplemente en un andamiaje conceptual, inferido de sus postulados antropológicos y que prescinde de la contrastación con la realidad. Así, por ejemplo, Zamagni (2006) dedica una parte importante de su libro "Heterogeneidad motivacional y comportamiento económico", a describir los resultados de investigaciones empíricas que demuestran que bajo determinadas condiciones contextuales los seres humanos priorizan la cooperación por sobre la competencia maximizadora de los intereses individuales. Dicho de otra forma, la Economía Civil propone (en sentido normativo, como algo bueno a ser perseguido) un tipo de economía (la economía civil de mercado), bajo la cual es posible el desarrollo de una sociedad (instituciones, formas de relación y convivencia) en la cual los hombres pueden vivir en forma consistente con su esencia (como ser relacional). Se trata de una economía en la que la propensión de los actores económicos a operar en función del bien común, los lleva a minimizar las externalidades negativas, a construir reciprocidades con sus stakeholders y a actuar en forma ética. En esa economía el comportamiento socialmente responsable deja de ser "una" filosofía de negocios, para convertirse en "la" filosofía de negocios hegemónica.

Dado que la evolución de la humanidad hacia una economía civil no está garantizada (porque la propuesta de la Economía Civil no es determinista), sus partidarios (entre quienes destaca la Iglesia Católica) adoptan la RSE como una filosofía de negocios que, en el marco de la economía capitalista de mercado, permite generar (dentro de restricciones específicas) comportamientos empresariales propios de la economía civil. El siguiente texto de Zamagni expresa en forma sintética esta idea:

*“...es cierto que dejar que la empresa persiga libremente su propio bien (nadie lo conoce mejor que ella) y dejar que luego el mercado se encargue de canalizar los bienes particulares hacia el bien común, es un proyecto sensato y exitoso. Pero solo será así si el juego de los intereses individuales se desarrolla dentro de instituciones civiles y justas... Cuando todavía no existen instituciones civiles y justas o son incompletas, el bien común requiere algo más y algo diferente a la búsqueda correcta y honesta de los intereses particulares. Por eso, una empresa socialmente responsable es la que contribuye a definir la ética cívica... Actuar respetando las reglas dadas es demasiado poco, sobre todo cuando hay que cambiar esas reglas; es decir, cuando hay que superar la concepción calvinista del capitalismo...” (Zamagni, 2012, p187).*

El modelo de economía de mercado hegemónico actual (el capitalismo), lejos de “canalizar los bienes particulares hacia el bien común” (que es lo propio de la visión relacional del ser humano), opera en sentido contrario. En el marco de esta economía, la RSE emerge como una filosofía de negocios que promueve la adopción de comportamientos alineados con la “ética cívica” propia de una economía civil de mercado. Sin pretender que la RSE modifique la esencia del sistema capitalista, Zamagni la percibe como una oportunidad para generar comportamientos económicos que rompan (aunque sea parcialmente) con las limitaciones que imponen las “reglas” del capitalismo.



## PRINCIPALES CONTRIBUCIONES DE LA ECONOMÍA CIVIL A LA FUNDAMENTACIÓN DE LA RSE

Pese a ser un concepto que nace en el marco de la economía capitalista de mercado, la RSE posee muchos puntos de contacto con la Economía Civil. Más aún, si se lee atentamente la definición propuesta en la Guía ISO 26.000, se infiere de ella que el concepto de RSE se aproxima mucho más a la estructura conceptual de la Economía Civil que a la de la Escuela Neoclásica (proveedora del fundamento moral y teórico del capitalismo). Esta es la razón por la que entiendo que la Economía Civil aporta los argumentos teóricos para rebatir las críticas de la escuela Neoclásica a la RSE. A continuación se describen los principales conceptos de la Economía Civil que aportan un fundamento teórico a la RSE.

### Relacionalidad de la naturaleza humana

La Economía Civil refuta la hipótesis antropológica que está en la base del andamiaje neoclásico. Esta escuela de pensamiento recoge la tradición humanista del personalismo cristiano de Jacques Maritain y Emmanuel Mounier, del existencialismo de Martin Buber y del pensamiento social cristiano, que concibe al hombre como un ser esencialmente relacional, cuya existencia misma depende de esa relacionalidad. Para existir, prosperar y ser felices, los seres humanos necesitamos de los otros, tanto en nuestra vida personal como en nuestras actividades sociales y económicas.

*“...en sí mismo, el hombre no es sólo o fundamentalmente individualista, como pretende el individualismo axiológico; o sólo socializador, como pretende el holismo sociológico, sino que tiende a desarrollar las propensiones que más se incentiven en el contexto social en el que le toca actuar. La tesis según la cual la prosocialidad y la reciprocidad son excepciones*

*que se explican a la luz de la ‘preponderancia natural e histórica’ del ‘interés propio’ parecen tan extrema como la tesis contraria. En su extraordinaria complejidad de comportamiento, el hombre puede guiarse por una gran variedad de motivaciones” (Zamagni, 2012, p. 39).*

Zamagni (2006, p.27) sostiene que la refutación del postulado antropológico individualista (que niega que los individuos sean también personas) permite echar por tierra dos de los principales corolarios que de él se infieren: el de la *impersonalidad de las relaciones de intercambio* y el que sostiene que *el comportamiento económico humano es exclusivamente autointeresado*. El primero de estos corolarios se basa en la idea de que *“cuanto menos conozco de la contraparte mayor será mi provecho, ¡pues los negocios marchan mejor con los desconocidos!”* (Zamagni 2006, p. 27). Por el contrario, la relacionalidad implica necesariamente el conocimiento del otro y el diálogo con él. Por su parte, el segundo corolario involucra la idea de que los *“sentimientos morales como la simpatía, la reciprocidad, la sociabilidad, etc., aunque reconocidos, no vienen atribuidos a ningún espacio en el ámbito del mercado”* (Zamagni, 2006, p.28). En cambio, la relacionalidad supone exactamente todo lo contrario.

Tanto el enfoque individualista como el relacional se basan en visiones normativas (el deber ser) y en creencias acerca de cómo funciona el mundo real. Es decir, tanto los neoclásicos como los economistas civiles creen que el hombre actúa o tiende a actuar en forma consistente con su postulado antropológico. Y también, ambos, encuentran evidencia empírica que sostiene esa convicción. Por un lado, el comportamiento atrozmente competitivo y depredador de muchos empresarios parece validar empíricamente el postulado antropológico individualista. Pero, por otro, las múltiples experiencias de trabajo colaborativo en el mundo de los negocios y los resultados de investigaciones empíricas llevadas a cabo por economistas experimentales (Zamagni, 2006) hacen lo propio con el postulado antropológico relacional. Ahora bien, mientras que este postulado no sostiene que las personas “siempre” actúan en forma cooperativa (lo que propone es que existe en ellas el potencial para hacerlo), el postulado individualista asume que el hombre tiende a maximizar su placer, y que esto ocurre “siempre” en sus relaciones económicas (buscando la maximización de sus ganancias).

Carlos Hoevel sostiene que en los últimos años la investigación empírica sobre el comportamiento económico humano avala la hipótesis relacional y refuta la individualista.

*“Este mismo concepto se puede encontrar en economía, especialmente en los autores que en las últimas décadas han destacado la importancia de la relacionalidad, el reconocimiento mutuo y la identidad en las actividades económicas. Mientras que en la economía neoclásica convencional el único objetivo del agente económico es la maximización de la utilidad, la economía experimental y del comportamiento ha demostrado que las personas tienen conductas económicas muy distintas cuando están solas y cuando están en presencia otros”. (Hoevel, 2009, p.83)*

Para ilustrar estas afirmaciones, Hoevel refiere a las investigaciones de Ernst Fehr y Armin Falk, *“que han debilitado seriamente la hipótesis neoclásica del ‘egoísmo perfecto’, mostrando cómo la dimensión de la justicia y la reciprocidad altruista está presente en las relaciones económicas, especialmente en el mercado laboral”*. Y, también, menciona los trabajos de Akerloff, que han mostrado *“importantes aplicaciones de los principios de ‘racionalidad expresiva’ y de identidad en muchos otros ámbitos de la toma de decisiones económicas (Hoevel, 2009, p.83).*

Mientras que el postulado antropológico individualista resta legitimidad a la RSE, el postulado antropológico relacional legitima una de las ideas centrales de este concepto: la que establece la necesidad de comprender la perspectiva de cada stakeholder y propender a la colaboración con él, así como que, en última instancia, el fin de la empresa es generar valor para sí misma y para sus stakeholders. En efecto, bajo la perspectiva de la Economía Civil, la cooperación y la colaboración son una tendencia natural de los hombres y, por lo tanto, de las organizaciones que construyen. La empresa no existe sin sus stakeholders. Y, por lo tanto, la búsqueda de equilibrio entre sus propios intereses y los de ellos, lejos de ir en contra de su naturaleza, es parte misma de ella. Porque, como señala Zamagni (2012, p.73):

*“La perspectiva de estudio de la economía civil recoge el reto indudablemente más comprometedor: mostrar que no existe oposición entre identidad (ser para sí) y relación (ser para otro) y que el interés no puede ser el único fundamento para que los hombres se asocien”.*

En suma, el postulado antropológico relacional de la Economía Civil aporta un sólido argumento en favor de una de las ideas centrales de la RSE: la que establece que la empresa tiene responsabilidades hacia sus stakeholders y que necesita de ellos para cumplir sus fines, entre los que destaca la creación de valor para todos ellos (entre quienes se encuentran los propios accionistas).

## **Los bienes relacionales**

En el mundo empresarial existe consenso acerca de que los activos intangibles (por ejemplo: la lealtad de los clientes, el compromiso de los empleados o la confianza de los proveedores) son tan o más importantes que los activos tangibles. En la escuela de la Economía Civil esos intangibles reciben el nombre de bienes relacionales, por la razón de que derivan de la racionalidad esencial de la naturaleza humana. Se trata de un tipo de bienes presentes en las interacciones humanas y, particularmente en las transacciones comerciales. De ahí que, como señala Hoevel (2009, p.88):

*“el intercambio de bienes y servicios entre los agentes económicos implica mucho más que meras transacciones. A través de las transacciones nos involucramos en relaciones y encuentros que afectan tanto a nuestra vida personal y a nuestra felicidad, como al desarrollo de la economía. De este modo, surgen los ‘bienes relacionales’ –entre los que podemos citar, la amistad, la confianza y por supuesto los dones-los cuales son cruciales para comprender el particular funcionamiento de una economía post-industrial “*

Esta idea está presente en los actuales enfoques de marketing relacional (que sostienen que lealtad de los clientes depende fundamentalmente de la construcción de relaciones afectivas y de confianza) y en los modernos abordajes de la gestión de los recursos humanos (que han llegado a la conclusión que un buen clima laboral, la existencia de formas de trabajo en equipo y el liderazgo ético generan mayor satisfacción que los estímulos salariales). Dicho de otro modo, la lealtad de los clientes y la satisfacción de los empleados es, en buena medida, el resultado de un conjunto de bienes relacionales (afecto, confianza, sentido de equipo, orgullo de formar parte, etc.). Y, esto ocurre porque *“para esos bienes (los relacionales), la relación en sí misma es la que constituye el bien, de manera que no existe relación intersubjetiva independiente del bien que se produce y consume al mismo tiempo”* (Zamagni, 2012, p.71).

Una lectura atenta de la Guía ISO 26.000 permite observar que muchas de las prácticas empresariales orientadas a crear bienes relacionales forman también parte de los comportamientos considerados allí como socialmente responsables. Dicho de otro modo, la filosofía de la RSE reconoce la existencia de bienes relacionales integrados a las transacciones comerciales y propone a las empresas que incorporen la creación de este tipo de bienes al menú de sus responsabilidades. Uno de esos bienes relacionales es la confianza, que se caracteriza por su poder para crear sinergias positivas entre los actores que la desarrollan. Porque, como señala Zamagni (2007a, p.36): *“Hoy sabemos que la confianza generalizada es el verdadero factor de desarrollo económico y de progreso moral de un país. Sólo ella, de hecho, es capaz de generar aquel capital reputacional que rebaja significativamente el costo de la transacción”*.

En definitiva, la existencia de los bienes relacionales echa por tierra el reduccionismo economicista de la teoría neoclásica y muestra la superioridad conceptual de la Economía Civil para explicar los comportamientos empresariales (irracionales para aquella) que sacrifican rentabilidad económica en pos de desarrollar activos intangibles, como los que resultan del comportamiento responsable hacia los stakeholders.

### **La unidad esencial de lo económico y lo social.**

Tal como se mencionó más arriba, una de las críticas de la escuela Neoclásica a la RSE consiste en afirmar que la empresa persigue únicamente fines económicos y, que por lo tanto, no tiene sentido que se involucre en la solución de los problemas sociales. Más aún, hacerlo es algo moralmente incorrecto, que lleva a su autodestrucción. Esta crítica es consecuencia de uno de los principales postulados de la escuela Neoclásica, a saber: que el mercado es una institución *“ética y socialmente neutral”* (Zamagni, 2009, p.19). Es decir, la actividad económica opera en forma autónoma de las relaciones sociales (y por lo tanto, políticas). De ahí que, en el marco de la perspectiva neoclásica, conceptos como el de *“valor social”, “valor compartido”* o *“triple cuenta de resultados”* sean contradictorios con la lógica del funcionamiento de los mercados y, por lo tanto, contrarios a los fines de la empresa. En *“Fraternidad, don y reciprocidad en la Caritas in veritate”*, Zamagni explica el error de ese postulado:

*“Esta absurda conceptualización -a su vez hija del error teórico que confunde la economía y el mercado, el genus, con una de sus especies particulares como lo es el sistema capitalista- ha llegado a identificar la economía con el lugar de producción de la riqueza (y del rédito) y a lo social con el lugar de la distribución de la misma y la solidaridad”*. (Zamagni, 2009, p.12)

Por lo tanto, desde la perspectiva de la Economía Civil se rebate este postulado, ya que *“lo económico y lo civil tienen en común la estructura relacional de la existencia humana”* (Zamagni, 2007, p.18). Dicho de otro modo, el argumento en contra de la RSE tiene sentido en el marco de la concepción antropológica del homo economicus, pero deja de tenerlo en el marco de la perspectiva relacional de la naturaleza humana. El siguiente texto de Zamagni explica en forma clara y sencilla la visión de la Economía Civil:

*“La idea central (y, en consecuencia, la propuesta) de la Economía Civil es la de vivir la experiencia de la sociabilidad humana en el seno de una vida económica normal, no al margen, ni antes ni después de ésta...Pero se va también más allá de la otra concepción que ve el*

*don y la reciprocidad como atributos de otros momentos o esferas de la vida social” (Zamagni, 2009, p.20).*

Importa señalar que esta interdependencia entre lo económico y lo social aporta un sustento teórico a una de las siete dimensiones de la RSE (que la Guía ISO 26.000 denomina “materias fundamentales”): el compromiso con la comunidad. Este sustento refiere a dos aspectos relevantes. Por un lado, contribuye a distinguir conceptualmente la RSE hacia la comunidad de las actividades estrictamente filantrópicas (en buena medida las críticas a la RSE se centran en esta confusión) y por otro, aporta lineamientos claros sobre los fines de esa acción (evitar el asistencialismo y focalizarse en el desarrollo de la comunidad).

En síntesis, el razonamiento neoclásico, que argumenta en contra de la RSE sobre la base de considerar que la empresa no persigue fines sociales debido a que las esferas de lo económico y lo social operan en forma autónoma, cae por su propio peso, si asumimos que dichas esferas interactúan entre sí, tal como lo sostiene la Economía Civil.

### **El concepto de reciprocidad**

La economía capitalista de mercado se basa esencialmente en el intercambio de equivalentes. Según Zamagni (2009), el principio que rige este tipo de intercambio *“establece que cualquier cosa que un sujeto A haga o dé a B, con el cual ha decidido libremente entrar en una relación de intercambio, debe ser contrabalanceado con la respuesta por parte de B con una cosa de igual valor. Esta cosa en nuestras economías de mercado se llama precio”*. La expresión formal del intercambio de equivalentes es el contrato, ya que allí se establecen, bajo la forma de derechos y obligaciones de las partes, los valores que se intercambiarán. La escuela Neoclásica aporta un fundamento teórico a ese comportamiento, sosteniendo que es el único que rige las relaciones económicas.

Según Zamagni (2009, p11) el principio del intercambio de equivalentes se caracteriza por: 1) la determinación del precio precede a las transferencias entre quien compra y quien vende y 2) la transferencia de quien compra a quien vende no es libre, ya que está determinada por lo que aquel le dio (y que está establecido en el contrato). Dicho de otro modo, luego de acordado el contrato, las partes dejan de ser libres y lo único que tiene sentido es que cada una de ellas cumpla con lo que le corresponde, siendo ésta su única obligación. Fácil es concluir que, si las relaciones económicas se reducen exclusivamente al intercambio de equivalentes (como teoriza el enfoque neoclásico y se practica en la economía capitalista), todo el edificio conceptual de la RSE se desmorona. ¿Qué sentido tiene ir más allá de las leyes y los contratos, si los actores operan exclusivamente en función de los derechos y obligaciones que de ellos se derivan? ¿Qué sentido tiene ofrecer beneficios a los empleados más allá de los acuerdos laborales, o contaminar menos de lo establecido por las leyes o promover el desarrollo de negocios inclusivos en la cadena de valor en vez de recurrir a la oferta ya existente de proveedores?

La respuesta a estas preguntas se basa el principio de reciprocidad, que ha sido propuesto por la Economía Civil y que ha sido verificado empíricamente bajo determinadas circunstancias. A diferencia del intercambio de equivalentes, la reciprocidad opera por fuera de los contratos. Existe reciprocidad en los intercambios en los cuales A entrega algo a B, con la expectativa de recibir algo a cambio, pero: 1) sin que el precio del valor entregado esté determinado de antemano y 2) B sea libre de no entregar nada a A a cambio del valor recibido. O, como dice Za-

magni (2009, p.12): *“En la reciprocidad no sólo no existe acuerdo previo sobre el precio, sino que tampoco hay una obligación a cargo de B de reciprocitar”*. El siguiente texto de Zamagni explica el sentido último de este concepto:

*“el aspecto esencial de la reciprocidad es que las transferencias que la misma genera son indisolubles de las relaciones humanas: los objetos de las transacciones no son separables de aquellas personas que efectúan las mismas, de manera que el intercambio deja de ser anónimo e impersonal. En la teoría se demuestra que en un equilibrio de reciprocidad, es posible dar sin perder y tomar sin quitar”*. (Zamagni, 2000, p.11)

Mientras que las leyes y los contratos operan en el ámbito del intercambio de equivalentes, la RSE lo hace en el de la reciprocidad. La minimización voluntaria de los impactos negativos de la operación no prevista en las leyes y los contratos, así como el plus positivo que resulta de determinadas prácticas responsables, son comportamientos basados en la reciprocidad. La filosofía de la RSE propone a las empresas enriquecer las relaciones habituales y necesarias basadas en el principio de equivalencia, mediante la incorporación de comportamientos basados en la reciprocidad. O, dicho en palabras de Zamagni (2007b, p.71): *“En definitiva, la Responsabilidad Social de la Empresa o una empresa socialmente responsable sería aquella que practica el principio de equidad, invierte en capital humano y practica la reciprocidad”*.

El supuesto (verificado empíricamente) que está detrás de esta propuesta establece que la reciprocidad permite generar círculos virtuosos que incrementan el beneficio de todas las partes. ¿No es esto lo que sucede cuando una empresa invierte en ayudar a sus proveedores a producir con mayor calidad? Al final del proceso, ambos habrán obtenido más de lo que hubieran alcanzado, de haberse mantenido dentro del marco de una relación comercial de tipo tradicional. La empresa contará con mejores insumos, mayor compromiso del proveedor y mayor seguridad de suministro. El proveedor desarrollará capacidades (*know how*, incorporación de tecnología, mejoras en la gestión, etc.) que le permitirán mejorar su capacidad para competir, alcanzar nuevos mercados y ser sostenible. Esto queda ampliamente demostrado en las recientes investigaciones sobre experiencias de negocios inclusivos, en las cuales empresas establecidas incorporan proveedores de la base de la pirámide a su cadena de valor (Licandro, 2013).

Según los partidarios de la Economía Civil existe suficiente evidencia empírica que sostiene la aplicabilidad del principio de reciprocidad bajo determinadas circunstancias, como es el caso de algunas formas de empresa, como las cooperativas, las empresas del sector no lucrativo y las empresas “de comunión”. En particular, Zamagni ubica la aplicación del principio de reciprocidad en el fenómeno empresarial italiano que estuvo en la base del crecimiento de la economía italiana en los años 90 del siglo pasado.

*“Basta sólo recordar que, como tantos estudios sobre el desarrollo italiano han señalado, el llamado modelo de la “nueva competencia” presupone, para su practicabilidad, sea la disposición a cooperar por parte de los agentes, sea un estrecho sistema de transacciones, cuya estructura es muy parecida a la que caracteriza las relaciones de reciprocidad. Realmente, es ahí que se encuentra el verdadero secreto de las historias del éxito de nuestros distritos industriales, historias que, mientras no paran de recibir creciente atención por parte de los estudiosos y trabajadores extranjeros, suscitan, al mismo tiempo, amargura debido a la dificultad de aplicar las mismas en otros lugares, especialmente en el sur de nuestro país. Ha sido ampliamente documentado que el modelo de la nueva competencia en nuestro país se ha consolidado y ha florecido en aquellas regiones en las cuales, durante*



*los pasados siglos, han nacido y se han enrobustecido fuertes estructuras de reciprocidad.”*  
(Zamagni, 2000, p12)

Mientras que el intercambio de equivalentes es un tipo de juego de “suma cero”, la reciprocidad tiene potencial para desarrollar juego de “suma positiva”, en los que el valor que obtienen ambos actores es superior a la suma de los esfuerzos empleados por cada uno de ellos.

Así como la RSE no debe confundirse con la filantropía, es también necesario no confundir la reciprocidad con el altruismo. Mientras que el intercambio de equivalentes establece una forma de dar, que prevé el equivalente que se recibirá como contraparte y el altruismo consiste en dar sin esperar nada a cambio, la reciprocidad se basa en dar con la expectativa de recibir algo, que no necesariamente equivale a lo dado. De ahí que Zamagni (2012, p.81) señale: *“Podría decirse que la reciprocidad se sitúa en una posición intermedia entre el intercambio de equivalentes y el puro altruismo”.*

No obstante esas bondades, la reciprocidad tiene sus riesgos. En las relaciones de reciprocidad quien da en primera instancia corre el riesgo de no recibir nada a cambio e, inclusive, ser víctima del abuso o la mala fe de la otra parte. Por esa razón, Zamagni (2009, p.12) señala que *“la reciprocidad es una relación intersubjetiva frágil”.* En este riesgo se apoyan algunas de las críticas a la RSE formuladas desde el pensamiento neoclásico. Pero se trata de un riesgo acotado, ya que la expectativa de recibir está basada en el conocimiento de la otra parte y de su capacidad para comprender la ventaja potencial de actuar en consecuencia. Además, tal como ya se señaló, la RSE es un juego que las empresas deciden jugar siempre y cuando los stakeholders involucrados también estén dispuestos a jugarlo.

También es importante señalar que la Economía Civil no propone la reciprocidad como alternativa al intercambio de equivalentes. Por el contrario, lo que sugiere es que ambos pueden complementarse:

*“Con mayor razón, no quiero sostener que sea posible gobernar una economía moderna basada solamente en el principio de reciprocidad, visto en oposición al principio de intercambio de equivalencias: quiero afirmar, más bien, que una organización de mercado que sepa estimular los comportamientos pro-sociales, en vez de mortificarlos, tenderá a trabajar en manera más eficiente, reduciendo sustancialmente el nivel de los costos de transacción relacionados con su funcionamiento y, sobre todo, de manera más “felicitante”, o sea, satisfaciente, para todos”.* (Zamagni, 2000, p.12)

En función de lo anterior es posible concluir que, mediante el principio de reciprocidad, la Economía Civil aporta un fundamento teórico a dos ideas centrales constitutivas del concepto de RSE. Por un lado, la idea de que la responsabilidad social consiste en un conjunto de comportamientos hacia los stakeholders consistente en aportarles, en forma voluntaria y bajo determinadas circunstancias, un valor no establecido en las leyes y los contratos. Y, por otro, la idea complementaria que señala que este valor se entrega con la expectativa de generar beneficios para ambas partes.



## El rol de la empresa

En tanto filosofía de negocios, la RSE propone un nuevo tipo de relacionamiento entre la empresa y sus stakeholders. O, dicho de otra manera, la RSE propone un cambio en la finalidad y razón de la empresa, mediante el cual su fin último deja de ser exclusivamente la maximización del beneficio de sus dueños, para convertirse en la optimización (en sentido matemático) de los beneficios de todos sus stakeholders (incluyendo a los propios dueños). Esta reformulación del fin de la empresa colide con la arquitectura conceptual neoclásica más ortodoxa, al tiempo que encuentra cabida dentro de la Economía Civil. El siguiente párrafo, extraído de la encíclica *Centesimus Annus* resume la razón de ser que la Iglesia Católica y la Economía Civil asignan a la empresa:

*“La finalidad de la empresa no es simplemente la producción de beneficios, sino más bien la existencia misma de la empresa como comunidad de hombres que, de diversas maneras, buscan la satisfacción de sus necesidades fundamentales y constituyen un grupo particular al servicio de la sociedad entera. Los beneficios son un elemento regulador de la vida de la empresa, pero no el único; junto a ellos hay que considerar otros factores humanos y morales que, a largo plazo, son por lo menos igualmente esenciales para la vida de la empresa.”* (Juan Pablo II, 1998, p.67).

Dicho de otra manera y tal como lo ha propuesto la Teoría de los Stakeholders, *“el auténtico fin de la empresa... es servir de vehículo para coordinar los intereses de los stakeholders”* (Evan y Freeman, 2013). Y éste, es una de las ideas centrales constitutivas de la filosofía de la RSE.



## CONCLUSIÓN

A modo de conclusión cabe señalar que los principales postulados e ideas de la Economía Civil proveen un fundamento teórico a la existencia de la RSE como filosofía de negocios y a su pertinencia práctica bajo determinadas circunstancias. Esta conclusión general resulta de considerar las siguientes conclusiones particulares.

**Primero.** El concepto de RSE contradice los principales postulados e ideas de la Economía Neoclásica, al tiempo que tiene muchos puntos de contacto con los de la Economía Civil. Más aún, para los integrantes de esta escuela, la RSE emeje como una idea que contribuye al desarrollo (aún dentro del marco de la economía capitalista) de comportamientos propios de una economía civil. Por esa razón, la Economía Civil aporta el marco teórico que fundamenta la existencia y pertinencia de la RSE.

**Segundo.** El postulado de la Economía Civil, relativo a la relacionalidad de la naturaleza humana, legitima la idea (central al concepto de RSE) que establece la necesidad de comprender la perspectiva de los stakeholders, integrar sus intereses a la gestión de la empresa y propender a la colaboración con ellos. Bajo la perspectiva de la Economía Civil, la cooperación y la colaboración son una tendencia natural de los hombres, contrariamente a lo que establece el postulado antropológico neoclásico. La existencia de bienes relacionales, como la confianza, ofrece un fundamento a muchos de los comportamientos que propone la RSE. La empresa no existe sin sus stakeholders. Y, por lo tanto, la búsqueda de equilibrio entre sus propios intereses y los de ellos, lejos de ir en contra de su naturaleza, es parte misma de ella.

**Tercero.** La Economía Civil echa por tierra la idea de que el fin último de la empresa es la maximización de las utilidades y que no persigue fines sociales (como consecuencia del hecho de que la esfera de lo económico y la de lo social operan en forma independiente). Por lo tanto, conceptos como el de “valor social”, “valor compartido” o “triple cuenta de resultados” están lejos de ser contradictorios con la lógica del funcionamiento de los mercados y, por lo tanto, contrarios a los fines de la empresa. De igual forma, el compromiso con la comunidad queda legitimado como parte de las responsabilidades de la empresa, siempre y cuando sea practicado en el marco de la operación, propendiendo al desarrollo de capacidades en la comunidad, así como evitando objetivos filantrópicos y prácticas asistencialistas.

**Cuarto.** El principio de reciprocidad contribuye a comprender cómo opera la relación entre la empresa responsable y sus stakeholders. La RSE, por definición, actúa por sobre los contratos y las leyes; es decir, por encima de las transacciones basadas exclusivamente en el intercambio de equivalentes. La filosofía de la RSE sostiene que la creación de valor económico, social y ambiental (más allá de lo establecido en los contratos), tiene potencial para generar sinergias positivas, en las que la empresa y sus stakeholders pueden obtener beneficios claramente superiores a los que obtendrían, de mantenerse en el espacio del intercambio de equivalentes. El concepto de reciprocidad, formulado por la Economía Civil, provee un marco conceptual que permite explicar cómo funciona este tipo de relación, basada en la expectativa de un comportamiento positivo futuro de los stakeholders, en respuesta al comportamiento responsable de la empresa.

**Quinto.** Dado que la empresa es una obra humana, creada y dirigida por personas humanas, el desarrollo de prácticas responsables está atada a la voluntad de quienes la dirigen. De ser cierto el postulado antropológico individualista, los empresarios y directivos de empresas propenderán a actuar en sentido contrario al que propone la RSE. Y ésta no dejará de ser una linda utopía. Sin embargo, la Economía Civil postula la falsedad del postulado del homo económicos y demuestra que, bajo determinadas circunstancias, los actores económicos buscan la cooperación y tienden a adoptar comportamientos como los que se promueve la RSE. De ahí la importancia que adquiere la ética, particularmente la denominada ética de la virtud, ya que el principal motor del comportamiento responsable de empresarios y gerentes son sus propias convicciones morales. Este problema resulta incomprensible para la Economía Neoclásica, ya que esta teoría parte del supuesto de la neutralidad moral de los actores económicos. ■

# BIBLIOGRAFÍA

- Benedicto XVI (2009). *Caritas in Veritate*. Ediciones Paulinas. Buenos Aires.
- Evan, W. M., y Freeman, R. E. (1993): «A stakeholder theory of the modern corporation: Kantian capitalism», en BEAUCHAMPT, L., y BOWIE, N. E. (eds.), *Ethical theory and business*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs (NJ), 4.ª ed., pp. 75-84.
- Friedman, Milton. (1970). "The social responsibility of business is to increase its profits". *Times Magazine*, September 13th, New York.
- Hoevel, Carlos (2009). Hacia el paradigma del don. *Revista Cultura Económica*. Año XXVII. Nº 75/76. Agosto-Diciembre 2009: 83-96.
- Juan Pablo II (1998). *Centesimus Annus*. Ediciones Paulinas. Buenos Aires.
- Licandro, Oscar (2013). *Experiencias de Negocios Inclusivos en Uruguay*. Universidad Católica del Uruguay. Montevideo.
- Porter, M., Kramer M. (2011) "Valor Compartido. Cómo reinventar el capitalismo y crear una oleada de innovación y crecimiento". *Harvard Business Review en Español*. Enero-Febrero 2011 (33-49).
- Zamagni, Stefano. (2012). *Por una economía del bien común*. Ciudad Nueva. Madrid.
- Zamagni, Stefano. (2009). Fraternidad, don y reciprocidad en la *Caritas in veritate*. *Revista Cultura Económica*. Año XXVII. Nº 75/76. Agosto-Diciembre 2009: 11-29.
- Zamagni, Stefano. (2007a). El bien común en la sociedad posmoderna: propuestas para la acción político-económica". En *Revista Cultura Económica*. Año XXV, Nº 70, 23-43.
- Zamagni, Stefano. (2006). Heterogeneidad motivacional y comportamiento económico. La perspectiva de la economía civil. Unión Editorial.
- Zamagno, Stefano (2000). Humanizar la economía. Elementos para un proyecto sostenible. Conferencia dictada en el Seminario internacional sobre cooperativas. La Habana, 3-5 febrero de 2000.
- UNIT-ISO (2011). *Guía de Responsabilidad Social (ISO 26.000:2012, IDT)*. Montevideo. Uruguay.