

La lógica del mercado y el comportamiento ético de la empresa

The Logic of the Market System and the Business Ethics

*Emmanuel Borguucci**

Universidad del Zulia
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales

Resumen

El presente ensayo tiene como finalidad abordar el concepto de la Responsabilidad Social de la Empresa y cómo éste ha evolucionado en el transcurso del tiempo hasta desembocar en la obligación existencial de la empresa de articular relaciones que sobrepasan el paradigma de la simplicidad y que se aborde la interacción con la Sociedad Civil desde una perspectiva multidimensional. Sin embargo, desde la perspectiva de la lógica del mercado no es fácil que la empresa capte las permutaciones que los conceptos y modelos exitosos de gerencia están sufriendo en la actualidad. Es necesario que interactuen, en la búsqueda de un equilibrio socialmente aceptable, entre la empresa sustentada en condicionantes ético-morales trascendentales y una sociedad que busca modelos dignos de vida.

Palabras clave: Responsabilidad social de la empresa, sociedad civil, ética en los negocios.

Abstract

This essay attempts to analyse the concept of Corporate Social Responsibility and its evolution. Today corporate leadership has to understand the business environment not through simplistic models, but through a multidimensional perspective. However, from a market and corporate point of view it is difficult to read social and economic changes and their implicit complexity. Society, based on dignity and progress with moral and ethical ways of acting in business, makes decisions that are a good for the health of business in the long run.

Key words: Corporate social responsibility, civil society, business ethics.

* Economista Profesor de la Universidad del Zulia. Magister Scientiarum en Banca y Finanzas en la Universidad Rafael Urdaneta y Magister Scientiarum en Gerencia de Empresas en la Universidad del Zulia.

Introducción

El avance sin precedentes que está experimentando la iniciativa privada como consecuencia del resquebrajamiento de las ideologías y los bloques de poder político-militar en el mundo, ha puesto al descubierto que los fenómenos económicos, y en general, los sociales, deben ser visualizados con un enfoque que se aparte de la visión mecanicista, laplaciana y equilibrista de la realidad. Estos cambios junto a los de orden tecnológico están estremeciendo todos los ámbitos de la vida, saltando las barreras que dividían lo cultural de lo político-económico, generando nuevas relaciones y retos entre el sector empresarial y la sociedad civil.

En América Latina, la crisis económica y política ha tenido severas consecuencias en el nivel de vida de sus habitantes. Por su parte, las empresas se han visto en la necesidad de revisar su papel dentro de la sociedad, debido al elevado riesgo que viven al efectuar sus actividades económicas. Si bien no existe todavía una conciencia clara de lo que significa la responsabilidad social, se ha iniciado un interesante proceso de transformación de las relaciones entre la empresa y la sociedad.

Esto nos lleva a pensar, que las empresas deben adecuar sus visiones y en consecuencia ejecutar sus estrategias incorporando la responsabilidad social como factor clave del éxito. No se trata, sin embargo, de levantar barreras de entrada a los negocios, sino en generar un cambio de percepción y de conducta, propiciar un esfuerzo por percibir la realidad desde otra perspectiva.

La sociedad actual está en una búsqueda permanente de caminos para la autorrealización, en trazarse un sentido de la vida, la consecución de la esperanza, la fe y el optimismo sano. Sin la menor duda, la sociedad civil ejercerá una mayor presión, si ya no lo hace, sobre las organizaciones, exigirá, por lo tanto, la deshabitación de viejas destrezas de pensamiento y la implementación de nuevas formas de abordar el entorno.

Lo anterior, es según nuestra opinión, el mejor medio que tiene la empresa para progresar en una sociedad democrática y para evitar la trampa de la osificación, tomando en consideración precisamente valores que no representan sino ventajas competitivas, tales como la laboriosidad, el orden, la confianza, la disciplina, la sintonía para trabajar en equipo, etc.

En consecuencia, el hacer empresas es mucho más que dar satisfacción pecuniaria a los deseos de los accionistas, es la búsqueda de nuevas formas de adaptarse a las posibilidades que emanan del hombre no como materia y forma inanimada, sino como ser social autoconsciente, responsable, libre, dotado de dignidad y derechos especiales. Por lo tanto, nuestro objetivo con este ensayo consiste en discutir cómo a medida que la lógica del mercado prevalezca sobre la sociedad civil y el Estado, hasta el propio fin pecuniario de la empresa verá amenazada su existencia. Además, cómo es la sociedad quien desea asumir sus responsabilidades en materia de moral civil, proponiendo modelos o vías de autorrealización y no el Estado el cual debe cumplir su tarea gestora de lo que le sociedad demande, exija o proponga.

Cambios en la sociedad y en las relaciones empresa-sociedad

En las sociedades se han venido produciendo una serie de cambios en sus valores, lo que lleva implícita una crítica al orden social y cultural existente. La misma incluye el papel del estado, la empresa, así como las demás instituciones que conforman el conglomerado social.

La lista de peticiones que la sociedad hace a la empresa es larga, variada y a menudo contradictoria para los deseos de la empresa. En palabras de D.J. Orr: *"Hoy la sociedad dice que quiere algo más del mundo de los negocios, y la lista de peticiones es larga. La sociedad espera que la empresa ayude a resolver la crisis fiscal de las ciudades: desarrollar y conservar la energía; detener la contaminación del aire y del agua; proteger la intimidad personal; mejorar el cuidado sanitario; asegurar la igualdad de oportunidades; eliminar la discriminación racial, étnica y sexual; facilitar centros para el cuidado diurno; enriquecer los puestos de trabajo; mejorar el lugar de empleo; y para resumir todo ello, elevar la calidad de vida"*. (Orr, 1982:524-526).

Según Aiskuren (1997), a medida que en los países se desarrollen los mercados de capitales, la dispersión de la propiedad por vía de los mecanismos de distribución accionaria se irá incrementando, dando lugar a que las decisiones de éstas se basen, en mayor medida, en esquemas de negociación, arbitraje y acuerdos. En consecuencia, la interacción entre la empresa y la sociedad se ha manifestado en una convención, en donde han confluído las voluntades de éstos grupos de actores y que algunos autores, entre ellos Sulbarán (1995), han dado en llamar el contrato entre la empresa y la sociedad.

Éste contrato ha variado en la naturaleza de los valores cuantitativos y cualitativos objeto del mismo. En la primera versión, la fundamentación era el crecimiento económico como única y legítima fuente de progreso tanto económico como social. La empresa suministra una serie de bienes y servicios, que colocados en el mercado estarían a la disposición de los consumidores, quienes lo adquieren, satisfaciendo su necesidad por un lado, y por el otro lado, dando empleo y recibiendo de la empresa un beneficio después de contribuir con los gastos del estado. En la segunda versión, junto a la responsabilidad de producir y distribuir bienes y servicios, la empresa tiene que afrontar los costos adicionales no deseados por la sociedad, debido a su carácter nocivo.

Como puede observarse, existe un cambio por agregación en la estructura de ese acuerdo, en algunos ratos tácitos y en otros, implícito, entre la sociedad y la empresa. Se puede notar la presencia de elementos más de orden cualitativo y de elementos de carácter trascendentes y de larga duración.

Además, la sociedad tiende a desarrollar un modelo de democracia que preste más atención a la solidaridad y a los valores sociales como condición necesaria y no solamente prestar la atención sobre los aspectos formales de ella. Gran número de teóricos de la democracia piensan que ésta es simplemente un mecanismo político y de estructuras institucionales. Ellos se ocupan de modelos que ponen énfasis en un sistema de sanciones a los infractores y premios a los ganadores, que previenen de los abusos del poder y la oligarquía. Sin el gobierno de las

personas que ha descrito, por ejemplo, Aristóteles, sin estado liberar propuesto por Locke y Mill, sin la división de poderes de Montesquieu y de Madison, no habría democracia real. Sin embargo, existen autores, como Jeffrey Alexander que ha sostenido: "... que las Cortes de Justicia, la Policía, el Mercado, la Familia, la esfera de la Religión son todas instituciones con intereses específicos no políticos respecto a la esfera de la sociedad civil, la esfera de la solidaridad social universal, así como son diferentes del estado. Con eso no se quiere decir que ésta esfera no política, o el estado en sí, puedan ser separadas de la sociedad civil. Al contrario, separando ésta esfera desde el punto de vista analítico se podrá comprender las acciones que los movimientos sociales y las personas ordinarias ejecutan para reconstruirla" (Alexander, 1997:335).

Por otro lado, Alexander expresa: "Que el estatus de no civil no significa que deba considerarse como una esfera de interés puro o de egoísmo: tienen estructuras morales inmanentes y que se refieren al bien común, concepto que mejor se aproxima al de sociedad civil. Sin embargo, las instituciones, las interacciones y los valores que sustentan la solidaridad social se alejan de modo claro de los esquemas de cooperación y competición económica, de las relaciones íntimas y afectivas de la vida familiar y del simbolismo abstracto y trascendental que sirve como medio de intercambio en la vida religiosa e intelectual" (Alexander, 1997:335).

En consecuencia, si bien la solidaridad civil en una condición necesaria, no es suficiente, dado que la esfera civil y la no civil no pueden coexistir armoniosamente. Para eso se requiere que la esfera civil invada la esfera no civil, para impulsar cierto tipo de reformas y de respuestas. Es decir, la sociedad civil provee algunos recursos básicos, sobre los cuales han confiado a las otras esferas su administración.

Las personas pueden ser miembros de la sociedad civil y al mismo tiempo participar en diferentes instituciones sociales. Cuando las personas participan en la empresa, en el estado, la iglesia o la familia, si son ciudadanos, lo hacen también como miembros de una sociedad civil. Pues a causa de esta doble o múltiple pertenencia, quien participa en una de esas instituciones está sujeto a personas, experiencias, reglamentaciones, códigos éticos fuera de su propio ámbito específico de origen. En la medida en que rige una solidaridad más universalista y civil, que incluya el concepto de persona humana, tendrá derechos y deberes que por lo general entran en conflicto con los vínculos y las oportunidades que experimentarán en otras áreas de su vida. La empresa considerada como un organismo social, conformado por personas, no escapa de estas condiciones que influyen en el sistema democrático contemporáneo y a los conflictos que se presenten en los ámbitos civiles y no civiles.

La responsabilidad social de la empresa: algunos conceptos

Hasta los momentos son variados los autores que han tratado de definir con precisión el concepto de responsabilidad social de la empresa. Se podría abordar éste concepto, desde dos perspectivas: la perspectiva economicista y la perspectiva

humanística. La primera sostiene que la responsabilidad de la empresa se suscribe únicamente en el ámbito del beneficio monetario para los accionistas y que con ello se le brinda la oportunidad a la sociedad de participar, siempre en la medida de las posibilidades económicas, de participar en los éxitos y en los fracasos de la organización; los actores económicos participan por libre iniciativa en el mercado el cual establece unas reglas del juego que se deberían respetar, por lo que la participación de los agentes, cuando se respetan esos principios, están contribuyendo al bienestar general de la sociedad. La segunda perspectiva, lejos de excluir la primera, amplía su campo de acción con elementos de carácter social, cultural, ecológico y político entre otros. Busca que no solo la empresa se ocupe del bienestar económico de los accionistas, sino que además colabore, sea esta en forma preferiblemente por iniciativa propia, en la mejora de la calidad general de la vida de los ciudadanos; reconociendo que el mercado, aunque trata de converger hacia un equilibrio, el mismo es de corta duración y en muchos casos inestables.

Desde otra perspectiva, la responsabilidad social no se considera como un concepto estático, preciso y definido, sino como un blanco o meta móvil, enmarcado en la larga duración, que incluye todas aquellas consideraciones y expectativas de tipo cultural, económico, legal, ético, organizacional y discrecional que la sociedad se ha forjado con respecto a las organizaciones empresariales. Desde el punto de vista cultural, la empresa está inmersa en un medio cuyas raíces y bases determinan en cierta medida la existencia de ciertos valores indispensables para que la labor de la empresa se desarrolle en forma satisfactoria, no solamente desde el punto de vista del trabajador sino del empresario. Desde el punto de vista económico, debido a que el ámbito natural de la empresa con fines de lucro es el económico, la cual se le exige que cumpla con una serie de requisitos como la efectividad, eficiencia y eficacia en sus operaciones. Desde el punto de vista legal, el derecho mercantil exige las condiciones de constitución, vigilancia y fiscalización sobre la base de un ordenamiento sancionado por la sociedad por medio de sus órganos respectivos, por lo que la existencia de la empresa no es como el de las personas naturales, de orden biológico, sino que su existencia es artificial. Seguidamente se encuentran las obligaciones de orden ético, que si bien no cuentan con la capacidad coercitiva de las anteriores constituyen un elemento que delinea la forma de vida y hasta la pscohistoria de la organización. Por último, se encuentran las responsabilidades de orden discrecional, que depende de la autoridad y el poder que emana de los ejecutivos, que pueden estar encaminadas a cumplir con la norma positiva, respondiendo a un mandato formal de alguna ley o que el cumplimiento se realice de forma voluntaria.

Por último, se hace referencia a la interpretación de la responsabilidad social de la empresa manejado por Echeverría. En su concepto, la responsabilidad social de la empresa se basa en un trípode. Tiene un primer componente que considera el elemento de las relaciones públicas. En segundo lugar, un componente de orden ideológico como herramienta para el mantenimiento de las estructuras de poder existentes y evitar la introducción de controles que limiten el status quo que se mantiene en una sociedad cambiante, el cual es un elemento que considera la em-

presa como responsable socialmente, lo cual lo considera vital para la existencia de una sociedad pluralista. (1982:38 y 67-68).

Para finalizar, la responsabilidad social de la empresa es la consecuencia de la reflexión y la crítica permanente que ella debe hacer acerca de sus acciones, decisiones y valores trascendentales. Es el análisis y síntesis realizado por el conjunto de personas, que con sus competencias cognitivas y emotivas, perciben la organización, las tendencias adaptativas de complejidad, que las comprenden e interpretan, adaptando la empresa a los requerimientos esperados por la sociedad a la cual sirve.

Evolución en el tiempo del concepto de responsabilidad social de la empresa

Se pueden dividir la evolución del concepto de responsabilidad social de la empresa, según Aiskuren (1995) en tres etapas. La primera situada a finales del siglo XIX, cuando los activos sociales y financieros de una economía en crecimiento estimularon las invenciones, las innovaciones y los beneficios. La responsabilidad social de la empresa no había aparecido todavía, debido a que en ese momento, los problemas sociales eran manejables por el poder constituido, por lo que se contaba con capacidad suficiente para ofrecer soluciones satisfactorias a la sociedad.

La segunda fase, apareció al producirse un repentino desorden social, que acaeció en los Estados Unidos al final de la década de los años 50. El público llegó a tener más conciencia de la capacidad potencial del sector empresarial para influir y solventar problemas sociales, produciéndose un reconocimiento de que el sector privado, aunque producía bienes y servicios, contribuía, al mismo tiempo, a la contaminación ambiental, era responsable por la salud del trabajador en su puesto de trabajo, del bienestar del consumidor y monopolizaba recursos naturales, financieros y tecnológicos, sin medir las consecuencias de esos actos en el largo plazo. Esto originó que, a pesar de los esfuerzos voluntarios de una gran parte del sector privado, se produjera una presión a favor de una intervención del gobierno, que impulsó una gran cantidad de legislación, destinada a proteger el interés público y los recursos naturales del país.

En una tercera fase, tanto la sociedad civil, como el gobierno y los empresarios tratan, de forma colectiva, de encontrar caminos ordenados y eficaces de hacer frente a la complejidad del cambio social, producto, entre otras cosas de la economía globalizada y sometida a fuertes presiones competitivas provenientes de diversos puntos del planeta. En este sentido, se combinan legislaciones del sector público, un mayor grado de sensibilidad por parte de la empresa y la presión de la sociedad. La empresa actúa en una sociedad con una cultura determinada y que en el tiempo ha alcanzado, como lo afirma Cortiña: *"n grado determinado de conciencia social, que se refiere no tanto a los fines que se persiguen, como a los derechos que es preciso respetar y que no puede atropellar con la excusa de que constituyen un obstáculo para sus fines"* (1996:25).

El fin de la responsabilidad social de la empresa: crítica al minimalismo ético

El propósito de la empresa no es solo la ganancia. Aparte de esto, debe servir como proveedor de servicios y productos que la sociedad necesita. Pero más aún, no es suficiente ofrecer un servicio o producto con determinadas especificaciones de calidad, se trata de que en cada contacto con el cliente o la sociedad, se busque la satisfacción de la persona humana, no solamente evitándole molestias, sino evitando "*La Regresión a la Mercancía General*" (Grubbs y Reidenbach, 17:1993). En otras palabras, uno de los principales retos a los que se enfrenta la empresa que quiera sinceramente prosperar es fomentar un crecimiento tanto de orden cuantitativo como de orden cualitativo, enmarcado en el respeto al cliente y contribuyendo a su bienestar y realización personal.

Sin embargo, existe una posición que parte de la inexistencia de una crisis o una potencial crisis de la ética empresarial. Los problemas éticos y los empresariales son de diferente naturaleza, dado a que se sitúan en planos diferentes, debido a que colocan a la ética en el plano personal, mientras que los negocios son vigilados, controlados y fiscalizados desde el estado y por las condiciones del mercado competitivo. Entonces, cuando un actor en el mercado compite tomando en cuenta consideraciones de orden moral, corre el riesgo de perder posición en el mercado en un juego de suma cero.

Siguiendo a Sánchez (1997), se considera que la ética como reflexión hacia una toma de decisiones que orientan la acción del humano, permite la existencia de un clima de confianza que es incompatible con los juegos de suma cero y en consecuencia donde las partes contrincantes son ahora colaboradoras. Por otro lado, Sánchez, expresa: "*Hemos de sopesar que, en la realidad histórica, la lógica de la economía de mercado ha sido concebida no por los tecnócratas, sino por los moralistas. Hombres que buscaban atenuar los conflictos mediante contratos voluntariamente acordados por autores autónomos en mercados competitivos. De modo que la ética pensada y practicada es fundadora del mundo moderno de los negocios*". (1997:187-188).

Por otro lado, desde el momento que la empresa se inserte en una comunidad, están con el tiempo mejorando sus expectativas y su capacidad de negociación. Lo anterior pone de manifiesto la obligación que tiene la empresa de ser más proactiva en el diagnóstico del entorno local. Las ventajas de tales acciones se materializan en: que con un acercamiento a la sociedad civil, la empresa está en mejor posición de evaluar y diseñar estrategias adaptadas al entorno local y en consecuencia puede diseñar estrategias, que basadas en el principio de lo que se vende son los beneficios, se puede lograr una aceptación por parte de la sociedad civil. En segundo término, la empresa estaría en mejor posición de minimizar los problemas y los conflictos sociales, además de las discrepancias que podrían surgir con el otro actor del trípede social que es el estado. Todo lo anterior implica la utilización del llamado poder de la empresa para lograr su legitimación, esto es, la aceptación e institucionalización de la proyección social de las empresas.

Es así, que la responsabilidad social de la empresa consiste en una fórmula que obliga a revisar adecuadamente, dentro de la empresa, sus visiones, misiones y los objetivos, buscando hacer coincidir los planos de la organización con los de la sociedad y el estado.

Un modelo de análisis de la responsabilidad social de la empresa: algunas consideraciones

Los desarrollos conceptuales acerca de la responsabilidad social de la empresa, se recogen en el CSP (Corporate Social Performance) de Woddd (1991). Este modelo ofrece una estructura coherente de conceptos que ponen de relieve aspectos concernientes a la relación entre la empresa y la sociedad. Además, pone su énfasis en uno de los aspectos teóricos más problemáticos en la relación empresa-entorno: La integración de los aspectos económicos y las obligaciones de la empresa para con la sociedad. Ahora bien, dentro de este desarrollo teórico, nos enfrentamos a la versión modificada de Swanson (1995). Este enfoque parte de la existencia de tres niveles de análisis: el individual (ejecutivos de diferentes jerarquía, los empleados y los obreros), el nivel organizacional y el nivel societal. Por otro lado, el enfoque parte de la existencia de un proceso que va desde lo que Swanson denomina Macroprincipios de la responsabilidad social de la empresa, la cultura corporativa y los impactos sociales de la responsabilidad social de la empresa.

Cuando la empresa diseña sus Macroprincipios, ella hace uso de una serie de herramientas, que buscan adaptar sus valores a los de la sociedad más allá de los requerimientos técnicos. Es así, como la organización adquiere estatus de institución (Selznick, 1957, 1993). Aquí se pone de manifiesto la ejecución del contrato social, pero no desde un punto de vista de ofrecer servicios y obtener ganancias desde la perspectiva económica, sino más bien, que la empresa se dirige hacia su legitimación social, dado a que ella se está integrando a la sociedad y busca contribuir a mejorar su bienestar mediante la construcción de nexos de cooperación y de colaboración con la sociedad civil y el estado.

Ahora bien, el principio institucional, invita al análisis de la relación entre la perspectiva económica de la empresa y su legitimación social en relación con las llamadas obligaciones positivas y negativas. Una obligación negativa, es impuesta desde la norma positiva, constituyéndose en una restricción a la acción de la empresa que puede perjudicar a la sociedad, desde el punto de vista económico (restricción a la actividad productiva cuando es necesaria para la comunidad) y desde el punto de vista ecológico, de la justicia y de los derechos de los ciudadanos. Una obligación positiva, será entonces aquella que haga referencia a un compromiso que parta de un acuerdo entre la sociedad civil, clara en sus valores y aspiraciones, y el compromiso de la empresa para ofrecer derechos y beneficios justos a sus representados. En resumen, la empresa debe, en el ámbito organizacional, hacer una revisión y en consecuencia una reestructuración de los aspectos que la vinculan con la sociedad, es decir, ver no solamente cuáles son sus valores, su negocio, para qué existe, sus productos, sus mercados, sus objetivos organizacionales, cuá-

les son los derechos y deberes de sus colaboradores, cuáles son sus prioridades o quienes son sus clientes.

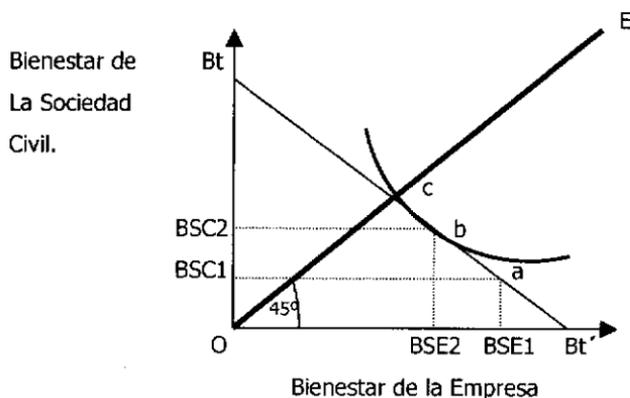
En lo que respecta a los Microprincipios de la responsabilidad social de la empresa, los ejecutivos desde el presidente hacia abajo en la línea de mando deben establecer políticas que orienten a la empresa a obtener beneficios y mantener la legitimidad social de la empresa, es decir, que ésta debe aplicar la ley de acero de Davis que establece: "La empresa es un tipo de institución social que debe usar su poder responsablemente... La sociedad garantiza la legitimidad y el poder a las empresas. En el largo plazo quienes no hicieron uso del poder de una forma que la sociedad considera responsable perderán esa legitimidad" (1973:314). Ahora bien, en un nivel más concreto, el lugar donde comienza el proceso de legitimación de la empresa es el ámbito directivo. Entonces la empresa cuenta con dos opciones: sus decisiones ó son legítimas o no lo son, es decir, no pueden haber decisiones amorales. Son legítimas cuando el uso del poder se enfoca a motivar y aplicar recursos financieros, organizacionales y humanos a ser efectivos económicamente; pero también para ser efectivos socialmente.

Desde el punto de vista de la cultura organizacional, la empresa tiene una forma característica de hacer las cosas, cómo establecen las prioridades y dan importancia a diferentes tareas empresariales. Así mismo, la cultura influye en la manera que los gerentes en el ámbito directivo, operativo y funcional toman sus decisiones. De ésta manera, una vía para evaluar el comportamiento responsable de la empresa es estableciendo vínculos entre las decisiones normativas adoptadas por los gerentes de línea y el comportamiento de sus colaboradores en aspectos como los valores compartidos, los programas y las políticas de cara a la sociedad, evaluar las decisiones complejas pero esenciales para visualizar la coherencia y consistencia con los valores, las políticas y prácticas que buscan la legitimación social de la empresa.

No obstante, si el proceso gerencial de toma de decisiones presenta una serie de escenarios posibles, entonces las decisiones no se basarán únicamente en la aplicación de principios generales, sino en indagar rigurosamente cuáles son los bienes internos que la empresa debe proporcionar a la sociedad, qué metas debe perseguir así como las creencias, valores y hábitos que se deben incorporar para alcanzarlos. Además, hay que tomar en consideración que la sociedad ha desarrollado una moral cívica, y que lucha para obtener del poder constituido el reconocimiento de determinadas normas positivas. Esto nos conduce, por lo tanto a la existencia de una ética aplicada en la empresa, equidistante del hedonismo y del moralismo. Es decir, cómo para determinada actividad empresarial, mediante un proceso dialógico al interior de la organización, se puede arribar a decisiones cada vez más ajustadas tanto a la racionalidad estratégica de la empresa como al sistema de valores compartidos por la sociedad civil. Las decisiones, por consiguiente estarían en un punto intermedio entre la posibilidad y el hecho concreto (los resultados económico - financieros de las empresas y las reacciones positivas o negativas de la sociedad civil), es decir, que la toma de decisiones estará fundada en una evaluación prudente de alternativas no contradictorias y que eviten dejar

dudas acerca de su obligatoriedad en caso de duda. Una forma de ilustrar estas ideas podría ser la siguiente:

Gráfico No. 1
Esquema de elección de Grupos en una Sociedad



Supongamos que una nación tiene una Sociedad Civil (SC) y un Sistema de Empresa (SE). El bienestar de la Sociedad Civil se mide en el eje de las ordenadas y el de la empresa se mide en el eje de las abscisas. El bienestar conjunto de la nación viene dada por la recta $BtBt'$ que representa todas sus posibilidades de bienestar. Supóngase que el bienestar de la empresa inicialmente es $BSE1$ y que el de la Sociedad Civil es $BSC1$. Es decir, que el bienestar de la empresa supera al de la Sociedad Civil. En consecuencia, las posibilidades máximas de bienestar de esta sociedad sería el punto a. A efectos de éste análisis, se entenderá por bienestar de la Sociedad Civil no solamente al conjunto de remuneraciones consideradas como ingreso personal disponible promedio, sino a todo aquello que signifique deducciones que de ese ingreso se produzcan como consecuencia de la acción de la empresa o del Estado al cumplir sus propósitos (sobre todo de orden económico o político). Por su parte el bienestar de la empresa no solamente está representado por los beneficios acumulados en un período fiscal producto o no de sus actividades típicas, sino los costos no incurridos en su relación con los organismos del gobierno.

Supóngase ahora, que en la sociedad la Empresa y la Sociedad Civil entran en un proceso dialogal, en donde el Estado actúa como interlocutor. Supóngase que la empresa comprende que su bienestar depende del bienestar de la Sociedad Civil aspirando, a un nivel inferior de $BSE1$ para que la Sociedad Civil pueda aspirar a un nivel por encima de $BSC1$.

La distribución óptima del bienestar de la sociedad, mediante un proceso dialogal, se encuentra en el punto b (la curva de indiferencia hace tangencia con la

recta $BtBt'$) en donde el bienestar de la empresa es $BSE2$ y el de la Sociedad Civil es $BSC2$.

Ahora bien, si la Empresa tuviese una actitud altruista (aspecto que aquí lo consideramos como una posibilidad) y quisiera compartir todo su bienestar con la Sociedad Civil, entonces, la curva de indiferencia es tangente con la recta $BtBt'$ en el punto c (es decir, en la recta OE de 45°).

En consecuencia, la redistribución del bienestar en el seno de una sociedad podría beneficiar a todos sus miembros (Sociedad Civil y Empresa). Además, se podría hablar más bien de una tendencia de muy largo plazo y no un proceso de corto plazo, debido a que es un proceso iterativo de presiones alguna de cuyas manifestaciones pueden ser la negociación y/o el conflicto: en base a disensos y consensos para luego generar otros disensos y consensos.

Conclusiones

Las organizaciones, en el mundo occidental, al momento de abordar la realidad, realizan operaciones, mediante las cuales seleccionan y rechazan datos, los asocian, los unen, los jerarquizan y los centralizan de acuerdo a una serie de objetivos preestablecidos y a unos principios que consideran como capitales o supra-lógicos, los cuales les permiten capturar la realidad de una forma simple. Esta

forma de concebir la realidad (comercial) sobre la base de un principio de disyunción (Morin, 1998), que empezó a tomar forma a partir del siglo XVII, no hizo sino parcelar las áreas del conocimiento humano y todos aquello que debía concebirse de forma multidimensional, se elabora en forma especializada, unificando abstractamente la diversidad o enfatizar la diversidad llegando a una unidad precaria.

Lo anterior ha permitido a la empresa desvincularse de cierta parte de su entorno, haciendo que la lógica del mercado prevalezca por sobre la Sociedad Civil y del Estado. Pero tal desvinculación no es por la falta de una percepción falsa de la realidad o de una incorrecta conexión de causalidades entre las categorías consideradas en el análisis, es más bien por la organización del conocimiento y el uso de modelos que soslayan la asimilación de la realidad, que esencialmente es compleja y, que por consiguiente, escapan a una percepción simplificada y de corto plazo.

El esquema descrito anterior es el que prevalece en la mayoría de las organizaciones, y que al mismo tiempo, ha permitido que el sistema de empresa inspire, en el transcurso de los años, el surgimiento de organizaciones formales o informales en la sociedad; que están al margen de las relaciones que se dan en el mercado y que ponen en tela de juicio la legitimidad de la empresa. Es decir, el sistema empresarial al imponer la lógica del mercado y situando al margen al estado y a la sociedad civil, está atentando contra su propia existencia y permanencia prolongada en el tiempo.

Es necesario, que entre el estado y la sociedad civil se generen una serie de interacciones, que dada una restricción presupuestaria de la empresa, se establezca una combinación óptima entre estos actores, que permita más que un crecimiento económico de orden cuantitativo, el progreso social y el crecimiento de los seres humanos. Esta combinación debe considerar toda una serie de parámetros de carácter fiscal, monetario, cambiario, de calidad ambiental, de indicadores de bienestar material y cultural, etc. En síntesis, que la empresa, por conducto del estado y la sociedad civil, genere riqueza en un marco de ética, haciendo énfasis en el cliente, pero esta vez considerándolo como persona.

Referencias

Libros

- Cortina Adela. (1996). "Ética de la Empresa". Editorial Trotta, S.A. Madrid. Pp. 150.
- Echeverría, García. (1982). "Responsabilidad Social de la Empresa y su Medición". Editorial Mapfre. Madrid. P. 38, y 67-68.
- Grubbs y Reidenbach. (1993). "La Banca de Excelencia: Como lograr servicios de alta calidad". Editorial Panorama. México. Pp.142.
- Morin. Edgar. (1997). "Introducción al Pensamiento Complejo". Editorial Gedisa, S.A. Barcelona. Pp. 166.
- Orr, D.J. (1982). "La Responsabilidad Social. Una nueva línea de Negocios". Banco de Bilbao. Madrid. P. 526.
- Selznick, P. (1957). "Leadership in Administration". Harper And Row.
- Selznick, P. (1992). "The Moral Commonwealth". Berkeley University of California Press.

Revistas Periódicas

- Alexander, Jeffrey. (1995). "I Paradossi della società civile". *Resegna Italiana di Sociologia* No. XXXVI, n 3. P. 335.
- Ariskuren, Amaia Eleta (1995). "Una Aproximación al ambiguo concepto de responsabilidad social de la empresa". *Estudios Empresariales*. No. 89. Universidad de Deusto. P. 11.
- Davis, K (1973). "The case for against business assumption of social responsibilities". *Academy of Management Review*. Vol 16. No.16. p. 312-322.
- Sánchez, Miguel Angel. (1997). "Ética, organización y Formación". *Revista española de Investigaciones Sociológicas*. Números 77-78. Enero-Junio 1997. P. 187.
- Sulbarán, Juan Pedro. (1995). "El Concepto de Responsabilidad Social de la Empresa". *Revista económica*. Universidad de los Andes. Mérida. No. 10. P.229.
- Swanson, Diane. L (1995). "Addressing a Thoretical problem by reorienting the corporate social performance model". *Academy of Management Review*. Vol 20. No. 1. P. 43-64.
- Wood, D. J. (1991). "Corporate social performance revisited". *Academy of Management Review*. No. 16.P. 691-718.